

Magyarországról a Tátrába, téli síelésre próbálják csábítani a turistákat Az ország egyúttal saját állampolgárait is arra próbálja ösztönözni, nyaraljanak itthon.



Magyarországról a Tátrába, téli síelésre próbálják csábítani a turistákat Az ország egyúttal saját állampolgárait is arra próbálja ösztönözni, nyaraljanak itthon. Az első reklámfilmeket már két szlovák tévéadó sugározza, valamint Csehországban, Hollandiában és Lengyelországban is elindították a kampányt. Magyarország egyelőre kimaradt – a reklámszakértők állítólag a téli idényre várnak. A magyar turisták jelentősen hozzájárulnak a dél-szlovákiai turizmus fejlődéséhez, ezenkívül közkedvelt célpontjuk a Magas-Tátra. Alexandra Ookayová, a Szlovák Idegenforgalmi Ügynökség munkatársa lapunknak elmondta: a magyar turistákat a legjelentősebb célcsoportnak tartják, nagyobb reklámkampányt azonban csak később indítanak. „Mivel nagy valószínűséggel jó minőségű téli felvételeket csak januárban tudunk készíteni, elképzelhető, az igazi kampányra csak az új évben lehet számítani” – magyarázta Ookayová. Magyarország látszólag más stratégiát választott: a londoni vagy az amszterdami repülőtéren óriásplakátokkal csábítják az embereket a magyar pusztára és Budapestre, ezzel szemben Szlovákiában még csak rölapokat sem osztogatnak. A Szlovákiát népszerűsítő reklámfilmekben hegyeket, barlangokat vagy aquaparkot látni – elsősorban fiatal családokat szeretnének megszólítani. Az új országimázs ellenzői elsősorban azt nehezményezik, hogy az anyagból hiányzik Pozsony. Ookayová szerint a fővárossal kapcsolatban patthelyzetbe került az ügynökség, mivel rá nem vonatkozik a strukturális alapok támogatása. „A főváros történeti és kulturális szempontból is kulcsfontosságú, mégis az összes programból ki kellett hagyni” – jegyezte meg Ookayová. Számos ország népszerűsítő filmjében szerepelnek közismert személyiségek. A magyarországi reklámkampányban például Tony Curtis amerikai színész vett részt, ráadásul ingyen. A sztár állítólag csak azért vállalta a dolgot, mert édesapja Magyarországról származik. Az Egyesült Államokban indított kampánynak nagy sikere volt, lényegesen több amerikai turistát vonzott Budapestre. Egyelőre nem tudni, mikor fogja képernyőkről híres filmcsillag invitálni Szlovákiába a turistákat. Az uniós pénzekből egy új logó finanszírozását is fedezték: Szlovákiát egy pillangó jelképezi. Ez fogja az országot jelképezni a külföld előtt, miként Párizst az Eiffel-torony vagy Londont a Big Ben. A háromszínű lepke szárnyain népművészeti elemek fedezhetők fel. Érdekessége, hogy szinte ugyanolyan lepkével próbálja már jó ideje népszerűsíteni saját országát egy japán ügynökség is. A különböző világkiállításokon így legkevesebb két hasonló lepke lesz. Reklámszakértők szerint ez jellemzi a legjobban kis országunk sokrétűségét, a hagyományokat, a kultúrát és a természetet. (dem) Nincs szerencsénk a hegycsúcsokkal Pozsony. Már egy félrelépésen is túl van a

Egy lepke nyarat csinál?

Írta: Új Szó

2005. augusztus 17. szerda - Módosítás: 2005. augusztus 17. szerda

reklámstratégiáért felelős ügynökség. A napokban ugyanis saját honlapján a Snižka fényképével kezdte csalogatni a turistákat országunkba. Aki tehát nyugati szomszédaink legmagasabb csúcsát akarta megtekinteni, annak nem Csehországba, hanem Szlovákiába kellett volna utaznia. A hibát már az ügynökség is észrevette, s a képet eltávolította a honlapról. A tévedést állítólag az a cég követte el, amely a felvételt küldte az ügynökségnek. De nem először fordult elő, hogy más országok természeti képződményeit jelentették ki szlováknak. Legemlékezetesebb Fedor Flašík ügynökségének a félrelépése: svájci hegycsúcsot tüntetett fel szlováknak. (dp)