

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi tizenegyedik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. május 15. 21. évfolyam 11. szám



Szövetségi hírek

- Felügyelő Bizottsági ülés
- PANTOUR



Tag- és társszervezeti hírek

- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- Javuló hangulat
- Zöld mérce
- Ételtrendek
- Trump hatás
- Már itt is az MI
- Képzési minta
- Erősödő kempingek
- Csökkenő eladások
- Okos turizmus
- A kávé még arat
- Zöldülnek
- Digitális utazástervezés



Uniós hírek

- A helyzet Európában

Szövetségi hírek

Felügyelő Bizottsági ülés



Szövetségünk Felügyelőbizottsága 2025. május 14-én tartotta soron következő ülését. A testület áttekintette, megvitatta és jóváhagyta a 2024. évi gazdálkodásról szóló beszámolót. Az ülésen a tagok egyéb, a Szövetség működését érintő kérdéseket is megvitattak.

PANTOUR

2025. május 15-én, csütörtökön 16:00-17:30 között kerül megrendezésre a PANTOUR újabb webinárium, amely az egyenlőség, a sokszínűség és a befogadás (EDI) szerepét vizsgálja a turizmus és vendéglátás fenntartható jövőjében.



**BREAKING BARRIERS
THROUGH EQUALITY
DIVERSITY AND INCLUSION
IN THE HOSPITALITY AND
TOURISM SECTORS**

May 15 2025 | 16:00 – 17:30 CET



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

A „Breaking barriers through Equality, Diversity and Inclusion in the tourism and hospitality sectors” című online esemény célja, hogy bemutassa, miként válhat a befogadó munkahelyi kultúra a szektor hosszú távú sikerének kulcsává. A webinárium résztvevői európai példákon keresztül ismerhetik meg, hogyan járulhat hozzá az EDI a munkavállalói jólléthez, elkötelezettséghez és a tehetségek megtartásához.

A rendezvényen több elismert szervezet osztja meg gyakorlati tapasztalatait, köztük az Associação Pão a Pão, a Trigon Hotels, a Rijksmuseum, valamint az Albergo Etico Roma.

További részletek [ide kattintva](#), valamint a regisztrációs űrlap [ezen a linken](#) érhető el.

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 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 [link](#)en keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek **2025. május 19-ig** van lehetősége.

Külföldi hírek

Javuló hangulat

Az áprilisi adatok szerint javult a hangulat a vendéglátóiparban, ahol a vállalatok pozitívan értékelik a jelenlegi helyzetet és sokan optimisták a következő hónapokra nézve. Ez a szektorban az év eleji stagnáláshoz képest kedvező változás, különösen a jövőbeli kilátások tekintetében. A vállalatok áremelési szándékai is növekedtek.



Eközben a német gazdaság egészében az üzleti hangulat enyhén javult, bár a vállalatok körében nőtt a bizonytalanság. A feldolgozóipar, a kiskereskedelem és a logisztika területén azonban visszaesés figyelhető meg, míg az

építőiparban a pozitív várakozások mellett a jelenlegi helyzetet kissé negatívabban értékelik, főként a rendelésállomány hiánya miatt. Összességében a vendéglátásban és az ágazatok többségében kedvezőbb a hangulat, de a bizonytalanság továbbra is jelen van a gazdaságban (food-service.de).

Zöld mérce



A közintézmények - iskolák, egyetemek, kórházak és vállalatok - több millió vendéget látnak el étellel, ugyanakkor ennek igen jelentős környezetre gyakorolt hatása van. Az élelmiszertermelés a globális üvegházhatású gázkibocsátás akár 37%-áért is felelős, különösen az állati eredetű termékek révén. Összehasonlítva, a növényi alapú ételek beépítése a menüsorokba fenntarthatóbbnak minősül, kevesebb erőforrást igényel, és az egészségre is pozitív hatásokkal bír. Egyre több közétkeztető vállalat tér át növényi alapú menükre.

