

# HoReCa

A HOTEL-RESTAURANT-CATERING SEKTOR DÖNTÉSHOZÓINAK

A Sirha Budapest  
KIÁLLÍTÁS *Sirha*  
BUDAPEST  
HIVATALOS LAPJA

A MAGYAR VENDÉGLÁTÓK  
IPARTESTÜLETÉNEK  
HIVATALOS MÉDIAPARTNERE

MAGYAR CUKRÁSZ  
IPAROSOK ORSZÁGOS  
TESTÜLETE  
HIVATALOS MÉDIAPARTNERE

2020. május-június  
XV. évf. 5-6. szám

A Grabowski  
kiadásában



A magos minőség

Since 1993

## Megbízhatóság.

Hogy mit jelent ez nekünk a jelenlegi helyzetben?

Az általunk forgalmazott magas minőségű termékek akadálytalan biztosítását a legszélsőségesebb helyzetekben is.

Folyamatos termékfejlesztést, hogy a legkiválóbb ételek kerülhessenek az Ön és családja asztalára.

Szívvél-lélekkel végzett megfeszített munkát, hogy egyetlen Vasárloknak se kelljen lemondania az egészséges száraz élelmiszerekről.

Maximális elhivatottságot Partnereink felé, akiket semmilyen körülmények között sem hagyunk magukra.

Ezek vagyunk mi.

**Magyar családi vállalkozás,**

27 éve a magyar családok szolgálatában.



[www.pa-comp.hu](http://www.pa-comp.hu)

PA-COMP Kft. • 4244 Újfehértó, Szent István utca 144. • Tel: +36 42 290 177 • E-mail: [info@pa-comp.hu](mailto:info@pa-comp.hu)





# Küzdelem a túlélésért

**A Magyar Vendéglátók Ipartestülete a vírusválság kezdete óta fokozott erőfeszítéseket tesz, hogy folyamatosan ellássa tagságát és közvetve a Trade magazin olvasóit a szakma helyzetét érintő aktuális információkkal. Tájékoztatja a vendéglátósokat az aktuális előírásokról és azok módosításairól, a számukra fontos változásokról, valamint szakmai segédlettel és ajánlásokkal támogatja a kollégákat.**

**M**egosztja az olvasókkal a döntéshozók és felettes szervezetek különböző szintjei felé megfogalmazott kéréseit, javaslatait. Ezek közül most a legfontosabbakra hívjuk fel a figyelmet. A vezetőségi megbeszélésen elhangzott döntéseket Zerényi Károly (képviselő-testületi tag) öntötte szakmai és jogszabályi szempontból megfelelő formába, aki az előterjesztések sorsáról összefoglalónk végén számol be.

Az ipartestület átgondolt, a kezdeti intézkedéseknek megfelelően aktualizált javaslatcsomagot állított össze a koronavi-

egyeztetnek a jogdíjfizetési kötelezettség tekintetében.

A hazai vendéglátás forgalmának drasztikus csökkenését az éttermek a házhozzáállítás volumenének növelésével próbálták ellensúlyozni, ezért az ipartestület – ugyancsak márciusban – kezdeményezte a kormányzat irányába az elvitelre készített éttermi ételek és italok áfakulcsának 27%-ról az éttermi kiszolgálásnál alkalmazott 5%-os szintre való csökkentését.

A hónap végén Kovács László elnök azt kérte dr. Guller Zoltántól, az MTÜ vezérigazgatójától, hogy támogassa a 61/2020-as

Korm. rendelet módosítását, így a KATA alóli mentességre jogosultak körének bővítését (teljes vendéglátás TEÁOR 56), illetve vállalkozói formától függetlenül az ágazati besorolás egységes alkalmazását, elsődlegesen TEÁOR és ÖVTJ főcsoport alkalmazásával. A KATA adófizetési kötelezettség alóli mentesség kiterjesztése több ezer kisebb jövedelmű, nehezebb megélhetéssel birkózó

egyéni vállalkozó helyzetén segítene.

Az elnök az ipartestület által kialakított, a munkavállalók megtartását támogató koncepció megvalósításához is segítséget kért. Az MVI részletesen is megindokolt javaslata:

A munkaadók rendkívüli munkajogi státusz keretében (a veszélyhelyzet időtartamára) bérfizetés helyett szociális támogatásban részesíthessék a munkavállalókat. A támogatás összege előreláthatóan három hóna-

pi 100 ezer Ft havonta munkavállalónként. A munkaadó később ezen a címen kifizetett szociális támogatásokat (a következő 3 éven keresztül) a szociális hozzájárulási adóból levonhatná. Az adómentes támogatáson kívül az egészségügyi szolgáltatási járulékot, maximum havi 7710 Ft-ot fizetne a munkaadó a munkavállalók biztosítási jogviszonyának fenntartása érdekében.

Azon munkaadók, akik nem rendelkeznek eredménytartalékkal a támogatások kifizetéséhez, azok számára biztosítson az állam pénzügyi támogatást (pl. Széchenyi-kártya vagy kamatmentes hitel keretében). Az így kifizetett összeget – a fenti esethez hasonlóan – a vállalkozó a későbbiekben szintén levonhatná a szociális hozzájárulási adóból.

A kormányzat a munkaadók és a munkavállalók megsegítését célzó MVI-javaslatok egy részét támogatta, többnyire azokat, amelyeket más szakmai szervezetek is szorgalmaztak. Ennek köszönhető többek között a hitelmoratórium, az ágazati járulékkedvezmény bevezetése vagy éppen a turizmusfejlesztési hozzájárulás felfüggesztése. Ugyanakkor nem támogatták az elvitelre és a házhozzáállításra kényszerülő vendéglátóhelyek számára az 5%-os áfa ideiglenes alkalmazását, ami komoly segítséget jelentett volna az eredményes gazdálkodás és a munkahelyek megtartása szempontjából.

A KSH által közzétett előzetes adatok alapján a vendéglátóüzletek forgalma az elmúlt 2 hónapban több mint 50%-kal csökkent az előző év azonos időszakához képest. Habár a vendéglátóhelyek fokozatosan újra kinyithatnak, illetve fogadhatnak vendégeket az országban, egyelőre nagyon sok a bizonytalanság a nyári szezonnal, valamint a vírus egy esetleges második hullámaival kapcsolatban. Emiatt a veszélyhelyzet megszűnését követően is indokolt lehet az ágazatot segítő gazdaságvédelmi intézkedések egy részét fenntartani, illetve azokat bővíteni a vállalkozások talpon maradása érdekében. //



Az ágazat a nyitás után talán még nagyobb segítségre szorul

rus-járvány kapcsán kialakult válsághelyzet kezelésére – a feladatokat rövid, közép- és hosszú távra csoportosítva.

Az MVI többkörös egyeztetést folytatott az Artisjus képviselőjével, így a közös kármegosztás elve alapján sikerült elérni, hogy március 17-től kezdve április végéig, illetve a veszélyhelyzet idejére az összes vendéglátóüzlet automatikusan és teljes körűen mentesüljön a jogdíjfizetési kötelezettség alól. A felek áprilistól kezdve rendszeresen

## Fighting for survival

Károly Zerényi, a member of the body of representatives of the Guild of Hungarian Restaurateurs (MVI) shared with our magazine the package of recommendation that MVI had compiled for managing the present crisis, which was caused by the coronavirus pandemic. In the following you can read some of the guild's most important recommendations. MVI conducted talks with Artisjus and from 17 March until the end of the emergency period hospitality units don't need to pay royalties for the music they play. Restaurants are trying to compensate for their drastic sales loss by doing more home delivery, so in March the guild asked the government

to consider cutting the VAT on food and drinks prepared for home delivery to 5 percent from the current 27 percent. At the end of the month MVI president László Kovács asked Dr Zoltán Guller, the CEO of MTÜ to back the modification of Government Decree 61/2020, extending the scope of the KATA tax exemption to the full hospitality sector. The president also asked for help for realising the MVI concept for keeping workers. The government has accepted some of the MVI recommendations for helping employers and employees – mostly those that were recommended by other trade organisations too. //





# Változás, lehetőség, újrakezdés

**Két hónap hírkövetés, elemzés, drukk és cikkek garmadája után nehéz újat mondani egy vendéglátósnak – Kovács László ezért inkább a holnapról kérdeztük. Az ipartestület elnökét a járványhelyzet sem zökkenti ki a kemény, vendégközpontú munkába vetett a hitéből, úgy véli, a sikeres újrakezdés is csak ezek függvénye.**

**Trade** – *Hány étterem lesz talpon a vírus eltűnése után, és mennyi rá 1-2 évre?*

Elképzeléseim szerint az éttermek 20-30 százaléka dobja be a törölközőt, hogy később mennyi „tér vissza”, az az igénytől függ: ha például kevesebb a turista vagy sokan dolgoznak home office-ban, akkor a bulinegyed és az irodák környéke nem lesz túl sűrűn behálózva vendéglátóhelyekkel.

**Trade** – *Éttermek nyílnak-e majd a bezárt éttermek helyén?*

Ez az ingatlantól is függ, de az is elképzelhető, hogy egy ideig üresek lesznek. Az is lehetséges forgatókönyv, hogy jó tőkeháttérrel rendelkező tőkecsoportok vásárolják fel őket, de azt nekik is figyelembe kell venniük, hogy az éttermi vendéglátás nem hoz igazán jelentős profitot.

**Trade** – *A biztonsági előírások betartása milyen vendégszám-csökkenést hozhat?*

A vendégszám nemcsak attól csökkenhet, hogy mondjuk, az asztalokat távolabb kell egymástól állítani. Sokkal inkább az számít, hogy a vendégek és a kollégák biztonságban érzik-e magukat. Ha hiszünk magunkban és megbízhatónak lát minket a vendég is, a plexifalat vagy más kényelmetlenségeket tényként fogja elfogadni.

De ha muszáj konkrét számot mondanom, az újrainvitás utáni forgalomcsökkenést átlagosan 30 százalék körülire teszem.

**Trade** – *Mi marad a kiszállítás és take-away mostani hullámhegyéből a vírus után?*

A jelenlegi szinten biztosan nem marad, hiszen a vendéglátásnak egyik eleme csak az étkezés – a válság alatt a szolgáltatás, az élmény hiányzott. És akárhonnan nézem: hiába jó otthon lenni, ha az ember belső ösztöne a mozgás.



**Kovács László**  
elnök  
MVI

**Trade** – *Mi a véleménye a nyitás miatt bezárt éttermek vírus után felhasználható utalványairól?*

Minden próbálkozás hasznos, ami a túlélést segíti – ezen felesleges lenne vitatkozni –, ám ezek a projektek nem oldhatják meg a szakma problémáit. Szerintem azt is tudomásul kell venni, hogy

a válság mindenkinek válság, és mindenkit egyaránt sújt; a saját sebeinkre nem másoktól kell várni a gyógyírt.

**Trade** – *Elképzelhetőnek tart-e egy éttermet crowd-sourcing üzleti modellben működtetni?*

Nem tartom valószínűnek. Egy hagyományos vállalkozás működése többnyire a logikán alapul, a vendéglátásban viszont soha nem lehetsz biztos abban, mi történik holnap. Van, amit lehet előre tervezni, de a mosolygós pincért például biztosan nem. Pláne az ilyen helyzetekben, mint ez a mostani.

**Trade** – *Maradnak-e itthon a szakemberek, vagy elmennek külföldre?*

Bár láttam már az új osztrák álláshirdetéseket, több okból sem tartok valószínűnek valamiféle új exodust, egyelőre legalábbis nem.

