



# Magyar Sörgyártók Szövetsége

Éves jelentés **2012**





## MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE

A magyar söripar 2012-ben a belföldi forgalmazás tekintetében szinten tartotta illetve kis mértékben növelte az értékesítést, míg az exportra vonatkozóan kissé csökkent az eladás.

A fentiek azt mutatják, hogy az iparág számára 2012 nehéz év volt, de sikerült megőriznie a sörgyártók pozícióját a piacon.

Tudjuk, hogy a magyar sörgyártók mindent megtettek a siker érdekében, és ha nem is nagyfokú növekedést, de a szinten tartást elérték 2012-ben.

2012, a költségek növekedése miatt, mely érintette az alapanyagokat, a termelési költségeket és nem utolsósorban az adózási terheket, az üzleti célok teljesítését tekintve nehéz év volt.

A szövetség tagvállalatai minden területen az eredményesség és hatékonyság javítását tűzték ki célul. Az év során számos új kezdeményezést vittek sikerre, melynek eredménye

az év végére megmutatkozott.

Az időjárás is kegyes volt, ami a sörfogyasztás számára kedvező volt.

### A söripar jellemzői 2012-ben

#### **1. A söripar a magyar gazdaság egyik fontos ágazata**

A magyar gazdaság fejlődéséhez a söripar jelentős mértékben hozzájárult 2012-ben is.

A befizetett adó mértéke a magyar állam számára fontos bevételi forrás, mely meghaladta a 65 Mrd Ft-ot. Ez az összeg magába foglalja az ÁFA, a jövedéki adó, a termékdíj és az egyéb adónemekre befizetett tételeket, többek között a NETA-t is, mely új adótétel az izesített sörök tekintetében.

A sörgyártók minden évben, így 2012-ben is maradéktalanul eleget tettek a szabályozás által előírt kötelezettségek befizetésének, elősegítve a magyar gazdaság fejlődését.

A foglalkoztatás korábbi szintjének fenntartása nagy kihívást jelentett a sörgyártók számára. A hatékonyság növelése nem kíméli az

emberi erőforrás területet sem, így több esetben racionalizálni kellett a sörgyártó cégek szervezetét és munkafolyamatait.

Minden esetben az emberi értékeket tartották szem előtt, mely átszervezések során gondoskodtak a felszabaduló munkaerő megfelelő támogatásáról. A Szövetség tagjai közvetlenül 1616, közvetve pedig kb. több mint 25.000 munkahely fenntartásához járul hozzá.

#### **2. Fenntartható fejlődés mellett elkötelezett iparág – a söripar**

A sörgyártók évről évre sokat tesznek a környezetvédelemért és aktív részesei a társadalmi felelősségvállalásnak.

E tekintetben az egyes söripari cégek saját szervezetükön belül alakítják ki stratégiájukat, mely tükrözi, a világ, az európai és régiós célkitűzéseket. Mindez érinti a gyártási folyamatokat, az alkalmazott technológia módszereit, melyek a környezet védelmét szolgálják. A mutatószámok visszaigazolják a tervek és végrehajtásuk helyességét, mind a víz, a hő-







vagy CO<sub>2</sub> kibocsátás területén.

A csomagolási hulladék kiemelt hangsúlyt kapott 2012-ben, mely a sörgyártók többéves több mint 200 millió Ft-os beruházása révén, az ország mintegy 190 pontján teszi lehetővé a sörfogyasztók és vásárlók számára az alumínium italosdobozok visszagyűjtést, mely után az újrahasznosításra kerül. Nem meglepő, hogy a fokozatosan növekvő alumínium doboz csomagolás felhasználás utáni sorsáért is felelősséget vállal az iparág, hiszen élenjáró elkötelezettségét mutatja, hogy közel 50%-ban még újrahasználható, vagyis újratölthető, visszaváltható üvegben és hordóban forgalmazza a sört.

