

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi nyolcadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. április 3. 21. évfolyam 8. szám



Szövetségi hírek

- Intéző Bizottsági ülés



Tag- és társszervezeti hírek

- KÖZSZÖV 25
- MNB konjunktúra felmérés
- MTA képzések



Nemzetközi hírek

- Új trendek
- Közben a Google
- Körforgásos gazdaság: áttörés vagy akadályok?
- Német jatt
- Gazdát vált a Ráma
- Német bérek
- Az állomáson
- Írország legnagyobb szállodaüzemeltetőjének potenciális eladása rávilágít az európai piacra
- Viselkedépszichológia a rendezvényeknél
- Hilton aktuális
- Brit helyzetkép

- Gasztrotámogatás
- Az Airbnb szerint a trendek
- AI a gyakorlatban
- Ez is vasút
- Több támogatást a fenntarthatóságnak
- Kína visszatér
- Fordított bleisure
- Bhután - USA 2:1
- Már Afrika is



Uniós hírek

- Enyhítési kérelem
- Korai kampány

Szövetségi hírek

Intéző Bizottsági ülés

Szövetségünk soron következő Intéző Bizottsági ülését **2025. április 9-én, szerdán 10:00-kor** tartjuk a Magyar Tudományos Akadémia Székházában. Az ülésen beszámolunk a legutóbbi Intéző Bizottsági ülés óta történt eseményekről, áttekintjük az aktuális lobb- és pályázati ügyeket, valamint megvitatjuk az év fontosabb teendőit.



Tag- és társszervezeti hírek



KÖZSZÖV 25

A KÖZSZÖV 25 éves jubileuma alkalmából rendezett két napos konferencián, amely április 9-10-én kerül megrendezésre, a közétkeztetés jövőjét, a táplálkozás-egészségügyi és élelmiszerbiztonsági kihívásokat, valamint a gazdasági és társadalmi hatásokat vizsgálják elismert szakértők, miközben díjátadóval és kerekasztal beszélgetéssel is gazdagítják az eseményt.

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 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 [linken](#) keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati

MTA képzések



A Magyar Turizmus Akadémia májusban az alábbi három különböző, vendégkapcsolati és panaszkezelési képzést hirdeti meg:

- Így nyerj több vendéget az online értékelések segítségével (május 6.)
- Panaszkezelés angol nyelven (május 22.)
- Vendégtípusra szabott profi panaszkezelés (május 28.)

A képzések célja, hogy segítsenek a vállalkozásoknak a vendégértékelések, panaszkezelés és a kommunikációs készségek fejlesztésében. További részletek a képzésekkel kapcsolatban [ezen a linken](#) érhetők el.

Külföldi hírek

Új trendek

Egy friss jelentés szerint a technológia rohamos fejlődése alapjaiban formálja át az utazási és turisztikai iparágat. Az Utazási és Turisztikai Világtanács (WTTC) és a Trip.com Group közös tanulmánya tizenhat olyan technológiát vizsgál, amelyek négy fő trend köré csoportosulnak: digitális innovációk, pénzügyi technológiák, a mobilitás jövője és áttörő fejlesztések. A jelentés célja, hogy bemutassa,



miként változtathatják meg ezek a technológiák az utazási szokásokat és milyen lehetőségeket teremtenek a turisztikai vállalkozások számára.

A digitális fejlődés egyik legfontosabb eleme a mesterséges intelligencia (AI), amelyet a globális üzleti vezetők 94%-a a jövő szervezeti sikerének kulcsaként tart számon. Az 5G és 6G hálózatok, valamint az alacsony Föld körüli pályán működő műholdak (LEO) új szintre emelik az utazási élményt, biztosítva a gyors és folyamatos kapcsolatot a turisták számára. Eközben a szuperalkalmazások egyetlen platformra integrálják az utazással kapcsolatos szolgáltatásokat, megkönnyítve a foglalásokat, a közlekedés szervezését és az ügyfélkapcsolatokat.

A légiközlekedés is átalakulóban van: a fejlett légi mobilitás (AAM) és az elektromos, függőlegesen fel- és leszálló légi járművek (eVTOL) bevezetése forradalmasíthatja a városi közlekedést. Dubai például már 2026-ra bevezetné a légi taxikat, amelyek néhány perc alatt eljuttatnák az utasokat a repülőtérrel a belvárosba. Az intelligens városok koncepciója szintén előtérbe kerül, hiszen az innovatív közlekedési megoldások, az energiahatékony infrastruktúra és az okos városi rendszerek egyaránt hozzájárulhatnak a fenntartható és élménydús turizmushoz.

A jelentés nemcsak a jelenlegi trendeket vizsgálja, hanem arra is felkészíti a vállalatokat, hogy milyen potenciális forgatókönyvek várhatók a következő évtizedben. Az utazási vállalatok 91%-a már most növelni tervezi a technológiai beruházásokat, felismerve, hogy az innováció nem csupán az iparág működését formálja át, hanem az utazók élményeit is egy teljesen új szintre emeli (World Travel & Tourism Council).

A teljes jelentés ezen a linken elérhető: [Technology Game Changers : Future Trends in Travel & Tourism | WTTC Research Hub](#)

Közben a Google



A Google folyamatosan fejleszti utazástervezési eszközeit, bár egy átfogó útitervkészítő egyelőre nem várható. A cég nemrégiben több új funkciót vezetett be, amelyek célja az utazások szervezésének megkönnyítése.

Az egyik újdonság, hogy a Google Kereső AI Overviews funkciója már részletes útvonalterveket tud készíteni városokra és régiókra is, felhasználói

tartalmakkal kiegészítve. Ezek az útvonaltervek exportálhatók vagy elmenthetők a Google Térképen. A Google Térkép így okosabbá válik, továbbá képes felismerni a képernyőképeken szereplő helyeket, és azokat utazási listába rendezni.