Nincs, és jó darabig nem is lesz hová menniük; munkaerőben most kint is túlkínálat van. A fizetések egyelőre külföldön is esni fognak, így a megtakarításra is kevés az esélyük. Persze biztosan van, aki ilyen vagy olyan okból kénytelennek érzi az elindulást, de ezek a kényszerek már nem ugyanazok, mint 10-15 éve voltak.

**Trade** – *Milyen lesz az MVI 3 év múlva?*

Hogy hogyan fogják hívni, vagy egy adott időszakban miért fog harcolni, azt nem lehet megjósolni. De az egészen biztos, hogy a vendéglátásra akkor is szükség lesz, így a tulajdonosi érdekeket is képviselnie kell majd valakinek.

**Trade** – *Miben bizzon hát a szakma?*

Hosszú távra tervezni a vendéglátás bármilyen területén képtelenségnek tűnik most. De ez egy olyan szakma, ami rengeteg mással ellentétben sosem fog kihalni: ránk mindig szükség lesz, tehát meg fogunk tudni élni. Én is bizakodó vagyok, mert nemcsak magamban hiszek, de a csapatomban is. A catering a vendéglátás legnehezebb területe, ugyanakkor a legköltséghatékonyabb is: oda megyünk és akkor, ahol és amikor megfizetnek. A fine dining éttermek nehéz helyzetbe kerülnek – a legfelkapottabbak kivételével. A szállodákban felgyorsul a tendencia, hogy csökken a személyzet száma, és az olyan tevékenységek, mint a konferenciális büféztetés, a reggeliztetés betanított munkává válnak. A szállodai vendéglátást mind többen próbálják kiszervezni, különösen az egyébként is kis létszámú személyzettel dolgozó butikhotelekben.

Az újrakezdéskor nagyon praktikusnak kell gondolkodni: a lehető legminimálisabb költséggel a lehető leghatékonyabban kell reagálni a lehetőségekre, amelyeket a környezet kínál – ez a szakma minden területére érvényes. //

## Changes, opportunities and starting again

Our magazine asked the guild's president László Kovács about the future of the restaurant business.

*How many restaurants will open after the end of the pandemic and how many will still exist 1-2 years later?* I think that 20-30 percent of restaurants will close for good, and how many of them will return depends on the demand. *Will new restaurant open at the place of those that are forced to close by the pandemic?* This depends on the type of the real property too, but it can happen that these places will be empty for a while. *How will the new, safe seating regulations will affect the number of guests?* The number of guests can reduce not only because of the fewer tables, but also because of guests not feeling safe eating out. My estimation is that there will be about 30 percent fewer guests. *Home delivery and take-away are at a peak now. What will happen to these after the end of the pandemic?* They won't stay at the current level, as hospitality isn't only about the food but also about the experience. *What do you think about the idea of restaurant vouchers that can*

*be used after the reopening?* Every idea is useful that can contribute to the survival of a business, but projects like this can't solve the problems of the trade. *Can you imagine a restaurant that is operated in a crowdfunding system?* It isn't likely that it can work. You can never be sure in this business what is going to happen tomorrow. *Will the best workers stay in Hungary or will they leave the country?* There won't be another exodus, because right now there is an oversupply in the labour market in foreign countries too. *What will the Guild of Hungarian Restaurateurs (MVI) be like in 3 years' time?* It can't be told at the moment what it will be called and what it will be fighting for, but someone will definitely have to represent owner interests then too. *What can the trade put its trust in?* It is impossible to plan for the long term in the hospitality business now. Fine dining restaurants will be in a difficult position – with the exception of the best ones. Hotels will lower the number of workers. Restarting should be done in a very practical fashion: keeping costs as low as possible and reacting to the chances that occur very efficiently. //

# Újratervezés

**Erre nem lehet felkészülni, senkinek nincs annyi tartaléka, hogy önerőből túléljen egy féléves bevételkiesést – így foglalta össze helyzetelemzését Erdélyi Balázs elnök. – A mai információink alapján egy hosszú és igen elhúzódó folyamatra kell felkészülnünk, aminek az átvészélése állami segítségnyújtás nélkül elképzelhetetlen.**

Ipartestületünk vezetése a koronavírus-világjárvány első pillanatától kezdve tájékoztatja a hatóságokat a szakmánkat érő hatásokról, és folyamatosan elküldjük javaslatainkat is. Már kapcsolatba kerültünk a Gazdaság Újraindításáért felelős Akciócsoporttal is, amely a Nemzeti Vagyon Kezelésért Felelős tárca nélküli miniszter irányítása mellett működik.

A rendkívüli helyzetben szinte naponta jelennek meg új rendeletek, amiről folyamatosan tájékoztatjuk Tagságunkat. Minden erőnkkel azon vagyunk, képviseljük és segítjük a cukrász vállalkozásokat, a legtöbb esetben tudunk is már kézzelfogható segítséget nyújtani a hozzánk érkező kérésekben. Ipartestületünk elnöksége rendkívüli határozatot hozott a tagdíjfizetési moratóriumról. Sok tagunk küldte el visszajelzését arról, a koronavírus-járványnak milyen hatása van a vállalkozására, ezeket – anonim módon – továbbítottuk az illetékesek felé. A helyzetjelentésekből érezhető, hogy mekkora a baj: bezárások, forgalomkiesés, egy hónapnyi tartalék és teljes bizonytalanság a cég és a régóta eltartott családok sorsát illetően: „A mintaboltunk forgalma 80%-kal, a teljes forgalmunk megközelítőleg 70%-kal csökkent.” „Anyagi tartalékunk kb. egy hónapig elegendő.” „2020. augusztusig lakodalmi bevételeink



100%-át elveszítettük.” „Május végéig az összes rendezvényem lemondásra került, anyagi károm kb. 20 millió forint.” „Valószínűleg végleges a bezárás.” „Tortamegrendelések átlagban 80-90%-kal csökkentek” – és számtalan más kétségbeesett üzenet.

A GFA-nak, MTÜ-nek, PM-nek, ITM-nek eddig elküldött leveleinkben kifejeztük:

- a járulékfizetési moratórium sajnos hosszabb távon nem lesz elegendő segítség. Javasoljuk, hogy a veszélyhelyzet ideje alatt az érintett ágazatokban a járvány miatt bezárásra kényszerült vállalkozások munkavállalói legyenek keresőképtelenné nyilváníthatóak, így váljanak táppénzre jogosultakká. Javasoljuk ezért a vonatkozó jogszabályok mihamarabbi módosítását.
- A bezárni kényszerült, bérelt üzlethelyiséget is legtöbbször a megszokott működés melletti bérleti díjat követelik. Egyes esetekben ez havi több millió forintot is jelent, amit szintén a nulla bevételből kellene kifizetni. A magyar vállalkozások megóvása érdekében javasoljuk, hogy a Kormány rendeletben szabályozza ezt is a veszélyhelyzet idejére, olyan módon, mint azt az adótartozások esetében megtette.
- Lekötött energia- és közműszerződés újratárgyalására jogszabályi feltétel rendszer megalkotását javasoljuk, továbbá Ipartestületünk javasolja, hogy minden hónapot követően a tényleges felhasznált teljesítmény után kelljen csak fizetni 2020. december 31-ig.
- Ipartestületünk javasolja, hogy a vendéglátótermékekre alkalmazható 5%-os áfakulcs legyen érvényes az elviteles értékesítés, illetve házhozszállítás esetén is.
- Az állam vállalja át a bezárni kényszerült vállalkozások nettó bérköltségét vagy



**Erdélyi Balázs**  
elnök  
Magyar Cukrász Iparosok  
Országos Testülete

annak jelentős hányadát a veszélyhelyzet ideje alatt, mint ahogyan azt Európa több országában már bevezették. A járulékmentesség mellett, a vállalkozásokat a jelenleg nagyon megterhelő, a munkavállaló után fizetendő szja alól is mentesíteni szükséges, úgy, hogy a veszélyhelyzet idejére adómentességet kapjanak az érintett szektorok munkavállalói.

- A járulék- és szjamentesség, valamint a bevezetendő vállalkozásokat segítő munkahelymegtartó intézkedések minden érintett szektorra legyenek érvényesek – így kifejezetten a turizmus-vendéglátó ágazatot kiszolgáló, számukra beszállító és szolgáltató vállalkozásokra is. A veszélyhelyzet elmúltával ezekre a kulcsfontosságú beszállító cégekre is szükség lesz az ágazat gyors és hatékony újraindításához, ezért segíteni szükséges ezek túlélését is.
- A legtöbb tagvállalkozásunknak nincsen elegendő tartaléka ahhoz, hogy átvészelve az egy-két hónapos bevételkiesést, az újraindításához szükségük lesz állami segítségre. A gazdaság beindításához szükséges mentőcsomag kidolgozásánál kiemelten vegyék figyelembe a turizmus-vendéglátás ágazatot, mert véleményünk szerint segítség nélkül nem tud talpra állni az ágazat.
- További korlátozó intézkedések bevezetése esetén javasoljuk, hogy a cukrászdákban előállított kenyér és pékáru napi fogyasztási cikként legyen értékesíthető, és a vendéglátóhely minősüljön napi fogyasztási cikket értékesítő üzlettel a veszélyhelyzet ideje alatt a lakosság biztonságos ellátása érdekében.
- A Kormány 61/2020. (III. 23.) Korm. rendelet értelmében nem jogosult a járulékmentességre, mert az az egyéni vállalkozókra nem vonatkozik, azok tevékenysége nem TEÁOR, hanem ÖVTJ szerint azonosított. Kérjük a rendelet kiterjesztését, hiszen az egyéni vállalkozók (önálló vállalkozók) által üzemeltetett vendéglátóegységek ugyanolyan súlyos helyzetben vannak, mint a gazdálkodó szervezetek.
- Javasoljuk a Katv. szerinti kisadózó vállalkozás tételes adójának megfizetése alóli mentesség kiterjesztését az önálló vállalkozóknál a „107102 friss cukrásztermékek készítése (nem közvetlen fogyasztásra)” tevékenységi körben. Továbbá javasoljuk a járulékmentesség és a további bevezetendő munkahelymegtartó intézkedések kiterjesztését az önálló vállalkozóknál a



„107102 friss cukrásztermékek készítése (nem közvetlen fogyasztásra)” tevékenységi körben is.

– Tagvállalkozásaink közül is számosan pályáztak sikerrel az elmúlt években különböző GINOP vagy más támogatásra, melyek munkahelybővítéshez, -megtartáshoz vagy tovább foglalkoztatáshoz kötöttek. A veszélyhelyzet miatti drasztikus forgalomcsökkenés vagy prevenció miatt bezárásra kényszerült, vagy csökkentett kapacitással működő vállalkozások jelenleg ezeket a feltételeket sok esetben nem tudják biztosítani. A veszélyhelyzet végéig, illetve azon túl egy évig tartó moratórium bevezetését javasoljuk az állományi létszám megtartásához vagy bővítéséhez, illetve a gyakornokok tovább foglalkoztatásához kötött támogatott pályázatok esetében is.

A hozzánk beérkezett összes kérést és javaslatot továbbítjuk a döntéshozók felé a jövőben is. Nagyon reméljük, hogy lesz közös akarat, és együtt kilábalunk a most még kicsit kilátástalannak tűnő helyzetből. //

### Replanning

According to guild president Balázs Erdélyi, no confectionery business has enough money saved up to survive six months without revenues. Based on the information available at the moment, enterprises must prepare for a long process of returning to normal operation, which will be impossible without government help. The guild has already got in touch with the Task Force for Restarting the Economy. In this is special situation new decrees are being published daily and the guild informs members about these. The trade organisation also does its best to help confectionery businesses in any way possible, e.g. the membership fee payment obligation has been suspended. Members are sending feedback on the devastating effects of the coronavirus pandemic on their business operations. The guild has already sent letters to all the relevant authorities, asking for measures to help confectionery enterprises in their fight for survival.

