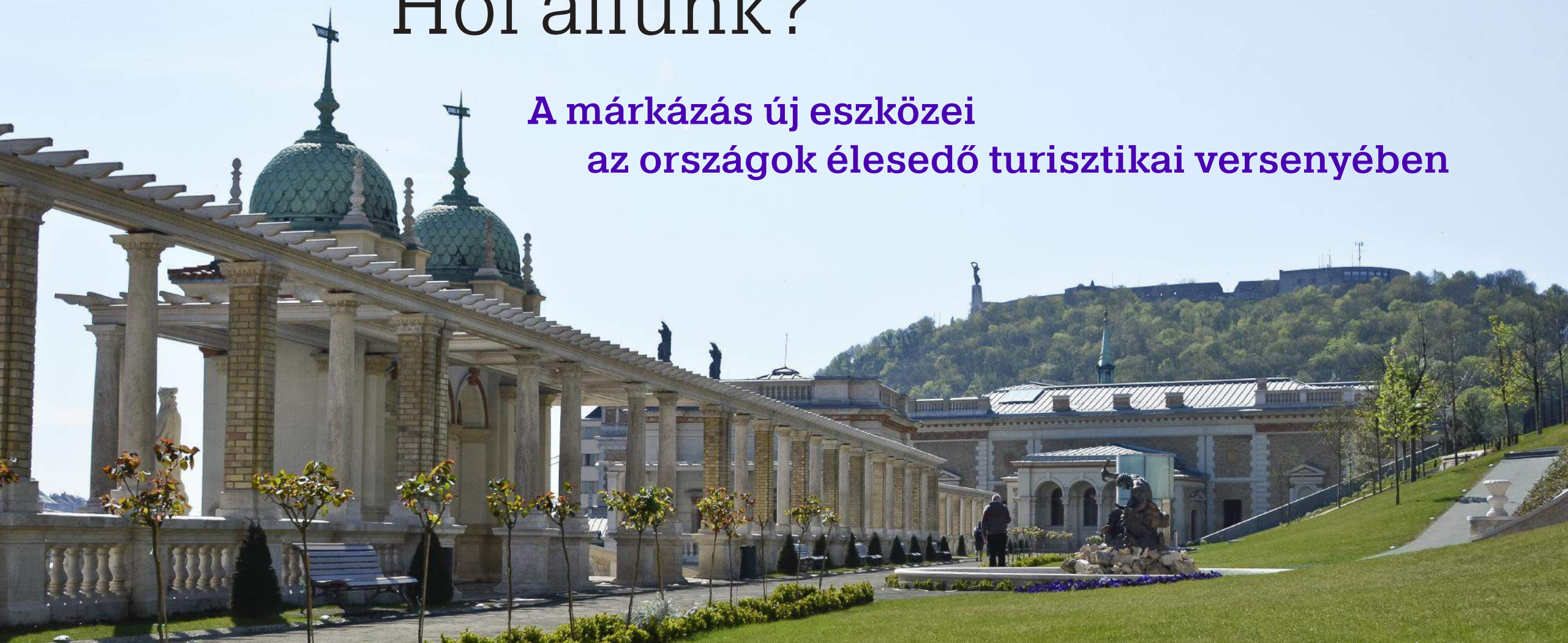


Hol állunk?

**A márkázás új eszközei
az országok élesedő turisztikai versenyében**



MAGYAR
TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG

Bánhegyi Zsófia
vezérigazgató-helyettes
Magyar Turisztikai Ügynökség

Az országmárka szerepe a turizmus versenyképességében

- Nem vagyunk elkésve, de minden ország most lép, vagy készül lépni
- Lehetőségek kiaknázása. Példa: 2017 a sportturizmus éve



Hol áll Magyarország?

- **2016 rekordév a turizmusban** (2016/2015)
 - bruttó szállásdíj-bevétel **238 Mrd Ft** (+11,1%)
 - vendégszám **11,1 millió** (+7%)
 - vendégéjszaka-szám **27,7 millió** (+7%)
 - külföldi turisták száma **21,4 millió** (+6,2%)
 - külföldi turistaköltések **1291,6 Mrd Ft** (+4,6%)

Az országmárka-alkotás szempontjai

- Külső és belső hatások összessége
- A desztináció alapú megközelítés szempontjai
- Több, mint visual branding
- Belföldi és külföldi márkaüzenet

Az országmárka kialakítása: a következő lépések

- Egyetlen szervezetben koncentrálódik a munka*
- Helyi szereplők jelentősége*
- Digitális jelenlét erősítése*

Kampányindulás: 2017 ősz