Emellett a Google kiemeli a Gemini AI szerepét az utazástervezésben, ahol személyre szabott asszisztensek segíthetnek. A Google Lens pedig már AI segítségével nyújt információkat a látnivalókról. Egy másik fontos frissítés a szállodai árak nyomon követésének bevezetése a google.com/hotels oldalon. A felhasználók beállíthatnak árfigyelést, és értesítést kapnak az árcsökkenésekről. Ezek a fejlesztések azt mutatják, hogy a Google folyamatosan dolgozik az utazástervezés egyszerűsítésén AI segítségével.

Körforgásos gazdaság: áttörés vagy akadályok?

A fenntarthatóságra szakosodott szakújságíró Daniel Baumann közölt egy érdekes összefoglalót meglepő adatokkal fűszerezve. A körforgásos gazdaságot régóta a fenntarthatóság kulcsaként tartják számon, de széles körű bevezetése lassan halad. Most azonban úgy tűnik, változás van kilátásban. A 2024-es **Circularity Gap Report** szerint az újrahasznált anyagok aránya 9,1%-ról 7,2%-ra csökkent öt év alatt. Az olyan cégek, mint a Shein, továbbra is sikeresek az eldobható termékekkel, miközben a globális anyagfogyasztás nő.



Alexander Holst, az Accenture fenntarthatósági szakértője szerint sok kisebb körforgásos projekt létezik, de a fő kihívás a szélesebb körű elterjedésük. Az elmúlt években a fejlődés nemcsak hogy lelassult, hanem visszafelé is haladt. Az Európai Unió célja, hogy ellensúlyozza ezt a tendenciát. A körforgásos gazdasági akcióterve szerint 2030-ra a másodlagos nyersanyagok használatának arányát 22,4%-ra kell növelni. Ez csökkentené a nyersanyag-felhasználást, mérsékelné a környezeti terhelést, és Európát függetlenebbé tenné a globális nyersanyagpiacoktól. Carsten Gerhardt (EZ) szerint a termékek visszagyűjtése és újrafelhasználása a felhasználási láncokban döntő fontosságú a témában.

Tobias Kuhm (Aurubis) szerint már számottevő olyan vállalat van, ami újrahasznosíthatóságra van tervezve, azonban Céline Bilolo (TÜV Süd) kiemeli, hogy sok vállalatnál a termékek életciklusra vonatkozó adatai hiányosak. Mindezek ellenére egyre több szakértő lát lehetőséget a változásra. Az **EU fenntarthatósági jelentési kötelezettségei** (pl. CSRD) segíthetnek a vállalatoknak jobb körforgásos stratégiák kialakításában (how-green-works.de).

Német jatt



A Civey Intézet által az Adyen pénzügyi technológiai platform készített egy reprezentatív felmérést a borraivaló-és fizetési szokásokról. Eredményei szerint jelentős különbség van a korcsoportok között ezek tekintetében.

A Z generáció emelkedik ki, ugyanis 22,1 százalékuk nem ad borraivalót a szolgáltatásért, amit igénybe vesz, 55,5 százalék az, aki 5 és 14% között hajlandó adni. Ezzel szemben a 40-49 évesek és a 65 év felettiak a legbökezűbbek: e korcsoportok 43,9 százaléka és 43,1 százaléka rendszeresen 10 és 20 százalék közötti borraivalót ad. Ennél a kérdésnél nem tettek különbséget aszerint, hogy a számlát készpénzzel vagy kártyával fizették-e ki. Kártyás fizetés esetén vegyes a kép a borraivalóval kapcsolatban. 40,5 százalék valamelyest vagy teljesen egyetért azzal, hogy kényelmes, ha kártyás fizetés esetén is tud borraivalót adni, 34,9 százalék ezt elutasítja. Az előre megadott összegekkel (ami általában 10, 15 vagy 20%) nem értenek egyet, 75,1 százalék jobb szereti maguknak beállítani a borraivaló mértékét.

A felmérésben résztvevők fele (50,7%) még mindig szívesebben fizet készpénzzel, de a digitális fizetési módok egyre népszerűbbek. Az olyan digitális fizetési módok, mint az Apple Pay vagy a Google Pay egyre fontosabbá válnak, különösen a városi területeken.

A kártyás fizetés lehetőségének mellőzése is hatással lehet az étteremlátogatási szokásokra. Ötből egy fogyasztó elkerülne egy olyan éttermet, ahol csak készpénzzel lehetséges fizetni. Ez a hozzáállás különösen a 30-39 évesek körében jellemző: e korcsoport 31,2 százaléka állítja, hogy ilyen esetben tartózkodna az étteremlátogatástól. Különösen a nagy vásárlóerővel rendelkező városokban és régiókban tulajdonítanak nagy jelentőséget a rugalmas fizetési módoknak. A férfiak nagyobb valószínűséggel kerülnének el egy éttermet a fizetési lehetőségek hiánya miatt, mint a nők (26,2 % vs. 14,5 %).

A számok azt mutatják, hogy az étteremlátogatók egyre inkább elvárják a rugalmas fizetési lehetőségeket. A fogyasztók nemcsak kényelmes és biztonságos fizetésre vágnak, hanem arra is, hogy a fizetési folyamatot egyéni preferenciáikhoz igazíthassák. Aki ma lemond a digitális fizetési módokról, az a vendégek elvesztését kockáztatja (food-service.de).

Gazdát vált a Ráma

A Vandemoortele élelmiszeripari csoport megállapodást írt alá a Bunge európai margaringyártó tevékenységének megvásárlásáról. A családi tulajdonban lévő, a margarinok, növényi olajok és zsírok szegmensében erős jelenléttel rendelkező Vandemoortele a felvásárlásban lehetőséget lát arra, hogy megerősítse a növényi alapú élelmiszeripari megoldások iránti elkötelezettségét. A vállalat a margarin mellett a szószok, öntetek, növényi alapú krémek és növényi alapú sajtok szegmensében is változásokat szeretne hozni.



