

# HÍRLEVÉL

2023. július 19. 19. évfolyam 17. szám



**PANTOUR kérdőíves felhívás /2. oldal**



**A TikTok térhódítása a turizmusbán /3. oldal**



**Csökkenő tranzakciósám /5. oldal**



**Európa turizmusa /7. oldal**

## TARTALOM

### Szövetségi Hírek

#### 2. oldal

- PANTOUR kérdőíves felhívás
- EPR és termékdíj nyilvántartás
- MICE Business Day 2023

### Tag- és társszervezeti Hírek

#### 3. oldal

- Gundel Károly - díj
- MGYOSZ workshop

### Külföldi Hírek

- A TikTok térhódítása a turizmusbán

#### 4. oldal

- TikTok MICE
- Home Office
- Döntés a Musk – Zuckerberg csatában?

#### 5. oldal

- Minimálbér
- Nem lesz minden nap
- Max Tchibo
- Csökkenő tranzakciósám

#### 6. oldal

- ÁFA-védelem
- Piackutatási csúcs
- Területarányosan nem rossz
- Felhőbiztonság

### Uniós Hírek

#### 7. oldal

- Európa turizmusa

## Szövetségi Hírek

### PANTOUR kérdőíves felmérés

A VIMOSZ konzorciumi partnerként tagja a PANTOUR európai partnerségi projektnek, ahol a konzorcium célja, hogy innovatív megoldásokat dolgozzon ki a turizmus készségigényének kielégítésére, olyan eredmények kifejlesztésével, mint pl: ágazati készségfigyelő rendszer (Sectoral Skills Intelligence Monitor), készséglabor, oktatók forráskönyve, 2026-2036 közötti készségstratégiai terv, stb. Eredményeikkel a PANTOUR az álláskeresők, a munkanélküliek és a turisztikai ágazatban dolgozó munkavállalók, a munkaadók és a KKV-k igényeit kívánja szolgálni. **Ezért különös figyelmet szentel a munkaerő átképzésének és továbbképzésének a jövőbeli készségigények alapján.** Annak vizsgálatára, hogy van-e szakadék a turisztikai ágazat jelenlegi készségszintje és a 2030-ban szükséges jövőbeli készségek között, összeállítottunk egy kérdőívet, amiben a három legfontosabb készségcsoport -a digitális, a zöld és a szociális készségcsoport jelentőségét kívánjuk feltérképezni a turisztikai-vendéglátó vállalkozások szemszögéből. A felmérés egyidejűleg zajlik tíz európai országban: Spanyolországban, Olaszországban, Hollandiában, Írországban, Portugáliában, Görögországban, Finnországban, Németországban, Bulgáriában, Magyarországon. **Ezúton szeretnénk felkérni Önöket, hogy a kérdőív kitöltésével segítsék a felmérést. A kérdőív az alábbi [linken érhető el, magyarul tölthető ki, kitöltése kb. 10-12 percet vesz igénybe.](#) Tisztelettel kérjük, hogy a kérdőív linkjét osszák meg munkatársaikkal is! Előre is köszönjük a közreműködésüket.**



### EPR és termékdíj nyilvántartás



A Kiterjesztett Gyártói Felelősségi (EPR) díjról szóló 2023. július 1-jén hatályba lépő jogszabályok sok új feladatot jelenthetnek egyes vállalkozásoknak. A Körforgó célja, hogy az EPR-rel kapcsolatos jogszabályok adminisztratív feladatainak a nyomkövetésére egy informatikai rendszert nyújtson, amibe szövetségünk betekintést kapott. A rendszer képes termékek, illetve termékösszetételek kezelésére és nyilvántartására és az ezekkel kapcsolatos megfelelő adatszolgáltatásra az illetékes hatóságok felé.

A termékek kódjainak megadásában is segítséget nyújt a szoftver, így egyszerűbbé teszi az adminisztratív feladatokat. Ezen kívül a Körforgó kiszámítja a fizetési kötelezettségeket és ezekről naprakész kimutatást is tud nyújtani (a termékdíjról és a gyártói felelősségi díjról külön-külön egyaránt), ezzel segítve a negyedéves adatszolgáltatás melletti fizetési kötelezettségekkel való tervezést. Felhívjuk érintett tagjaink figyelmét, hogy mivel kötelező az adatszolgáltatás és a díjbefizetés a MOHU részére, ezért mérlegeljék egy rendszer alkalmazását. Ha cége hulladékos adatszolgáltatásra kötelezett, akkor a Hulladékweb alkalmazása jelenthet egy megoldást.

