

**Kedves Kollégák!**

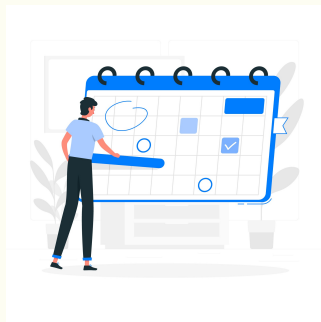
**Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2024. évi második számát.**

**Dr. Böröcz Lajos**



# Hírlevél

**2024. január 18. 20. évfolyam 2. szám**



## **Szövetségi hírek**

- Fenntarthatósági díj
- Nagy Márton



## **Tag- és társszervezeti hírek**

- MNB konjunktúra felmérés



## **Nemzetközi hírek**



## **Uniós hírek**

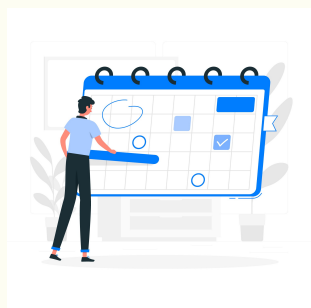
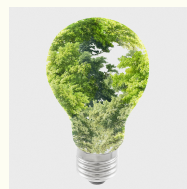
- Rendezvény trendek
- Kávé koncentráció
- Mi vár idén a vendéglátásra?
- Mit várnak a vendéglátók?
- Európa Top 99 vendéglátó csoportja 2022-ben
- Éttermi vegyes az USA-ból
- A Papa John's is átszervezte
- Repülő boom
- Egy európai kulcsszemély
- Vándormárka
- Amerikai kihívások
- Brit igények
- Azért az ÁFÁ-n még dolgoznak
- VW lépések és következményeik
- Csúcsra járó MSC
- Átszervezés
- Ez tényleg befogadó
- Zöld és digitális K+F

---

## Szövetségi hírek

### Fenntarthatósági díj

Szövetségünk is részt vesz a Turizmus Évadnyitó Gála fenntarthatósági pályázatainak zsűrijében.



### Nagy Márton

Szövetségünk ismét készül egy következő találkozóra Nagy Márton nemzetgazdasági miniszterrel. A célunk, hogy megtárgyaljuk a turizmus és vendéglátás területén készített új javaslatainkat, amelyek hozzájárulhatnak az ágazat fejlődéséhez.

# Tag- és társszervezeti hírek

## 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 vállalati

körében. Szövetségünk támogatta az MNB munkáját eddigi felméréseik 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 [link](#)en keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek **2024. január 21-ig** van lehetősége.



---

## Külföldi hírek



### Rendezvény trendek

Az Associate Events (AE) ügyvezető igazgatójával készült interjúban megvitatták az 2024-es év rendezvényszervezési trendjeit. Az AE, egy teljes körű szolgáltatást nyújtó rendezvény- és marketingügynökség, az elmúlt évek-

ben jelentős változáson ment keresztül, kibővítve szolgáltatásait márkaépítésre, marketingre, tervezésre és PR-ra. Kiemelték, hogy a személyes események visszatértek, de nagyobb hatékonyság, célzottság és megtérülés szükséges a szűk költségvetések mellett. Az AE négy fő területet azonosított a sikeres rendezvényszervezéshez:

Célkitűzés: Az AE hangsúlyozza a világos célkitűzést minden rendezvénynél. A szigorú költségvetések és időkorlátok mellett a rendezvényeknek hatékonyaknak és célzottaknak kell lenniük. Egy nagyon konkrét, értékorientált cél érdekében végzett munka azt jelenti, hogy az esemény a megfelelő közönséget vonzza a megfelelő helyre, akik végül a márka szószólóivá, követőivé, ügyfeleivé és valódi szövetségeseivé válnak.

**Közönség megértése:** Fontos megérteni, mi motiválja az embereket a részvételre. A rendezvényeknek értékes, egyedi élményeket kell nyújtaniuk. A Z generációra is oda kell figyelniük, elvégre globálisan ők a legnagyobb generáció. A meglátásokból kiderül, hogy a Z generáció ért a technológiához, szereti a megosztható tereket, szeret kapcsolatot teremteni az influencerekkel, és erős értékrendjük van az igazságossággal és a fenntarthatósággal kapcsolatban, az "idősebb" generációk pedig próbálnak lépést tartani. Ez tökéletesen illeszkedik magukhoz a rendezvények körüli trendekhez.

**Fenntarthatóság:** A fenntarthatóságot nem csak környezeti, hanem üzleti szempontból is kezelik. Az ügynökség törekszik arra, hogy rendezvényei környezetbarát módon kerüljenek megrendezésre.