Ennek oka nem csak a klímaváltozás megelőzésére, hanem az egészséges életmód támogatására és a vendégek újszerű igényeinek kielégítésére való törekvés egyaránt.

A Humane World for Animals idején *Protein Sustainability Scorecard* jelentésében 50 nagy étkeztető céget vizsgált, hogy miként teljesítik fenntarthatósági vállalásaikat. Hat cég - köztük a Sodexo USA és a Guckenheimer - kiváló (A+/A) minősítést kapott, nyolc további vállalat pedig jó (B+/B) eredményt ért el. Több szolgáltató már elérte növényi célkitűzéseit, vagy jó úton jár azok teljesítése felé. Ugyanakkor voltak cégek is, amelyek visszaestek az előző évi teljesítményükhöz képest, illetve vannak, akik továbbra sem kívánnak részt venni az felmérésben. A teljes lista és a vállalatok részletes értékelése ezen a [linken](#) tekinthető meg.

A jelentés három fő szempont figyelembe véve értékeli: a cég menüjének átláthatósága, kitűzött konkrét célok a növényi alapú kínálat bővítésére és az állati fehérjék csökkentésére, valamint milyen tényleges lépéseket tesznek ezek megvalósítására. A növényi alapú menük nem csupán a környezet számára kedvezők, hanem a fogyasztók egészségét is támogatják - így ezek bővítése kulcsfontosságú lehet a jövő fenntartható étkezésében.

A kereslet igen nagy szerepet játszik abban, hogy a vállalatok milyen irányba fejlesztik kínálatukat, ennek következtében a fogyasztók szerepe is kiemelten fontos. A tudatosság és az érdekeltség növelése érdekében a jelentés törekszik bátorítani a fogyasztókat a közétkeztetésben növényi alapú menük igénybevételére.

Ételtrendek

Az Anuga, a világ vezető élelmiszeripari szakvására és az Innova Market Insights piackutatói által készített tanulmány azonosította a kilenc legfontosabb élelmiszeripari trendet.



A program nemcsak az egészséges táplálkozás népszerűsítésére összpontosít, hanem az étkezési szokások változására is. A betegek számára a növényi alapú étkezések változatos, tápláló alternatívákat kínálnak, miközben fenntartják a választás szabadságát. A kórházakban való bevezetés segíthet a betegek egészségének javításában, valamint példát mutathat más intézmények számára, akik hasonlóan szeretnék frissíteni étkezési kínálatukat. A program célja, hogy hosszú távon pozitív hatást gyakoroljon az étkezési szokásokra és elősegítse a fenntarthatóbb táplálkozási megoldások szélesebb körű elterjedését.

1. Személyre szabott táplálkozás - iránti vágy egyre nagyobb teret nyer. Az olyan szempontok, mint a kiegyensúlyozott étrend, a szükségletalapú tápanyagbevitel és a funkcionális élelmiszerek is egyre inkább a középpontba kerülnek.

2. Fenntarthatóság - a fenntartható termékek egyre inkább a figyelem középpontjába kerülnek: a növényi alapú fehérjék egyre nagyobb jelentőségre

tesznek szert. Ugyanakkor egyre nagyobb a kereslet az olyan éghajlatérzékeny nyersanyagok alternatívái iránt, mint a kakaó, a kávé és a narancslé. Az innovatív megoldások célja a környezeti hatások csökkentése és a fogyasztók fenntarthatóság iránti növekvő igényeinek kielégítése.

3. Alternatív fehérjeforrások - Az alternatív fehérjeforrások felé mutató trend gyorsan fejlődik. Míg a növényi eredetű fehérjék iránti kereslet 2020 és 2024 között 5 százalékkal nőtt, addig a tenyésztett és mikrobiális fehérjék iránti kereslet ugyanebben az időszakban 15 százalékkal emelkedett. Ezek különösen húspótlóként, készételekben, desszertekben és fagyaltokban keresettek.

