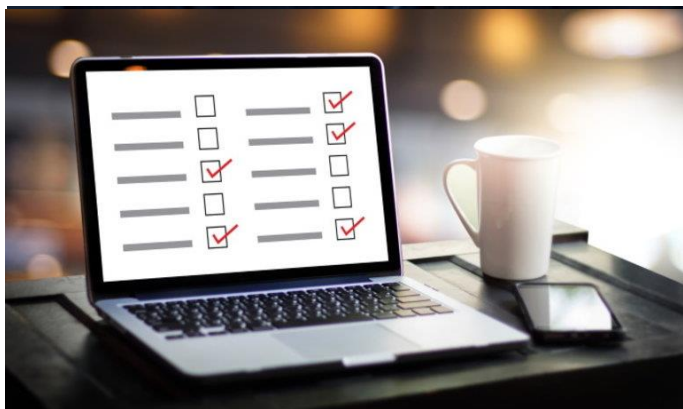


2022. november 10. 18. évfolyam 30. szám



MNB konjunktúra felmérés /2. oldal



Vadállatok /4. oldal



Túlsúly /7. oldal



Előnyt a helyinek! /9. oldal

TARTALOM

Szövetségi Hírek

2. oldal

- Lobbitevékenység
- Elismerés
- MNB konjunktúra felmérés
- Magyar Fenntarthatósági Csúcs – 2022

Tag- és társszervezeti hírek

3. oldal

- MGYOSZ

Külföldi Hírek

- Konjunktúra
- Mexikó

4. oldal

- Vadállatok

5. oldal

- Digitális marketing
- Gyorsjelentések

7. oldal

- Túlsúly
- Dagi tészta
- A vendéglátás fontossága
- Self Refill

8. oldal

- Segít a repi adó (eltörlése)
- Eatrenalin

Uniós Hírek

- Iskolai egészséges étkezés

9. oldal

- Előnyt a helyinek!

H-1113 Budapest, Bocskai út 77-79.

Tel: +36 1 202 5457 / e-mail: info@vimosz.org

Szövetségi Hírek

Lobbitevékenység

Társszövetségeinkkel közösen indított kormányzati megbeszéléseink a közeljövőben meghozhatják az első eredményeket. Reméljük a turizmusfejlesztési hozzájárulás felfüggesztését, a munkaerőmegtartó intézkedések és energiahatékonysági programok támogatásának beindulását. Targyalunk a vendéglátóhelyek NTAK bevezetési kötelezettségének későbbre tolásáról és a SZÉP kártya feltételek ideiglenes jobbításáról is.



Elismerés

Az MSZÉSZ közgyűlésén Marencich díjat kapott alelnökünk, az Oktatási Szekció vezetője dr. Szalók Csilla. Gratulálunk a jelentős elismeréshez.

MNB konjunktúra felmérés

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) kiemelt feladatának tekinti, hogy megismerje és folyamatosan nyomon kövesse a magyar vállalati szektor gazdasági helyzetét és kilátásait. Ennek kapcsán az MNB rendszeres konjunktúra felmérést végez a hazai vállalatok körében. Szövetségünk támogatta az MNB munkáját eddigi felmérések lebonyolításában. Együttműködésünknek köszönhetően a válság kezelését célzó intézkedések kidolgozásánál a jegybank vezetői több ezer vállalat válaszait ismerhették meg. Eddigi felméréseik eredményei megtalálhatók az MNB honlapján. Ezen a [linken](#) keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek 2022. november 15-ig van lehetősége.



Magyar Fenntarthatósági Csúcs – 2022

Szövetségünk Szakmai Partnerként támogatja a „Hogyan tovább Ember?” címet viselő konferenciát 2022. november 17-én Budapesten. A rendezvényhez online is lesz lehetőség csatlakozni. 13. alkalommal hívják össze a magyar társadalom és gazdaság felelőseit, az üzleti szektor képviselői mellett a tudomány, az oktatás, a kormányzat, a civil szervezetek felelős gondolkodóit és cselekvőit tudásuk egymással történő megosztására, annak érdekében, hogy világunk fenntartható, élhető maradjon. Részletes program és regisztráció ezen a [linken](#) keresztül érhető el.