**Emberközpontúság:** Az embereket helyezik a középpontba, figyelembe véve változó igényeiket és az egyensúlyt a munka és magánélet között.

Az iparág további vezetői (köztük a Jeep és Charlotte Tilbury képviselői) is megosztották gondolataikat a 2024-es események tervezésével kapcsolatban. A hangsúly a következők fontosságára helyeződik:

**Elvárások:** A sikeres eseményekhez kulcsfontosságúak az elvárások megfelelő kialakítása és kommunikálása.

**Empátia:** Az ügyfelek igényeinek megértése és az egyéni igényekre való reagálás elengedhetetlen a sikeres rendezvények szervezéséhez. A 2024-es rendezvények legfontosabb tanulsága, hogy empátiával kell kommunikálni. Ahogy az M&G Investments globális rendezvényekért felelős vezetője megjegyezte: "A cél az, hogy kiérdemeljük a közönség figyelmét, nem pedig az, hogy követeljük azt".

**Személyre szabás:** A modern technológia, mint például a Holoplot hangszórók (a közönség különböző részeihez különböző hangsávokat lehet futtatni, ami azt jelenti, hogy a terem egyik oldalán egy nyelvet, a másik oldalon pedig egy másik nyelvet lehet hallani, fejhallgató vagy lógó hangszórók nélkül) vagy az arcfelismerő rendszerek, lehetővé teszi a rendezvények finomhangolását és személyre szabását.

Ezek a megközelítések segítik az Associate Events-t és más rendezvényszervezőket abban, hogy sikeres és hatékony eseményeket szervezzenek az egyre változó és fejlődő piaci környezetben (C&IT).

## Kávé koncentráció

A Coffee Fellows újabb felvásárlással növekszik. A müncheni Coffee Fellows GmbH tovább bővíti hálózatát, és megvásárolja az eredetileg Svédországban alapított Wayne's márka németországi üzletágát a bon-

ni székhelyű Autobahn Tank & Rast GmbH-től. A felek megállapodtak





abban, hogy a vételárat nem hozzák nyilvánosságra. A Tank & Rast autópálya-töltőállomásokon található 24 shop-in-shop kávézó mellett egy további berlini telephely, a Friedrichstrasse állomáson is az üzlethez tartozik. A müncheni központ szerint az elkövetkező hónapokban az összes német Wayne's-helyszín átnevezése az ismertebb Coffee Fellows márkanévre történik. Nemzetközi szinten jelenleg 294 kávézó tartozik a vállalathoz. Az 1994-ben Svédországban alapított Wayne's Coffee jelenleg több mint 144 telephellyel rendelkezik világszerte. A 119 svéd és nemzetközi hely a Wayne's márkanév alatt, külön céggként működik tovább. A vállalatnak összesen már 155 telephelye van a T&R telephelyein. A Coffee Fellows márkának ma már 235 fiókja van nemzetközileg. Alapvető termékei a sós snackek és a kávékülönlegességek. A Campus Suite napi koncepció 34 üzlettel 2019 óta szintén a vállalat része. A 25 német Wayne's üzlettel együtt a csoportnak összesen 294 üzlete van.



## Mi vár idén a vendéglátásra?

Németországban 2024-ben a legtöbben spórolni szeretnének a vendéglátáson. Ez az egyik legfontosabb megállapítása a Yougov által készített AXA Priority Reportnak és a GfK által a Bajor Turisztikai Központ (BZT) megbízásából végzett felmérésnek. Az AXA Priority Report

meghatározza, hogy a németországiak mire szeretnének többet vagy kevesebbet költeni. Arra a kérdésre, hogy mire terveznek kevesebbet költeni a következő tizenkét hónapban, több mint minden negyedik válaszadó (27%) azt válaszolta, hogy étteremben történő fogyasztásra. Csaknem egynegyedük (24%) a vásárlásból is kevesebbet tervez. Az élő események (sport és koncertek) és a streaming előfizetések egyenként 16%-os megtakarítási lehetőséget kínálnak az idén. Körülbelül 10% kevesebb pénzt szeretne a fitnessbe fektetni. Pozitív hír a vendéglátóipar számára, hogy sokan nem fogják csökkenteni a nyaralást és az utazást. Épp ellenkezőleg: 29%-uk idén többet akar költeni rájuk, mint 2023-ban. A második helyen a lakásfelújítás (22%) és a barátokkal és családdal szerzett élmények (22%) állnak. A harmadik helyen a nyugdíjbiztosítás és a megtakarítás (14%) áll - megelőzve a vásárlást (13%).