### MICE Business Day 2023

Elindult a jelentkezés a 2023. október 26-án a Hungexpo Kongresszusi Központban megvalósuló MICE Business Day-re. Kiállítóként július 31-ig kedvezményesen foglalhatók le asztalok az eseményre.

Várják a kiállítók jelentkezését, akik:

- új vagy megújult üzleti turisztikai szolgáltatásukat kívánják bemutatni
- rendezvényhelyszínt vagy egyéb rendezvényszolgáltatást kínálnak
- AV-szolgáltatóként megmutatnák technikai portfóliójukat
- rendezvénycatering-szolgáltatásaikat prezentálnák a szakmának
- speciális programszervezőként új ötleteik vannak, amellyel színesítik a rendezvényszakmát



- új szakmai kapcsolatokat építenének, vagy a meglévő partnereikkel személyesen találkozónának

A részvételi és kiállítási lehetőségekről szóló információk, valamint a regisztrációhoz szükséges tudnivalók a rendezvény hivatalos honlapján érhetőek el. A rendezvényt kapcsolatos kérdéseket a [mice@turizmus.com](mailto:mice@turizmus.com) e-mail címre várják.

## Tag- és társszervezeti hírek

### MGYOSZ workshop

Szövetségünk részt vett a Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetségének szenárió építő workshopján, melynek célja az volt, hogy a munkaerőpiaccal foglalkozó, de különböző szakterületen dolgozó szakemberekkel közösen szenáriókat dolgozzon ki arra, hogyan fog kinézni a magyar munkaerőpiac 2035-ben. A workshop az MGYOSZ Strategic foresight projektjének a része.



### Gundel Károly - díj

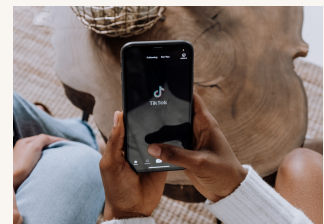


A Magyar Vendéglátók Ipartestülete Gundel Károly vendéglős és gasztronómiai szakíró munkásságának emlékére idén 10. alkalommal is meghirdeti felhívását a Gundel Károly – díj elnyerésére. A díjra az jelölhető, aki a magyar vendéglátás területén kiemelkedően sikeres tevékenységével minimum 25 éve jelen van, feddhetetlen szakmai múlttal és példamutató életúttal rendelkezik, a magyar vendéglátás történelmi hagyományait ápolja és annak megújulása iránt elkötelezettséget érez, a fiatal generáció szakmai elismerést a vendéglátó szakma legjobbjai kaphatják, évente legfeljebb hárman. A Gundel Károly-díj odaítélésére bárki javaslatot tehet. Ennek feltétele az MVI honlapjáról letölthető adatlap kitöltése és visszajuttatása a szervezet címére 2023. szeptember 8. péntek éjfélig. Az Ipartestület a díjazottak nevét Gundel Károly születésnapja (szept. 23.) előtt 1 nappal, 2023. szeptember 22-én pénteken 11 órakor, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeumban tartott sajtótájékoztatón hozza nyilvánosságra. Bővebb információ és a Gundel-díj adományozására vonatkozó szabályzat a Magyar Vendéglátók Ipartestületének honlapján, a [www.mvi.hu](http://www.mvi.hu) oldalon érhető el.

## Külföldi hírek

### A TikTok térhódítása a turizmusban

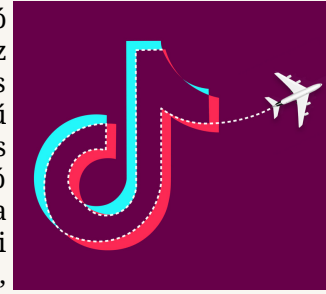
A világhírű applikáció már nem csak a mindennapi életünkben játszik hatalmas szerepet, de egy új innovatív felülete lett az újonnan megjelenő utazási szokások kialakulásának a francia nyaralók közt. A rövid formátumú videók segítségével olyan desztinációkat és attrakciókat emelnek ki a felhasználók, amik eddig egyáltalán nem szerepeltek a turisztikai térképeken. Ezt mind igazolja, hogy az utazással kapcsolatos hashtagek mennyire széles körben elterjedtek: a #TravelTok-on 9,9 milliárd, a #voyage-on 6,7 milliárd, a #tourisme-on pedig 410,5 millió megtekintés van. Érdekes, hogy már az élmezőnyös utazásszervezők is, mint a Booking.com is beszálltak a trendbe, a #TikTokMadeMeBookIt hashtag például az ő kampányuk része volt az oldalon, ami arra ösztönözte a felhasználókat, hogy rajtuk keresztül foglalják következő nyaralásukat és ezzel a jelöléssel posztoljanak az oldalra. Ez láthatóan sikeresnek mondható 125 milliós megtekintéssel (Travel Daily News).





