

Turisztikai Innovációs Együttműködési Alapprogram (TIMEA) és a turizmus aktuális kérdései

Turizmus Akadémia rendezvénysorozat
GINOP-1.3.5-15-2015-00001
Turisztikai Innovációs Marketing
Együttműködési Alapprogram

SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Regionális
Fejlesztési Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A turizmus stratégiai fontosságú ágazat

- a GDP-hez mintegy **10,7%-kal** járul hozzá
- a turizmusban közvetlenül és közvetetten foglalkoztatottak száma **428 ezer fő**
- a munkahelyek **10,0%-át** közvetlenül a turizmus generálja, a közvetlen és közvetett hatásokat összesítve a nemzetgazdasági foglalkoztatottság **13,2%-át** adja; több mint **46 ezer** egyéni vállalkozás működik a szektorban

A turizmus 2018-ban:

- a kereskedelmi szálláshelyeket igénybe vevő **vendégek száma** (12,5 millió fő) **5,6%-kal**, az általuk eltöltött **vendégéjszakák száma pedig 4,2%-kal nőtt** 2017-hez képest, átlépve ezzel a **31 millió vendégéjszakát**
- a **külföldi turisták** a tavalyinál 5,2%-kal többen, **5,9 millióan** érkeztek hazánkba és **15,3 millió vendégéjszakát** (+2,7%) töltöttek el
- tovább élénkül a magyarok belföldi utazási aktivitása is, amit a **belföldi vendégek** számának (6,6 millió fő) **5,9%-os**, és a **vendégéjszakák számának** (15,7 millió éjszaka) **5,7%-os növekedése** is jól mutat
- A 2018-as évet dinamikus, **9,5%-os növekedés** jellemzi a **szálláshelyek bevételei** (511,3 Mrd Ft) esetében. Az összbevétel legnagyobb részét kitevő szállásdíj-bevételek (301,8 Mrd Ft) bővülési üteme 8,6%-os, ami felülmúlja a vendégéjszakák számának (+4,2%) növekedését is.
- A kereskedelmi-, valamint az egyéb szálláshelyek vendégforgalmi adatait összesítve **2018-ban 15,5 millió vendég (+7,6%) érkezett hazánkba, akik összesen 40,4 millió vendégéjszakát (+6,0%) töltöttek el a hazai szálláshelyeken.**

Magyar Turisztikai Ügynökség

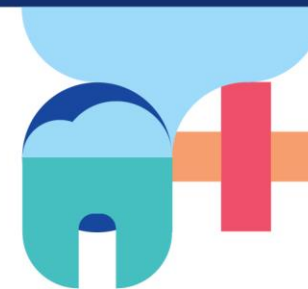
A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény kimondja, hogy a **turisztikai fejlesztések tervezésének alapegysége a desztináció, az állam pedig a törvényben meghatározott** turisztikai fejlesztéspolitikai, tervezési, végrehajtási, koordinációs és marketingkommunikációs **feladatait** a 2016 tavaszán létrehozott **turizmusirányításért felelős szervezet, a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) útján látja el.**

A Magyarország Kormánya által az 1747/2017. (X.18.) Kormányhatározatban elfogadott **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030** legfőbb céljai:

- A turizmus teljes nemzetgazdasági hozzájárulásának növelése GDP arányában (9,8% → 16,0%)
- A turizmusban és kapcsolódó ágazatokban dolgozó bejelentett munkavállalók száma (364 ezer → 450 ezer)
- Magyarország helyezése a turizmus versenyképességi világranglistáján (49 → 30)
- Kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák száma (27,6 millió → 50 millió)
- Kereskedelmi szálláshelyi belföldi vendégéjszakák száma (13,8 millió → 25 millió)
- Kereskedelmi szálláshelyi külföldi vendégéjszakák száma (13,8 millió → 25 millió)

Az előzőekben nevesített stratégiai célokhoz járul hozzá a

GINOP-1.3.5-15-2015-00001 Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA)



A program előzményei:

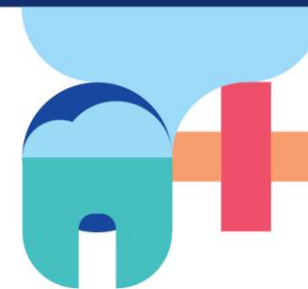
- A Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. (jogelődje a Magyar Turizmus Zrt.) az 1173/2015. (III. 24.) Korm. határozat alapján a GINOP keretében kiemelt projekt felelőseként nevesítésre került
- Az MTÜ által koordinált, a GINOP 1.3.5-15 program keretében megvalósuló **Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA) 8,3 milliárd forint értékű támogatásban részesült.**

A program alaptevékenysége **Magyarország turisztikai kínálatának népszerűsítése**, és a turizmus területén működő vállalkozások piacra jutásának elősegítése.

