



ÉVES JELENTÉS 2016

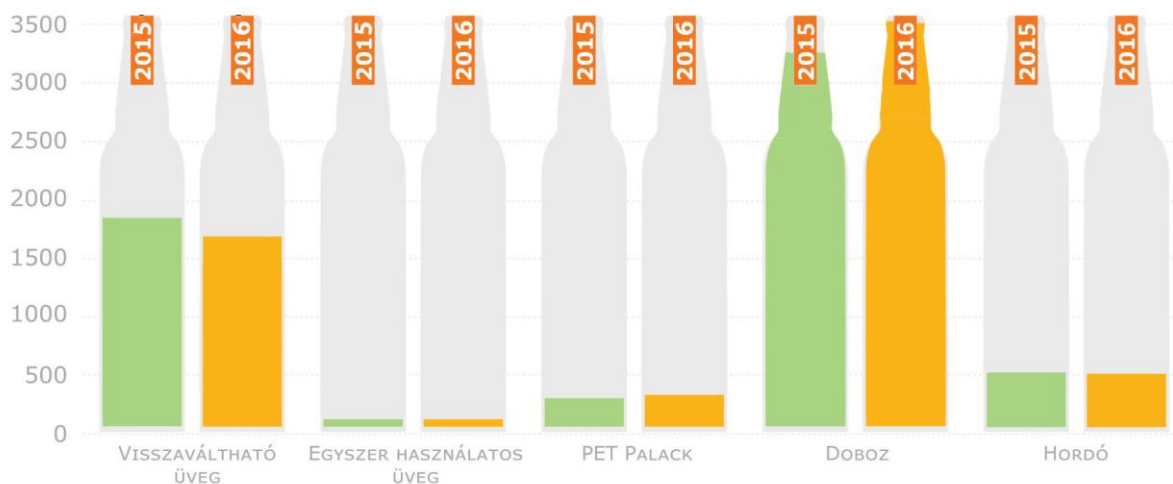
MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE

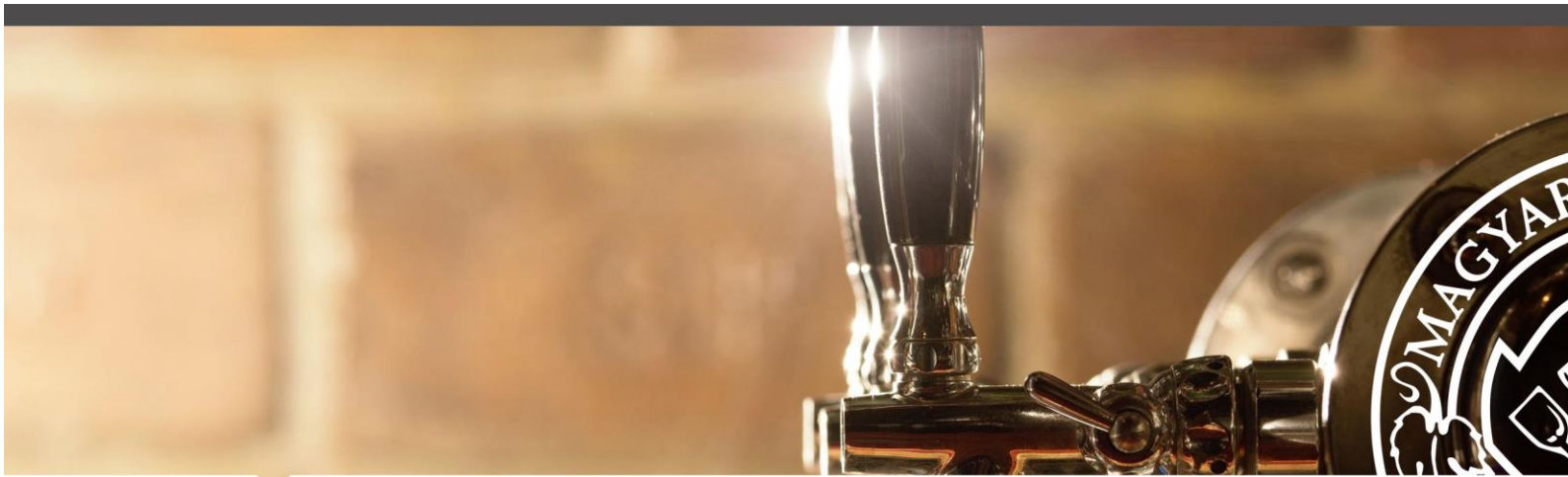
Folytatódtak 2016-ban is azok a kedvező piaci trendek, amelyek a korábbi években elkezdődtek az iparágban. Így az előző évhez képest 2016-ban – folytatva a 2014-es és 2015-ös trendenciákat – szintén kedvezően alakult a magyar sörpiac helyzete a Magyar Sörgyártók Szövetségének (MSSZ tagjai: a Dreher Sörgyárak Zrt., a Heineken Hungária Sörgyárak Zrt. valamint a Borsodi Sörgyár Kft, pártoló tag a Carlsberg Hungary Kft., illetve adatszolgáltató a Pécsi Sörfőzde Zrt.) tagvállalatai számára. A statisztikai adatok alapján a teljes értékesítés - köszönhetően az exportnak - mintegy 2,5 százalékkal növekedett az előző évhez képest. A belföldi sörértékesítés össz mennyisége változatlan maradt, azonban a prémium és szuper prémium kategóriák csaknem 10%-kal növekedtek az előző évhez képest.