— Tag- és Társszervezeti Hírek

MGYOSZ

Az MGYOSZ a legnagyobb európai munkaadói szövetségen, a BusinessEurope-on keresztül aktívan igyekszik részt venni az európai politika-formálásban és jogalkotásban. Hosszú évek után az európai szakszervezetek és munkaadók ismét olyan témában tárgyalnak egymással, melynek eredménye egy minden EU-s tagállam számára kötelező érvényű jogszabály lesz. Ez a téma pedig a távmunka európai szintű szabályozása. Az alábbi [link](#)en lévő kérdőív kitöltésével, a munkahelytől távol végzett munka tapasztalatainak megosztásával segíthetjük munkájukat.



Külföldi Hírek

Konjunktúra



Megjelent a DEHOGA legfrissebb konjunkturális felmérésének eredménye. Eszerint októberben az értékesítési forgalom még mindig 5,9%-kal a 2019 októberi mögött áll, míg az év első 10 hónapjára vonatkozó visszaesés mértéke 9,5%, tehát a válság előtti szinttől az elmaradás számottevő. A válaszadók 18,5%-a mondta,

hogy tehercsökkentő támogatás hiányában üzlete feladására kényszerülhet. A válaszadók 54,9%-a ítélte karácsonyi várakozásaikat jónak vagy kielégítőnek, 45,1% azonban rossznak. A cégek az aktuális legnagyobb kihívásnak az energiaköltségeket (89,3%), az élelmiszerköltségeket (83,2%) és a személyzeti költségeket (66,7%) tartják. A válaszadók 56,9%-a érzi úgy, hogy a magas energiaköltségek veszélyeztetik tevékenységük fenntartását. A helyzetre jellemző a tradicionális ünnepi menü, a liba éttermi konjunkturális helyzete, a megemelkedett beszerzési árak okán az üzletek 76,1%-a olcsóbb alternatív ajánlattal is készül. Ez 63,9% szerint vadhús, 51,1% szerint kacsa, 40% szerint marhahús lehet.

Mexikó

A Szövetségi Turisztikai Minisztérium bejelentette, hogy az év első kilenc hónapjában a cancúni nemzetközi repülőtér már 7,1 millió nemzetközi turistát vonzott, ami országosan továbbra is a legnagyobb külföldi utasforgalmat bonyolító terminál. A cancúni terminál a mexikóvárosi nemzetközi repülőtérrel (AICM) és Los



Cabosszal együtt 11,7 nemzetközi turistát vonzott, ami 62%-kal több, mint 2021-ben, így 6,5%-kal meghaladta a 2019-es nemzetközi turistaérkezéseket, amikor 11 millió utazó érkezett erre a három repülőtérre a referencia-időszakban. Mexikó legfontosabb nemzetközi piaca továbbra is az Egyesült Államok, több mint 9,7 millió látogatóval, amelyből több mint 4 millió fő érkezett a cancúni nemzetközi repülőtéren keresztül. Az ország második legnagyobb forrása Kanada, 1,1 millió látogatóval, amelyből 616 752-en szintén Cancúnon keresztül érkeztek, ami 56,3%-ot jelent az év első kilenc hónapjában. A harmadik legfontosabb piac 632 134 látogatóval már Kolumbia, megelőzve az Egyesült Királyságot - amely a negyedik helyre szorult vissza 430 735 utazóval (79,6%) -, Spanyolországot (273.710 utazóval nemzeti szinten), Franciaországot, Brazíliát és Argentínát. Ebből a látogatószámából 308 780 fő érkezett az országba Cancúnon keresztül, azaz 48,8%. Az év harmadik negyedévének végén a cancúni nemzetközi repülőtér (AIC) példátlan, 15,6%-os növekedést produkált a járvány előtti szinthez képest. Az Aeroportos del Sureste (Asur) konzorcium által készített havi jelentés szerint az év első kilenc hónapjában a terminál már 22,3 millió utast mozgósított, vagyis 3 millióval többet, mint amit 2019 azonos időszakában, amikor 19,3 millió utasról számolt be a repülőtér (www.tourism-review.com).