## TikTok MICE

Több mint 1 milliárd felhasználójával a TikTok az utazási inspiráció vezető közösségi médiaplatformjává vált. Mind a fogyasztói, mind az üzleti utazások terén a TikTok a prémium utakkal való dicsekvés kijelölt közösségi médiaplatformjaként jelent meg. A Holidu nevű német nyaralókölcsonzési ügynökség által nemrégiben végzett kutatás feltárta Európa legnépszerűbb városait a TikTokon található megtekintés számok és hashtag-ek alapján. Franciaország négy városa mellett Írország, Portugália és Hollandia is bekerült a TikTok-képes úti célok top tízes listájába. Az ötödik helyen a németországi Stuttgart áll, 9,2 milliárd TikTok megtekintéssel, Berlint és Münchent is maga mögé szorítva. A Z generáció felfedezte a város hihetetlen ételkülönlegességeit, esztétikus fotóhelyeit és kulturális látnivalóit, amelyek vonzóak a TikTok közönség számára. A 4. helyezett a francia Lyon városa, 9,3 milliárd megtekintéssel. Lyon történelmi épületei, gyönyörű terei és lélegzetelállító hídjai csodálatos háttérrel nyújtanak egy ájulatra méltó TikTokhoz. A harmadik helyen Anglia vezető városa, Londont megelőzve, Manchester áll 10 milliárd megtekintéssel. A kreativitást, a kultúrát és a szórakozást bemutató utazáshoz Manchester a megfelelő úti cél. Európa második legtöbb TikTok-ot használó városa Párizs 65 milliárd megtekintéssel. Párizs hihetetlen helyszínével és élményekkel várja a küldötteket. Az első helyen Spanyolország vezető tengerparti városa, Barcelona áll 106 milliárd megtekintéssel. Ikonikus utcái, napsütötte strandjai és lenyűgöző építésze tökéletes háttérrel biztosít a tartalomkészítők számára, hogy kibontakoztassák kreativitásukat. A lista további helyezettjei: Porto (6), Amszterdam (7), Marseille (8), Dublin (9), Bordeaux (10) (C&IT Bulletin).



## Home Office



A Német Statisztikai Hivatal közzétette adatait a németek home office felhasználásáról, amit a munkahelyi vendéglátó cégek már régóta éreztek a lecsökkent látogatószám alapján. A számok szerint 2022-ben a foglalkoztatottak 22,4%-a dolgozott legalább alkalmanként otthonról, ez egy minimális visszaesés a korona idők végén mért 24,9%-hoz képest, de értelemszerűen jóval meghaladja a 2019-ben a korona idők előtt mért 12,8%-ot. Az arányok ágazatonként eltérőek: az IT szolgáltatók ¾-e használja az otthoni munkavégzés lehetőségét, a biztosítók és nyugdíj kasszák alkalmazottainak 70,4 %-a dolgozik otthonról, ugyanakkor az egészségügy (6,6%), az építőipar (7,8%), vagy a kiskereskedelem (8,3%) dolgozói jóval kisebb arányban tudják igénybe venni a home office-t. Az EU-ban egyébként 22,6% a home office-t igénybe vevők aránya. Az éllovas Hollandia 53,2%-kal, akit Svédország követ 45%-kal, míg a listán 40,6%-kal harmadik Finnország. Romániában és Bulgáriában a foglalkoztatottak mindössze 4%-a használja a home office-t.