A hazai sörgyártó vállalatok által Magyarországon forgalmazott sör mennyisége a múlt évben 6,704 millió hektoliter volt, szemben a 2015-ben forgalmazott 6,541 millió hektoliterrel. A saját termelés 4,52 százalékkal emelkedett a bázisidőszakhoz képest. Az export több mint 40 százalékkal nőtt a múlt évben, míg az import több mint 18 százalékkal csökkent az előző évhez képest.

Az egyes csomagolási típusok arányait tekintve csak a hordós és a visszaváltható üvegben értékesített sörök aránya mérséklődött, csaknem 2, illetve mintegy 7 százalékkal. Az összes többi csomagolástípus aránya emelkedett. Legnagyobb mértékben a nem visszaváltható, egyutas üvegé nőtt több mint 16 százalékkal. De emelkedett a pet-palackos eladások aránya is több mint 5 százalékkal, míg a dobozos kiszerelesé 3 százalékkal nőtt.

BELFÖLDI SÖRÉRTÉKESÍTÉS CSOMAGOLÁSI TÍPUSOK SZERINTI VÁLTOZÁSA

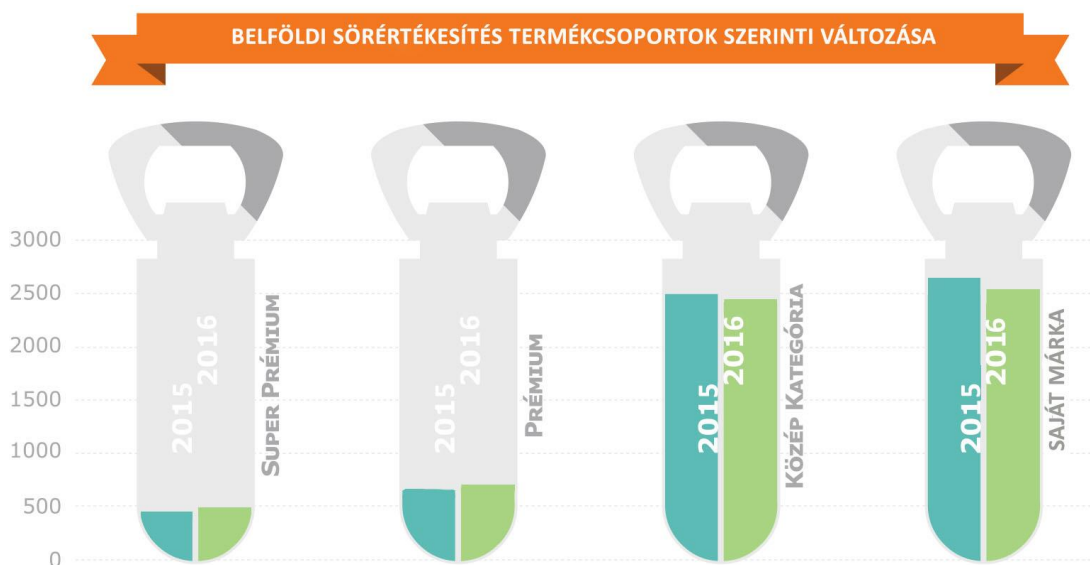




Így a teljes belföldi értékesítés mennyisége 2016-ban elérte a 6,117 millió hektolitert, szemben az előző évi 6,123 millió hektoliterrel szemben, ami 0,10 százalékos csökkenést jelent. Így a magyar söripar 2016-os növekedését teljes mértékben az exportértékesítés növekedése húzta.