A GfK felmérése szintén alátámasztja az eredményt. A Bajor Turisztikai Központ (BZT) által a német lakosság három életterületéről és fogyasztásáról készített felmérés kiemeli, hogy sokan megtakarítási üzemmódba kapcsolnak. A felmérés szerint Németországban a lakosság 26%-a érzi magát nagyon erősen vagy erősen megterheltnak az áremelkedés miatt. Az előző évhez képest jelentős, 7%-os növekedéssel 31%-ra nőtt az éttermek, kávézók és bárók látogatása, most már egyértelműen a tervezett költségcsökkentő intézkedések listájának élén áll. Egy évvel ezelőtt a villamosenergia-fogyasztás (35%) és a fűtési energia (29%) megtakarítása állt a tervezett megtakarítási intézkedések listájának élén, most azonban már csak 24% lát potenciális megtakarítási lehetőséget a villamosenergia-fogyasztásban és 19% a fűtési

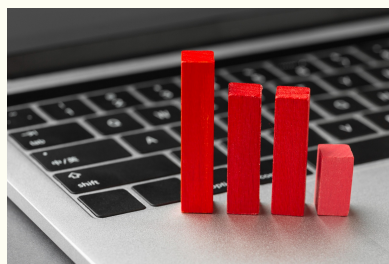
energiában. Az AXA jelentésével ellentétben az üdülés a harmadik helyen áll az élet és a fogyasztás azon területei között, amelyeken a válaszadók megtakarítást szeretnének elérni (22%). Ezt követi a ruházkodás 18%-kal. Azok közül, akik a nyaraláson szeretnének spórolni, mintegy fele (55%) fontolgatja, hogy teljesen kihagyja a nyaralást. Ez különösen az alacsonyabb nettó jövedelemmel rendelkező háztartások számára jelent lehetőséget.

A GfK piackutatói 2024-re stabil vásárlóerő alakulást prognosztizálnak. A németországi emberek számára a vásárlóerő 2024-ben várhatóan nagyjából ugyanannyi marad, mint az előző évben. Az előrejelzés szerint idén egy főre vetítve átlagosan 27 484 euró áll majd rendelkezésre fogyasztásra, lakhatásra, szabadidőre és megtakarításra. A GfK kiskereskedelmi szakértője szerint a rendelkezésre álló jövedelem növekedése legalábbis ellensúlyozná a Bundesbank által jelenleg prognosztizált 2,7%-os inflációt. A politikai bizonytalanságok miatt azonban a fogyasztási hajlandóság továbbra is visszafogott, ezért a németországiak valószínűleg idén is több pénzt takarítanak meg. A szövetségi államok rangsorában továbbra is Bajorországban van a legtöbb elkölthető pénz (30 130 euró). Baden-Württemberg (29 675 euró), Hamburg (29 657 euró) és Hessen (28 613 euró) az előző évhez hasonlóan a második és negyedik helyen állnak. Bréma 24 702 euróval áll az utolsó helyen. A városállam lakosai tehát több mint 11%-kal kevesebb pénzzel rendelkeznek, mint az átlagos németek. A városi és vidéki kerületek között az előző évhez hasonlóan a bajorországi Starnberg járás áll az első helyen. Az ott lakók átlagosan 38 702 euróval rendelkeznek. Az utolsó helyen továbbra is az észak-rajna-vesztfáliai Gelsenkirchen városrész áll. A gelsenkircheni lakosok 22 007 euróval 21%-kal kevesebbel rendelkeznek, mint az országos átlag. A főváros, Berlin mintegy 5%-kal marad el a német átlagtól, Düsseldorf 15%-kal, München pedig majdnem 29%-kal. A 2023-as adatokhoz képest országszerte 2,8%-os nominális növekedés, vagyis 767 euró/fő volt.

## Mit várnak a vendéglátók?

Borúsan indul az új év a DEHOGA új felmérése szerint: az áfaemelés és a tovább emelkedő költségek nyomást gyakorolnak a vendéglátóiparra. A vendéglátóiparban az élelmiszerek áfájának 7%-ról 19%-ra történő eme-

lése, a masszívan emelkedő költségekkel párosulva, komoly kihívások elé állítja a vállalkozókat. Ez derül ki a DEHOGA legfrissebb felméréséből. A felmérés szerint minden harmadik vállalkozás (33,3%) attól tart, hogy 2024-ben a mínuszba csúszik. 33,7% nem mer előrejelzést tenni. Csak 33% számít jelenleg arra, hogy megállják a helyüket a piacon. A DEHOGA elnöke megkongatta a vészharangot és követeli: "Az élelmiszereket egységesen 7%-os adókulccsal kell megadóztatni. Abszurd, hogy a vendéglátóiparban az élelmiszerekre ismét 19%-os áfa vonatkozik, míg az elvitelre szánt ételek, a szupermarketből származó kész saláták és az ételkiszállítások továbbra is 7%-os adókulcs alá esnek. Ezt az egyenlőtlen bánásmódot végre véglegesen meg kell szüntetni."