Vadállatok



A vadon élő állatokkal kapcsolatos turizmus globális piacának értéke ma 135 milliárd USD és 2032-re várhatóan 219,9 milliárd USD-t fog érni. Ma, amikor az ökológia és a környezetért folytatott küzdelem mindenhol jelen van, a turisták a városiasodással járó gondok helyett inkább a turizmusnak ezt a formáját részesítik előnyben. Az utazók érdeklődnek a különböző növény- és állatfajok iránt és ez megköveteli számukra a szállodák, a helyi ökoturisztikai szereplők, az utazásszervezők, a vendégházak stb. biztosítását. Ez a

tényező a Turisztikai Világszervezet (WTO) nemrégiben készült tanulmánya szerint várhatóan fellendíti a vadon élő állatok turizmusának piacát az elkövetkező években, a vadrezervátumok további bevételi forrásait pedig a rövidfilm- és filmforgatások, az iskolai és egyetemi túrák és nem utolsósorban a vadfotósok képezhetik. Az Instagramon végzett tanulmányok is bizonyítják, hogy a vadon élő állatok fotózása egyre szélesebb körben elterjedt, az ezredfordulósok (2000 körül születettek) karrierlehetőséget is felfedeznek ebben. Számos vadon élő állatvilágáról ismert természetvédelmi terület van, ilyen például a Lone Pine Koala Sanctuary (Brisbane, Ausztrália), a Noah Arc (Georgia, USA) vagy a Chengdu Moonbear Rescue Center (Kína). Viszont India rendelkezik a világ legtöbb vadvédelmi központjával (pl. Kanha Nemzeti Park, Ranthambore Wildlife Sanctuary vagy a Corbett Nemzeti Park), ahol a turisták tigrisek látványában gyönyörködhetnek. A vadon élő állatokkal kapcsolatos turizmus piacán azonban Afrika áll az élen a turistáknak kínált lehetőségekkel, mint például a vadon élő állatok légi megtekintése Tanzániában és Kenyában, a hőlégballon-szafarik és az erre a piacra jellemző termékek. (Tourism Review)

Digitális marketing

A marketing új korszakában a közösségi média dicséretesen növekszik. Az utazók számára lehetővé teszi, hogy részletesen tájékozódhassanak az adott helyről, eldönthessék és megszervezhessék az utazást az adott helyre, tanulmányozhassák a többi látogató értékelését és visszajelzéseiket a különböző platformokon véleményként megoszthassák. Egy



kanadai székhelyű utazási és turisztikai marketingügynökség, a Radonic+ segít ügyfeleinek abban, hogy a közösségi médiában népszerűsítsék vállalkozásukat. Stratégiát készítenek az utazási irodák és szállodák márkaépítéséhez és marketingjéhez. A Marriott Hotel a Radonic+ egyik ügyfele és a szállodát a közösségi média és a desztinációs piac segítségével népszerűsítik. Ezáltal a globális közösségi média- és úti cél piac becsült értéke 2022-ben 120 milliárd USD és az előrejelzések szerint 2032-re eléri a 407,35 milliárd USD-t, 2022 és 2032 között 13% feletti éves növekedési rátával. A szolgáltatás típusa esetében mind a virtuális, mind a fizikai túra iránt nagy lehet a kereslet. A közösségi médiában megjelenő hirdetések könnyen elérhetők és könnyen navigálják a felhasználót a weboldalon keresztül az információk áttekintésétől a weboldalon történő végső foglalásig. Továbbá a közösségi médiában megjelenő hirdetések vonzóak és interaktívak. Az alkalmazás használói között szinte minden típusú utazási iroda, szálloda, légitársaság, egyéb utazási aggregátor megtalálható. A közösségi média és a desztinációs piac vezető gyártói a promóciós stratégiákra, a korszerűsítésekre és a technológiai fejlesztésekre, valamint az új fúziós stratégiákra összpontosítanak, amelyek világszerte a közösségi média és a desztinációs piac értékesítésének növekedését ösztönzik. A közösségi média és a desztinációs piacán jelen lévő főbb szereplők többek között az Accord, MMGY Global, DCI Marketing, Screen Pilot, Net Affinity, Sojern, Cendyn, Digital Coconut, Guestcentric, Avvio, Olive Group, Ten 26 Media, Sagittarius, Radonic Rogers Strategy+. (TravelDailyNews)