A belföldön eladott termékek választékát tekintve legnagyobb mértékben a prémium kategória nőtt a múlt évben az előző évhez képest. Ez az emelkedés csaknem 10 százalékos volt. Ezt a növekedést követte a super prémium szegmens csaknem 9 százalékkal. A saját márkás termékek eladása ugyanakkor némileg, valamivel több mint 3 százalékkal visszaesett. Szintén csökkent a középkategóriás úgynevezett mainstream sörök iránti keresetet is, ami mintegy 0,7 százalékos mérséklődést jelentett.

Gyakorlatilag nem változott az alkoholmentes sörök értékesítése belföldön, sem az üvegeseké sem a dobozos söröké.



Csökkent viszont az ízesített sörök belföldi értékesítése mintegy 2 százalékkal.

A sörpiac jellemzői

A magyar söripar – szűkebben véve pedig a három piacvezető vállalatot tömörítő Magyar Sörgyártók Szövetsége – szakmai tevékenységével, kiterjedt partneri és beszállítói kapcsolataival markánsan megjelenő társadalmi felelősségvállalásával valamint intenzív szponzorációs tevékenységével a magyar gazdaság és társadalom fontos tényezője, hasonlóan az előző esztendőkhöz.



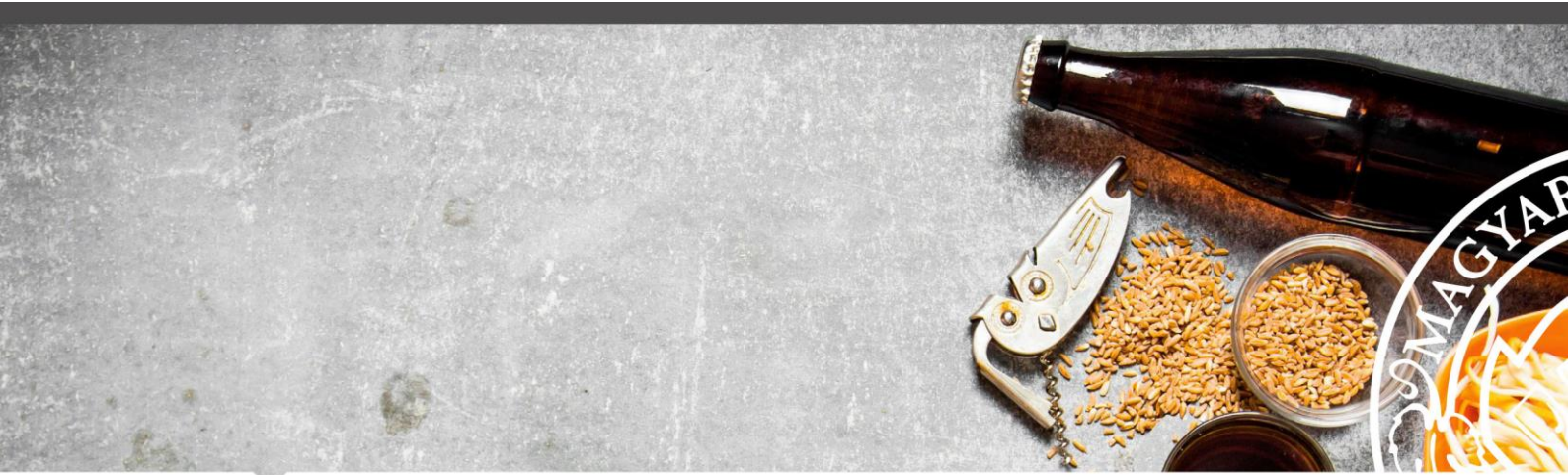
A magyar lakosság alkoholfogyasztásának még mindig csaknem kétharmadát a sör teszi ki. Ez az arány az ezredforduló óta nem változott. Az ízesített sörök elterjedése is kedvezően hatott a sörfogyasztásra, valamint az, hogy a gazdasági válság miatt a lakosság kereslete mind a bor, mind pedig az égetett szeszek iránt visszaesett. A válság hatására – amely az utóbbi években fokozatosan megszűnőben van, a sörfogyasztók is valamelyest kevesebb sört vásároltak. Az MSSZ adatai szerint 2012. és 2013. között a sörgyártók hazai értékesítése 2 százalékkal esett vissza, elsősorban a jövedékiadóemelését követő áremelés, majd az ennek tulajdonítható általános sörfogyasztás-csökkenés következtében; 2014-ben ugyanakkor már az előző évekhez hasonló mértékű (2 százalékos) forgalombővülést ért el a magyar sörpiac, amit 2015-ben megduplázott és 4 százalékos volt az emelkedés mértéke. 2016-ban, - az exportnak köszönhetően - szintén növekedett az értékesítés aránya, mintegy 2,5 %-kal.