## Döntés a Musk – Zuckerberg csatában?

Az afganisztáni tálibok egyik kommunikációs vezetője Anas Haqqani azt jelezte, hogy a Twitter az a platform, amelyik tartja magát a szólásszabadság alapelvehez, hiteles és biztosítja a közhozzáférhetőséget. Ennek alapján ez kormányuk fő platformja a hivatalos bejelentéseikre és emellett a legtöbb kormányhivatal is saját Twitter fiókkal rendelkezik. A META Threads-ét 'kiírta' a versenyből, lévén, hogy intoleráns politikát folytat (a META aktívan zárja le a tálibokhoz köthető felhasználói fiókokat). Eldőlt a meccs? A Twitter hirdetésbevételeinek 50%-át vesztette el Musk eheti közlése szerint.





## Minimálbér

Legutóbbi számunkban szót ejtettünk róla, hogy 12,41 EUR-ra fog emelkedni a német minimálbér. Láthatóan közelednek a bajorországi helyhatósági választások, ezt az is alátámasztja, hogy a jelenlegi nem túl erős pozícióban lévő SPD vezetője bedobta a követ az állóvízbe: Münchenben 16 eurós minimálbér alkalmazását javasolja.

## Nem lesz minden nap

Fizetéseképtelenné vált a BrunchCo UK Limited, a belga Le Pain Quotidien pékség és kávézó brit üzemeltetője. A londoni központú cég csak 2020 júniusában vásárolta meg a brit üzletágot, ennek ellenére 2023. június 29-én kénytelen volt megszüntetni minden tevékenységét. Összesen 7 londoni és egy oxfordi egységet zártak be, így csak egy kávézója maradt az Egyesült Királyság piacán, a St. Pancras londoni nemzetközi vasútállomáson, amelyet a BrunchCo UK testvérvállalata fog ezentúl üzemeltetni. A vendéglátó- és alkalmi étkeztetési szektor egyes részeire nehezedő nyomás jól ismert. A főként londoni székhelyű BrunchCo UK Limited a fővárosban tapasztalható alacsonyabb látogatottság, a magas bérleti díjak és a megnövekedett munkaerőköltségek mellett csökkenő eladásoktól szenvedett. A márka belgiumi otthonában azonban egyelőre nem szándékoznak lemondani a brit piacról. Annick Van Overstraeten, a belga Boulangerie márka vezérigazgatója elismerte, hogy a Brexit utáni London nagyon nehéz piaccá vált, a bérleti díj a költségvetés akár 30%-át is elérheti. Hozzátette még, hogy a Nagy-Britanniában tapasztalt nehézségek ellenére a Le Pain Quotidien pékség és kávézó már 15 országban jelen van, és ez év végéig 5 új országgal fognak bővülni (foodservice.de).



## Max Tchibo



Június elején nyitotta meg első kávézóját, a Kaffee Maxot Ausztriában a Tchibo, Bécs szívében a Bauernmarkton. A már meglévő 130 tipikus osztrák Tchibo üzlet után a Németországban már sikeres kávébárok hálózatát szeretnék itt is kifejleszteni. A modern kinézetű létesítmény a nevét a cég alapítójának, Max Herznek a tiszteletére viseli. A 8 férőhelyes belső térben kizárólag fenntarthatónak minősített, kiváló minőségű kávé, valamint egy válogatott ételprogramot (sós bagelek, croissantok, édes sütemények) kínálnak megfizethető áron. Az italok minősége egyértelműen prioritás. Ennek megfelelően a kávékülönlegességeket képzett baristák készítik, és 13 forró specialitás vagy hideg kávé-teakülönlegességek kínálata mellett 5 frappé közül is választhatnak. A Tchibo Ausztria szóvivője szerint a további kávébárok nyitása a vásárlóik bécsi kávébárban szerzett tapasztalataitól és visszajelzéseitől függ.