A Bunge európai tevékenységei több mint 450 millió eurós forgalmat generálnak, és több mint 800 embert foglalkoztatnak a németországi, lengyelországi és finnországi gyártóüzemekben, emellett a globális élelmiszer-ellátási lánc egyik kulcsszereplője.

A Vandemoortele csoport a Bunge mellett megállapodást kötött a VIVESCIA csoport leányvállalatának, a Délifrance-nak a megvásárlásáról is. A Délifrance-t Európa egyik vezető fagyasztott pékáru gyártójaként ismerik el, és éves forgalma mintegy 930 millió euró. A vállalat 14 gyártóüzemet működtet, és több mint 3200 embert foglalkoztat. A felvásárlást a „VIVESCIA 2030” projekt fontos lépésének tekintik, cél a fenntartható értékteremtés a mezőgazdaság és a szövetkezeti vállalkozók számára. A projektnek a Délifrance számára biztosítania kell a további fejlődéséhez szükséges forrásokat, és lehetővé kell tennie a Vandemoortele-vel való hosszú távú partnerséget.

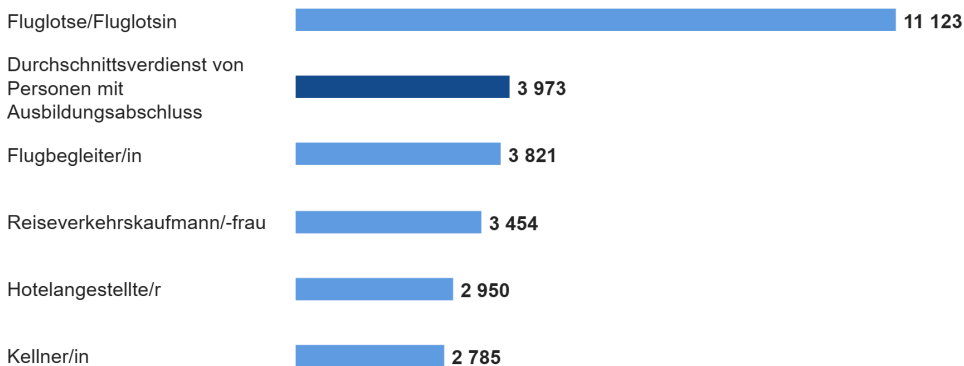
Ezekkel a lépésekkel a korábban elsősorban Nyugat- és Dél-Európára összpontosított vállalat kiterjeszti befolyási körét Közép-Kelet Európára és Skandináviára, a két vállalat B2C és B2B csatornákon keresztül forgalmazza termékeit.

Német bérek

Az elismert szakképzéssel rendelkező, teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalók 2024 áprilisában átlagosan bruttó 3 973 eurót kerestek. A Szövetségi Statisztikai Hivatal (Destatis) szerint a turizmussal kapcsolatos képzési foglalkozásokban dolgozók gyakran az átlag alatt kerestek. A teljes munkaidős légiutas-kísérők például átlagosan 3821 eurót kaptak. A pincérek átlagosan 2785 eurót kerestek, több mint 1000 euróval kevesebbet, mint az összes szakképesítéssel rendelkező munkavállaló átlaga. A légiforgalmi irányítók viszont átlagon felüli, 11 123 eurós bruttó fizetést kerestek 2024-ben, ami több mint háromszorosa az utazási irodában dolgozó ügyintézők fizetésének (3454 euró).

Verdienste für ausgewählte Ausbildungsberufe im April 2024

Bruttomonatsverdienste ohne Sonderzahlungen für Vollzeitbeschäftigte, in EUR



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025

A szakmaválasztás nem az egyetlen tényező, amely befolyásolja a keresetet. A magasabb iskolai végzettség általában szintén magasabb keresethez vezet a munkavállalók számára. A szakképzettséggel nem rendelkező, teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalók 2024 áprilisában átlagosan 3287 eurót kaptak, mintegy 686 euróval kevesebbet, mint a szakképzettséggel rendelkező munkavállalók (3973 euró). A mester, technikus vagy szakközépiskolai végzettséggel rendelkezők átlagosan 5300 eurót kerestek. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők 5 183 eurót kerestek, a mesterfokú végzettséggel rendelkezők pedig mintegy 1667 euróval többet (6 850 euró). A foglalkozás és az iskolai végzettség mellett más tényezők, például az iparág vagy az életkorral szerzett szakmai tapasztalat is befolyásolja a keresetet (destatis.de)

Az állomáson

A drezdai főpályaudvar régi piaccsarnokának átalakított területe mostantól látogatható, az újonnan kialakított csarnok a gasztronómiai kínálat széles skáláját kínálja az utazóknak és helyieknek egyaránt. Az Eataly neves élelmiszeripari vállalat, amely a kiváló olasz ételek és borok világszintű népszerűsítésére szakosodott, először képviselteti magát Drezdában, melynek köszönhetően a látogatókat két emeleten egy kávézó, egy olasz cukrászda és egy élelmiszerpiac várja eredeti olasz specialitásokkal.



A nyitás egyben az Areas, az Eataly első németországi franchise partnerének premierjét is jelenti a szász tartományi fővárosban. A vásárcsarnokban az olasz specialitások mellett a Speckmann's, az Areas német éttermi koncepciója révén regionális ételeket is kínálnak. A koncepciót kifejezetten a drezdai helyszínre fejlesztették ki, mely így lehetővé teszi, hogy az ide utazó vendégek német specialitásokat kóstoljanak. Az 1158 négyzetméteres vásárcsarnok átalakításába több mint kétf millió eurót fektettek be (food-service.de).