A DEHOGA felmérése szerint a vendéglátóipar forgalma még mindig nem érte el a válság előtti szintet. A vegyes karácsonyi és szilveszteri forgalom mellett a vállalkozások 2023 decemberében 4,8%-kal kevesebb névleges forgalmat bonyolítottak le, mint a válság előtti 2019 decemberében. 2023-ban az éves forgalom 1,6%-kal maradt el a válság előtti értéktől.

Az éttermek reálértéken viszont növekedtek 2023-ban. A Szövetségi Statisztikai Hivatal becslése szerint a németországi vendéglátóipar 2023-ban reálértéken (árakkal kiigazítva) 2,6%-kal, nominálértéken (nem árakkal kiigazítva) pedig 9,6%-kal több forgalmat bonyolított le, mint 2022-ben. Az előző évhez képest összességében pozitív egyenleg az év eleji különösen magas reálnövekedéssel magyarázható. Például 2023 első negyedében a reálértékesítés 15,9%-kal volt magasabb, mint 2022 első negyedében, amelyet még erősen befolyásolt a koronavírus-járvány.

Ezzel szemben az év hátralévő részében a reálfolyamat jelentősen gyengült, ami azt jelenti, hogy a reálértékesítés 2023 összes fennmaradó hónapjában - szeptember kivételével - alacsonyabb volt, mint az előző év azonos hónapjában. Ennek egyik oka valószínűleg a vendéglátóiparban bekövetkezett jelentős áremelkedés (+8,1% 2023-ban 2022-hez képest), amely részben az élelmiszerek, a személyzet és az energia magasabb árainak volt köszönhető. A koronavírus előtti 2019-es évhez képest a vendéglátóiparban 2023-ban a reálforgalom 9,9%-kal volt alacsonyabb, míg a nominális forgalom 9,8%-kal volt magasabb. Az éves adatokhoz a Destatis a decemberi forgalmat becsülte, a novemberig terjedő adatok ennek megfelelően álltak rendelkezésre.

Az előzetes eredmények szerint a vendéglátóipar 2023 novemberében reálértéken 2%-kal, nominálisan pedig 2,5%-kal több forgalmat bonyolított, mint 2023 októberében, naptári és szezonális hatásoktól megtisztítva. 2022 novemberéhez képest a forgalom reálértéken 0,1%-kal csökkent, nominálisan pedig 5,5%-kal nőtt, vagyis 2023 novemberében a reálforgalom 13,3%-kal csökkent, ami jelentősen elmaradt a 2019. novemberi, a koronavírus-járvány előtti összehasonlítható hónap szintjétől. Ezzel szemben a nominális forgalom 6,8%-kal volt magasabb.

A kilátások ugyanakkor borúsak. A legtöbb vállalat "visszafogottnak" (41,1%), 20,9% "inkább negatívnak", 12% pedig "pesszimistának" minősítette az új év eleji üzletmenetét. Ezzel szemben 20,2% bizakodó az üzleti fejlődését illetően, és mindössze 5,8% optimista. Mint a DEHOGA felméréséből kiderül, a vállalkozásokra nehezedő költségnyomás tovább növekszik. A vállalkozások több mint 75% a legnagyobb kihívásként a vendéglátó-ipari élelmiszerek áfaemelését, a növekvő személyzeti költségeket, valamint a magasabb élelmiszer- és energiaköltségeket jelölte meg. Az energiaköltségek decemberben átlagosan 32,6%-kal emelkedtek az előző évhez képest. Az élelmiszerek költsége a vállalkozások számára átlagosan 20,3%-kal, az italoké pedig 13,7 %-kal volt magasabb, mint 2022 decemberében. A személyi költségek 16%-kal emelkedtek.

A vállalkozások 75,7%-a már kénytelen volt ármódosítást végrehajtani az élelmiszerek áfájának 2024. január 1-jétől 7%-ról 19%-ra történő emelése miatt. A vendéglátósok további 11%-a tervez áremelést 2024 első negyedében, 6,2%-uk az év folyamán, 4,1%-uk még nem tudja, 3%-uk pedig nem tervez áremelést.