The guild recommends the following: 1. The employees of businesses that were forced to close due to the pandemic should be eligible for sick pay. 2. Those businesses that lost their revenues should be freed from the burden of having to pay the same rent for their premises as at the time of normal operation (in certain cases the rental fee is several million forints per month). 3. The 5-percent VAT rate should also apply to products bought for on-the-go consumption and in the case of home delivery. 4. The guild says the government should pay the net salaries of employees that used to work for confectionery businesses which had to close. Enterprises should also be freed from the obligation to pay the personal income tax for their employees.

5. When earmarking the funding for restarting the economy, the tourism and hospitality sector should be prioritised, as it won't be able to get back on its feet without financial assistance. 6. Hospitality units operated by sole traders should also have the social contribution payment obligation abolished. 7. In the past many guild members successfully applied for funding from the Economic Development and Innovation Operative Programme (GINOP) or other similar programmes. In the current crisis situation many of these had to close or they keep working, but are unable to meet the criteria required by the programme. Until the end of the pandemic emergency these should be granted a grace period. //

# Képzések a legjobbaknak

Az ipartestület 2019-ben új lapot nyitott az oktatási területén, feladat körébe emelte a tehetséges fiatalok képzését, szakmai elkötelezettségüknek fokozását. E tevékenységre eddig is sikertörténetként tekinthettek a szervezet vezetői – mérföldkő volt a Nemzeti Tehetség Programban az ösztöndíjasok támogatása, majd az ebből megalakuló sweeTEN program, amely 10 elkötelezett fiatal cukrász szakmai továbbképzését szolgálta. Ezzel egy időben létrejött az ipartestület ifjúsági tagozata Ipacs Balázs vezetésével.

A képzés színhelye az ipartestület székhelyén található modern oktatókabinet. A képzésben szerepelnek külföldi cukrászok mesterkurzusai éppúgy, mint a hazai cukrászat meghatározó személyiségeinek prezentációi, gazdasági ismeretek megalapozó előadásai, vagy a kommunikációs készséget fejlesztő tréningek. Idén sweeTEN 2.0 elnevezéssel tovább folytatódik egy új csoport képzése, közös szervezésben a Budapesti Gazdasági Szakképzési Centrummal. Az idei csoportba 6 diákot az oktatási intézmény, 4 fiatal cukrászt az ipartestület delegált.

A programsorozat első etapjában sor került a projekt bemutatására, és Selmeczi

László társelnök ismertette az ipartestületet, feladatait, tevékenységét és stratégiai terveit, ezt jó hangulatú bemutatkozó kommunikációs drillek sorozata zárta, amit Vojtek Éva irányított. 3 héttel ké-



A Nemzeti Tehetség Program ösztöndíjasai Andrea Giannonénál...



...és Kemény Andrásnénál kaptak továbbképzést az év első felében

sőbb a projekt résztvevői kétnapos tanfolyamon vettek részt, melynek előadója Andrea Giannone, szicíliai mestercukrász volt. Újabb 2 hét múlva a fiatal kollégák Kemény Andrásné vezetésével megismerkedtek a francia sütemények egyik textúráját adó lágy krémekkel, felhasználásuk változatos módjaival.

A képzések és a program a vírusveszélyhelyzet megszűnése után folytatódik. //

### Training programmes for the best

In 2019 the guild took professional training and education to a new level. As part of this policy the sweeTEN programme was launched, offering training to 10 talented young confectioners in the modern educational facility of the guild's headquarters. In 2020 the programme continues with a new group as sweeTEN 2.0, in partnership with the Budapest Centre of Economic Vocational Training. The centre delegates 6 students to the group, while the guild nominates 4 young confectioners. In the first phase László Selmeczi and Éva Vojtek shared valuable knowledge with the students, while master confectioner Andrea Giannone from Sicily gave a two-day course. This was followed by a course on soft creams by Andrásné Kemény. The programme will continue when pandemic emergency situation is officially over. //

# A vírusválság és a következményei

**Semsei Rudolf, a VakVarjú étteremcsalád, valamint a Budapest Party Service tulajdonosaként, vendéglátós szakmai szervezetek vezetőjeként és aktív tagjaként saját tapasztalataira, gyakorlatára építve foglalja össze a vírusválság hatásait és lehetséges következményeit.**

A válság első jegyeit februárban kezdtük el érzékelni, amikor a kínai érdekltségű cégek lemond-  
ták tervezett rendezvényeiket. Március elején 300 millió forint értékű megrendelést vontak vissza partnereink, nem sokkal később már lemondták a nyári esküvők 80%-át. Éttermeinkben a külföldi vendégek aránya gyorsan zuhant.

A bezárások után két önkiszolgáló éttermünkben azonnal ráálltunk az elvitelre készítésre, valamint a négy VakVarjú étteremben még a házhozzáállításra is. Ennek rendszere pár nap alatt felállt; működéséhez a személyzet felének munkájára volt szükség. A szakácsok csomagoltak, a pincérek kiszállítottak. Ők vitték ki ételeink 45%-át, 55%-ot a Netpincér és a Wolt, az önkiszolgáló éttermek termékeinek ter-

jesztésébe pedig a 6x6 Taxit is bevontuk. Kreatív koncepciókkal indultunk: az Ebéd-expressz házias menüt vitt barátságos áron,



**Semsei Rudolf**  
tulajdonos  
VakVarjú étteremcsalád  
Budapest Party Service

az Air Cargo melegen adta át az ételt, de lehetett sokkolva hűtött fogásokat is rendelni.

Mindezzel forgalmunk 30-35%-át sikerült pótolni, ám a bruttó árból mindössze nagyjából 20% az árres, mivel a futárszolgálatok jutaléka 25-30%, a kiszállítás áfája nem 5%, mint az éttermi fogyasztásé, hanem 27%. Működni viszont muszáj, hogy minél kisebb legyen a veszteség.

Meghirdettük a 3 „kő” modelljét: közvetlenség, következetesség, kölcsönösség. Az első az új információk, problémák azonnali felvetését jelenti; a második azt, hogy aki maradt, keményebben dolgozik; a harmadik pedig, hogy mindenkinek áldozatot kell hoznia: kisebb kereset, maszkot-kesztyűt

kell hordani és hasonlók.

## Gyakran szél ellen harcolva

Különböző szakmai szervezetek aktivistájaként nézve úgy látom, a válság legnagyobb vesztesei között lévő vendéglátás sokáig nagyon

kevés védelmet kapott – a jutalékellen-gedést érintő, a köznyelvben Kurzarbeit-módosításnak nevezett támogatás későn jött, és nagyon résen kellett lenni, hogy már májusra is megszerezze egy étterem. A 27%-os áfa a szürkegazdaság felé tolja a szakmát, amelynek tisztességesen dolgozó képviselői hátrányba kerülnek. Segítségét jelentett viszont a banki moratórium, a turisztikai hozzájárulás időleges elengedése, és az ingatlantulajdonosok többsége is észszerűen állt a problémához – talán a plázák voltak kevésbé korrektek.

A szakmai szervezetek javaslatokkal bombázták a döntéshozókat – a Magyar Vendéglátók Ipartestületének az alapilletmény bevezetését illető elképzelése például eredeti és konstruktív volt, számos étterem és dolgozó jövőjét lehetett volna megmenteni vele. Legfeljebb a kv-k harmadának van (volt) 3 hónapra elegendő tartaléka. A nyitás a mostani helyzetben azonban nem azt jelenti, hogy fellélegezhetünk, a neheze most jön. Mindenki beleveti magát a munkába, fizeti a bérleti díjakat, járulékokat, munkatársakat, vendég pedig az első fellángolás után alig jön. A turizmus nem egyhamar indul be, a rendezvényeket pedig, amelyeket már meg lehetne tartani, többnyire elhalasztották. Ahogy én számolok: a 60 év felettiek kiesése az étterembe járók 15%-át jelenti, a „hozzájuk tartozó” fiatalabbak 5%-ot, a kevesebb pénzből gazdálkodni kényszerülők 10%-ot – ezeket jó időre elveszítettük.

## A túlélés ára

A túlélők azok lesznek, akik képesek alkalmazkodni az új helyzethez. Tisztul a szakma, ami azt jelenti, hogy kevesebb étterem lesz, a munkatársak közül sokan más foglalkozást



Legfeljebb a kv-k harmadának volt 3 hónapra elegendő tartaléka

## Kell a zene!

A vendéglátóhelyek és a kereskedelmi üzletek újraindításakor kiemelt jelentősége van a jól megválasztott háttérzenének – véli dr. Tóth Péter Benjamin, az Artisjus üzleti és transzformációs igazgatója. – Ráadásul a mostani helyzetben az is fontos, hogy a vendégek mellett a munkatársak hangulatára is figyelemmel legyünk. A dalszerzők közössége ebben nyújt segítséget a zeneveljobb.hu oldallal, ahol szakértők adnak tanácsot a háttérzene tudatos használatáról. Az aktuális helyzetre való reagálást pozitívan értékelik a vendégek, hiszen azt

mutatja, hogy a vendéglátóhely képes alkalmazkodni az új körülményekhez.

A krízisben szintén súlyosan érintett zeneszerzők, előadók és kiadók – látva a szektor nehézségeit – szolidaritásként egy időre lemondtak a jogdíjaikról. A korlátozások feloldásával viszont azt kérjük a vendéglátóhelyek és



**Dr. Tóth Péter Benjamin**  
üzleti és transzformációs igazgató  
Artisjus

szálláshelyek üzemeltetőitől, hogy jelezzék felénk, ha újra megnyitják vendégeik előtt akár csökkentett befogadóképességgel belső vendégterületet vagy kerthelyiségüket, teraszukat, ahol zenét szolgáltatnak. //

## We need music!

Dr Péter Benjamin Tóth, chief transformation officer of Artisjus is of the opinion that well-chosen background music will be vital when bars and restaurants reopen. Seeing the difficulties of the sector, composers, performers and music publishers have decided to suspend the music royalty fee payment obligation of these places for a while. Now Artisjus asks the owners of these places to inform the organisation about their reopening. //



választanak, illetve visszatérnek a régihez, aki marad, az jobb körülmények között élhet, hiszen az albérletek is olcsóbbak lesznek, az üzemeltetők pedig realitásabb ígéretekkel kell hogy tegyenek nekik.

A túlélés persze a vendégköről is függ. A legnehezebb azoknak lesz, akik főként külföldi vendégekre építenek, és az éttermi reprezentációra építő vállalkozások gondja sem lesz kevés: a cégek a 2008-as gazdasági válság után is ezeknek a kiadásoknak a meghúzásával kezdték. Az asztalritkítás intézményét leginkább a gyorséttermek sínylik meg.

Stratégiai szempontból két dolgot hangsúlyozni kell ki. Egyrészt a válság megerősítette, milyen hatalmas jelentősége van a szakmában a digitális csatornák fejlesztésének, másrészt, hogy az étterem egy vállalkozás, ahol az üzlet törvényei érvényesülnek; a jól megválasztott kölcsön felvételétől nem szabad megijedni, a növekedési hitelprogram nyújtotta lehetőségeket érdemes igénybe venni.

I.T.