A pályázat a turisztikai terméktípusokon belül három kiemelt, „niche” terméket határozott meg: a **szenior turizmust**, az **akadálymentes turizmust** az **orvosi turizmust**.



GINOP-1.3.5-15-2015-00001 Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA)



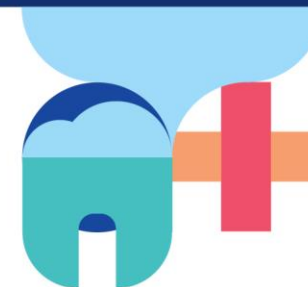
A projekt stratégiai célja **új piacok elérése és a területi koncentráció oldása**, továbbá a vállalkozások **szemléletformálása**, a szolgáltatások minőségének emelésével, és ennek következtében a magyarországi **vendégforgalom**, illetve az abból származó **bevételek növekedése**, a **turisztikai szezon meghosszabbítása**.

További nevesített célok:

- Magyarország mint turisztikai márka **ismertségének növelése**
- A turisztikai szolgáltatások **egységes nemzeti kínálatként** történő piacra vitele
- A nemzetközi turisztikai **kereslet erősítése**
- A szolgáltatók körében a **vendégbarát szemléletmód** elterjedése
- A turizmus területi és szezonális **koncentrációjának mérséklése**
- A vendégek turisztikai **költésének növelése**



GINOP-1.3.5-15-2015-00001 Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA)

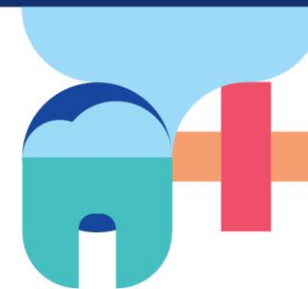


A TIMEA 3 szintű kommunikációs keretrendszerre épül:

- 1. Imázskampány:** Az országmárka ismertségének növelését célzó innovatív külföldi marketingkommunikáció, imázskampány
- 2. Termékkampány:** Összhangban az országmárka specifikus termékkampánnyal
 - Stratégiai turisztikai termékek (MICE, egészségturizmus, kulturális turizmus, aktív turizmus, city break)
 - Niche termékek: **orvosi, szenior és akadálymentes turizmus** fejlesztésére, népszerűsítésére kiemelt hangsúlyt fektetve
- 3. Lakossági kommunikáció:** külföldi és belföldi rendezvénysorozaton keresztül
 - Belföld – **Turizmus Akadémia** szemléletformáló rendezvények, 19+1 db
 - Niche termékek: **orvosi, szenior és akadálymentes turizmus** fejlesztésére, népszerűsítésére kiemelt hangsúlyt fektetve



GINOP-1.3.5-15-2015-00001 Turisztikai Innovációs Marketing Együttműködési Alapprogram (TIMEA)



A projekt keretében elvégzett és/vagy folyamatban lévő tevékenységek:

Tevékenység	Arány (%)
Projekt előkészítés	0,50%
Projektmenedzsment	2,42%
Turisztikai termékekkel kapcsolatos adatbázis építés	3,60%
Kreatív és tartalomfejlesztés	5,83%
Marketing tevékenység	77,73%
Nemzetközi és hazai piac- és termékkutatások	4,95%
Szemléletformálás (elsősorban KKV-k számára)	4,25%
Réspiaci termékek minőségbiztosításához kapcsolódó feladatok (védjegyrendszer)	0,72%