Gasztrotámogatás



Mivel a vendéglátás még mindig szenved a megemelkedett áraktól, illetve a szakképzett munkaerőhiánytól, a németországi Saar-vidék támogatni szeretné, illetve elő kívánja mozdítani a vendéglátóhelyek és szálláshelyek fenntartható korszerűsítését. A gazdasági minisztérium 25 millió eurót bocsát rendelkezésre az átalakítási alapból ezen beruházásokra. A program olyan szálláshelyeket és vendéglátóipari vállalkozásokat céloz meg, amelyek legalább két teljes munkaidős

alkalmazottat foglalkoztatnak, és
legalább két éve aktívak a piacon.

A program különösen az energiahatékony felújításokra, az elektromos járművek töltőállomásainak telepítésére, valamint energiatakarékos fényforrások és elektromos készülékek használatára irányuló beruházásokra összpontosít. Az olyan intézkedések, mint például az épületek zöldítése vagy az akadálymentes hozzáférés megteremtése szintén támogathatók. A támogatás összege vállalkozásonként legfeljebb 300 000 euró. Pályázni olyan projektekkel lehet, amelyek legalább 50 százalékban a fenntarthatóság területére fektetnek be. A program várhatóan 2025 májusában indul. A Digital-Invest-KKV program és az induló vállalkozásoknak szóló Trafo-Befektetési Alap után ez a harmadik intézkedés, mellyel a kormány a turizmus-vendéglátásban működő kkv-kat támogatja (welt.de).

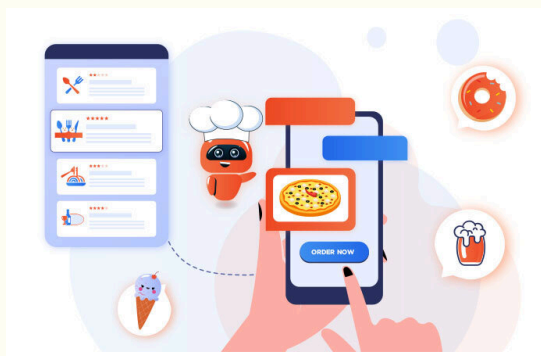
Az Airbnb szerint a trendek

A 2025-ös tavaszi utazási trendek a személyre szabott élmények iránti igényt és a különféle utazási preferenciák sokszínűségét tükrözik. Az egyéni utazás továbbra is kiemelkedő trend, mivel a kalandvágyó utazók egyre inkább hosszabb, 17 éjszakás utazásokat választanak, amelyek során a nyugodtabb, lassabb tempójú "soft travel" élmények kerülnek előtérbe. Az egyedül utazók körében tavasszal 90%-kal nő a kereslet az ilyen típusú utazások iránt, míg a háziállattal utazók száma is jelentősen megnövekedett - tavalyhoz képest több, mint 40%-kal többen vinnék magukkal kedvenceiket.



A családok számára a tavaszi szünet kiváló alkalmat ad arra, hogy együtt töltsenek minőségi időt. Az ilyen típusú utazások esetén a családbarát úti célok, amelyek különféle rendezvényekkel és tevékenységekkel várják a látogatókat, egyre népszerűbbé válnak. Olyan helyek, mint a kölni karnevál, amely kulturális élményeket kínál, vagy a brazil Ubatuba akvárium, ahol ismeretterjesztő programokon vehetnek részt, mind a családok körében keresettek. A trendek azt is mutatják, hogy a vidéki utazások iránti érdeklődés is emelkedett, míg a tengerparti városok, mint a Dominikai Köztársaságban található Punta Cana, vagy a svájci Bazel és a németországi Köln is vonzó célpontokká váltak (Airbnb Newsroom).

AI a gyakorlatban



A Lieferando egy AI-asszisztenssel kívánja egyszerűsíteni és meggyorsítani a rendelések menetét és leadását. A szolgáltató egy intelligens botot integrál, amely személyre szabott ajánlásokkal és optimalizált funkciókkal egyszerűsíti a rendelési folyamatot. Az alkalmazásban a keresőmező mellett elhelyezett asszisztens személyre szabott ajánlásokat kínál, és megkönnyíti az új éttermek és ételek felfedezését.

Röviden összefoglalja az értékeléseket, kiemeli az éttermekkel kapcsolatos releváns információkat, és a vásárlói preferenciák alapján optimalizálja a javaslatokat. Emellett támogatja a felhasználókat a megfelelő segédoldalakra való navigálásban is. Az anyavállalat Just Eat Takeaway.com kezdetben az Egyesült Királyságban, Írországban és Hollandiában vezette be az asszisztentst. A pozitív felhasználói visszajelzések átfogó értékelését követően a funkciót most Németországban is elérhetővé tették. A vállalat hangsúlyozza az AI felelősségteljes használatának fontosságát. A technológia tisztességes és átlátható használatának biztosítása érdekében kezelési iránymutatásokat dolgoztak ki a felhasználók számára (food-service.de).

Ez is vasút

Franciaország új, ötödik generációs TGV INOUI vonatai 2026 elején debütálnak, és a legmodernebb kényelmi, fenntarthatósági és akadálymentesítési megoldásokkal érkeznek. Az SNCF megbízásából az Alstom gyártotta vonatok először a Párizs, Lyon és Marseille közötti vonalon kezdenek közlekedni, majd fokozatosan elérhetőek lesznek az ország többi nagysebességű vasútvonalán is.



A mozgáskorlátozott utasok számára kiemelt figyelmet fordítottak a hozzáférhetőségre: az új vonatok speciálisan kialakított kocsival rendelkeznek, amely emelőplatformokkal biztosítja a két szint közötti közlekedést, illetve a "service at-the-seat" ("szolgáltatás az ülésnél") lehetőséget is kínálnak, így a mozgáskorlátozott utasok teljes kényelemben utazhatnak.