### Crisis and its consequences

Rudolf Semsei, the owner of VakVarjú restaurants and Budapest Party Service, talked to our magazine about the impact of the COVID-19 pandemic on the catering business and about its possible consequences. He told: in early March partners cancelled HUF 300 million worth of orders and a bit later 80 percent of summer weddings were postponed too. After restaurants had been forced to close, his two self-service and four VakVarjú restaurants started to do takeaway and home delivery. This way they managed to realise 30-35 percent of their usual sales. Mr Semsei is active in various hospitality trade organisations, and his experience is that the restaurant business – one of the biggest losers in the crisis – got very little protection for quite a while. He thinks that the 27-percent VAT pushes the trade in the direction of the grey economy. Now that restaurants can be open, the problem is that they lost guests, who don't dare to return, e.g. those who are older than 60 years (15 percent of the total guest number).

# Közétkeztetés a 20 és feledik században

**A koronavírus-járvány miatt kialakult helyzetben a közétkeztetésben is megváltozott az élet. A szegmens legnagyobb szakmai szervezete, a KÖZSZÖV elnökségi tagjaival folytatott virtuális kerekasztal-beszélgetés során felmerült kérdésekre Zoltai Anna, Páger Zsolt, Némedi József és Végh Tamás adott válaszokat: elemzést és konkrét – május eleji – adatokat.**

A közétkeztetés nagyjából 12%-os kihasználtsággal működik, de szolgáltatási területenként jelentős eltérések mutatkoznak, az igény és a fenntartó hozzáállásától függően; oktatási-nevelési szegmens esetében 1–6%, míg a szociális intézmények esetében közel 100%. Az irodaházi munkahelyi étkeztetés 0,03%-os kihasználtsággal dolgozik – az itteni munkatársaknak jó, ha 4 százaléka foglalkozhat futárkodással, a teljes szegmens normál működése esetében alkalmazott munkaerő 23%-a dolgozik jelenleg.

Nem minden esetben került sor elbocsátásokra. A munkatársak 77%-a nem aktív, egy részük fizetés nélküli szabadságon van. Az irodaházak éttermeiben dolgozók 95%-át elküldték, vagy fizetés nélküli szabadságot kénytelen kivenni.

A szociális ellátás változó igény szerint, de zajlik. Az oktatási-nevelési intézményekben a megszokotthoz képest lényegesen alacsonyabb adagszámban, egyedi csomagolásban egyadagos kiszerelemben és házhoz szállítva étkeztetünk. Ezzel próbálkozik az irodákban dolgozó közétkeztetés is, mini-

mális érdeklődés mellett, de mivel nem a profilunk, alacsony eredmény szinten, és nem tudjuk felvenni a versenyt a „profik” éttermi kiszállítókkal.

Az alapanyag-ellátás többé-kevésbé zavartalan, csak éppen az árak mások. Többlet-költséget jelent az eldobható doboz, a több gumikesztyű, maszk és fertőtlenítőszer és kiszállítás. Bajban ismerjük meg az EMBER: néhány önkormányzat, felismerve a helyzet jelentőségét, hangsúlyosan működik közre a közétkeztetés fenntartásában, és minden lehetőséget, segítséget megad, hogy az étel eljusson az azt igénylőkhöz.

A munkahelyi étkeztetés dolgozóinak megélhetése komoly veszélybe került. Az eredeti forgalom több mint 95%-a kiesett, ezért itt nem jár az állami támogatás, de bevétel nélkül nem lehet bért fizetni.

A szegmens magas áfája és piaci versenyhátránya tovább nehezíti a helyzetet.

Az étel a fogyasztókhöz jellemzően kiosztópontokon keresztül jut el, valamint házhozszállítással. Sokan nem is tudják, hogy a „békeidőknek” megfelelő feltételekkel meg kellene kapniuk az ellátást a kijárási

ZENÉVEL 

## ÍGY HANGOLD A HÁTTÉRZENÉD az újranyitáshoz

[zeneveljobb.hu](http://zeneveljobb.hu)

artisjus





A szociális ellátás változó igény szerint, de zajlott

korlátozások idején is. Az önkormányzati megrendelések jelentős csökkenésével is a közétkeztetés igyekszik kiszorgálni a jelentkező lakossági igényeket, de ezen a területen most jelentős a verseny, tekintve, hogy számos nehéz helyzetbe került vendéglátó-vállalkozás is a menüztetésben, házhozzállításban látja a túlélés kulcsát. Azt gondoljuk, hogy az alacsony árfejkésű, ugyanakkor jó minőségű, biztonságos ételek szolgáltatására, így a közétkeztetésre mindig is szükség lesz. A háztartások a távoktatás, valamint a kijárási korlátozások bevezetésével berendezkedtek az otthoni ellátási formákra, ugyanakkor ez hosszú

kapcsán jutnak nehéz helyzetbe, akkor pénzügyi okok fogják visszavezetni őket a támogatott közétkeztetés igénybevételére. A munkahelyi étkeztetés nehezebb terület, magához térése mindenképpen hosszabb időt vesz igénybe. Ezeknek az éttermeknek nagy része a szabadon választott ételekről, önkiszolgálásról szól. Van, ahol még pénztáros sincs. Valószínűleg ez változni fog, amihez átalakításokra, komoly beruházásokra van szükség. Főleg a beindulási időszakban nagyon magas költségek várhatóak. Az is kérdés, mennyi kollégát tudunk újra alkalmazni; a gyakorlott betanított munkaerőt nagyon nehéz

lesz pótolni. Azt végképp nem látjuk, hogy mikortól lesz eredményes a működés.

A szövetség tagjai érdekében dolgozik a jelenlegi helyzetben is – ilyenekkel soha nem találkozott még a szakma. Naponta változnak az utasítások, az azokat megalapozó információk és az elvárások. Rengeteg volt, különösen az első napokban a bizonytalanság, a konyhavezetők érthetően sokszor tanácstalanok. Szeretnék jól végezni munkájukat, de az egymásnak ellentmondó információk ma sem könnyítik meg az életüket.

Szövetségünk a veszélyhelyzet kezdetétől, sőt már a megelőző hetekben lépett, és igyekezett informálni a tagságát, és józan szakmai érvekkel támogatni az észszerű döntéseket. Sokszor érezzük, hogy nincs jó döntés, csak rossz és még rosszabb van. Rengeteg megkeresést kaptunk telefonon és levélben, ezekre igyekszünk a válaszokat a lehető leggyorsabban megtalálni és elküldeni. Március elején kiadtuk a COVID-19-cel kapcsolatos alapvető információkat tartalmazó KÖZSZÖV-Hírlevelet, amit azóta már továbbiak követtek. Úgy gondoljuk, hogy a visszarendeződési folyamatot is tudjuk serkenteni. Felhívjuk a döntéshozók figyelmét a szegmens létfontosságú szerepére. Információval, tagjainkat pedig folyamatosan ellátjuk jó gyakorlati példákkal. //

## Nébih-ellenőrzések a közétkeztetésben veszélyhelyzet idején

„A Kormányrendelettel kihirdetett veszélyhelyzet nem jelent felmentést a közétkeztető szolgáltatóknak az élelmiszer-biztonsági, élelmiszer-higiéniái, élelmiszer-minőségi követelmények betartása alól. A megváltozott körülmények azonban más munkavégzést követelnek meg a szolgáltatóktól és a hatóságoktól is. Ennek szellemében a megszkott hatósági ellenőrzések, valamint az élelmiszer-higiéniái, élelmiszer-biztonsági és élel-

miszer-minőségi szempontok szerinti minősítést megelőző szemléinket átszerveztük, és jellemzően támogató szemléket végeztünk, amelyen tájékoztató anyagokat is átadunk a szolgáltatók részére.

A támogató szemléken élelmiszer-biztonsági kérdésekben jártas, a rendkívüli hely-

zetre felkészített, az adott konyhákban felmerülő konkrét kérdések megoldásában segíteni tudó szakembereink vettek részt. A támogató szemlékről pozitív visszajelzést kaptunk, a szemléket a szolgáltatók hasznosnak, emberségesnek, megnyugtatónak találták.

A veszélyhelyzet természetesen nem befolyásolja a hagyományos hatósági ellenőrzéseket, komoly élelmiszer-biztonsági szabálytalanság észlelése esetén ilyenkor is hatósági intézkedések következnek. (Nébih, Szakmai Információs Osztály) //

### 🇬🇧 Nébih inspections in mass catering during the pandemic

“The pandemic-induced emergency situation doesn't mean that public sector catering companies don't need to comply with food safety, hygiene and quality regulations. However, the changes in the conditions entail a new type of operation by both service

providers and the authorities. With this in mind, the inspections by the authorities are now more like supportive visits, when mass catering companies are also provided with information about the situation.” //

### 🇬🇧 Mass catering in the 20.5th century

Members of the presidency of the National Association of Public Sector Catering Service Providers (KÖZSZÖV) – Anna Zoltai, Zsolt Páger, József Némedi and Tamás Végh – answered questions about the current difficult situation caused by the coronavirus pandemic in an online roundtable discussion. We learned that only 12 percent of the country's mass catering capacity is utilised at the moment. However, there are big differences between the different segments: in educational institutions this level is 1-6 percent, while in social institutions it is nearly 100 percent. 77 percent of public sector catering workers isn't active, some of them are on paid leave. The cooking ingredient supply is more or less uninterrupted, but the prices have changed. Disposable boxes, rubber gloves, face masks and sanitisers generate extra costs. Those employees who are working in workplace catering are threatened by losing their job, as more

than 95 percent of revenues are now lost. Typically hot meals reach people at collection points and via home delivery.

The experts think that the cheap and good quality hot meals cooked in mass catering will always be needed. When parents return to work after the pandemic, they won't have time for cooking any more on weekdays; and for those who lost their job subsidised meals served in public sector catering will be a great help in the battle for financial survival. KÖZSZÖV is doing its best to improve the situation of members at these difficult times. Ever since the beginning of the pandemic emergency, the association has been providing companies with valuable information. In early March they published their first newsletter with the most important information about COVID 19, and more of these followed later. //



# Átrendeződs Kármérséklés

A horeca csatorna leállása a spirit kategóriát nézve jelentős felvevőpiac elvesztését, átcsoportosítását eredményezte – elemez Piri Attila, a Heinemann marketingigazgatója. A mainstream termékeink forgalmának átlagosan 40%-a normál esetben a horecában jut el a fogyasztókhoz, a prémium termékeknél 65% feletti ez az arány. Habár az online forgalom, így a heinemann.hu webshop forgalma is erősödött, a kategórián belüli részesezése továbbra is alacsony. A retailben jelentős átrendeződést lehetett tapasztalni a kezdeti fogyasztói sokk kapcsán: a napi élelmiszerek, egyes vegyi áruk készleteit megnövelték a kereskedők, míg az alko-



holoknál jellemzően a mainstream termékekre fókuszáltak, a raktári kapacitás érdekében a prémium termékek rendelését leállították. A dohányboltok nyitvatartásának korlátozása is hatással volt a kategóriára. A változások folyamatosak és gyorsan történnek. A gyártók, disztribútorok feladata jelenleg az, hogy több forgatókönyvre legyünk felkészülve, mivel mindig rengeteg a kérdőjel a fogyasztói preferenciákat és egyáltalán a járványgörbe alakulását illetően is.