Gyorsjelentések



Starbucks

A cég vezetését ideiglenes jelleggel harmadszor is visszavevő Howard Schultz jelentette be a társaság negyedéves eredményeit. A világ legnagyobb kávézólánca utóbbi időben megemelt árai ellenére rekord nyári forgalmat ért el, az előző évi értékhez képest 3%-os növekedéssel 8,4 milliárd dollárra emelkedett az utolsó negyedév értékesítési forgalma. A megemelkedett kiadások, főként a magas bérek hatására azonban az eredményesség erősen lecsökkent, a negyedéves 878 millió dollár eredmény csak mintegy fele az előző évinek. Az értékesítés organikus növekedése 7% volt köszönhetően az átlag számlaérték 8%-os növekedésének. Az amerikai piacon ez utóbbi növekmény 10% volt. A negyedév során 763 újabb boltot nyitott és ezzel 35 711-re növekedett üzletei száma, melyből 51% saját üzemeltetésű, 49% licenz alapon működik.

15 878 üzletük van az USÁ-ban, 6021 Kínában, így az ottani bezárások komoly negatív hatással jártak. Schultz márkájuk újrafelfedezése címén vezeti aktuális programját, melynek célja, hogy 2023-tól egy felgyorsított, fenntartható, hosszútávú, nyereséges növekedési folyamat történjen és növeljék értékteremtési kapacitásukat. A célok elérése érdekében komoly beruházásokat tesznek.

Megfordult pizzatrend

A Technomic piackutató cég elemzési számai alapján a világ legnagyobb pizzalánccainak növekedése visszafordult. A számok a forgalmak normalizálódására, a pandémia előtti étkezési szokásokhoz való visszatérésre utalnak. Az USÁ-n kívüli piacokon 12 675 egységgel jelen levő, így a világban legnagyobb Domino's lánc második negyedévi forgalma 2,2%-kal csökkent, szemben a 2021 évben tapasztalt 13,9%-os növekedéssel. A Pizza Hut 12 041 nemzetközi üzlete forgalmában 2%-os volt a visszaesés, míg a Papa Jones visszaesése egyenesen 8% volt szemben az előző évi 21,2%-os növekedéssel.



McDonald's



A McDonald's is közzétette harmadik negyedéves forgalmi jelentését. Világszinten organikus növekedésük 9,5% volt, az USA piacán pedig 6,1% az egymást követő 9. növekedést mutató negyedév. A jó eredmények magyarázata az áremelésekben, a növekvő vendégszámban, a kiszállítások és a digitális értékesítés jelentőségének növekedésében található. A negyedéves árbevétel 5,87 milliárd dollár volt, ami 2,12 milliárd saját üzemeltetésű eladásból és 3,67 milliárd egyéb bevételből (mint franchise díjak) tevődött össze. A lánc 6 legnagyobb piacán az összes digitális értékesítés 7 milliárd dollárt ér el, ami az érintett piacok forgalmának egyharmadát meghaladó mértékű. A legerősebb növekedést a nemzetközi fejlődő piacok jelentették, ahol a kínai visszaesés ellenére főként Braziliának és Japánnak köszönhetően 16,7% volt a forgalomnövekedés.