A magyar sörgyártók 2016-ban, a csökkenő belföldi fogyasztás ellenére, az előző évhez képest mintegy 800 millió forinttal több adót és járulékot fizettek be a költségvetésbe, mint az előző évben. Ez összesen 72,546 milliárd forintot tett ki tavaly, szemben az előző évi 71,736 milliárd forinttal. A befizetett jövedéki adó mintegy 4,5 százalékkal volt magasabb a múlt évben, mint 2015-ben, és elérte a 42,010 milliárd forintot. A magyar söripar tavaly 22,077 milliárd forint általános forgalmi adót (áfa) fizetett be az államkasszába, ami mintegy 4 százalékkal kevesebb volt, mint az előző évben.

KÖLTSÉGVETÉSI KAPCSOLATOK ÉS EGYÉB ELVONÁSOK VÁLTOZÁSA



A környezetvédelmi termékdíj befizetésének összege mintegy 750 millió forinttal csökkent az előző évi 3,030 milliárd forintról valamivel kevesebb, mint 2 milliárd forintra, ami több mint 25 százalékos csökkenést jelentett a múlt évben az előző évhez képest. A sör átlagos relatív ára – vagyis az inflációtól megszűrt ár – 2000-től lényegében nem változott. A sör bruttó ára stagnált, miközben az indirekt adók (a jövedéki adó és az áfa) folyamatosan emelkedett, aminek nyomán a közgazdasági logika szerint az árak is emelkednie kellett volna. Ezért a nettó ár csökkent, amit a sörgyártók csak jövedelmezőségük jelentős romlása árán tudtak ellensúlyozni, és piacaikat megtartani.



A magyar sörgyártók mint munkaadók

Magyarországon a sör adóterhelése regionális tekintetben is kimagasló. Egy egységnyi sör árának körülbelül 42 százaléka az adó. A költségvetés a hazai sörgyártók által megtermelt GDP 83 százalékát vonja el különböző adók és járulékok formájában, míg más iparágakban ez az elvonás 50 százalék körüli. Ennek ellenére a söripar maradt az egyik legnagyobb foglalkoztató, hiszen a teljes értékláncon keresztül mintegy 24 ezer fő foglalkoztatására nyújt lehetőséget a nemzetgazdaságban. E munkahelyek túlnyomó többsége a kkv-szektorban található. Közvetlenül a Magyar Sörgyártók Szövetségének tagvállalatai és a további két adatszolgáltató cég átlagosan mintegy 2000 embernek adtak munkát 2016-ban. Az MSSZ tagvállalatai közvetlenül mintegy 1700 főt foglalkoztattak.

A kis- és nagykereskedelemben, valamint a vendéglátásban a sörrel kapcsolatos munkakörök száma még a fentebb jelzethnél is nagyobb, mivel a sörrel kapcsolatos munkakörök száma a kereskedelemben és a vendéglátás területén a söriparban foglalkoztatottak számának többszörösére rúg. Ez azt bizonyítja, hogy a magyar söripar a magyar gazdaság és munkaerőpiac szempontjából is nagy jelentőséggel bír. Sőt az utóbbi időben a kisüzemi kézműves sörfőzdék piaci megjelenésével a söriparban foglalkoztatottak száma tovább emelkedett. E téren a magyar sörgyártók tevékenységükkel segítik a magyar gazdaság fejlődését, a vendéglátás és egyéb szektorok munkahelyeinek növelését. Ez azt jelenti, hogy 10, söriparban foglalkoztatott munkavállaló további mintegy 70 főnek biztosít munkalehetőséget a nemzetgazdaságban.