A vendéglátóhelyek bezárása miatt természetesen visszaesett a forgalom – húzza alá Palcsó Sára, a Zwack marketingigazgatója. – Különösen érzékenyen érintette ez a luxusitalokat, amelyeket jellemzően nem a sarki bolt polcáról emelnek le, hanem valamilyen különleges alkalomkor egy jó bárban, étteremben fogyasztanak. Az alapvető szükségletek kielégítése után jönnek az élvezeti cikkek, így az alkohol is, egyértelmű, hogy most kevesebben engedhetik meg maguknak ezeket, vagy kisebb mértékben, illetve alacsonyabb árkategóriából válogatnak. A piac visszarendeződése lassú folyamat lesz. A forgalmunk durván fele jött a vendéglátásból – mondja el Mosonyi Csaba, a Pernod Ricard marketingigazgatója. – Ez teljesen kiesett, kis része került át a kisker forgalomba az otthoni fogyasztás erősödésével. A fogyasztók ebben a helyzetben a biztosra mennek, a nagy márkákat választják, az akciókat keresik, esetleg váltanak egy kedvezőbb árú, de még minőségi termékre.

Visszaesést vár Benke Annamária, a Roust Hungary category brand manager is, mert a horeca kiesését csak részben tudja a kiskereskedelmi forgalom kompenzálni. //

## Realignment

The closure of horeca units means great market loss for spirits – said Attila Piri, marketing director of Heinemann. About 40 percent of mainstream spirits and 65 percent of premium products is sold in this channel. Sára Palcsó, marketing director of Zwack underlined that the closure of bars and restaurants hit luxury drinks the hardest. Csaba Mosonyi, marketing director of Pernod Ricard informed that about half of their sales are generated in hospitality units. In the current situation shoppers choose the big brands when buying. Annamária Benke, category brand manager of Roust Hungary is calculating with a sales drop in the spirit category. //

**Külföldi szakemberek szerint a sör a 2008-as gazdasági válság „nyertesei” közé tartozott, a vírúsválság viszont a vendéglátóhelyek bezárásával komoly veszteségeket hozott a gyártóknak.**

A legnehezebb helyzetbe a kicsi, napról napra élő, termékeiket főként hordóban értékesítő főzdek kerültek, de a kraft sörök világában nagyobbak számító üzemeknek is speciális értékesítési megoldásokat kellett alkalmazniuk a túlélés érdekében.

Számos vállalkozás házhoz szállította termékeit, a legjobb minőségű sörökhöz lehetett soha-nem-volt-soha-nem-lesz áron hozzájutni, sokszor literes PET-palackban. Akadt, aki vendéglátós partnerei munkatársain is segíteni próbált: Ments meg egy csapost! csomagnak hívták azt az ajánlatot, amelynek az értékesítéséből befolyó teljes összeget szétosztották a velük legszorosabban együttműködő üzletek között. Egy másik főzde közösségi finanszírozással készített sört, amelynek teljes profitját életmentő eszközök és gyógyszerek beszerzésére ajánlották fel.

Főzdebázársokról mostanáig még nem hallottunk, de a kraft söröket előállító üzemek számára az elkövetkező néhány hónap kritikus lehet: sikerül-e visszazökenniük a korábbi kerékvágásba, és visszaszerezniük vásárlóikat. Persze az is kérdés, hogyan alakul célcsoportjuk vásárlóereje. Más problémákkal kellett a legnagyobb sörgyártó cégeket tömörítő sörszövetség tagjainak szembenéniük. Az iparág számára hatalmas visszaesést hozott a vezető gyártók termelésének 30 százalékát felvevő

vendéglátás leállása, amit csak részben kompenzált a kiskereskedelmi forgalom növekedése – mondta el dr. Kántor Sándor, a szövetség igazgatója. – Ezzel együtt még így is jobb helyzetben vagyunk, mint a legtöbb európai ország, ahol normál helyzetben jelentősen nagyobb a csapolt sör aránya az értékesítésben, mint nálunk.

Az idei áprilisi eladások a tavalyi hasonló időszakhoz képest 16,1%-kal estek vissza, exportunk és importunk mennyisége közel egyformán, nagyjából a negyedével csökkent. A KEG-hordós értékesítés gyakorlatilag megszűnt, de a főleg a vendéglátásban használt, újratölthető üvegpalackos termékek forgalma is 73%-ot zuhant. Az ízesített alkoholmentes sörök mindössze 15%-os csökkenéssel sínylették meg a válságot. Azonban, ha megnézzük, hogy a közelmúltban



**Dr. Kántor Sándor**

igazgató  
Magyar Sörgyártók  
Szövetsége

ebben a termékkörben történt a legtöbb technológiai és termékfejlesztés, ez már korántsem váratlan – tette hozzá a szövetség vezetője.

A válság kapcsán az iparág nem szorgalmazott közös fellépést, de megkezdtek egy, a csapolt sör áfacsökkentésének lehetséges hatásait vizsgáló tanulmány

összeállítását, amely véleményük szerint segítheti a válság utáni visszarendeződést is a vendéglátásban.

A vírúshelyzet a sörgyártó cégeket is új kihívásokkal állítja szembe – mutatott rá Kántor Sándor. – Az iparág számára kiemelkedően fontos a vendéglátás szektor gyors talpra állása. A gyártók, alkalmazkodva a speciális körülményekhez, továbbra is korrekt, partneri viszonyt ígérnek a nehéz helyzetbe került vendéglátósoknak. //

## Damage control

Since bars and restaurants were forced to close due to the COVID-19 pandemic, brewing companies suffered considerable sales loss. Many craft beer enterprises started a home delivery service, taking their best brews to beer lovers at prices never seen before! For craft beer makers the big question is whether they will be able to get their buyers back in the next few months or not.

Members of the Association of Hungarian Brewers – the biggest beer companies – are facing different problems than small craft breweries. Director Sándor Kántor told: horeca units buy 30 percent of the beer they brew, and the sales increase in retail couldn't compensate for the closure of bars and restaurants. Sales in April were down 16.1 percent if compared with April 2019. Mr Kántor revealed that breweries are facing new challenges due to the pandemic: putting the horeca sector back on track is of utmost importance for the beer industry. //

# Jég hátán megélni

**A vendéglátás kiszolgálására berendezkedett nagykereskedők a vírusválság kitörésekor vásárlóik jelentős hányadát elvesztették. A szektor három meghatározó képviselőjét arról kérdeztük, hogyan reagáltak a veszélyhelyzet kihirdetésére, milyen arányban csökkent vendéglátós forgalmuk, és hogyan próbáltak alkalmazkodni az új helyzethez.**

– A COVID-19 vírus miatt kialakult korlátozások közel 40 000 aktív kereskedelmi vendéglátó vevőnk üzleti tevékenységét érintették valamilyen formában – állapítja meg Kovács Sándor, a METRO országos értékesítési vezetője. – A kereskedelmi vendéglátáshoz tartozó egységekkel napi szinten, aktívan tartjuk az üzleti kapcsolatot az ország legnagyobb értékesítési és telesales csapatával. Felmérésünk szerint vevőink több mint 60%-a kényszerült felfüggeszteni tevékenységét, nyitva tartó partnereink kizárólag a házhozzállításos és/vagy elviteles értékesítés lehetőségével élhettek.



**Kovács Sándor**  
országos értékesítési vezető  
METRO

horeca értékesítési csapatunk az áruházakban fogadta nyitva tartó partnereinket, illetve telefonon keresztül tájékoztattuk őket a kialakult helyzetről. Igyekeztünk folyamatosan informálni vásárlóinkat a változásokról, a foglalkoztatást segítő intézkedésekről, a helyzethez igazított termékajánlatunkkal és szolgáltatásainkkal segítettük partnereinket. Elkészítettünk egy itthon egyedülálló digitális szolgáltatást, ahol a házhozzállítással foglalkozó vevőinket jelenítjük meg egy digitális térképen, hogy a végfelhasználók könnyedén megtalálják a hozzájuk legközelebb lévő, nyitva tartó házhoz kiszállító éttermet.

A válság idején megmaradt vendéglátós vevőinknek is jelentősen átalakult és leszűkült a menüje. A forgalomcsökkenés ellenére informáltuk vevőinket legfrissebb termékeink elérhetőségéről és áráiról. Igyekeztünk fenntartani szortimentünket és tartani termékeink frissességét – a kiszállítás a hét 5 munkanapján elérhető volt.

## Teljes újratervezés

– Mivel a vendéglátásra szakosodott kereskedelmi cég vagyunk, és a vendéglátás 3 nap alatt összeomlott Magyarországon, új piacokat kellett nyitnunk – mutat rá Matusz

Balázs, a Matusz-Vad Zrt. elnök vezérigazgatója. – A portfóliónkat technikailag alakítottuk át az új kívánalmaknak megfelelően. Minden kartonos terméket kisereltünk kisebb egységcsomagokra, és egyes termékeket egyedi csomagolással láttunk el. Mi a topgasztronómiára szakosodtunk, emiatt a nagyon különleges termékeinket erre az időszakra kifuttattuk.

Mi a vendéglátással együtt mozogtunk, ami azt jelenti, hogy 3 nap alatt esett 80%-ot a forgalmunk. Azok az éttermek maradtak csak meg, melyek előtte is kiszállítással foglalkoztak egészben vagy részben.



**Matusz Balázs**  
vezérigazgató  
Matusz-Vad

– A válsághelyzet idején személyre szabott ajánlatokkal kerestük meg a még nyitva maradt, működő kereskedelmi egységeket – mondja Gödry Zoltán Máté, a Helit Kft. ügyvezető-tulajdonosa –, és próbáltuk mindenben segíteni őket, legyen szó séfjeink szakmai tanácsadásáról, rövid szavatosságú termékek értékesítéséről, vagy bármilyen egyedi kérés teljesítéséről. Emellett igyekeztünk egyből reagálni a kialakult piaci helyzetre azzal, hogy megnyitottuk a vásárlás lehetőségét magánszemélyek számára is. Ez tűnt logikus lépésnek, tekintve, hogy a raktáraink fel voltak töltve áruval, a háztartásoknak pedig szükségük volt egy olyan cégre, mely időben ki is tudja őket szolgáltatni a nekik szükséges alapanyagokkal.

Ahogy kezdett komolyabbra fordulni a helyzet, illetve egyre több szigorítást hoztak, ezzel arányosan csökkent a mi forgalmunk is, hiszen a vendéglátás az elsődleges piacunk. Így mi is velük együtt szenvedtük a megszorításokat, és gyakorlatilag két hét leforgása alatt 75%-kal visszaesett a forgalmunk. Ekkor a még nyitva maradt, működő partnereink kiszolgálását tartottuk a legfontosabbnak, illetve olyan partne-

## Környezetbarátnak lenni járvány idején

A fenntarthatóság épphogy kezdte megvetni a lábát a hazai vendéglátószektorban, itthon is beindult a trend: hazai alapanyagok, szezonális menü, hulladékcsökkentés – sokszor a vendégek nyomására. Ám a vírushelyzet mind a Felelős Gasztrohős Alapítványt, mind tagéttermeit érinti. A szervezet a válsággal kapcsolatos kérdésekből álló kérdőívvel, tapasztalatomegosztó online találkozóval, folyamatos kommunikációval segíti az éttermeket. Több, a Gasztrohősökkel kapcsolatban álló vállalkozás is gyorsan alkalmazkodott a helyzethez. Az UrbanFood Cafe&Coworking közösségi kávézó, összefogva partnertermelőivel és a Wolttal, friss, hazai, szezonális zöldségeket, gyümölcsöket, tej-

termékeket, péksüteményeket is bevettek a kínálatukba szendvicsek mellé.