4. Snacking - a nassolás továbbra is egy fontos megatrend. A gyártók egyre inkább a kisebb adagokra és az innovatív ízfejlesztésekre összpontosítanak, hogy kielégítsék az élvezet és a kényelmes táplálkozás iránti igényt.

5. Saját márkás termékek - a saját márkás termékek egyre fontosabbá válnak, különösen Európában és Észak-Amerikában. Ez a trend leginkább a pékáruk, a hús és hal, tojás illetve készételek kategóriájában jellemző.

6. Prémium & gourmet - A prémium termékek nemcsak azért vonzóak, mert exkluzívak, hanem azért is, mert fenntarthatóak és kiváló minőségűek. A fogyasztók egyre inkább elvárják az etikus és egészséges termékeket. A prémium bevezetések aránya különösen magas a meleg italok, szószok és ételízesítők, valamint a snackek esetében.

7. „Gut & Digestive Health” - az egészség az emésztőrendszerben kezdődik. Az emésztést pozitívan befolyásoló rostok piaca 2022 és 2024 között évente 3 százalékkal nő. A legfontosabb piacok az USA, az Egyesült Királyság és Kína. Az étrend-kiegészítők (az újonnan bevezetett termékek 47%-a) és a baba- és kisgyermekeknek szánt termékek különösen jól képviseltetik magukat.

8. Halal - a muszlim étkezési előírásoknak megfelelő termékek iránti kereslet világszerte növekszik. Az elmúlt öt évben a szegmens éves növekedési üteme 8 százalékos volt. A halal szegmens különösen a pékáruk, a szószok és fűszerek, valamint a snackek területén fejlődik látványosan.

9. „Clean Label” - átláthatóság, mint vásárlási kritérium. A tudatos vásárlók és fogyasztók egyre inkább a mesterséges adalékanyagok nélküli termékeket részesítik előnyben ([gvpraxis.food-service.de](https://www.gvpraxis.food-service.de)).

Trump hatás

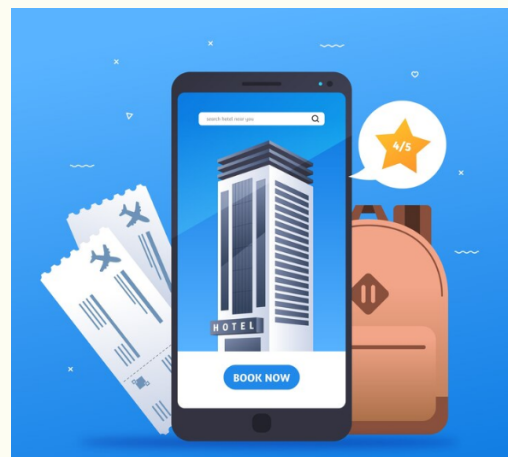


Az amerikai vámok és a kapcsolódó bizonytalanságok súlyosan befolyásolják a globális gazdaságot, különösen az idegenforgalmi és légit közlekedési szektort. Az Allianz Trade legfrissebb elemzése szerint a tarifák miatt növekvő repülőgép költségek és a csökkenő utazási kereslet nyomán az ágazatban turbulenciák tapasztalhatók, miközben a légitársaságok eredményei a járvány előtti fellendülés ellenére is veszélybe kerülnek.

A világjárvány után rekord szinteken volt a turizmus, de most a vámháború hatására az amerikai utazási forgalom visszaesik, különösen Nyugat-Európából, például Németországból és Spanyolországból érkező turisták körében. Ez különösen az USA-ba irányuló légit közlekedést érinti, ahol a kereslet csökkenése miatt a légitársaságok bevételei 10%-kal estek vissza az első negyedévben, és az USA-beli utazások iránti kereslet tovább ingadozik. A repülőgép- és alkatrészgyártók szintén kihívásokkal szembesülnek, mivel a gyártási kapacitások nem érik el a járvány előtti szintet, és a vámok tovább növelhetik a költségeket, ami az árakat 2030-ig akár 20%-kal emelheti. Mindezek mellett az európai légitársaságok kilátásai mérsékeltebbek, mivel 2025-ben is (+10%) várható a bevétel növekedés, köszönhetően a magasabb áraknak és az alacsonyabb üzemanyagáraknak. A háborús helyzet és a vámintézkedések így tovább növelik az ágazat bizonytalanságát, megritkítva az utasokat és növelve a működési költségeket (eturbonews.de).