Sodexo

A Sodexo csoport új elnökszonya, Sophie Bellon büszkén számolt be a 2022-es üzleti évük előzetes eredményeiről. Forgalmuk 21,1 milliárd euróig emelkedett, ami 21,2%-kal haladja meg az előző évit. Ez 16,9% organikus növekmény, 5,5% devizahatás és -1,2% cégeladás hatások eredőjeként alakult ki. E számok alapján az elnökszony 8-10%-os organikus növekedést vár 2023 évre is.



Túlsúly

Az amerikai szövetségi repülésügyi hivatal nagyon szigorú súly- és egyensúly előírásokat támaszt a légitársaságokkal szemben. Így a Covid időszak hatására kialakult népesség-súlygyarapodás következtében (a felnőtt amerikaiak 48%-nál volt tapasztalható súlygyarapodás a Covid alatt, melynek átlag mértéke 13 kg volt) kénytelenek üres székekkel repülni. Korábbiakban úgy számoltak, hogy 65 kg volt egy átlag női utas és 83 kg egy átlag férfi utas a kézipoggyászával együtt. Ez most 81 kg-ra nőtt a hölgyeknél és 90,7 kg-ra a férfiaknál. Téli utazás esetén a ruházat különbsége további 2,2 kg többletsúlyt jelent. A United már megkezdte, hogy a középső hat üléséből hármát üresen hagy a Boeing 757-esein.



Dagi tészta

A Japánban 850 éttermet üzemeltető Marugame Udon 2021-ben megkezdte európai terjeszkedését. Az akkori londoni nyitást azóta további öt üzlet követte a brit fővárosban és még hatot nyitnak a jövő év elején Angliában. 2027-ig további 150 nyitást terveznek egész Európában. Európával párhuzamosan Amerikában is történt már 12 nyitás.

A vendéglátás fontossága

A Fraunhofer Intézet legújabb tanulmánya szerint az értéktöbblet előállítás (355,3 milliárd euró) és a foglalkoztatottak száma (4,1 millió fő) alapján Németország három legjelentősebb gazdasági ága közé tartozik a turizmus-vendéglátás. Az értéktöbbletben csak az autóipar előzi meg és teljesítménye 40%-kal haladja még a harmadik helyezett gépgyártását.



Self Refill

Már sörre is. A holland határ közelében található a The Unbredit, brit jellegű német pub. Rendkívül magas fokú digitalizációja és a személyzethiány okán elkezdte bevezetni a sör csapolásnál is az önkiszolgálást.

Segít a repi adó (eltörlése)

Az amerikai éttermi szövetség, az NRA és az USTA utazási irodai szövetség egyaránt örömmel üdvözölte egy republikánus és egy demokrata képviselő közösen benyújtott törvénytervezetét, a „szolgáltatásban dolgozók gazdasági stabilizálása” törvényt. Ez szövege szerint az üzleti utazást és a személyes találkozások elszámolható költségeit kívánja egyenlő módon elbírálni az egyéb jogos vállalalkozási költségekhez hasonlóan, adómentesen annak érdekében, hogy támogassák a kis- és középvállalkozásokat és az érintett vendéglátó-szórakoztató ágazatban dolgozó alkalmazottakat. Az e tevékenységekre alkalmazott adóteher eltörlése segíthet a turizmus és vendéglátás revitalizációjában, hiszen azt súlyosan érintették az állam által előírt kötelező lezárások. Most pedig komoly negatív hatásokkal néz szembe a megemelkedő költségek és infláció alapján, melyek eredményeként az üzleti utazás normalizálódása 2027 előtt nem várható.