A FourBites Catering eddigi B2B működését átalakította át B2C-vé. Az eddigi konferencia-, partyfalatkák helyett nagy, családi adagokat, leveket, egytálételeket főznek. A cég ügyfélkapcsolati menedzsere szerint jelenleg leginkább a higiénia tartják szem előtt a vendégek, így a többször használható elviteles dobozok használata náluk kizárt. A Fruccola munkatársaihoz ezzel szemben érkezett kérés arra vonatkozóan, hogy tartós dobozban szállítsák ki a megrendelt ételt. Az étterem csatlakozott a Felelős Gasztrohős Dobozközösség programjához, így eleget tettek a kérésnek. //



## 🌱 Sustainable catering during the pandemic

Sustainability efforts – working with local suppliers, seasonal menus, etc. – have just recently started in the Hungarian restaurant business. As a reaction to the coronavirus pandemic, the Responsible Gastro Hero Foundation is helping member restaurants with online meetings where experiences can be shared, and with providing them with the latest information about the situation. Luckily many catering units quickly adapted to the new situation, e.g. community café UrbanFood Cafe&Coworking joined forces with partner suppliers and Wolt, and started selling fresh seasonal fruits, vegetables, dairy products and bakery items too. //



rek felkeresését, akikkel korábban nem, vagy csak ritkán dolgoztunk együtt. Értékesítő kollégáink folyamatosan személyre szabott ajánlatokat állítottak össze számukra, és keresték meg velük őket. A már meglévő webshopunkat megnyitottuk a magánszemélyek számára is, amihez kommunikációs felületként a Facebookot használtuk, hogy megismerjessük a céget azokkal is, akik még nem hallottak rólunk



**Gödry Zoltán Máté**  
üzgyvezető-tulajdonos  
Helit

### Kreatív megoldások

– A költségeink redukálása után – hangsúlyozza Matusz Balázs – azonnal megkezdtük a kereskedelem bővítését, új értékesítési csatornák nyitását. Elsőként a még nyitva lévő húsboltokra kezdtünk fókuszálni, és azokra az élelmiszerboltokra, amelyek nem láncokhoz tartoznak. Második lépcsőben a vállalati ügyfeleink részére hangolt webáruházunkat átalakítottuk lakossági webáruházzá, és egy komoly marketingkampányt indítottunk a lakosság megszólítására. Harmadik lépcsőként létrehoztunk egy csomagolóüzemet, amelyet a retail boltok ellátására hangolunk; jó pár magas minőségű, stratégiaileg már beszerzett termékünket így próbáljuk értékesíteni.

A lakossági értékesítés nálunk azért jött be a képbe, mert mindenáron meg akartam tartani a munkatársaimat – 80 százalékát a 270 fős munkatársi gárdának sikerült is. Sajnos, mint célpiac, számunkra nem megfelelő módszer a lakosság ellátása, mert országosan szállítunk, ami a lakosság volumenében nem gazdaságos üzlet egy nagykereskedelmi cégnek, saját logisztikával. Nekünk a vendéglátás igényeihez kell alkalmazkodnunk. Azt már az előző vál-

ságból is megtanultuk, hogy a minőség rovására ilyenkor sem szabad csökkenteni az árakat, amire ugye most a legnagyobb igény mutatkozik – tehát a minőségen nem kívánunk változtatni. Ami talán érezhető lesz: a főként a külföldiek és a turisták által generált forgalom és különleges alapanyagigény fog jelentős mértékben csökkenni az elmaradó külföldi turizmus miatt, ez hozhat némi változást a mi életünkben. A szolgáltatásokban eddig is a lehetőségeinkhez képest mindig a maximumot nyújtottuk, ez a jövőben sem lesz másképp!

### Rugalmas alkalmazkodás

– A METRO üzleti előnye a nagykereskedelmi piacon egyebek mellett az – emeli ki Kovács Sándor –, hogy Cash & Carry áruházaink országos lefedettséget nyújtanak, ahol személyesen tudunk találkozni a vásárlókkal, személyesen tudják kiválasztani a számukra megfelelő

Ultra friss vagy más típusú termékeket. Kiszállítási üzletágunk rugalmasan, 24 órán belül magas színvonalon teljesíti a vásárlói igényeket. A digitális kommunikációs csatornáknak megnövekedett a szerepe, így a METRO mind a weboldalon, mind a közösségi médiában, valamint testre szabott EDM-ken keresztül aktívabban kommunikált.

A lakosság biztonságos élelmiszer-ellátása érdekében most METRO-kártya nélkül is lehet áruházainkban vásárolni egy egyszerű regisztrációt követően. Megnőtt az igény a lakossági házhozszállításra is, így meglévő vevőkörünk számára biztosítjuk ezt a szolgáltatást is áruházaink 30 km-s körzetében. Március 26-a óta érhető el a METRO-kártyával rendelkező, nem üzleti

vásárlóink számára is a webshopon keresztül értékesítés. Másik népszerű lakossági szolgáltatásunk az áru-összekészítés: 24 órán belül összekészítjük a megrendelt árut, ami a leegyeztetett időpontban az áruház átvevőpontjáról elvihető. A válság elmúlása után meglévő és új horeca és kiskereskedelmi vevőink igényeit helyezzük újra előtérbe.

– Hosszú távon nem célunk a kiskereskedelmi értékesítés – szögezi le Gödry Zoltán Máté –, jelenleg meg tudjuk oldani a magánszemélyek kiszolgálását, de tudjuk és látszódik is, hogy nem erre vagyunk berendezkedve. Továbbra is a horeca piacra kívánunk fókuszálni, ez a mi pályánk, ezt ismerjük. Mind kereskedelmi, mind pedig marketingoldalról igyekszünk nagyon rugalmasan fordulni a piac felé, de ezt a rugalmasságot, az energiánkat elsősorban a meglévő partnereinkre szeretnénk koncentrálni.



A vendéglátósokkal együtt az őket ellátó nagykereskedők is nehéz helyzetbe kerültek

Kereskedelmileg azon dolgozunk, hogy ezt a helyzetet átvészeljük, és amikor visszaáll a rend, akkor erős lábakon állva tudjunk visszatérni. A vírusválság után a piac alapvetően át fog alakulni, és ehhez szeretnénk mi is a céget úgy átalakítani, hogy teljesen megfeleljen a piac igényeinek és a saját gazdasági célkitűzéseinknek is. //

### Adapting to a difficult environment

Our magazine interviewed three key wholesalers that supply the hospitality sector about the current situation caused by the COVID-19 pandemic. Sándor Kovács, domestic sales manager of METRO informed that the protection measures of the government affected nearly 40,000 of their active hospitality partners in one way or another. METRO's estimation is that more than 60 percent of their customers suspended their business operations. METRO's horeca sales team receives those partners that have stayed open in the stores and also informs them about the current situation on the phone.

Balázs Matusz, president and CEO of Matusz-Vad Zrt. told: since they specialise in supplying the hospitality sector – mainly the top restaurants – they had to find new markets. This meant transforming their product portfolio in line with the new requirements, e.g. switching to smaller packaging units. Sales by the company dropped 80 percent in just 3 days back in March when the problems started. Zoltán Máté Gödry, owner and managing director of Helit Kft. said they contacted those partners that continued operating with tailor-made offers during the pandemic emergency. The company reacted to the new market situation by giving private individuals

the opportunity to buy from them online, too. Their sales were decreasing more and more as the situation was worsening: in two weeks' time they suffered a 75-percent sales plunge. Mr Matusz explained that after the reduction of their costs they started focusing on new sales channels, such as butcher's shops and those grocery stores that don't belong to a chain. In the next phase their online shop started serving consumers too. The third step was starting a packaging facility, so that they could sell their products to retailers. This way Matusz-Vad Zrt. managed to keep 80 percent of its 270 workers. They won't cut prices to the detriment of product quality!

Mr Kovács explained that one of Metro's market advantages is that their Cash&Carry stores cover the whole country. Their delivery service satisfies partner needs flexibly in just 24 hours. In order to guarantee the safe food supply of consumers, customers can now visit their stores without a METRO card too – all they need to do is register. Mr Gödry said that they intend to concentrate on supplying the horeca market in the future as well. They are trying to survive the current bad situation and will restructure the company in a way that it will meet the new-type requirements after the crisis. //

# Ha a hegy nem megy Mohamedhez...

**A kényszerbezárás idején sok étterem számára az ételkiszállítás jelentette a fennmaradás lehetőségét. Így, ha valaki a vendéglátáshoz kapcsolható vállalkozások közül pozitívan jöhetett ki a válsághelyzetből, azok az ételfutárcégek voltak! A terület két meghatározó szereplőjét fejlesztéseikről, tapasztalataikról, jövőképekről kérdeztük.**

**Trade** – *Hány étterem csatlakozott rendszerükhöz a vírusválság kezdete óta?*

Patai Zoltán, a NetPincér ügyvezetője: A meglévő csaknem 2000 éttermi partnerünk mellett március eleje óta több mint 1200 csatlakozni kívánó üzlet kereste meg a NetPincért. Új csatlakozóink között szerepel például a Burger King is, ország-szerte 42 éttermével. Az éttermek jelentős része továbbra is budapesti vagy Budapest környéki, azonban a vidéki nagyvárosok élénkülése is egyre intenzívebb.

Minőségi kritériumrendszerünknek most is meg kell felelnie minden régi és új partnerünknek – ha ez adott, a csatlakozáshoz jelenleg elég az alapadatok megadása, utána már mi segítünk az éttermeknek, hogy a lehető leghamarabb rendeléseket tudjanak fogadni.

Tajta Ákos, a Wolt magyarországi ügyvezetője: Március közepe óta körülbelül 600 étterem csatlakozott rendszerünkhöz, így most 4 városban több mint 1000 étterem

kínálatát szállítjuk ki. A válság kezdete óta területünket is bővítettük, és a továbbiakban is terjeszkedni kívánunk.

Az elmúlt időszakban más üzletágakat is elindítottunk, így már nemcsak éttermek meleg ételeit, hanem élelmiszert is lehet rajtunk keresztül rendelni azonnali kiszállítással; és ezt a kört bővíteni tervezzük, például gyógyszerárakkal.



**Patai Zoltán**  
ügyvezető  
NetPincér



**Tajta Ákos**  
magyarországi ügyvezető  
Wolt

**Trade** – *Hogyan oldották meg a növekedéssel járó logisztikai és humán erőforrás-igényeket?*

P.Z.: Láthatóan nagy az érdeklődés a futarkodás iránt, az elmúlt időszakban összesen 18 000-en nézték meg a csatlakozást segítő bemutatkozó prezentációnkat és töltötték ki tesztet online a csatlakozáshoz. Az elmúlt két hónapban több futárt vettünk fel, mint korábban átlagosan 5 hónap alatt.

Átálltunk az online felvételi folyamatra, amelynek köszönhetően megháromszoroztuk felvételi kapacitásunkat, illetve sokkal rugalmasabbá tettük a belépési folyamatot a futárpartnerek számára. Már a

betanulási folyamat is online működik, a szerződéskövetést követően pedig azonnal el is tudják kezdeni a munkát új futárpartnereink.

T.Á.: Több százan szeretnének futárkodni jelenleg, hiszen ezt a munkát viszonylag könnyen el lehet kezdeni, és rugalmas beosztásban lehet végezni, így tehát gyorsan és hatékonyan tudunk igazodni a kereslethez. Az irodai csapatot is növeltük, különös tekintettel a rendelésekkel foglalkozó ügyfélszolgálatra. Logisztikai változtatásokra nem volt szükség, eddig is nagy mennyiségű rendelés kiszolgálására voltunk berendezkedve, de közvetve a csökkenő városi forgalom is minket támogat.