Már itt is az MI

A Priceline legújabb mesterséges intelligencia alapú fejlesztései forradalmasítják a szálláskeresés és foglalás világát. A „Neighborhood Intel” nevű eszközkészlet segít a felhasználó számára a személyes preferenciákhoz passzoló szállást megtalálni, továbbá részletes információkat ad a kiválasztott hely környékéről, például látnivalókról,



éttermekről, időjárásról és térképes elhelyezkedésről.

Ezzel párhuzamosan a Priceline bemutatta saját generatív MI-alapú utazási asszisztensét is, „Penny” néven. Penny képes különböző kérdéseket megválaszolni, mint például ajánlásokat adni a legjobb szállodákra egy adott városrészben, és akár közvetlen foglalást is lehetővé tud tenni a beszélgetés során. Az asszisztens figyelembe véve az egyéni preferenciákat, személyre szabott javaslatokat kínál a felhasználó számára.

A cél egyértelműen az utazók élményének javítása, az információs túlterhelés csökkentése és a keresési idő lerövidítése. A Priceline weboldalán már elérhető „Neighborhood Intel” és „Penny” funkciók új szintre emelik a digitális utazástervezést (PhocusWire).

Képzési minta



Anglia-szerte 26 térségben indulnak el a kormány által támogatott vendéglátóipari képzések, amelyek célja, hogy segítsék az álláskeresőket a munkaerőpiacra való visszatérésben, miközben támogatják a szektor hosszú távú munkaerő-utánpótlását is. Az új képzési programokat társszervezetünk, az UKHospitality és a Munka- és Nyugdíjügyi Minisztérium (DWP) közösen vezeti be, a SWAP (Sector-based Work Academy Programme) keretében.

A SWAP-ok lényege, hogy a résztvevők nemcsak elméleti képzést kapnak, hanem a gyakorlatban is kipróbálhatják magukat valós munkakörnyezetben. A tanfolyam során megszerzett tudás mellé garantált állásinterjú is jár egy vendéglátóipari munkaadóval - így a képzés valódi karrierugródeszkeként is szolgálhat.

A program célja, hogy a vendéglátás iránt érdeklődők korszerű, naprakész tudással és gyakorlati tapasztalatokkal lépjenek be az ágazatba. A képzést végzők egy új, digitálisan tárolható vendéglátóipari szakképzettségi bizonyítványt is kapnak (Hospitality Skills Passport), amelyet az OCN London tanúsít, és amelyet az UKHospitality, az iparág vezető szakmai szervezete is elismer.

A program Anglia szinte minden térségét lefedi: elérhető lesz többek között a keleti, középső, északi, déli és délnyugati régiókban, köztük nagyvárosokban és tengerparti településeken is - például Norwichban, Birminghamben, Manchesterben, Londonban és Bournemouthban.

Az UKHospitality szerint a kezdeményezés nemcsak elhelyezkedési lehetőséget, hanem értékes, elismert szakképzettséget is nyújt, amely megkönnyíti a munkavállalók beilleszkedését, és segíti a munkaadókat a toborzásban. A kormány célja, hogy 2025-ig 100 000 új SWAP-képzési lehetőséget hozzon létre, hozzájárulva a hosszabb távú, stabil foglalkoztatáshoz az ország egész területén (UKHospitality).