Eatrenalin



Európa legnagyobb szórakoztató parkja a dél-badeni Rustban található Europa Park Eatrenalin néven új, páratlan gasztronómiai attrakciót indított be a héten. Esténként mintegy 200 vendég részesülhet egy nyolc fogásos menüben 195 euróért. A kb. 2 órás élmény során lebegő székekben foglalnak helyet a vendégek, akik a program során különféle kombinációkban ülnek egymással szemben és mellett. Útjuk során a szórakoztatópark üzemeltető, Mack virtuális médiája és ötletgazdái ledfalak és egyéb vetítések, téma termek között hordozzák a vendégeket, akik érezhetik magukat a tenger alatt vagy akár a Holdon letekintve a Földre a gasztronómiai út különféle állomásain, mint Discovery, Ocean, Taste, Umami, Universe és Incarnation. A 20 millió eurós beruházással beindított projekt iránt már most több száz sorban álló fogyasztó érdeklődött. Így tervezik, hogy a koncepciót a világ néhány nagyvárosában, mint Hong Kong, Las Vegas, London, hamarosan lemásolják.

Uniós Hírek

Iskolai egészséges étkezés

Az Európai Parlament Mezőgazdasági Bizottságának (AGRI) vitája során a képviselők felvetették, hogy az EU iskolai gyümölcs-, zöldség-, tej- és tejtermék-programja jobb finanszírozást és egyszerűsítést igényel. A vitára azért került sor, mert az EU Bizottsága 2023 negyedik negyedévében tervezi közzétenni az uniós iskolai gyümölcs-, zöldség- és tejprogram felülvizsgálatát. A képviselők az Európai Parlament Kutatószolgálatának (EPRS) tanulmányára

hivatkoztak, amely rámutat, hogy a program messze nem minden tagállamban sikeres és hogy a gyerekeknek szociális-gazdasági háttérüktől függetlenül egészséges és fenntartható élelmiszerekhez kellene hozzáférniük. Egyes képviselők üdvözltek a program megerősítését és hangsúlyozták az élelmezési nevelés fontosságát, míg mások szerint túl kevés iskola vesz részt a programban és a túlzott tejfogyasztás negatív környezeti következményekkel jár. Többek az adminisztratív nehézségeket kritizálták és felvetették a friss, bio, helyben termesztett és szezonális termékek biztosításának szükségességét. A Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Főigazgatóság emellett társadalmi vitát nyitott a gyümölcs-, zöldség-, tej- és tejtermékekre vonatkozó uniós iskolai programról, amely november 14-ig tart. Ebben részt vehetnek a nemzetközi érdekelt felek (szövetségek, hálózatok és lobbiszervezetek, az uniós intézmények, szervek és ügynökségek személyzete, az EU tagjai, képviseleti szervek) és a nemzeti érdekeltek (hatóságok, tudományos körök,



Előnyt a helyinek!

Október 11-én a fenntartható városfejlesztés mellett elkötelezett, több mint 2500 helyi és regionális önkormányzatot tömörítő, a Helyi Önkormányzatok a Fenntarthatóságért (ICLEI) hálózat egy kiáltványt terjesztett elő a Régiók Európai Bizottságának ülésén. A kiáltvány célja többek között annak biztosítása, hogy a közétkeztetésben az egészségesebb, fenntartható módon előállított és megfizethető árú regionális élelmiszerek elsőbbséget élvezzenek. A régiók hálózata azt is elmondta, hogy a közbeszerzéseket eszközként kell felhasználni a regionális élelmiszeripari termékek nagyobb támogatásának ösztönzésére. Ezzel a helyi üzleti ciklusok és ezáltal az európai városok, közösségek és vidéki területek fenntartható fejlődésének erősítését kívánják elérni. A felhívás a "Farm to Fork" stratégiában vállalt azon kötelezettségre épül, hogy a fenntartható élelmiszer-beszerzésre vonatkozó kötelező minimumkövetelményeket állapítanak meg. Ez az intézkedés azon erőfeszítések részeként fogant, amelyek célja, hogy a városok, régiók és hatóságok kivegyék a részüket a fenntartható élelmiszerek beszerzéséből az iskolák, kórházak és közintézmények számára és a fenntartható gazdálkodási rendszereket, például a biogazdálkodást is ösztönözze.