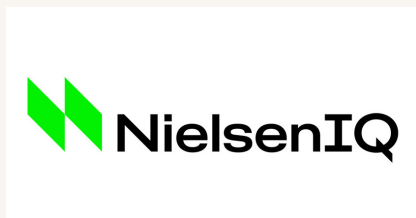
## Csökkenő tranzakciószám

2022 első feléhez (január-június) képest 2023 első felében 38,8%-kal csökkent az utazási és turisztikai szektorban kötött cég eladási ügyletek száma, 596-ról 365-re. A vállalatfelvásárlások és összeolvasztások száma 42%-kal, a kockázati tőkebefektetések 33%-kal, a befektető társaságok beruházásai 30%-kal csökkentek. Számos tényező befolyásolja az üzletkötési aktivitást, és ezek közül kiemelkednek az emelkedő kamatlábak, a recessziótól való félelem és a folyamatos geopolitikai feszültségek. Az USA-ban változatlanul 48%, Európában, az ázsiai-csendes-óceáni térségben, a közel-keleti és afrikai régiókban, valamint a dél- és közép-amerikai régiókban 46%-os, 19%-os, 20%-os és 23%-os csökkenést regisztráltak. Az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Indiában, Ausztráliában, Franciaországban, Dél-Koreában, Japánban és Spanyolországban ezen időszak alatt jelentős, 48%, 45%, 21%, 21%, 33%, 20%, 62% és 69%-os csökkenés volt tapasztalható az előző évhez képest. Kína kiemelkedő kivételt jelent, és 18%-os éves növekedést regisztrált az időszak alatt bejelentett ügyletek számában, köszönhetően a korlátozások feloldásának.



## ÁFA-védelem

A Német Szállodák és Éttermek Szövetsége (DEHOGA) a 2024 január 1-re tervezett ÁFA-növekedésről készített hatásvizsgálatot, amiben 9600 tagvállalat vett részt. Az német éttermi és vendéglátói szolgáltatásoknál 2020-ban ideiglenesen csökkentették az ÁFA mértékét 19%-ról 7%-ra a pandémia hatására, amit az év végén terveznek a normális szintre visszaemelni. A vizsgálat szerint 12 ezer cég menne csődbe, munkahelyek vesznének el és átlagosan 15%-os ár növekedés lenne a szektorra jellemző. A megkérdezettek 95,7%-a emelne jövőre árain, ha az adóemelés megtörténne és 81,5%-a szerint jelentős mértékben csökkenne a forgalom. A szektor még mindig szenved a vírus következményeit: a vállalkozások 66,4%-ában van munkaeszköz hiány és 40,4%-uk törleszt a koronavírussal kapcsolatos hitelt, emiatt egy adóemelés megpecsételné a német turizmus jövőjét.



## Piackutatási csúcs

A NielsenIQ (Chicago, USA) fogyasztói adatokkal és fogyasztói kutatással foglalkozó szakértő cég bizonyos feltételek mellett zöld utat kapott az Európai Bizottság elé a nürnbergi székhelyű GfK piackutató vállalat felvásárlásához. Az egyik feltétel az, hogy a GfK fogyasztói panelszolgáltatásait nagyrészt eladják. A YouGov már be is jelentette a fogyasztói panel üzletág megvételét. A vállalatok az egyesüléssel új lehetőségeket kívánnak kiaknázni a kiskereskedelem és a fogyasztói elemzés területén. A NielsenIQ és a GfK az egymást kiegészítő adatokat és elemzési eszközöket kívánja egyesíteni.

## Területarányosan nem rossz

Hong Kong turizmusa 13 millió látogatóval eddig virágzik. A Hongkongi Turisztikai Hivatal (HKTB) bejelentette, hogy a júniusi előzetes látogatói érkezés 2,75 millió volt, napi átlagban mintegy 92 ezer látogatóval. Kumulatívan 2023 első félévében mintegy 13 millió érkezést regisztráltak. A HKTB várakozásai szerint Hongkong turizmusa a 2. félévben is folyamatosan élénkülni fog. A fellendülés ütemét azonban különböző kihívások befolyásolják majd, mint például a légi kapacitás, a világgazdaság, a valutaárfolyamok stb. A HKTB tovább fokozza a desztináció promócióját, például a "Hello Hong Kong" kampány elmélyítésével és egyéb megeaseményekkel. Emellett támogatja a város nemzetközi rendezvényeit is, hogy a látogatókat Hongkongba vonzza, és gazdagítsa a városban szerzett élményeiket.



## Felhőbiztonság



A Thales elektronikai csoport közzétette a 2023-as Felhőbiztonsági tanulmányát – Az adatbiztonság és szuverenitás kihívásai a több felhőből álló világban – címmel. A tanulmányból megtudjuk, hogy az adatok védelme a felhőben egyre összetettebbé válik. A válaszadók több kulcskezelő rendszer használatáról számoltak be. 62%-uk azt állítja, hogy öt vagy több kulcs kezelő rendszert használ. Ennek ellenére csak 14%-uk állítja, hogy a felhőkörnyezetekben minden titkosítási kulcsot saját maga ellenőriz. A tanulmány arra is rávilágít, hogy drámai a növekedés a felhőben tárolt érzékeny adatok mennyiségénél. A válaszadók 75%-a számolt be arról, hogy a felhőben tárolt adatainak legalább 40%-a érzékeny, szemben a 2021-es 49%-kal. Ugyanakkor csak 22%-a számolt



be arról, hogy felhőadatainknak legalább 60%-a titkosítva vannak és mindössze 2% számolt be az érzékeny adatok 100%-os titkosításáról a felhőben. A tanulmány eredményei konkrét területeket jelölnek meg, amelyek fejlesztésre szorulnak.