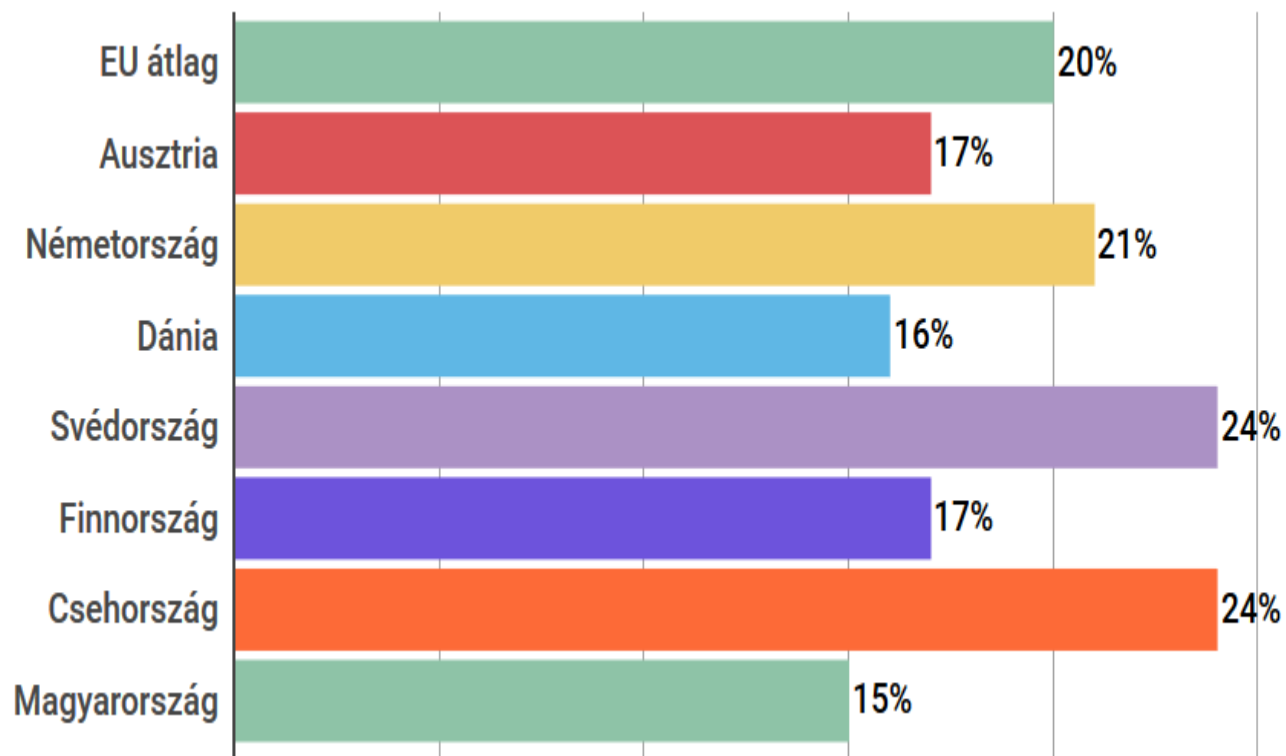
- Kreatív tartalomfejlesztési, médiaügynökségi, PR és online szolgáltatási feladatok a külföldi kampányokhoz és belföldi rendezvényekhez kapcsolódóan
- Külföldi kampányok (15 országban), külföldi szakmai rendezvények, workshopok (18 esemény)
- Kiadványok, ajándéktárgyak, szóróajándékok készítése
- Kutatási tevékenységek
- Szemléletformáló/érzékenyítő oktatófilmek a 3 részi termékhez
- E-learning tananyag készítése a szemléletformáláshoz
- Turizmus Akadémia (19+1 esemény)



Szenior turizmus

**A TURISTAKÉNT ELTÖLTÖTT VENDÉGÉJSZAKÁK ÖSSZESÍTETT SZÁMÁBÓL
A 65 ÉVNÉL IDŐSEBBEK RÉSZESEDÉSE (LEGALÁBB 1 ÉJSZAKA), 2016**

