



Budapest, 2005. május 5.

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

### „TALENT FOR ENTERTAINING”

#### AZ IDEI ÉV LEGNAGYOBB TURISZTIKAI IMÁZSKAMPÁNYA

A Magyar Turizmus Rt. 2005. májusától – a tavalyi kampányok folytatásaként - új turisztikai imázskampányt indít Európában és a tengerentúlon Magyarország népszerűsítéséért. Először fordul elő, hogy 11 világhírű magyar adja nevét és arcát a 9 európai nagyváros – London, Párizs, Berlin, Amszterdam, Koppenhága, Frankfurt, Madrid, Milánó, Brüsszel – 12 repülőterén látható világító poszterekhez, úgynevezett city light plakátokhoz, és a világ 21 országában megjelenő sajtóhirdetésekhöz. Különleges ez a kampány azért is, mert ezúttal három társszervezet is csatlakozott a Magyar Turizmus Rt.-hez: a Malév Rt., a BTH Budapesti Turisztikai Szolgáltató Kht., és a Budapest Airport Rt. Ezzel kivételes összefogás valósult meg az idegenforgalmi ágazat jelentős szervezetei között.

A magyarokról joggal tartják világszerte, hogy kiemelkedő teljesítményre képesek a művészetben, a tudományban, a sportban, a gasztronómiában. Erre épít az ország idegenforgalmi promóciójáért felelős marketing szervezet azáltal, hogy a 2005-ös imázskampányt a tehetség és a tehetségek jegyében szervezte meg. A mottó: „Talent for entertaining” arra utal, hogy a tehetségek szülőhazájában a vendégfogadást – a turizmust – is tehetséggel művelik. Világhírű honfitársaink az ország kiemelkedő turisztikai értékeit népszerűsítik plakátokon, napilapokban, magazinokban. A világ legjobb női sakkozója, *Polgár Judit* Magyarországot, a sztár szoprán, *Rost Andrea* és az ünnepeelt hegedűművész, *Kelemen Barnabás* Budapestet, a vitorlázás magyar bajnoka, *Margitics Botond* pedig a *Balatont* ajánlja az utazóknak. *Bender Tamás*, a Nemzetközi Orvosi Hidrológiai és Klimatológiai Társaság elnöke az egészségturizmust, *Vizi E. Szilveszter*, a Magyar Tudományos Akadémia elnöke a

konferenciaturizmust, *Kalla Kálmán*, a Gundel Európa-díjas mesterszakácsa a magyar gasztronómiát, *Székely István*, az év borásza pedig a magyar bort hirdeti. *Lázár Vilmos*, fogathajtó világbajnok a lovas turizmusra, *Hegedűs Gábor*, golfmester az ország nemzetközi színvonalú golfközpontjaira, *Veres Zoltán*, Boeing 737-es Malév Kapitány - Összetett Műrepülő Európa Bajnok pedig a nemzeti légi közlekedésre hívja fel a figyelmet. A city light posztterek 7 témában – Magyarország, Budapest, Balaton, bor, gasztronómia, konferencia, Malév –, 1 hónapon át, 428 helyen jelennek meg. A 17 nyelven készülő imázs hirdetések a Magyar Turizmus Rt. 21 országban működő külképviseletei helyezik el folyamatosan a lapokban, és a témák kiegészülnek az egészség-, a lovas-, és a golfturizmussal. A Magyar Turizmus Rt. tavaly alkalmazta először azt a marketing gyakorlatot, hogy neves személyiségek közreműködésével mutatta be az országot. Az amerikai ötveneseket Tony Curtis „szólította meg”, az Európai Unió polgárait pedig Laky Zsuzsanna, Európa Szépe. A kampány 15-16 százalékos forgalomnövekedést, és novemberig nyolcvanmilliárdos többletbevételt eredményezett. A 2005-ös imázskampány ismét a személyiségekre épít, és elsősorban az Európai Unió országaira összpontosít.

A kampány képei letölthetők a Magyar Turizmus Rt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) oldalon elérhető elektronikus sajtószobájában.

---

További információk:

**Magyar Turizmus Rt.**

**Kommunikációs Iroda**

Tel.: 488-8748

Fax.: 488-8600

E-mail: [pr@hungarytourism.hu](mailto:pr@hungarytourism.hu)

Internet: [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)