Az adózási feltételek változásai 2016-ban

Az elmúlt fél évtized tapasztalatai alapján egyértelműen kimutatható: amikor nem növekedett a jövedéki adó mértéke, akkor a sörforgalom és az iparág adóbefizetése emelkedett. Amikor viszont a jövedéki adó szintje nőtt, a forgalom csökkent illetve az államkasszába történő befizetés mértéke csak kissé emelkedett. Az iparágat érintő jelentős adóváltozás 2016-ban nem volt a magyar adórendszerben.

Helyzetbe hozni a hazai sörgyártókat

A hazai sörgyártókat a magas adók mellett negatívan érinti a külföldi, dömpingáron importált sörök egyre növekvő aránya, miközben az egy főre jutó éves magyarországi sörfogyasztás a múlt század 90-es éve óta mintegy 40 literrel 60 liter körülire csökkent. A szakemberek szerint a hazai sörpiac mai helyzetéért a túladóztatás és a gyenge minőségű importsörök egyaránt felelősek. Az MSSZ és a Kisüzemi Sörfőzdék Egyesülete nemrégiben közösen fordultak a kormányhoz, hogy csökkentsék a csapolt sörök általános forgalmi adóját, ezzel erősítve a vendéglátóipar kis- és közepes vállalkozóit is.



Az MSSZ ugyancsak javasolta a kormánynak, hogy jogszabályban a környezetvédelmi termékdíj arányos csökkentésével motiválja a sörgyártókat az általuk kifejlesztett és működtetett alumíniumdoboz-visszagűjtő rendszer bővítésére, eleget téve az EU körforgásos gazdaságról szóló irányelvnek. Emellett az MSSZ örömdetesnek tartja a sörkülönlegességeket gyártó kisüzemek elterjedését, mivel azok a piaci kínálat bővítését jelentik, és a sörgyártás új kategóriájaként termelésükkel színesítik a magyar sörpiacot.

Fenntarthatóság

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagvállalatainak tevékenysége saját szűkebb környezetük életét is befolyásolja. Ezért a sörgyártók társadalmi felelősségvállalásának nagy a jelentősége a helyi közösségek életében. A sörgyártó cégek ugyanis rendszerint több kiemelt helyi célkitűzés elérésében is támogatást nyújtanak.

A sörgyártók a társadalmi felelősségvállalás jegyében össztársadalmi szinten erősítik a környezettudatos fogyasztói és vásárlói magtartást, például az ALU dobozok visszagyűjtési rendszerének fejlesztésével. Emellett a betétdíj ellenében a sörösüvegek egy jelentős részét is visszaveszik a fogyasztóktól, így a sörgyártók csúcsra járatják az önkéntesen kiépített csomagolás-visszagűjtő programjukat. A söripar a teljes értékesített volumen több mint felének csomagolóanyagát visszagyűjti, legyen szó akár hordós sörökről, üveges sörökről vagy az alumínium dobozos sörök egy részéről.

Magyarországnak az uniós szervezetek elvárásainak megfelelően az alumínium csomagolások 60 százalékának újrahasznosítását, azon belül az alumínium italos dobozok 75 százalékának újrahasznosítását kell elvégeznie 2025-re. Ezért a hazai sörgyártók olyan rendszert hoztak létre, amely a fogyasztóktól igyekszik a lehető legtöbb alumínium dobozt visszagyűjteni. A Magyar Sörgyártók Szövetségének tagvállalatai 2012 óta éves szinten az alumínium italos dobozok 17%-át visszagyűjtik és újrahasznosítják.