- A kulcskezelési környezetek konszolidálása.
- Az adattitkosítás nagyobb mértékű alkalmazása.
- A titkosítási kulcsok felügyelete.
- Nagy hatékonyság elérése a biztonsági automatizálásával.

## Uniós hírek

### Európa turizmusa

Az Európai Utazási Bizottság (ETC) legfrissebb adataiból kiderült, hogy Európa turisztikai fellendülése tovább folytatódik, mivel a közelmúltban elérte a 2019-es nemzetközi turistaérkezések közel 95%-át. Bár az utazók az utóbbi időben gazdasági problémákkal szembesültek, ennek ellenére az idei nyár folyamán erős érdeklődést mutattak az utazások iránt. Ezzel kapcsolatban a közzétett ETC-jelentésből kiderül, hogy a legjobb ár-érték arányú európai úti célok között a következő országok szerepelnek:



Szerbia (+27%), Bulgária (+21%), Montenegró (+12%) és Törökország (+9%). Tavaly a légitranszport fellendülése elmaradt a fogyasztói kereslettel Európában, most azonban a júniusi adatok azt mutatják, hogy egyre közelebb kerül a 2019-es szintekhez. A növekedés háttérben az európai és a külföldi légitársaságok megnövekedett kapacitása áll, amelyek a nyári hónapokra időben megjelennek a piacon. A jelentés alapján az európai járatrendezés is fordulatot vesz idén nyáron, és eléri a járvány előtti szintet, a tervezett ülőhely-kapacitás 96%-os lesz. Ugyanakkor a nemzetközi bevételi utaskilométerek (RPK) is folyamatos fellendülést mutatnak, 2023 áprilisában elérte a 2019-es szint 90,8%-át. A megfizethetőség kulcsfontosságú tényező lesz a nyaralók Európán belüli úti cél kiválasztásában. Az olyan dél-mediterrán úti célok, mint Portugália (+79%), Törökország (+78%) és Montenegró (+43%) jelentős növekedést jelentettek az amerikai piacról érkező vendégek számában. A kelet európai országok, valamint Lettország +135%-os és Lengyelország +51%-os növekedést könyvelhettek el. Ami Lettországot illeti, ez a növekedés az Európán kívül élő lett diaszpóra barátainak és rokonainak látogatásaihoz kapcsolódik. Az ETC azt is kimutatta, hogy 2023 júniusától novemberig tartó időszakra utazást tervező európaiak száma a költségekkel kapcsolatos aggályok miatt 4%-kal csökkent az előző évhez képest. Ugyanitt hangsúlyozták, hogy a csökkenés ellenére az európaiak 69%-a még mindig tervez utazást a fenti időszakban. A nemzetiségek közül az osztrákok mutatták a legnagyobb vonakodást az utazástól ezen okból kifolyólag, a válaszadók mindössze 45%-ának voltak utazási terveik. A második helyen a svájciak állnak az utazni szándékozó válaszadók 56%-ával, a németek pedig 62%-kal.

Nemrégiben a Booking.com kijelentette, hogy a vállalat még nem felel meg a digitális piacokról szóló törvény szerinti kapuőr minősítés feltételeinek. Ez rossz hír az európai szállodák számára, tekintve, hogy a törvénynek alapvető szerepe van abban, hogy segítséget nyújtson az online utazási irodák tisztességtelen magatartásával szemben. A nyári szünet előtt várhatóan az Európai Parlament TRAN (Közlekedési és Idegenforgalmi) és ITER (Ipari, Kutatási és Energiaügyi) bizottságai szavaznak a rövid távú bérleti díjakról, illetve a csomagolási és csomagolási hulladékról szóló uniós javaslatról, két, a vendéglátóipari vállalkozások számára fontos ügyről (HOTREC, Schengenvisainfo).