## Európa Top 99 vendéglátó csoportja 2022-ben

A foodservice.de korábbi főszerkesztője, Katrin Wissmann idén is összeállította az európai csúcslistát. E számunkban elkezdünk csemegézni ebből. A top 10-es listában a gyorséttermi (QRS) szegmens dominál

(5 db), őket követik a közétkeztető cégek (4 db) és mellettük egy pub lánc is szerepel még. Az első 5 hely 2021-hez képest nem változott. A McDonald's toronymagasan vezet az eladások tekintetében, több mint négyszer annyi eladással, mint a második helyezett Sodexo. A harmadik és negyedik helyen a Yum! Brands és a Burger King gyorsétteremláncok állnak, nem sokkal lecsúszva a dobogó második fokáról. Az ötödik helyezett a Compass Group. 2021-hez képest helyet cserélt a Elior és a Domino's Pizza, a közétkeztető cégnek 2022-re sikerült megelőzni a korábbi hatodik helyezettet. A WSH (8.) és Mitchells & Butlers (9.) öt, illetve 7 helyet javítva kerültek be a top 10 közé. A 10. helyen a 8.-ról visszacsúszva a Starbucks áll. A top 10 cég származási ország tekintetében az USA a nyertes, ők 5 helyezettet, míg utánuk az Egyesült Királyság 3 és Franciaország 3 helyezettet biztosítanak. A top 10 élelmiszer-szolgáltató csoport generálta a top 99 eladásainak 57%-át, míg ebből a McDonald's egymaga felelt az eladások 23%-áért. Az utazási szektor szereplői közül a német Autogrill Group (18.), az éttermi szektorból a dél-afrikai Nando's (23. - és egyben az egyetlen afrikai), míg a bolti szektorban az IKEA (27.) érte el a legelőkelőbb helyet eladások tekintetében. Szektorok tekintetében a QRS szegmens dominálta a piacot 39 csoporttal, őket követték az éttermek (22 db), a közétkeztető cégek (20 db), az utazási cégek (8 db), a pubok (7 db) és a bolti szektor 3 csoporttal. Székhelyek tekintetében a teljes lista alapján az Egyesült Királyság lett az első 22 brit székhelyű láncal, második helyezett Franciaország (13), harmadik az Egyesült Államok (12), negyedik Németország (9), ötödik Spanyolország (8), hatodik Olaszország (7), hetedik Svájc (6), nyolcadik Hollandia, Oroszország és Svédország (4-4-4), a kilencedik helyen Finnország és Portugália áll (2-2), a többi ország pedig 1-1 cégcsoporttal rendelkezik a listán, ezek az országok név szerint: Lengyelország, Dél-Afrika, Luxembourg, Ausztria, Görögország és Norvégia.

## Éttermi vegyes az USÁ-ból

Az amerikai Baum+Whiteman tanácsadó ügynökség áttekinti az Észak-Amerika éttermek közel jövő-beli trendjeit, beleértve a laborban termesztett húst, a venezuelai konyhát és a halkonzerveket. Meg-

tudjuk, hogy a szervizdíj alkalmazása az étlapon feltüntetett árak mellett növekszik, főként a független éttermeknél. Az omakase koncepció teret nyer az USA-ban, ahol a magas minőségű, de kevesebb fogás gyorsabb forgalmat eredményez. A venezuelai konyha, különösen a guasacaca mártás, az új sláger lehet. A hongkongi stílusú éttermek a brit hatásokkal újulnak meg. Az éttermi



konyhák legújabb trendjei mellett kiderül az is, hogy az Egyesült Államokban az amerikai konyha 20%-ot tesz ki, míg a thai, vietnami, laoszi, kambodzsai és maláj éttermek együttesen kb. 12%-ot alkotnak, valamint ugyanennyi részt kapnak a mexikói és olasz éttermek is. A rangsorban a japán konyha 9%-os részesedéssel szerepel, míg a tenger gyümölcsei éttermek és a kínaiak 6% és 4% körül mozognak. Fontos megjegyzés, hogy a lista nem tükrözi az amerikaiak valós étkezési szokásait, mivel nem tartalmazza a népszerű láncokat, mint például a TGI Friday's-t vagy a Cheesecake Factory-t. Az ételtrendek tovább bővülnek, és az USA-ban a különféle nemzeti konyhákból származó ízek válnak egyre népszerűbbé. Az elterjedt láncok mellett az "intenzív" éttermek növekedésére hívja fel a figyelmet a Baum+Whiteman tanácsadó ügynökség. A folyamat részeként olyan ételek is teret hódítanak az Egyesült Államokban, amelyek hagyományosan más országokban jellemzőek, például a spanyol és portugál halkonzervek vagy a mexikói chilaquiles chipses szendvicsek. A laboratóriumban termesztett húsok térnyerése is számottevő, miközben a növényi alapú húspótlók hanyatlóban vannak. A tanácsadók szerint a laboratóriumban termesztett húsok előnyei közé tartozik az állatjóléti problémák hiánya, kevesebb üvegházhatású gáz kibocsátása, és a termékek egyre szélesebb körben elérhetővé válása. Az aperitivo órája megkérdőjelezi a hagyományos happy hour-t, és az alkoholtartalmú italok helyett kifinomult, alacsony alkoholtartalmú, keserű koktélok és lo-no söröket kínál. Aperitivo mellé kistányérok vagy tapasok társulnak. Olaszországban az apericena jelensége terjed, amely egy könnyebb vacsora, de a teljes étkezést helyettesíti. A sült rizs is reneszánszát éli, nemcsak az ázsiai, hanem a nem ázsiai éttermekben is, ahol különféle hozzávalókkal variálva válik egyre népszerűbbé.