A fenntarthatóság terén a vonatok 20%-kal csökkentették energiafogyasztásukat, és 50%-kal kevesebb CO₂-t bocsátanak ki, mint az előző modellek, köszönhetően az aerodinamikai fejlesztéseknek. Az új vonatok 25%-a újrahasznosított anyagokból készült, így azok 97%-a újrahasznosítható, ami a piacon elérhető legkisebb karbonlábnyomú nagysebességű vonattá teszi őket.

Az ülések kényelme mellett külön figyelmet fordítottak arra is, hogy a helyi beszállítók termékei kerüljenek az utasok elé: a vonatok étkezőhelyiségében, a Le Bistro-ban a menü 65%-a francia forrásból származik, és minden húsétel kizárólag francia eredetű.

A TGV INOUI tehát nemcsak gyors és kényelmes utazást kínál, hanem egy fenntartható, akadálymentesített és helyi beszállítói láncra épülő élményt is, amely egy új dimenzióba emeli a vasúti közlekedést Franciaországban (Euronews).

Több támogatást a fenntarthatóságnak



A Travalyst, vagyis a Harry herceg által alapított nonprofit szervezet legújabb jelentése szerint az utazási ágazat vezetői továbbra is elkötelezettek a fenntarthatóság iránt, de további támogatásra van szükségük a céljaik eléréséhez. Az ötéves mérföldkő-jelentés az Egyesült Államok és az Egyesült Királyság utazóinak és iparági döntéshozóinak véleményét összegzi, valamint áttekinti a szervezet eddigi eredményeit és jövőbeli terveit.

A felmérés szerint az utazási szektor vezetői a gazdasági és szabályozási kihívások ellenére is elkötelezettek a fenntarthatósági intézkedések mellett. Tízből több mint kilenc vezető egyetért abban, hogy a kormányoknak elő kellene írniuk a vállalatok számára, hogy beszámoljanak környezeti hatásaikról. Bár a fenntarthatósági kezdeményezések iránti elkötelezettség erős, a vezetők csupán 30%-a érzi úgy, hogy megfelelően felkészült a szigorodó szabályozásokra.

A fenntarthatóság iránti fogyasztói kereslet is növekszik: a brit utazók 30%-a és az amerikaiak 42%-a állítja, hogy figyelembe veszi a szálláshelyek fenntarthatósági erőfeszítéseit. Ugyanakkor, amikor a végső döntés meghozataláról van szó, csupán 13% és 18% veszi figyelembe ezeket a tényezőket.

A jelentés szerint az iparág további támogatást igényel a fenntartható működés érdekében. A vállalatvezetők úgy vélik, hogy a szabályozásokhoz való alkalmazkodást útmutatás és tanúsítási rendszerek segítenék elő. Emellett minden harmadik vállalat szerint szükség lenne kormányzati beavatkozásra is a megfelelés biztosítása érdekében.

A jelentés kiemeli az együttműködés és ösztönzők fontosságát a fenntarthatóság előmozdításában. A válaszadók többsége szerint a vállalatoknak közösen kellene dolgozniuk a fenntarthatósági célok elérésén, megosztva egymással a bevált és kevésbé hatékony módszereket. Emellett tízből kilenc iparági vezető úgy véli, hogy a kormányoknak erősebb pénzügyi ösztönzőket kellene biztosítaniuk a fenntartható működés elősegítésére (PhocusWire).

Dalata eladás

A Dalata Hotel Group, Írország vezető szállodaipari vállalata stratégiai felülvizsgálatot indított, melynek egyik lehetséges kimenetele a cég eladása lehet. Ez a lépés jelentős figyelmet irányít az európai szállodaipari eszközök iránt mutatkozó befektetői érdeklődésre, ahol a turizmus jelenlegi erőssége és a gazdasági környezet bizonytalansága egyaránt fontos szempontként merül fel a befektetők számára. A Rothschild & Co. szakmai támogatásával zajló felülvizsgálat során a vállalat eladása is az egyik vizsgált opció, bár a legfrissebb információk szerint még nem kezdődtek konkrét tárgyalások potenciális vásárlókkal. A Dalata döntése éppen abban az időszakban érkezik, amikor az európai szállodaipar egyre vonzóbb célponttá válik a nemzetközi befektetők körében, akik infláció elleni védelmet és a rugalmas utazási keresletben rejlő lehetőségeket keresik.

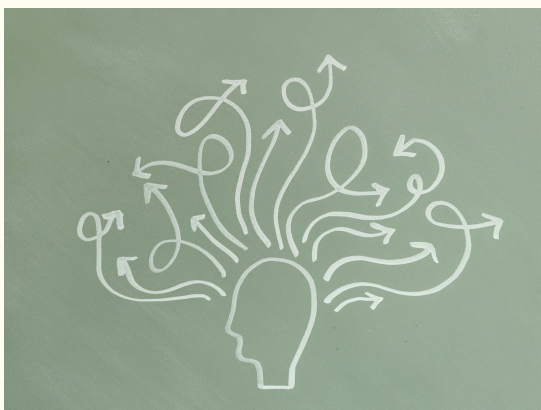


A Dalata jelenleg 55 szállodát üzemeltet, melyek többsége a jól ismert Clayton és Maldron márkanevek alatt fut, és főként Dublinban és Londonban koncentrálódik. A vállalat szállodaipari eszközeinek becsült értéke a legutóbbi adatok szerint eléri az 1,7 milliárd eurót. Bár a tranzakciós aktivitás az elmúlt évben emelkedést mutatott az európai piacon, a Dalata specifikus jellemzői befolyásolhatják a potenciális partnerek vagy felvásárlók érdeklődését. A viszonylag nagy méretű és jelentős eszközállománnyal rendelkező portfólió felvásárlása ugyanis összetett és komoly erőforrásokat igénylő folyamat lehet. A tavalyi tranzakciók jelentős része az Egyesült Királyságban történt, azonban ezek a megállapodások nem feltétlenül tartalmazták a szállodák és a hozzájuk tartozó bérleti szerződések olyan kombinációját, mint a Dalata esetében.