Erősödő kempingek

2024-ben Németországban ismét rekord szintet ért el a kempingekben eltöltött vendégéjszakák száma, közel 42,9 millióval, ami 1,4%-os növekedést jelent 2023-hoz képest és 19,9%-kal haladja meg a 2019-es, a koronavírus előtti. A kempingezési trend az elmúlt két évtizedben folyamatosan erősödött, és a 2004-es 21,4 millió vendégéjszaka óta megduplázódott. A koronavírus időszakát kivéve, az évek folyamán szinte folyamatosan nőtt a vendégéjszakák száma.



2024-ben a kempingek az összes vendégéjszaka 8,6%-át tették ki, és a németországi kempingezők legnépszerűbb célpontjai a Balti-tenger partvidéke, különösen Schleswig-Holstein, a Fekete-erdő, Alsó-Szászország és a Bajorországban található Allgäu régió voltak. A külföldi vendégek főként a délnyugati régiókat keresték fel, mint a Fekete-erdő vagy a Mosel-Saar vidéke. A tóvidékek, mint a frankföldi tóvidék, különösen népszerűek, itt közel minden második vendég kempingben töltötte az éjszakát.

Az árak tekintetében a lakóautó parkolóhelyek ára 27,7%-kal emelkedett 2020-hoz képest, ezzel drágábbak lettek, mint az összes szállásfajta átlagára. A kempingárak növekedése az elmúlt években gyorsabb volt, mint az általános fogyasztói árak növekedése. Összességében a trend szerint a kempingezés népszerűsége továbbra is növekszik Németországban (eturbonews.de).

Csökkenő eladások



A McDonald's eladásai az Egyesült Államokban 3,6 százalékkal, világszerte pedig 1 százalékkal csökkentek az első negyedévben. A McDonald's eredményeit negatívan befolyásolta a szökőnap hiánya, ami kevesebb vendéget és alacsonyabb forgalmat eredményezett, de a szökőnap kiigazításával az adatok szinte stagnáltak. A nemzetközi piacokon a licencüzemeltetett országok 3,5%-os növekedést értek el, míg az USA-ban a csökkenés 3,6% volt.

Az összesített rendszeres eladások 1%-kal estek vissza, árfolyamhatástól megtisztítva azonban növekedés mutatkozott. A csoport árbevétele 3%-kal csökkent, az üzemi eredmény pedig 3%-kal, de a szervezési átszervezések költségei miatt ezek a számok torzultak. A hűségprogram továbbra is hozzájárul az értékesítéshez. A vállalat szerint az USA-ban az értékesítés csökkenése elsősorban a vendégek számának visszaesésének köszönhető. A nemzetközi üzemeltetett piacok eredményei vegyesen alakultak, különösen az Egyesült Királyságban csökkent az értékesítés. A vállalat vezetői bizakodóak, hangsúlyozva az innovációs képességet és a stratégiák alkalmazását a piacok helyreállítása érdekében.

Okos turizmus

Az okos turizmus, amely néhány éve még csak futurisztikus elképzelésnek tűnt, mára meghatározó szereplőjévé vált a turizmus világának. Az újfajta szemlélet célja nem csupán a technológiai fejlődés kihasználása, hanem egy olyan fenntartható, személyre szabott és befogadó utazási élmény megteremtése, amely mind a látogatók, mind a helyi közösségek számára előnyös.



Az okos turizmus lényege, hogy a digitális eszközök - például mesterséges intelligencia, szenzorhálózatok, mobilalkalmazások vagy kiterjesztett valóság - a turizmus szinte minden területét támogatják. A turisták ma már valós időben juthatnak személyre szabott ajánlásokhoz, miközben az úti célok képesek előrejelezni a látogatói tömegeket vagy épp optimalizálni az erőforrások használatát.

Ugyanakkor a hangsúly egyre inkább a személyre szabott élményeken és a helyi közösségek bevonásán van. A digitális platformok lehetővé teszik a lakosság számára, hogy beleszóljon a turisztikai stratégiákba, ezzel biztosítva a fenntartható és autentikus fejlődést.