## A Papa John's is átszervezve

Az ötven éves születésnapjára készülő pizza lánc 5200 egységet üzemeltet. A Papa John's az Egyesült Királyságban található mindössze 500-ból most 100 alacsony forgalmú fiók bezárását tervezi, miközben a márka

a marketingalap növelésére összpontosít az Egyesült Államokban. A vállalat az Egyesült Királyságot a márka legnagyobb külföldi piacának tekinti, de a bezárásokat a helyi vendéglátóipar további visszaesésével indokolja. A Papa John's franchise-tulajdonosok bevonásával tervezi megvalósítani nemzetközi növekedési ambícióit, új ösztönzőkkel és kedvezményekkel, például öt évig mentesítik a marketing-hozzájárulást az új egységek indításáért. Emellett megemelik a szállított összetevők árat, ugyanakkor a növekvő vásárlási volumenű franchise-tulajdonosokat éves kedvezményekkel jutalmazza. A vállalat továbbá optimalizálja az adattudomány és a marketingtechnológia terén történő befektetéseit a növekedés érdekében - közölte a Papa John's vezérigazgatója, Rob Lynch.

## Repülő boom

Az Airbus repülőgép-üzletága



rekordmennyiségű repülőgépet értékesített tavaly, több mint 2000-et. Christian Scherer, az Airbus vezetője szerint az utazási kereslet visszatért. Az indiai IndiGo légitársaság 500 repülőgépet rendelt,



amely a legnagyobb megrendelés volt. Az Airbusnak összesen közel 8600 repülőgépre van megrendelése, és tervei szerint 2026-ig havonta 75 repülőgépet adnak át az A320-as sorozatból. A Boeing csak mintegy 530 repülőgépet szállított le, így messze lemarad az Airbus mögött. A sikeres értékesítési teljesítmény miatt az Airbus tervezi, hogy Hamburgban több száz új alkalmazottat vesz fel.



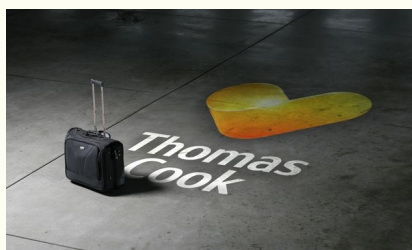
## Egy európai kulcsszemély

Henry McGovern, az Amrest és a McWin Capital Partners alapítója, 2024. január 15-én a Nemzetközi Élelmiszeripari Fórumon tartott előadást a német étteremipiac befek-

tetési lehetőségeiről. Tapasztalt üzletemberként a McWin Capital Partnersnél mintegy 850 millió eurós kezelt vagyonnal a vendéglátóipari és élelmiszer-technológiai szektorokba fektet be. A McWin vállalkozói és operatív megközelítéssel működik, jelenleg több mint 1500 éttermet üzemeltet, többek között olyan márkákat, mint a L'Osteria, Cook Unity, dean&david, BlueNalu, Perfect Day, Impossible Foods, UPSIDE Foods, Footprint és Oishii. Henry McGovern szenvedélye a vállalkozások fejlesztése; elsősorban vállalkozó, másodsorban befektető, és a küldetés és az alapértékek megvalósítására összpontosít csapatközpontú megközelítésben.

## Vándormárka

A kínai Fosun csoport előrehaladott tárgyalásokat folytat a Thomas Cook márka eladásáról a lengyel eSky online utazási irodával. Az üzlet a következő hetekben jöhet létre az eSky-jal, amelynek többségi tulajdo-



nosa az MCI Capital magántőke társaság. A Thomas Cook 2019-es összeomlása után a Fosun vásárolta meg a kiürített márkát 11 millió fontért. A Fosun jelenleg tárgyalásokat folytat és más cégeket is megvizsgál (skift.com).