Ezzel párhuzamosan az Egyesült Királyságban a közelmúltban bejelentett vízumdíjemelések aggodalmat váltottak ki a turisztikai szektorban, mivel ezek

negatívan befolyásolhatják az ország vonzerejét a nemzetközi látogatók számára. A kormány döntése értelmében április 9-től emelkednek az elektronikus utazási engedély (ETA), a különböző típusú vízumok és az útlevelek díjai. Az ETA díja például jelentősen, 60%-kal nő, és emelkednek a diák- és munkavállalói vízumok díjai is. Az iparági vezetők csalódottságukat fejezték ki a bejelentés miatt, mivel úgy vélik, hogy ez a lépés hátrányosan érintheti a nemzetközi turizmust és nehezítheti a szükséges munkaerő toborzását is.

Viselkedépszichológia a rendezvényeknél



A londoni EC rendezvényszervező ügynökség a pandémia utáni sikereit részben annak köszönheti, hogy a rendezvénytervezés során a viselkedépszichológia elveit alkalmazza. Abby Hartley marketing igazgató Richard Shotton viselkedéskutatóval közösen dolgozott ki egy olyan keretrendszert, amelynek célja, hogy megértse, miként érzékelik, emlékeznek és reagálnak a résztvevők a különböző eseményekre, és hogyan lehet ezt a tudást felhasználni a rendezvények hosszú távú hatásának számszerűsítésére.

A tanulmány négy fontos pszichológiai elvet mutat be, amelyeket az EC sikeresen alkalmaz a rendezvények hatékonyságának növelése érdekében. Az egyik ilyen a glóriaeffektus, amely szerint egyetlen kiemelkedő, pozitív elem képes befolyásolni a résztvevők teljes élményét az adott eseménnyel kapcsolatban. Egy másik lényeges elv a hiányhatás, amely azt mutatja, hogy az exkluzivitás és a korlátozott hozzáférés növelheti az esemény vonzerejét és a részvételi hajlandóságot. Emellett fontos a generációs hatás, amely szerint a résztvevők aktív bevonása és a közös alkotás hozzájárul ahhoz, hogy az esemény emlékezetesebb legyen számukra. Végül a tanulmány említi a csúcsvég szabályt, amely szerint az élmény legintenzívebb pillanatait és annak befejezése határozzák meg leginkább, hogyan emlékeznek az emberek egy adott eseményre.

Az EC ezeket az elveket integrálva olyan rendezvényeket hoz létre, amelyek nem csupán pillanatnyi élményt nyújtanak, hanem hosszú távú hatást

gyakorolnak a résztvevőkre, ezáltal mérhető üzleti eredményeket generálva. A hangsúly a résztvevők viselkedésének mélyebb megértésén és annak befolyásolásán van, ami egy új perspektívát nyit a rendezvények megtérülésének mérésére és optimalizálására. A tanulmány kiemeli, hogy a viselkedépszichológia alkalmazása nem uniformizálja a rendezvényeket, hanem éppen ellenkezőleg, lehetővé teszi a személyre szabottabb és hatékonyabb élmények megteremtését.

Hilton aktuális

A Hilton szállodalánc várhatóan idén tavasszal lépi át az 1000 szállodát az európai, közel-keleti és afrikai (EMEA) régiójában. A vállalat tavaly hetente körülbelül egy új szállodát nyitott a térségben. Simon Vincent, a Hilton EMEA régiójának ügyvezető alelnöke és elnöke elmondta, hogy a vállalat további 500 szálloda fejlesztésén dolgozik, amelyeknek több mint a fele már építés alatt áll.



A Hilton terjeszkedési stratégiája azon alapul, hogy a megfelelő márkákat a megfelelő piacokhoz illesztik. A közelmúltban bevezetett márkák a régióban a Tempo by Hilton és a Spark by Hilton.

A Tempo by Hilton, egy életstílusmárka, jó példa erre a stratégiára. A vállalat célja, hogy a különböző EMEA alrégiók sajátos dinamikájához alkalmazkodjon. Vincent megjegyezte, hogy a Közel-Keleten a hangsúly az új szállodák építésén van, ahol hagyományosan nagy volt a luxus- és felső kategóriás szállodák iránti kereslet, de most a középkategóriás piacon is jelentős lehetőségek nyílnak. A Hilton stratégiája a globális márkastandardok és a regionális relevanciák közötti egyensúly megteremtésére törekszik.

Brit helyzetkép



Sir Chris Bryant turisztikai miniszter határozottan kijelentette, hogy az üzleti események nélkülözhetetlen szerepet játszanak az Egyesült Királyság ambiciózus turisztikai tervében, amelynek célja, hogy 2030-ra elérje az évi 50 millió nemzetközi látogatót. A miniszter a

londoni Business of Events Global Policy Forumon tartott beszédében kiemelte, hogy az eseményipar kulcsfontosságú a kormány által kitűzött célok elérésében, különösen az ország kevésbé frekvenciált területein.

Bryant hangsúlyozta, hogy a kormány 2013 óta nem publikált átfogó stratégiát az eseményipar számára, ezért a mostani kezdeményezés jelentős előrelépést jelent. Utalt a Visitor Economy Council munkájára is, amelynek feladata egy olyan nemzeti turisztikai stratégia kidolgozása, amely részletesen bemutatja, hogyan kívánják elérni a kitűzött célokat. A miniszter emellett kiemelte az infrastruktúra fejlesztésének kritikus fontosságát, amely megkönnyíti a látogatók számára az országon belüli utazást, és lehetővé teszi, hogy az események ne csak Londonra és Délkelet-Angliára koncentrálódjanak.