Felelős alkoholfogyasztás, fesztivál- és sportturizmus

A kulturált felelős alkoholfogyasztásra ösztönzést a sörgyártók 2016-ban is kiemelt fontosságúnak tekintették, hasonlóan az előző évekhez. Ezért a tevékenység sikere érdekében ezen a területen a kommunikáció számos formáját alkalmazták. Így például az erre vonatkozó jogszabályok és önszabályozás elveinek betartásával igyekeznek mértékletes alkoholfogyasztási kultúrát kialakítani az országban. Továbbá együttműködnek még az Önszabályozó Reklám Testülettel, illetve a JÓFEJ (Józan, Felelős Járművezetés) program akcióját is támogatják. Így a nemzetközi nagyvállalatok magyarországi érdekeltségeiként a hazai sörgyártó cégek több figyelmet és pénzt fordítanak a felelős



alkoholfogyasztásra ösztönző kampányokra, mint akár az importsörök forgalmazói, a bortermelők- és forgalmazók vagy a tömény szeszes italok gyártói és forgalmazói. A sörözés ugyanakkor – a felelős alkoholfogyasztás szabályait figyelembe véve és betartva – jelentős közösségteremtő erővel bír, erősíti a hazai sportesemények népszerűségét, összekovácsolja a baráti társaságokat és kulturált kikapcsolódási lehetőséget biztosít mind a fiatal, mind az idősebb sportkedvelők számára.

Ezért a széles palettájú sörkínálat – beleértve a magyar kézműves söröket is – a Magyarországra látogató sport- és fesztiválturistáknak is kulturált kikapcsolódási lehetőséget kínál, amennyiben betartják és figyelembe veszik a felelős alkoholfogyasztás szabályait. Emellett a nemzetközileg is jegyzett rendezvényeknek a legnagyobb szponzorai közé tartoznak a Magyarországon működő söripari vállalkozások.

Növekedjen a magyar sörpiac

A Magyar Sörgyártók Szövetsége nemcsak beszámol a sörpiaci trendekről, hanem aktívan formálja is azt. Ezért 2017-ben is folytatódik a szakmai szervezet „Sör mi több” elnevezésű kezdeményezése, amely a sörnek a modern gasztronómiában betöltött szerepére, a hazai sörkultúra fejlesztésére koncentrál.

Tavaly első ízben 49 pályázat közül választották ki Magyarország sörkorcsolyáit, 9 vezető vendéglátó egység részvételével tartották meg az első sörgasztronómiai hetet. Emellett elkezdődött az együttműködés a kisüzemi sörgyártókkal, amit az idén is folytatni kíván az MSSZ.

A vezető hazai sörgyártók érdekképviselői szervezetét 1992-ben alapították, tagvállalatai a Borsodi Sörgyár Kft, a Dreher Sörgyárak Zrt és a Heineken Hungária Zrt. A 4 magyarországi sörgyárban mintegy 1700-an dolgoznak. Az MSSZ tagja a brüsszeli székhelyű Európai Sörgyártók Szövetségének (Brewers of Europe).

A sörgyártók 2017-ben is bíznak a sörforgalom növekedésében. Az MSSZ elsődleges feladata a tagvállalatok érdekeinek képviselője és a felelős alkoholfogyasztás népszerűsítése. Statisztikai adatok elemzésével a szövetség bemutatja az ágazatban várható gazdasági tendenciákat, valamint a szabályozási, és az adózási rendszer tervezett változásainak várható hatásait az iparágra.

Továbbá az MSSZ erősíteni kívánja a kapcsolatát minden olyan szakmai és civil szervezettel, amely pozitívan befolyásolja az iparág működését és eredményességét. Így például folytatja korábbi együttműködését az Önszabályozó Reklám Testülettel valamint a piackutató cégekkel annak érdekében, hogy a fogyasztási adatok alapján még eredményesebb lehessen a tagvállalatok munkája. Az MSSZ folytatja a munkát a kisüzemi sörfőzdekkel is annak érdekében, hogy a magyar sörpiac kínálata minél szélesebb legyen, és a magyar sörfogyasztási kultúra fejlődjön. A Szövetség fontosnak



tartja hangsúlyozni, hogy mindezen együttműködések csak a mindenkori jogi kereteket betartva, ügyelve a versenyjogi előírásokra valósulnak meg.

Az MSSZ stratégiai célja a felnőtt lakosság körében a sörfogyasztás kultúrájának fejlesztése. A Szövetség célul tűzte ki a kulturált, minőségi sörfogyasztás növelését, a sör pozitív tulajdonságait kiemelő belföldi sörkultúra megteremtését. Ezek a célok jelentik az MSSZ számára azt az irányt, amely a tagvállalatok eredményes tevékenységével valamennyi magyar felnőtt számára továbbra valódi sörélményt nyújt 2017-ben is.