## Amerikai kihívások

A 2022 és 2023 sikeres évek után az amerikai szállodák 2024-ben további



kihívásokkal néznek szembe a nyereségesség terén. A CBRE kereskedelmi ingatlanszolgáltató és befektetési cég jelentése szerint az árképzési nyomás, a növekvő működési költségek és a haszonkulcsok csökkenése várható. Az elhelyezkedés fontosságát hangsúlyozzák, mivel a helyi dinamika erőteljes hatással lehet az ingatlanok jövedelmezőségére. A nemzetközi látogatóktól függő városok és az üzleti célú szállodák különböző kihívásokkal szembesülnek. A 2024-es utazási kereslet

bizonytalanságai között a munkaerőköltségek, az adósságszolgálat és a harmadik féltől származó forgalmazási költségek növekedése is kulcsszerepet játszhat. A szállodák figyelmeztetnek, hogy a profitot a bérek növekedése és a költségek emelkedése csökkentheti. A szabadidős utazóktól függő szállodák az online utazási irodákból származó kereslet növekedése miatt magasabb vendégszerzési költségeket tapasztalhatnak. A 2024-ben esedékes szállodai kereskedelmi jelzalogok értékpapírjai pedig további kihívások elé állíthatják az iparágat (skift.com).

## Brit igények

Brit társszövetségünk, az UKHospitality vezérigazgatója, Kate Nicholls újévi üzenetében kiemelte az Egyesült Királyság vendéglátóiparának kihívásait és prioritásait 2024-re. Az ágazat remé-

nyei a költségcsökkentő intézkedések iránt nőnek, miközben hangsúlyozza, hogy a vendéglátóipar stratégiai jelentőségű, 93 milliárd fontot ad a gazdasághoz, 3,5 millió embert foglalkoztat, és jelentős adóbevételeket generál. Nicholls hárompontos tervet vázol fel a vendéglátás támogatására: alacsonyabb áfakulcs a növekedés elősegítésére, iparűzési adó reformja a beruházások ösztönzésére, és munkahelyteremtési ösztönzők a szakképzési hozzájárulás reformja révén. A cél az, hogy az ágazat a politikai döntéshozatal középpontjában álljon az előttük álló választásokig.



## Azért az ÁFÁ-n még dolgoznak

A Német Gazdaszövetség és a DEHOGA az élelmiszerek áfájának egységes 7%-ra történő csökkentését követeli, kiemelve az élelmiszertermelési költségek növekedéséből eredő áremelkedés veszélyét. Guido Zöllick, a DEHOGA elnöke

hangsúlyozza a regionális élelmiszerek és családi vállalkozások támogatásának fontosságát. A január 15-i Berlieni demonstráción a gazdák és vendéglátósok egységesen kiálltak az élelmiszerek



megfizethetőségéért. A DEHOGA aktuális felmérése szerint az áfaemelés és a költségnövekedés nyomást gyakorol a vendéglátóiparra, sok vállalkozás tart attól, hogy a 2024-es éve veszteséges lesz. A vállalkozások az élelmiszerek áfájának 7%-ra történő visszaállítását követelik, mivel az ágazatban még mindig érzékelhetőek a válság előtti forgalmi szintek elérésének nehézségei. A DEHOGA elnöke rámutat a vállalkozásokat terhelő költségek növekedésére, és a politikusoktól kéri a gazdasági keretfeltételek javítását a vállalkozások támogatása érdekében. Az aktuális gazdasági helyzetről szóló felmérés szerint a vállalkozásoknak alkalmazkodniuk kell az áfaemelés és a további költségnövekedés kihívásaihoz, és politikai segítség nélkül nehéz helyzet elé néznek.

## VW lépések és következményeik

A Volkswagen főnöke, Thomas Schäfer visszahívja a vezetőket az irodába. A home office megszüntetése jelzés értékű lehet

minden vállalatnak, elindulhat az irodák újra feltöltése. A VW autógyárnak mintegy 10 milliárd eurót kell megtakarítania, és kemény tárgyalások várhatók a vállalaton belül. Többek között az üzemi menzákon is spórolniuk kell.



**Volkswagen**



## Csúcsra járó MSC

A mediterrán övezet legnagyobb kirándulóhajó üzemeltetőjének az MSC Crociere-nek a vezetője adott év eleji gyorstájékoztatót elmúlt évi te-

vékenységeikről. 4,2 millió utassal a világ 3. legnagyobb üzemeltetőjeként 16 hajóval, 14 olasz kikötőből indulva, 10 olasz régió háttérével regionális vezető szerepük egyre erősebb, forgalmuk már 15 milliárd euró és 125000 embert foglalkoztatnak. A cég pozitív számai és jó kilátásai már arra ösztönözték őket, hogy további 6 hajóra adtak megrendelést az olasz Fincantieri hajóépítő cégnek 3,5 milliárd euró értékben.