Azonban a vendéglátóipar képviselői komoly aggodalmukat fejezték ki a gazdasági környezettel kapcsolatban. Társszövetségünk, az UKHospitality szerint a tavaszi költségvetés elmulasztotta a lehetőséget, hogy elkerülje az áprilisi beszakadást, amely a munkáltatói társadalombiztosítási járulékok változása miatt jelentős terhet ró a vendéglátóiparra. A kormánynak egyértelmű növekedési tervre van szüksége a vendéglátás számára, mivel a jelenlegi helyzet veszélyezteti a munkahelyeket és a gazdasági fellendülést. Sürgette a kormányt, hogy haladéktalanul dolgozzon ki egy olyan tervet, amely elősegíti az ágazat növekedését és a munkahelyteremtést, különösen vidéken, ahol a vendéglátás fontos szerepet játszik a helyi gazdaságban. A vendéglátás a korábbi válságok idején már bizonyította, hogy képes fellendíteni a gazdaságot, amennyiben megfelelő támogatást kap.

Ahogy előző számunkban is bemutattuk, a brit vendéglátóipar komoly kihívások elé néz, mivel áprilistól 3,4 milliárd fontos éves többletköltség terheli az ágazatot. A bérek és munkáltatói járulékok emelkedése mellett az üzleti adók növekedése is súlyos terhet ró a vállalkozásokra. Egy teljes munkaidős alkalmazott foglalkoztatása évente 2500 fonttal drágul, miközben a 18 év alattiak után fizetendő költségek 18%-kal, a 18-20 év közöttieké pedig 16%-kal növekednek.

A helyzet következtében tízből hét vendéglátóipari vállalkozás munkahelyek csökkentésére kényszerülhet, egyharmaduk rövidítheti nyitvatartását, és sokan akár telephelyeket is bezárhatnak. Társszövetségünk, az UKHospitality felszólítja a kormányt, hogy mielőbb dolgozzon ki egy átfogó támogatási tervet, amely segítene csökkenteni a vállalkozások költségeit és enyhítené az ágazatra nehezedő pénzügyi terheket.

Az UKHospitality szerint az intézkedések már most visszafogják a beruházásokat és a munkahelyteremtést, holott a vendéglátás kulcsfontosságú szereplője lehetne a gazdasági növekedésnek. A jelenlegi szabályozási környezet azonban ellehetetleníti az ágazat fejlődését. Ezért sürgetik a kormányt, hogy dolgozzon ki egy olyan tervet, amely támogatja a vendéglátóipart és megőrzi a munkahelyeket (UKHospitality).

Kína visszatér

A China Trading Desk előrejelzése szerint Kína külföldi turizmusa 2025-ben jelentősen fellendül, túlszárnyalva a járvány előtti szintet, és elérve a 155 millió nemzetközi utazást. A kínai utazók 72%-a több külföldi útra is készül. Figyelemre méltó az első alkalommal utazók magas aránya (38%), akik jellemzően fiatalok (64% 30 év alatti) és többségében nők (60%).



Ezek az új utazók főként a közösségi médiából tájékozódnak, és fogékonyak a márkák útmutatásaira. A spontánabb utazástervezés jellemző, sokan kevesebb mint egy hónappal előre foglalnak. Délkelet-Ázsia továbbra is népszerű, de nő az érdeklődés a távoli, például európai úti célok iránt. Ez a fellendülés nagy lehetőséget jelent a turisztikai ipar számára, különösen azoknak a márkáknak, amelyek képesek megszólítani ezt a fiatal, digitálisan aktív és prémium élményekre vágyó réteget.

Fordított bleisure



Egy friss tanulmány szerint a céges utazók körében egy új trend terjed: a fordított bleisure. Ez azt jelenti, hogy ahelyett, hogy egy üzleti út végéhez kapcsolódna szabadidő, a dolgozók személyes utazásaikba illesztenek be üzleti találkozókat. A kutatás kimutatta, hogy a fiatalabb generációk (Z és millenniumi) körében ez a gyakorlat különösen elterjedt.

A felmérés rávilágított arra is, hogy a céges utazók többsége pozitívan értékeli a munkával kapcsolatos utazásokat, sokan előnynek tartják azt. Ugyanakkor a

Z generáció tagjai gyakrabban szembesülnek utazási nehézségekkel és kevésbé vannak tisztában a munkáltatójuk által nyújtott támogatási lehetőségekkel.

Az utazásszervezésben egyre nagyobb szerepet kap a mesterséges intelligencia (MI), a válaszadók többsége nyitott annak használatára. Mindazonáltal, ha probléma merül fel, a legtöbben továbbra is a személyes segítséget részesítik előnyben az MI-vel szemben.

Bhután - USA 2:1

Bhután, a Himalájában található kis ország, váratlan figyelmet kapott, amikor az Egyesült Államok az előzetes „vörös listájára” helyezte. Ez az elsőre diplomáciai problémának tűnő esemény valójában kedvező alkalmat teremtett az ország számára, hogy bemutassa különleges filozófiáját és környezetvédelmi erőfeszítéseit. Bhután, amely a bruttó nemzeti boldogság elvét követi, a jólétet és a holisztikus fejlődést helyezi a középpontba a gazdasági növekedés helyett.



Ez az egyedi szemlélet az állampolgárok boldogságát és a kulturális, valamint természeti értékek megőrzését egyaránt elősegíti.