**Trade** – *Változott-e jutalékpolitikájuk, illetve kiszállítási árai március eleje óta?*

T.Á.: Se jutalékpolitikánk, se kiszállítási áraink sem változtak a válság miatt, de a felhasználóknak több ideiglenes akciót indítottunk, például az ingyenes kiszállítást,



vagy éppen olyan promóciót, aminek során nálunk eltölthető krediteket töltünk fel profiljukra annak érdekében, hogy a számukra szimpatikus éttermetek támogathassák.

P.Z.: A jutalékok nem változtak, de számos intézkedéssel segítettük az éttermeteket az elmúlt időszakban. Például, akik likviditási gondokkal küzdenek, azoknak már március elején elérhetővé tettük a heti elszámolásra való ideiglenes átállást.

Illetve a fogyasztók számára nyújtott, kiemelt kedvezményekkel igyekszünk segíteni abban, hogy minél többen tudjanak ételt rendelni a kialakult helyzetben is, ezzel támogatva az éttermek forgalmának növelését is. Áprilisban például országos NetPincér GO kampányunk keretében 28 város több száz éttermében volt díjmentes a házhozszállítás.

## Konkurencia kívülről

A vírusválság idején bizonyos értelemben a kiszállítással próbálkozó vendéglátók konkurenciaként tekinthetnek a házhozszállítással (is) foglalkozó élelmiszer-kiskereskedelmi cégekre, amelyeknek jó része a vásárló kezdeti félelmeire és felhalmozási kényszeireire meglehetősen felké-

születlenül reagált. Ennek a versenynek a győztese kétségkívül az online szupermarket szolgáltatását még csak fél éve megindító kifli.hu lett, amely gyorsan alkalmazkodott a megrendelői igényekhez, kreatívan bővítette infrastruktúráját, és a vállalt időpontokban maszkban-kesztyűben vitte

a kívánt árut a megrendelőnek – április végén már akár a megrendelés napján is. James McQuillan, a cég ügyvezető igazgatója szerint az árak a vírus idején nem emelkedtek, a forgalom a többszörösére nőtt, de az igazi profit a kifli.hu-val szembeni bizalom növekedése volt. //

### A market competitor from another segment

During the pandemic grocery retailers doing home delivery have become market competitors of restaurants to a certain extent: eateries which were trying to survive by cooking for home consumption. Online supermarket kifli.hu – which

started just half a year ago – definitely came out as a winner from this situation. Managing director James McQuillan said: their sales have multiplied, but the real profit for them was the increased trust in kifli.hu from consumers. //



**Trade** – Mekkora ma a megrendelések átlagértéke?

P.Z.: A tavalyi átlagos 3500 forint körül alakuló kosárérték idén január–áprilisi időszakban 3800 forintra nőtt, de ez érzékelhetően nincs kapcsolatban a vírushelyzettel. A rendelések persze nagyon széles skálán belül mozognak.

A rendelések átlagértéke 5000 Ft felett van – ebben nem tapasztalunk érzékelhető változást március óta sem. A Wolt megrendelői bázisát a fizetőképes kereslet jellemzi, és tapasztalataink szerint a minőségi, felsőbb árkategóriás éttermeink ugyanúgy teljesítenek, ahogy korábban, az őket kedvelők nem fordultak el tőlünk. Azonban most mi is nyitottunk az olcsóbb árkategória felé, egy új célközönséget is megcélozva ezzel.

**Trade** – Milyen kategóriájú éttermi partnereik sikeresek a válság idején?

P.Z.: Nem érzékeljük, hogy valamilyen étteremkategória vagy -típus megugrott volna a többiekhez képest, de azt azért látjuk, hogy a bizalom kérdése még fontosabbá vált a válság időszakában, tehát ahol az étterem értékelése magasabb, onnan többen rendelnek. Ételek tekintetében a legnépszerűbbek, ahogy tavaly, most is a hamburger, a csirkés gyorsételek, a pizza és a gyros, valamint nagyon sokan kedvelik a különféle menüajánlatokat.

**Trade** – Milyen változásokat érzékelnek a válság idején a megrendelői attitűdben?

T.Á.: A megrendelések napon belüli eloszlásában nem történtek változások, ugyanúgy ebéd- és vacsoraidőben érkezik a legtöbb megrendelés. Nagymértékben csökkent az egyszemélyes irodai étkezések aránya, de nőtt a több tételt tartalmazó, feltehetőleg többen együtt rendelőktől érkező rendelések száma.

P.Z.: Csak a futárokkal szembeni fellépés változásáról tudok beszámolni: számos kollégánk említette, hogy a megrendelők velük szemben is sokkal empatikusabbak. Vannak, akik néhány biztató szóval – „Kittartást, köszönjük a munkátokat!”, „Vigyázz magadra!” – támogatják őket.

**Trade** – Véleménye szerint a válság kezdete óta csatlakozott éttermek mekkora hányada marad meg a visszarendeződés után rendszerükben?

T.Á.: Úgy gondoljuk, hogy új partnereink nagy része megpróbálja majd a kiszállítást beépíteni a rendes üzletmenetébe azután is, hogy a betérő fogyasztói visszatérnek. Ugyanis legtöbben már ezelőtt is gondolkodtak ebben a szolgáltatásban, és ez

## „Mentes” házhozszállítás

Magyarországon és a világban folyamatosan növekszik a táplálékallergiával vagy -intoleranciával, illetve egyéb allergiával érintettek száma – mutat rá Bódi Krisztina táplálkozásmarketing-szakértő –, és egyre többen figyelnek arra, hogy milyen termékeket használnak, milyen ételeket fogyasztanak, ami nemcsak a termék-, de a helyválasztást is befolyásolja.

Mára már szinte minden családban akad valaki, aki speciálisan táplálkozik, különleges diétát folytat vagy speciális készítményeket használ, nekik külön felkészülést és szervezést igényel az étkezés, a bevásárlás megoldása. A [www.menteshelyek.hu](http://www.menteshelyek.hu) oldal célja az ő életük megkönnyítése.

A weboldalon a keresővel vagy a menteshelyek.hu applikáció letöltésével ezek a helyek egyszerűen megtalálhatók, és a „mentes” termékek bárhol az országban megrendelhetők.



**Bódi Krisztina**  
táplálkozásmarketing-szakértő  
[menteshelyek.hu](http://menteshelyek.hu)

Most, hogy a boltok elérése korlátozott, ez fokozottan érvényes. Az egyre bővülő adatbázisban ezért mostantól külön kereshetőek azok a vállalkozások, amelyek házhozszállítást is kínálnak. //



### 🇬🇧 'Free-from' home delivery

According to dietary marketing expert Krisztina Bódi, the number of people living with food allergy or intolerance is growing both in Hungary and at a global level. There is someone in basically every family who follows a special diet. The website [www.menteshelyek.hu](http://www.menteshelyek.hu) and the smartphone app [menteshelyek.hu](http://menteshelyek.hu) try to make their lives easier, by collecting those eateries and shops from which free-from food can be ordered. //

tesztidőszak is számukra, ami bizonyíthatja, mennyi plusz bevételt hozhat kiszállítás, és megérheti akár kapacitást is bővíteni miatta.

Éttermeinktől azt a visszajelzést kaptuk, hogy elégedettek, és értik, hogy a kiszállítás hogyan és mennyi plusz hasznot hoz nekik, tehát feltehetően nem engednék el ezt a lábat sem a járványhelyzet elmúltával sem.

P.Z.: Egyelőre ez megjósolhatatlan, de bízunk abban, hogy minél többen velünk maradnak. Jelenleg olyan átalakulás van a szektorban, amelynek végét még nem lehet

látni. Május negyediktől kicsit változott a helyzet, hiszen vidéken megnyithattak a teraszok, azonban ez sem biztosítja minden esetben a korábban megszokott forgalmat, tehát a házhoz szállítás számukra is fontos láb maradhat a következő időszakban is. Úgy gondoljuk, mostanra már sikerült alkalmazkodnunk az ételkiszállítási piac új kihívásaihoz, most a jelenlegi helyzetre kell koncentrálnunk. Azon leszünk, hogy a most létesített üzleti kapcsolatokat a válság után is megőrizzük, és hosszú távú partnerkapcsolatokat építsünk ki. //

### 🇬🇧 If the hill does not go to Mahomet...

Zoltán Patai, managing director of NetPincér: We were working with nearly 2,000 restaurants before the pandemic, and since early March more than 1,200 places have contacted NetPincér, saying that they want to join. There is great interest in working in food delivery, as 18,000 people watched the presentation that informs those who wish to work for us. In the last 2 months we recruited more delivery people than in a 5-month period beforehand. Our more than 1 million customers represent a really diverse taste scale. What we see is that trusting a restaurant has become even more important than before. The commissions haven't changed but we have been helping restaurants in many ways, for instance we switched to settling financial matters weekly instead of monthly with those restaurants that have liquidity problems. In April the NetPincér GO campaign offered free home delivery from several hundred restaurants in 28 cities.

Ákos Tajta, general manager of Wolt Hungary: Since mid-March about 600 restaurants have joined, and now we deliver food from more than 1,000 restaurants in 4 cities. We didn't have to make changes in logistics, as we had been prepared for a high number of deliveries already before the crisis. Our commission policy and delivery charges did not change because of the pandemic, and we have started several temporary promotions, such as free delivery, etc. The most orders are still placed at noon and at dinner time. There has been a great reduction in the number of single meal orders from offices. We think that the majority of the restaurants that joined due to the crisis will try to integrate delivery into their daily operations. //

# Franchise: a válság csak gyorsítja a változásokat

**Milyen hatással van a válság a hazai franchise világának jelenére és jövőjére – a témáról dr. Mandel Katalinnal, a Magyar Franchise Szövetség főtitkárával beszélgettünk.**

A vírusválság kitörésekor a szövetség is home office-ba kényszerült, de az élet nem állt meg: folyamatos kapcsolatban maradtunk partnereinkkel. Kéthetente szervezünk webinárokat, amelyekhez díjmentesen lehet csatlakozni, de telefonon is tagjaink rendelkezésére állunk – sokan így kérnek tanácsot, segítséget. Különösen a horeca-szektor sújtja a válság, nem is csoda, hogy a könnyítések bevezetésekor azonnal újraindították egységeiket. Az üzletek zárva tartása idején, akinek volt lehetősége, próbált alkalmazkodni a helyzethez, a McDonald's például most indította be házhozszállítási szolgáltatását. Ez egyébként jól érzékelhető trend a gyorséttermi szegmensben – csak egy példa illusztrációként: az USA-ban csak a Domino Pizza és a Papa John's 50 ezer új alkalmazottat vett fel a veszélyhelyzetben.

Úgy vélem, a hazai franchise világában a válság elsősorban a fiatal hálózatokat veszélyezteti; nincs még meg rendszerükben a szükséges összetartás. A nehéz időkben még nagyobb szükség van a rutinra, és bár a franchise-gazdák hozzáállása a mostani helyzethez kimondottan személyiségfüggő, úgy tűnik, az új rendszerek tulajdonosai hajlamosabbak is a depresszióra. Náluk fordul inkább elő, hogy a – gyakran ugyancsak tapasztalatlanabb – átvevők

teljesíthetetlen kérésekkel állnak elő, ami persze nem segíti a lánc túlélését. Félek, lesznek tagjaink között vesztesek is – a horecában is.

A nagyobb láncoknál nem várok komoly módosításokat – összetartóbbak, rendszeresen megtárgyalják az adódó problémákat, pozitív üzeneteket közvetítenek egymás felé. Ezeknél, ha

egy egység bedobja a törököt, a stafétát mindenképpen átveszi valaki, akár egy már meglévő, megbízható partner is.