## Átszervezés

A Restaurant Brands International (RBI), a Burger King anyavállalata, visszavásárolja az Egyesült Államok legnagyobb Burger King franchise partnerét, így több mint 1000 egység ideiglenesen az RBI vezetése alá ke-

rül. A tranzakciót a Carrols Restaurant Group, Inc. jelentette be és értéke körülbelül 1 milliárd USD, ami 23,1%-os prémiumot jelent az átlagos részvényárhoz képest. A RBI világvezető gyorsétkeztető vállalat, éves forgalma meghaladja a 40 milliárd USD-t, és a Burger King mellett más márkákat is üzemeltet. A Carrols továbbra is a



Burger King legnagyobb franchise-partnere marad, az akvizíció része a Burger King "Reclaim the Flame" tervének, amelynek célja a növekedés felgyorsítása és a franchise-ok jövedelmezőségének növelése. A tranzakció részeként a Carrols átalakítási ütemét felgyorsítják, mintegy 500 millió USD beruházással. A Burger King tervezi a visszavásárolt éttermek túlnyomó többségét új vagy kisebb, helyi közösségekben működő franchise-üzemeltetőknek értékesíteni, megtartva saját stratégiai portfólióját.

---

## Uniós hírek



### Ez tényleg befogadó

Lisszabon a második európai város, amely olyan adatrendszerrel rendelkezik, amely lehetővé teszi a fogyatékkal élők számára, hogy ellenőrizzék a metróállomások megközelíthetőségét, mielőtt útnak indulnának. 2023 júliusa óta Lisszabonban inkluzív mobilitási pro-

jekt működik, amely úttörőnek számít az európai kontinensen. Willeasy a neve, egy univerzális és ingyenes adatrendszerrel van szó, amely a metróhálózat hozzáférhetőségi adatait, a mozgáskorlátozott felhasználók igényeinek szűrésére szolgáló keresőmotort és húszturisztikai útvonalat tartalmaz a számukra. A projekt a Willeasy nevű olasz startupról kapta a nevét, amelynek célja, hogy hozzájáruljon a befogadóbb városi mobilitáshoz, mivel a fogyatékkal élők közlekedési élményének javítását tűzte ki célul. A portugál főváros lett a második európai város - London után -, amely ilyen típusú szolgáltatást nyújt. A rendszer olyan adatokat tartalmaz, mint a mozgólépcsők, liftek száma és elérhetősége, az állomások be- és kijáratai, peronok, lépcsősorok, lépcsőliftek, sőt még a kocsi és a peron közötti távolság is (European Commission).

### Zöld és digitális K+F

Az Európai Bizottság két jelentést tett közzé, amelyek a kutatási és tudományos szakirodalom hiányosságaira összpontosítanak. A jelentések meghatározzák azokat a kulcsfontosságú szempontokat, amelyekkel a humán- és társadalomtudományok területén foglalkozni kell



ahhoz, hogy Európa igazságos zöld és digitális átállását a bizonyítékokon alapuló tudománypolitikai beruházások tekintetében irányítani lehessen, valamint, hogy jobban összpontosítani lehessen a zöld és digitális politikák és a munkaerőpiac kapcsolatára. A két jelentést - amelyek címe "K+F a tisztességes digitális átmenetért", illetve "K+F a tisztességes zöld átmenetért" - az Európai Társadalom- és Humán Tudományok Szövetsége készítette. Mindkét tanulmány számos, a Horizon 2020 keretprogram által finanszírozott humán- és társadalomtudományi kutatási projektet elemez, és számos, 2017 és 2021 között megjelent tudományos publikációt tekint át.

A *tisztességes zöld átmenetért* című jelentés a kutatás hiányosságaira összpontosít a zöld átmenet emberi és társadalmi költségei, a szabályozási reformok, az oktatásban szükséges reformok, valamint a fiatalok jövőbeli munkaerő-piaci felkészítése érdekében a műszaki és szakképzés terén. A tanulmány záró részében egy szakértői panel hozzájárulására támaszkodva olyan egyéb fontos kutatási témák kerülnek megfontolásra, amelyek eddig sem a projektfinanszírozásban, sem a szakirodalomban nem jelentek meg.

A *tisztességes digitális átmenetről* szóló jelentés bemutatja a meglévő kutatásokat vizsgáló tanulmány eredményeit, amelyek relevánsak azokhoz a kérdésekhez, amelyekkel foglalkozni kell ahhoz, hogy jól megalapozott és tényeken alapuló tudománypolitikai befektetésekkel lehessen irányítani Európa digitális átmenetét. A jelentések elérhetőek és letölthetőek [IDE](#) kattintva (European Commission).