Az ország különösen büszke arra, hogy területének több mint 72,5%-át erdők borítják, így nemcsak gyönyörű tájainak megőrzését biztosítja, hanem a világ egyetlen szén-dioxid-negatív államaként példát mutat a fenntarthatóságban. Bhután a „vörös listáról” a „sárga listára” való áthelyezésével további nemzetközi figyelmet nyert, megerősítve helyét, mint különleges turisztikai célpont és fenntarthatósági mintakép.

Miközben Bhután hálát fejezett ki az Egyesült Államok felé, amiért lehetőséget adott nemzeti filozófiájának és céljainak bemutatására, továbbra is elkötelezetten dolgozik a boldogság, a fenntarthatóság és a felelős turizmus értékeinek képviselésén a globális szinten. Az események következtében Bhután újfent megerősítette helyét a világ figyelmének középpontjában, mint egyedülálló és inspiráló ország.

Már Afrika is



Tanzánia megkezdi a kelet-afrikai régió legnagyobb konferenciaközpontjának építését, hogy az országot a régió üzleti turizmusának vezető célpontjává tegye. Az észak-tanzániai Arusha városában található Mount Kilimanjaro International Conference Centre (MKICC) építési költsége meghaladja a 160 millió dollárt.

Az állami tulajdonú Arusha International Conference Centre (AICC) és a Tanzániai Kormány Public Service Social Security Fund (PSSSF) közös vállalkozása révén Afrika legnagyobb konferenciaközpontja jön létre, amelyben egy 5000 férőhelyes auditórium, egy 500 szobás, ötcsillagos szálloda tíz elnöki lakosztállyal, egy 20 000 négyzetméteres kereskedelmi terület, valamint egy 2000 férőhelyes parkoló és egy helikopter leszálló kap helyet. Az épület tervezését a brit Blonski Architects nyerte meg. Az épület a baobab fa ihletésére épül, amely hagyományosan a helyiek találkozóhelye volt az általa nyújtott árnyék miatt. A fejlesztés Tanzánia azon törekvésének része, hogy a térségbe vonzza az üzleti turizmust.

Afrika jelenleg elmarad a többi kontinens mögött a jövedelmező MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) szektor kiaknázásában. Az 2024-es International Meetings Statistics Report szerint 2023-ban a globális egyesületi találkozók mindössze 4%-át tartották Afrikában, amelyből Dél-Afrika vezet, a legtöbb találkozót tartva, majd Ruanda és Kenya következik.

Ruanda 2023-ban 2 milliárd USD-t fektetett be a Kigali International Airport bővítésébe, hogy jobban kiszolgálja az üzleti utazókat és vonzza őket a helyi Kigali Convention Centre-be, míg Uganda és Kenya is jelentős konferenciaközpont fejlesztésekbe kezdett.

Enyhítési kérelem

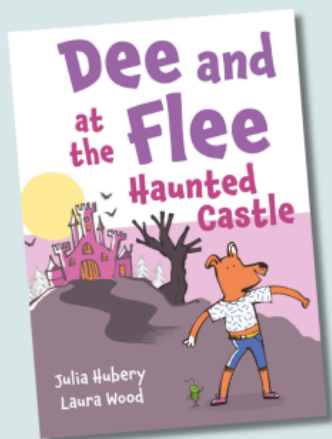
A FoodDrinkEurope és több iparági szövetség közös nyilatkozatban sürgeti az Európai Parlamentet és a Tanácsot, hogy gyorsított eljárásban fogadják el a vállalati fenntarthatósági irányelvről szóló (CSRD) és a vállalati fenntarthatósági átvilágítási irányelv (CS3D) hosszabb átmeneti időszakát. A nyilatkozat szerint a jelenlegi végrehajtási ütemezés jelentős jogbizonytalanságot teremt a vállalkozások számára, különösen azokban a tagállamokban, ahol a CSRD már átültetésre került.



A szövetségek hangsúlyozzák, hogy a halasztás biztosítaná a jogbiztonságot, elegendő időt adna a vállalatoknak az új követelményekhez való alkalmazkodásra, és elkerülhetővé tenné a felesleges adminisztratív és pénzügyi terheket. Kiemelik, hogy a jelentéstételi kötelezettségek erőforrás-igényesek, és egy elhamarkodott végrehajtás veszélyeztetheti a versenyképességet. Az Omnibus-csomagban javasolt hosszabb átmeneti időszak szerintük lehetőséget teremt arra, hogy a jogszabályokat átfogóan és stabilan alakítsák ki, így elősegítve a fenntartható üzleti gyakorlatokat és a gazdasági növekedést (FoodDrinkEurope).

Korai kampány

Az Európai Utazási Bizottság (ETC) a Surrey Egyetemmel közösen tovább bővíti gyermekkönyv-sorozatát, amely az 5-12 éves olvasóknak mutatja be az utazás világát és a turizmusban rejlő karrierlehetőségeket. A program célja, hogy játékos, izgalmas történeteken keresztül felkeltse a fiatalok érdeklődését az ágazat iránt, inspirálva őket az ágazatban való jövőbeli elhelyezkedésre, miközben olyan szociális és érzelmi készségeket fejleszt, mint a problémamegoldás, a kommunikáció és az érzelmi intelligencia.



Az ETC fordítási támogatást is biztosít, hogy a sorozat minél több európai nyelven elérhetővé váljon. A kiadók akár 3500 eurós támogatást kaphatnak a könyvek lefordítására, valamint további összeget marketingtevékenységekre. A kezdeményezés célja, hogy segítsen enyhíteni a turizmusban tapasztalható munkaerőhiányt, és pozitívabb képet alakítson ki az ágazatról a fiatal generációk körében. Az ETC továbbra is keresi az együttműködő partnereket, hogy a sorozat minél több gyermekhez eljuthasson Európa-szerte (ETC Corporate).