A szegmens kilábalás utáni helyzete már feltehetően soha nem lesz olyan, mit a válság előtt volt. A turistákra építő vállalkozások valószínűleg jóval nehezebben fognak újraépülni, de az idő

majd meghozza a megoldást. Van azonban ennél egy nagyobb gond is!

A kiskereskedelem egy része áttevődik az online-ra – ez már az IFA (Nemzetközi Franchise Szövetség) tavalyi konferenciáján is téma volt –, és a válság csak gyorsítja ezt a tendenciát. Az, hogy a plázák tönkremennek, a csillogó üzletek nagy hányada eltűnik, az a franchise jövőjét is befolyásolja. Elveszik a személyes kapcsolatot a kereskedő és a vevő, a vendég között, és félok, hogy a vásárlóknak a fele, vagy inkább több, az online-on marad. A válság a franchise-gazdákat is a webre kényszeríti; ez most természetes ugyan, később azonban érdekellentétek forrása lehet köztük és bérlő partnereik között.

A szövetség felmérése a hálózatok franchise partnereink 10 százalékának elvesztését prognosztizálja. //



**Dr. Mandel Katalin**  
főtitkár  
Magyar Franchise Szövetség

## The virus is only accelerating the changes

Katalin Mandel, general secretary of the Hungarian Franchise Association informed that they organise webinars for members every other week. The recession has hit the horeca sector the hardest. According to the general secretary, young franchise networks are threatened the most. As for major chains, she expects no serious problems – if one unit goes out of business, someone else will definitely take over the unit.

Ms Mandel thinks: the biggest problem is that in the future a part of retail will be done online and the recession is speeding up this process. Shopping malls going bankrupt and fancy stores disappearing will have an influence on the future of franchise too. The personal connection between shop owner and customer will be lost, it can happen that half of shoppers will stay at home and stay online. It is a possible scenario that due to the recession franchise owners will have to go online too. The association's forecast is that they are going to lose about 10 percent of partners. //

# Az automatáké a jövő, csak bírják ki addig

**Nem kevés problémával kellett szembenéznie az elmúlt években a vending iparágban, majd jött a válság, amit az étel- és italautomaták hazai üzemeltetői is erősen megsínylettek. A veszélyhelyzet idején Lőrincz Lászlót, a Nemzeti Automata Szövetség elnökét kérdeztük.**

**Trade** – *Hogyan reagált a szövetség a koronavírus miatt kialakult helyzetre?*

Szinte azonnal kapcsolatba léptünk az illetékes kormányzati szervekkel, és javaslatokat tettünk az iparági szereplők által elszendvedett veszteségek mérséklésére vonatkozóan. Ezek közül megvalósult az új 100 forintos érmék bevezetési határidejének kitolása – ez azért lényeges, mert az érmeelfogadó eszközök átprogramozása még nem fejeződött be a járvány kitörésének időpontjáig. Szintén könnyebbé jelentett,



hogy az AFE egységek éves felülvizsgálatának határidejét a veszélyhelyzet lezárását követő 120 napon belüli időpontra toltta ki a szolgáltató – ennek költsége tehát nem terhelte az iparági szereplőket.

Az automaták forgalmi adatait heti szinten elemeztük, köszönhetően a NAV és szövetségünk közötti folyamatos információáramlásnak

**Trade** – *Hogyan alakult a piac?*

A veszélyhelyzet elrendelésének napjától az irodai munkahelyek és az oktatási intézmények teljesen kiürültek, a termelő tevékenységet folytató cégek közül is sok szüneteltette munkáját. Az egészségügyi és a szociális intézményekben látogatási tilalom lépett érvénybe, az oktatási intézményekben távoktatás zajlott, a kollégiumok kiürültek, sok munkahely home office-ra állt át. Bezárták kapuikat az idősotthonok, az uszodák, a bíróságok, a sportcsarnokok.

Az üzemeltetési helyeken óráról órára változott a helyzet, nem lehetett pontosan tervezni az automaták rendelkezésre állásának érdekében a feltöltést, leállítást, ráadásul a kihelyezési hely-



színekre való bejutás nehézkessé vált (adminisztráció, lázmérés stb.). Bizonyos helyeken nem lehetett leállítani az automatákat, hiszen nem lehetett bejutni az intézménybe. Ugyanakkor a még ott dolgozók ellátását az intézmények vezetése elvárta.



**Lőrincz László**  
elnök  
Nemzeti Automata  
Szövetség

Ágazatunk árbevétele jelentős mértékben csökkent, egyes helyeken pedig teljesen ellehetetlenültek az automaták érékesítés feltételei, így sok cég munkaidő-csökkentésre, illetve elbocsájtásokra kényszerült.

**Trade** – *Változott-e az automaták kínálata a járvány kitörése óta?*

A kínálat érdemben nem változott, ahogy a vásárlók „fogyasztási szokásaiban” sem érzékelünk fordulatot.

Pedig az automaták elvben képesek arra, hogy valamilyen szinten pótolják a menzákat és büféket, de természetesen nem helyettesíthetik azokat, belőlük a darabárakat, szendvicseket, üdítőket és forró italokat vásárolhatják meg a fogyasztók. Ennek ellenére a kórházakban a járóbeteg-ellátás részleges szüneteltetésének és a látogatási tilalomnak köszönhetően minimálisra csökkent a forgalom, az állami és önkormányzati intézményekben leállt az ügyfélfogadás, a bevétel szinte nullázódott.

**Trade** – *Jelent-e többletbizalmat a fogyasztó számára a gépből vásárlás higiéniai szempontból?*

Remélhetően! Az automatákat üzemeltető vállalkozások eddig is nagy hangsúlyt fektettek a higiéniai előírások betartására, az automaták fertőtlenítésére és tisztántartására – a fogyasztók bizalmának megőrzéséért, de a forróitalok minőségét is befolyásolja a gépek állapota.

Az automaták egy részén találhatóak a higiéniaira vonatkozó, illetve az allergén információkat tartalmazó kommunikáció, de speciális feliratok nem kerültek a gépekre a válság idején. //

## 🇬🇧 Vending machines are the future – if they can survive until then

Our magazine interviewed László Lőrincz, president of the Hungarian Vending Association about what has happened in the sector during the pandemic. We immediately got in touch with the authorities and made suggestions for mitigating the losses suffered by vending machine operators. From the day when the emergency was announced offices and schools were empty, and many companies closed as well. Things were changing from one hour to another at the locations of the vending machines, so it wasn't possible to plan their refilling, etc. Sales dropped drastically in the sector, so many operating companies had to cut working hours or lay off workers. The product selection in vending machines has basically stayed the same, just like the consumption habits of customers. I hope so! //

# Felemás helyzetben a food truckok

**A legdivatosabb és legmegbízhatóbb hazai food truckokat a nagyvállalatok irodaházaihoz kiközvetítő, két éve alapított StreatRight cég társtulajdonosát, Varjú Lindát a válság ideje alatt speciális helyzetbe került food truckok helyzetéről, lehetőségeiről kérdeztük.**

**Trade** – *Könnyebb helyzetbe kerültek-e a food truckok a válság idején a szabad közterület-használattal?*

– Viszonylagos ez a könnyebbség, de a korábbi teljesen veszített helyzetünkhöz képest mindenképp nagy az előrelépés. A közterületen való árusítás korábban gyakorlatilag lehetetlen volt Budapesten; a legkisebb engedély is óriási segítség egy food truck üzemeltetésében. Bár örök optimista vagyok, félek, hogy ez a helyzet tiszavirág-életű lesz, és előbb-utóbb visszavonják a rendeletet.

Persze az jó, hogy elvben használhatjuk a közterületeket, ám sajnos a kitelepülés eddig nem érte meg, nem lett gyakorlat: a kijárási korlátozás miatt szinte mindenki – vendéglátós is, vendég is – a házhozzállításban gondolkodott. Feltehetően ezért is van, hogy a vírushelyzet nem hozott új szereplőket a piacra.

Mindezek miatt még jó darabig továbbra is az irodai ebédeltetés lesz szerintem az egyetlen terület, ahol lehetőségünk nyílna némi lendületet szerezni, no meg a kis létszámú magán- és céges rendezvények.

Olyanról nem tudok, hogy az egységeket a válság idején ellenőrizték volna, de a védekezés így is maximális szinten működik most is, fertőtlenítés, maszkok, arcpajzsok, kesztyűk, figyelmeztető feliratok formájában.

**Trade** – *Mi jellemzi most a hazai food truck szcénát?*

– Jellemzően még mindig Budapest jelenti a food truckok bázisát, de vannak szol-

gáltató partnereink vidéki városokban is (Győr, Debrecen, Zalaegerszeg, Szekszárd, Székesfehérvár).

A truckok gombamód szaporodnak, főként azért, mert újszerű marketing-eszközként kezelik a sörgyártók, étteremláncok, alapanyaggyártók, és a magyarországi lánc felvásárlása után egy ideje a



**Varjú Linda**  
társtulajdonos  
StreatRight

McDonald's is pedzegeti. A magyarok kezdik felfedezni a truckokban rejlő lehetőségeket. Kevesebben vannak a független vállalkozók, hiszen ez egy életstílus, sajátos hozzáállást igényel mind a gasztronómiai kreativitás, mind a problémamegoldás területén – egyszerűen nem mindenkinek való ez a műfaj.

Nincs két egyforma egység, egyforma üzleti vehemencia; valakinél a létfenntartás a cél, valaki új truckot vesz a régi helyett, valaki pedig most építi ki a negyedik egységét. Az biztos, hogy a kereslet szépen alakul, már az előző évek tendenciái is ezt mutatták. Sok embernek újdonság még maga a food truck kifejezés is, tehát sok van még ebben a piacban. Ráadásul egy új kor hajnalán vagyunk, amikor a szabadtéri rendezvények még pozitívabb megítélés alá fognak esni a vírus tekintetében. A dolgok jelenleg nagyon gyorsan változnak. Ugyanakkor a vonatkozó rendelkezések legtöbb esetben még csak értelmezni sem tudják a mozgó konyha fogalmát, vannak kerületek, ahol „békeidőben” kategorikus tiltás alá esett – a helyi vendéglátóegységek érdekeinek megfelelően, vagy a városkép rontására hivatkozva. A terület optimális szabályozásáért törvényhozási szinten kéne komolyabban hozzájárulni a témához. //

## 🇬🇧 In a state of uncertainty

Linda Varjú, project manager of StreatRight – a company that organises food trucks for office lunches – talked to our magazine about the state of play in the food truck scene. *T.M.* – *Did the situation of food trucks improve during the pandemic-induced crisis, because of the permission to sell in public spaces?* – Food trucks' situation relatively got better, but I am afraid that this improvement will only be temporary and sooner or later the permission will be revoked. Unfortunately during the pandemic most people who need food think of not of food trucks but home delivery first. My view is that for a while office lunches will remain the area where we can gain a bit of momentum, together with the few private and corporate events. *T.M.* – *What characterises the Hungarian food truck scene at the moment?* – Budapest is still the main place for food trucks, but we also have partners in Győr, Debrecen, Zalaegerszeg, Szekszárd and Székesfehérvár. The number of food trucks is growing fast, especially because beer companies, restaurant chains and food makers treat food trucks as a special marketing tool. Consumer demand is also on the rise for this type of service. It is problematic that the relevant rules find it hard to regulate the food truck scene in a way that food trucks could thrive. //