

2006. december 4.

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. KÖZLEMÉNYE

CÉLT ÉRT A NAGY ÍZUTAZÁS

Mind a nagyközönség, mind a szakma körében kedvező visszhangra talált a Magyar Turizmus Zrt. által meghirdetett „Nagy Ízutazás 2006” kampányév, amely decemberben a végéhez érkezett. A belföldi turizmus élénkítése céljából indított kampányban példaértékű együttműködés valósult meg több száz étterem és pincészet, a szakmai szervezetek, illetve a nemzeti turisztikai marketingszervezet között.

A Nagy Ízutazás eddigi kiemelt eseményeihez hasonlóan nagy érdeklődés kísérte a kampányév utolsó régiós nagyközönségi rendezvényét is. 2006. december 3-án Lajosmizsén, az Új Tanyacsárdában minden érdeklődő belekóstolhatott a vidéki karácsonyok hangulatába, és természetesen megízlelhette a Dél-alföldi régió ünnepi ételeit is.

Míg napközben a nagyközönség élvezhette a Dél-alföldi régió vendégszeretetét, addig estére a Magyar Turizmus Zrt. invitálta a Tanyacsárdába együttműködő partnereit, hogy közösen ünnepeljék meg a „Nagy Ízutazás” sikerét. A kampányzárón Dr. Niklai Ákos, a Magyar Turizmus Zrt. igazgatóságának elnöke értékelte a kampányévet, majd Dr. Róna Iván vezérigazgató és Kelecsényi Ágnes marketing vezérigazgató-helyettes köszönte meg a munkát az együttműködő partnereknek; az éttermeknek, pincészeteknek és a szakmai szervezeteknek.

A kampányzáró rendezvényen Dr. Kovács Miklós, az ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárságának fősztályvezetője, a Virágos Magyarországért Bizottság alelnöke adta át a Magyar Turizmus Zrt. és a Virágos Magyarországért mozgalom kezdeményezésére létrejött „Rozmaring-díjat” azon éttermeknek, amelyek különös gondot fordítanak az igényes belső kialakítására és környezetük rendezettségére, növényel, virággal való díszítésére.

Az MT Zrt. 2006-ban élesztette újjá a tematikus évek koncepcióját a belföldi kommunikációban. Az idei évben ennek megfelelően a bor és gasztronómia állt belföldi marketingtevékenységének fókuszában. Ennek előkészítéséhez az MT Zrt. **felmérést** végzett a magyar lakosság körében, amelyből kiderült, hogy a magyar bor és gasztronómia imázsa erőteljes és pozitív, a magyar konyha népszerűsége egyértelmű, azonban a tájjellegű ételek és italok kevésbé ismertek és az utazási döntés meghozatalánál a gasztronómiai adottságok csak elenyésző mértékben játszanak szerepet.

A **Nagy Ízutazás 2006.** kampányévvél sikerült ezen változtatni, hiszen a **rendezvénysorozat fő célja** éppen az volt, hogy a hazai lakosság a gasztronómián keresztül fedezzen fel újabb és újabb

magyarországi tájakat, ismerje meg a különböző régiók által kínált hagyományos magyar ételeket, italokat, valamint a gasztronómiához kötődő tradicionális magyar népszokásokat.

A kampányév kiemelt országos eseményei – a Torkos Csütörtök és a Nyitott Pincék Napja - mellett **minden hónapban másik régió** mutatkozott be egy-egy nagyszabású gasztronómiai eseményén keresztül. A kezdeményezés nagy sikert aratott, mind a nagyközönség, mind a sajtó, mind pedig a vendéglátó és turisztikai szakma körében.

A Bor és Gasztronómia évét márciusban, előételként, a hazai néphagyományokat felidéző **Torkos Csütörtök** nyitotta, amikor országszerte közel 500 vendéglátóhelyen fél áron lakhattak jól a vendégek. A rendkívül népszerű kezdeményezés **több tízezer torkoskodni vágyó** érdeklődőt vonzott az akcióban részt vevő éttermekbe. A Magyar Turizmus Zrt. kérdőíves felmérése szerint a Torkos Csütörtök akcióban részt vevő éttermek is sikeresnek ítélték a kezdeményezést. A felmérésből kiderült, hogy a vendégek több mint háromnegyede már az étterembe betérés előtt értesült az akcióról. Minden tíz vendégből hatot a vidéki éttermek fogadtak. A bevételek a kezdeményezés hatására a megkérdezett éttermek 72,4%-ában javultak. A megkérdezettek 62%-a szerint az akció hatására a későbbiekben is várható vendégkörbővülés. A válaszadók több mint 95%-a szerint máskor is érdemes lenne hasonló akciót rendezni.

A másik országos jelentőségű esemény a **Nyitott Pincék Napja** akció volt júniusban, amelynek keretében Magyarország 22 borvidékén, közel **kétszáz pincében** várták a borbarátokat, ingyenes, illetve kedvezményes borkóstolóval. Az akcióra a Magyar Turizmus Zrt. kezdeményezésére a Nyitott Pincék Szövetséggel együttműködésben került sor. Az esemény értékelésére az MT Zrt. szintén kérdőíves felmérést készített, amelyből kiderült, hogy a válaszadók 90%-a szeretné bővíteni a borokkal és a borfogyasztással kapcsolatos ismereteit, valamint, hogy a leghatékonyabb bor- és gasztronómiai utazásra ösztönző eszköznek a lehetőségekkel kapcsolatos tájékoztatás bővítését tartják.