Az okos turizmus úttörőinek számító városok - például Barcelona, Amsterdam és Málaga - már a 2010-es évek elején elkezdtek integrálni a technológiai megoldásokat a városi turizmusba. E kezdeményezéseket az Európai Unió is támogatta, például az „Európa Okos Turizmus Fővárosa” cím odaítélésével, amely minden évben olyan városokat ismer el, amelyek élen járnak a hozzáférhetőség, a digitalizáció, a fenntarthatóság és a kulturális örökség kezelésében.

A valódi okos turizmus túlmutat a technikai újításokon: környezetvédelmi szempontokat, elérhetőségi szempontokat és közösségi részvételt is beépít a turizmus új modelljébe. Ennek része lehet a levegőtisztaság figyelése, a fenntartható programok támogatása, vagy épp az akadálymentes közlekedés és digitális információszolgáltatás biztosítása.

Ahogy az utazók egyre tudatosabban választanak, az okos turizmus lehetőséget kínál arra, hogy az utazás ne csak élmény legyen, hanem felelősségteljes döntés is - a bolygó, a közösségek és a jövő generációi felé (TourismReview).

A kávé még arat



A 14 legnagyobb kávézó márká közül mindössze négy mutat negatív üzleti eredményeket az előző évhez képest. Miközben a német kávépiac ismét növekedést mutat, az egységek száma 3%-kal 1211-re nőtt. A rangsor élén a Segafredo maradt, de a Coffee Fellows is jelentős, 9%-os bővülést ért el a márkanev átnevezésének köszönhetően. A globális piacvezető Starbucks 26 új egységet nyitott, miközben a chicco di caffè 25 egységet zárt be (a

rangsorban a legnagyobb visszaesést jelenti).

A kihívásokat az emelkedő árak, növekvő bérköltségek és adóterhek, valamint a változó fogyasztói szokások (pl. növekvő elviteles igény, minőség- és fenntarthatóság iránti fokozódó érdeklődés) jellemzik. A digitális szolgáltatások és a rendelési folyamatok digitalizálása (pl. alkalmazások, önrendelő terminálok) fontos szerepet játszanak a versenyképesség fenntartásában. A kiszállítási szolgáltatások, például Uber Eats és Wolt partnerkapcsolatok, szintén növekednek, jelezve a hibrid üzleti modellek térnyerését. A növényi alapú termékek és innovatív termékkínálatok iránti kereslet is folyamatosan nő, a vállalatok kísérleteznek új termékkategóriákkal, mint például saláták vagy nyári italok kínálata (food-service.de).

Zöldülnek

A United Airlines újabb lépést tett a fenntarthatóság felé: befektetett a Twelve nevű startupba, amely innovatív módon, szintetikus fotoszintézissel állít elő alacsony szén-dioxid-kibocsátású repülőgép-üzemanyagot. A technológia lényege, hogy a levegőből kivont szén-dioxidot és a vízből nyert hidrogént megújuló energiával alakítják át üzemanyaggá, akár 90%-kal csökkentve a károsanyag-kibocsátást.



A Twelve első üzemét a washingtoni Moses Lake-ben építi, ahol évente 50 000 gallon fenntartható üzemanyagot termelnének. A startup már egy jelentős, 260 millió gallonos szerződést is kötött az IAG légitársasági csoporttal. A United befektetése nemcsak a technológia bevezetését támogatja, hanem hozzájárul a fenntartható üzemanyag-gyártás gyorsabb méretnöveléséhez is - hasonlóan más zöld kezdeményezéseikhez, mint az elektromos légitaxi vagy a kevert szárnytestű repülőgépek fejlesztése (Travel Pulse).