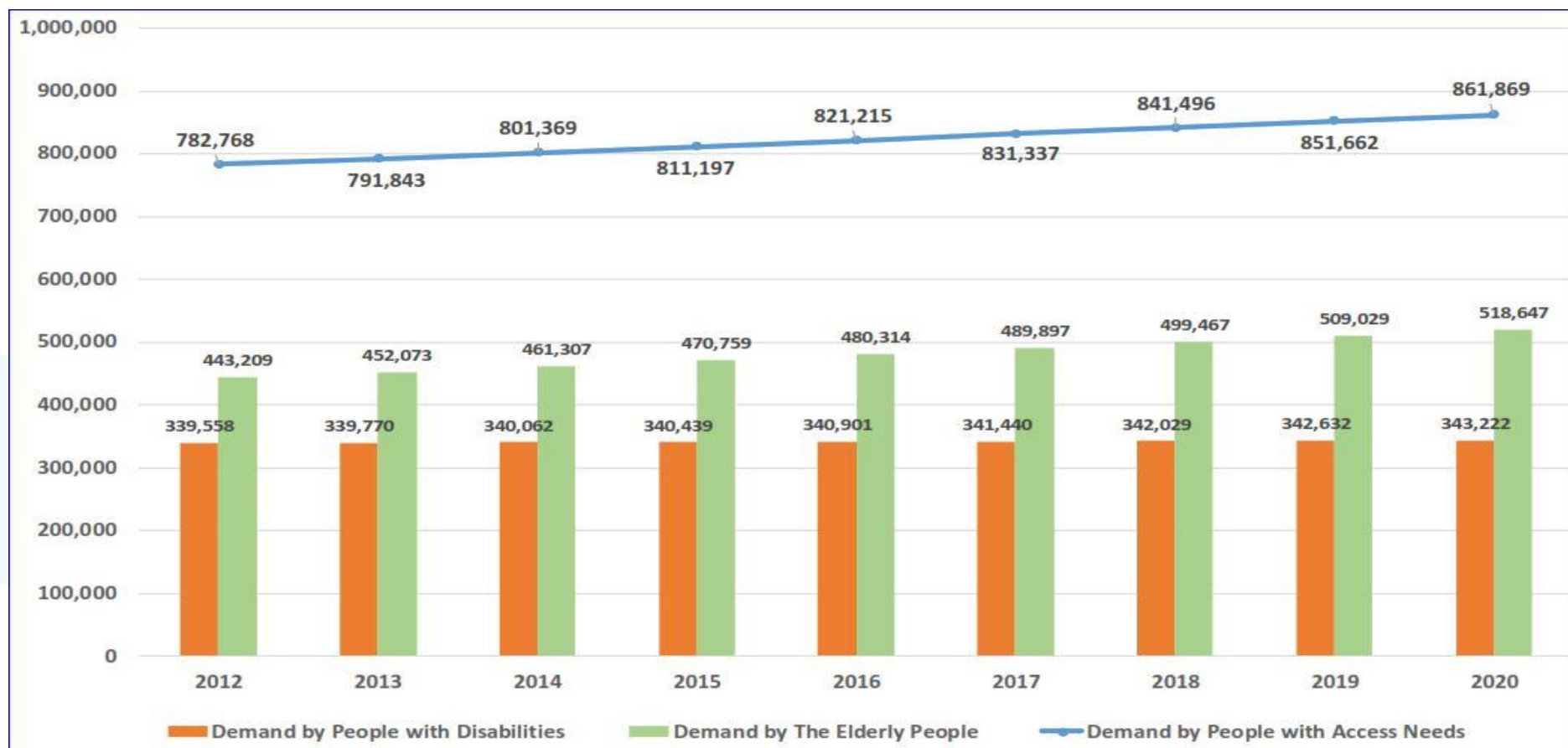
Minden 5. vendégéjszakát 65+ turista töltött el az EU-ban



Forrás: Eurostat, 2016

Akadálymentes turizmus

Az akadálymentes turizmus iránti kereslet alakulása 2012 és 2020 között
EU27 (ezer utazásban)



Orvosi turizmus

Az orvosi (medical) turizmuson mindazon utazásokat értjük, amelyek során az utazó **saját döntéséből egészségügyi beavatkozáson vesz részt**. Ezek a beavatkozások elsődlegesen a **hagyományos orvostudomány** kezeléseit jelentik, amelyeket kiegészíthetnek a **terápiás gyógyászat** (rehabilitációs és terápiás) módszerei.

Az orvosi turizmus általános trendjei:

- Az orvosi turizmus a fejlett országokban tapasztalható demográfiai trendek és az egészségügyi szolgáltatások magas költségigénye miatt **globálisan évről évre növekvő trendet** mutat. Terjedése elsősorban az **utazási költségek jelentős csökkenése** (fapados légitársaságok), illetve az **információs technológia fejlődésének** (információk széles körű hozzáférhetősége) köszönhető
- Ugyanakkor az egyes fogadó piacok szempontjából ezzel együtt mégis meghatározott **korlátokkal rendelkezik**, ezek közül a legjelentősebb annak **regionalitása**
- A páciensek általában olyan egészségügyi beavatkozások esetében döntenek külföldi szolgáltatók mellett, amelyekre **a lakóhelyük szerinti országban megkötött egészségbiztosításuk nem terjed ki**
- Az egészségügyi szolgáltatások igénybevételekor alapvető szempont a betegnek a beavatkozást végző orvosba, illetve az őt körülvevő stábba vetett **bizalma**

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Regionális
Fejlesztési Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE


MAGYAR
TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG

 **MAGYARORSZÁG**
A CSODÁK FORRÁSA