A Torkos csütörtökhöz tehát 500 étterem, a Nyitott Pincék Napjához közel 200 borospince csatlakozott országszerte és a sikereken felbuzdulva többen újabb és újabb akciókat hirdettek.

A kampányévben részt vevő vendéglátóhelyek nagy száma azt mutatja, hogy a hazai vállalkozók szívesen állnak olyan kreatív kezdeményezések mellé, amelyeket jól átgondolt szakmai koncepció mentén, gondos előkészítéssel és koordinálással valósít meg a nemzeti turisztikai marketingszervezet.

A **nagyközönség is nagy számban kapcsolódott be** a kampányév eseményeibe: már a „menüsor” első főételére a „Húsvét a Skanzenben” rendezvényre is húszezren voltak kíváncsiak. A júniusi Országos Gulyásversenyt és Pásztortalálkozót - a rossz idő ellenére – több mint tizenkétezeren keresték fel, de az Őrségi Tökfesztiválon is rekordot döntött a látogatók száma.

Sokan vettek részt a kampányévet kísérő nagyközönségi **pecsétgyűjtő játékban** is, amelynek az volt a lényege, hogy legalább hat különböző, az akcióban részt vevő étteremben kellett pecsétet szerezni a fogyasztás után a Nagy Ízutazás képeslapra, majd a betelt kártyákat a Magyar Turizmus Zrt.-hez visszaküldeni ajándéksorsolás céljából. A beérkezési határidőig, december 31-ig a visszaküldött képeslapok száma várhatóan eléri az 1000 darabot. A szorgalmas ínyenceknek

desszerttel kedveskedett a Zrt.: akik visszaküldték a lepecsételt kártyákat, azok megkapták a kampányt kísérő damasztzalvétát, valamint magyarországi hétvégék és éttermi felajánlások sorsolásán vehettek részt, eddig három alkalommal. Az utolsó, negyedik sorsolásra januárban kerül sor.

Az akció része volt egy hirdetési és **PR kampány** is, amelynek célja egyfelől az volt, hogy az akcióban részt vevő éttermek ismertségét növelje, másrészt, hogy az egész akcióra és egyben az országszerte rendezett több száz gasztronómiai eseményre felhívja a nagyközönség figyelmét. A kampányt népszerűsítő hirdetések, PR cikkek és különszámokon kívül jelentős szerephez jutottak a kommunikációban a Zrt. által üzemeltetett - www.itthon.hu, www.nagyizutazas2006.hu, és www.menjunkenni.hu címeiken elérhető - weboldalak is. A www.nagyizutazas2006.hu címen elérhető, **témaspecifikus honlapot több mint százezer látogató kereste fel.** Az oldalletöltések száma meghaladta a félmilliót.

A kampányév megszervezésében és megvalósításában az MT Zrt.-t számos **együttműködő szakmai partner** is segítette: Agrármarketing Centrum, Magyarországi Borrendek Országos Szövetsége, Magyar Turisztikai Hivatal (2006 augusztusától ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárság), Magyar Borakadémia, Magyar Borutak Egyesülete, Magyar Éttermi Szövetség, Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség, Magyar Vendéglátók Ipartestülete, Szeszipari TermékTanács.

A kampány kiemelt eseményei a következők voltak:

Hónap	Esemény neve	Helyszín	Régió	Időpont
Március	Torkos csütörtök	A programhoz csatlakozó éttermek	Minden régió	március 2.
Április	Húsvét a Skanzenben	Szentendre	Budapest és környéke	április 16-17.
Május	Borhajó	Balaton - parti nagyvárosok	Balaton	május 13-14.
Június	X. Országos Gulyásverseny és Pásztortalálkozó, Alföldi Pásztorételek Főzőversenye	Hortobágy	Észak-Alföld	június 3.
Július	Cseresznye Fesztivál	Nagykörű	Tisza-tó	július 22-23.
Augusztus	Bormustra	Eger	Észak-Magyarország	augusztus 11-13.
Szeptember	15. Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztivál	Budapest	Budapest	szeptember 4-14.
Szeptember	XI. Európai Bordalfesztivál	Pécs-Baranya	Dél-Dunántúl	szeptember 22-24.

Október	III. Őrségi Nemzetközi Tökfesztivál	Őriszentpéter	Nyugat-Dunántúl	október 15.
November	Márton-napi borünnep	Neszmély	Közép-Dunántúl	november 11.
December	Advent a Tanyán, A Nagy Ízutazás 2006 kampányév záró rendezvénye	Lajosmizse-Tanyacsárda	Dél-Alföld	december 3.

Az év során sok száz gasztronómiai esemény közül csemegézhattünk, a Cseresznyefesztiváltól a Gulyásversenyig mindenki megtalálhatta a kedvére valót. Az események nagy látogatottsága is bizonyítja, hogy **büszkék vagyunk gasztronómiai hagyományainkra, és kíváncsiak vagyunk az egyes tájegységek kulináris szokásaira.**

Bár a 2007-es év a szelídturizmus éve lesz (természetjárás, nemzeti parkok és lovas turizmus), a Magyar Turizmus Zrt. a jövőben is figyelemmel kíséri és elérhetővé teszi a hazai gasztronómiai események információit és együttműködik az éttermekkel és pincészetekkel a Torkos Csütörtök, illetve a Nyitott Pincék Napja megszervezésében.

További információk: **Magyar Turizmus Zrt.**
Kommunikációs Iroda
 Tel.: 488-8748
 Fax.: 488-8600
 E-mail: pr@itthon.hu
 Internet: www.itthon.hu