Digitális utazástervezés

Az Expedia újabb lépést tett a digitális utazástervezés jövője felé azzal, hogy bevezette Expedia Trip Matching néven új funkcióját. A mesterséges intelligenciára épülő szolgáltatás lehetővé teszi, hogy az utazók nyilvánosan elérhető Instagram Reels-videókból kiindulva személyre szabott útvonaltervet kapjanak, és azokat közvetlenül az Expedia platformján keresztül lefoglalják.



A megoldás működési elve egyszerű: a felhasználók megosztanak egy számukra inspiráló utazási témájú Reelt az Expediával, amely ezután AI-alapú elemzéssel azonosítja a helyszíneket és aktivitásokat, majd ezek alapján személyre szabott úti célokat, javaslatokat és foglalási lehetőségeket kínál. A rendszer célja, hogy a közösségi média inspirációját közvetlenül átültesse a gyakorlatba, ezzel is rövidítve a tervezési és foglalási folyamatot.

Az Expedia Trip Matching jelenleg béta verzióban működik, és elsőként az Egyesült Államokban válik teljeskörűen elérhetővé az elkövetkező hetekben. A fejlesztés része annak a stratégiai törekvésnek, amelynek célja az inspirációvezérelt, mobilhasználatra optimalizált utazásélmény kiszolgálása. Az új funkció bevezetése jól tükrözi, hogy a közösségi média, különösen az Instagram, egyre meghatározóbb szerepet tölt be az utazási döntések formálásában. Az Expedia ezzel az eszközzel az első olyan globális online utazási platform, amely valós idejű, mesterséges intelligencia által támogatott utazástervezést integrál a közösségi média tartalmakba (HNR Hotel News).

Uniós hírek

A helyzet Európában

Annak ellenére, hogy világszerte nő a gazdasági bizonytalanság és a geopolitikai feszültség, az európai turizmus 2025 első negyedében is folytatta erősödését - derül ki az Európai Utazási Bizottság (ETC) friss „Trends & Prospects” jelentéséből. Az előző év azonos időszakához képest 4,9%-kal nőtt a nemzetközi érkezések, míg a vendégéjszakák száma 2,2%-kal emelkedett.

A növekedés hátterében az ár-érték arányra érzékeny utazók döntései, valamint a csúcsidőszakokon kívüli utazások iránti megnövekedett kereslet áll. A téli szezon különösen erős volt olyan desztinációkban, mint Szlovákia (+14,3%), Norvégia (+13,2%) és Olaszország, amely továbbra is vonzó síparadicsom a megfizethetőbb lehetőségek keresőinek. Ezzel szemben néhány drágábbnak ítélt célország - például Izland (-5,7%) - enyhe visszaesést tapasztalt.

A jelentés szerint Közép- és Kelet-Európa országai is növekvő érdeklődést élveznek, miután javult a biztonságérzet és a régió elérhetősége. Magyarország például 18,2%-os növekedést könyvelhetett el a beutazó turisták számában. Emellett Románia és Bulgária is profitált a schengeni térséghez való csatlakozásból.



A déli országok - köztük Spanyolország, Ciprus és Málta - szintén erős negyedévet zártak, a melegebb téli időjárás és a szezonon kívüli utazások iránti kereslet miatt. Spanyolország például két hónap alatt több mint 10 millió külföldi turistát fogadott.

A pozitív trendek ellenére bizonytalanságot okozhatnak az újonnan bevezetett amerikai vámok, amelyek visszafoghatják a transzatlanti utazási kedvet. Az

USA jelenleg az egyik legfontosabb küldőpiac, ezért a turizmus szereplői figyelemmel kísérik a fejleményeket.

A várakozások szerint 2025-ben az utazási költségek 14%-kal nőhetnek az előző évhez képest, ami az egy látogatóra jutó kiadások emelkedését is tükrözheti. Az ETC elnöke szerint ezek a számok azt jelzik, hogy az utazók egyre inkább a kiegyensúlyozott, hiteles élményeket keresik, amelyek túlmutatnak a tömeg- és szezonális turizmuson (ETC Corporate).