A Dreher Sörgyárak környezetvédelmi dicsőségfala 2012-ben is bővült: a vállalat elnyerte a KÖVET Egyesület Környezeti megtakarítás díját a természetért tett erőfeszítéseinek elismeréséül. Az energia-, vízfelhasználás folyamatos csökkentése mellett a hulladék és csomagolás újrahasználat illetve újrahasznosítás területén javítja folyamatosan

az eredményeit. Mivel minden csepp számít, célja, hogy 2014-re 3,5 hl-re csökkentse az egy hektoliter sör előállításához szükséges vízfelhasználást. Egy példaként említhetjük a folyamatos fejlődést szolgáló intézkedések sorából az RO-vízlágyítót, ahol a membránokat alacsonyabb nyomásigényűekre cserélte, amivel a vízfelhasználást 0,2 hl/hl-rel, az áramfelhasználást pedig 0,021 kWh/hl-re tudta csökkenteni (amivel kb. 200 háztartás éves vízfelhasználását takarította meg a cég). A hulladék megelőzés terén már élenjáró eredményét, hogy kevesebb, mint 1% kerül lerakóra - még tovább erősítette: jelenleg a hulladékok 92%-át anyagában hasznosítja, 7,7% kerül égetőben újrahasznosításra, és csupán 0,3% kerül lerakásra.

A HEINEKEN 2009-ben dolgozta ki a 10 évre szóló „A zöldebb jövőért” stratégiáját, amelynek mentén szervezi minden tevékenységét, hogy 2020-ra elérhesse célját, és a világ legkörnyezetbarátabb sörgyárává váljon. Saját környezeti irányelveink megfogalmazásával cégünk arra kötelezte magát, hogy sör-

gyártó tevékenységünk környezetünkre gyakorolt hatását folyamatosan csökkentse.

A HEINEKEN Hungária Sörgyárak Zrt. Környezetbarát Sörgyártás programjának részeként az alábbi területekre fókuszálunk:

- Hőenergia- és villamosenergia-felhasználás
- Szén-dioxid kibocsátás
- Vízfelhasználás és szennyvízkibocsátás
- Hulladékkezelés

A fajlagos hőenergia felhasználás a gyárakban a 2011-es 81,0 MJ/l-ről 69,1 MJ/hl-re csökkent, ami a folyamatos műszaki fejlesztések és a felhasználások optimalizálásának köszönhető. A megtakarított hőenergiával egy 5000 fős település évi hő ellátása fedezhető.

A CO<sub>2</sub> kibocsátás 2012-ben 9%-kal csökkent, 5,0 kg CO<sub>2</sub>/hl-re. Lényeges kiemelni, hogy a két sörgyárunk hőenergia felhasználást 30%-ban megújuló energiaforrásból (biogáz és biomassa) fedezzük. Még kiemelkedőbb ez





A sörgyártás folyamatának minden fázisban használunk vizet: például az újrahasznosítható csomagolás mosásakor, gépeink tisztításakor, takarításakor. A fajlagos víz felhasználás a gyárakban a 2012-es 3,9 hl/hl-ről 3,6 hl/hl-re csökkent.

Mindkét sörgyár (Sopronban és Martfűn) saját szennyvíztisztító-üzemmel rendelkezik, így az itt keletkezett minden m<sup>3</sup> szennyvíz megfelelő módon tisztításra kerül.

A fentiekén túl a hulladékkezelés is fontos kérdés a HEINEKEN Hungáriánál. 2012-ben az újrahasznosításra nem kerülő ipari hulladék mennyisége 0,26 kg/hl-ről 0,21 kg/hl-re csökkent.

A sörgyártáshoz kapcsolódó energiafelhasználás csökkentése folyamatos célkitűzés a Borsodi Sörgyár szakemberei számára is. Ezen program egyik legnagyobb sikere 2012-ben, hogy a fajlagos hőenergia felhasználást 8,6%-kal sikerült csökkenteni az előző évhez képest.

A 2012. év jelentős eredménye továbbá, hogy

a környezetet terhelő, lerakásra kerülő hulladék mennyiségét jelentősen sikerült csökkenteni. Hiszen a vízműben felhasznált kavicsöltetet tovább tudta a vállalat hasznosítani, így éves szinten mintegy 270 tonna, betonozáshoz alkalmas barnakő került feldolgozásra.

A társadalmi élet aktív szereplőiként a Magyar Sörgyártók Szövetsége tagvállalatai szerepet vállalnak a helyi közösségek életében. Ismerve a magyar társadalom problémáit, a szakmai és társadalmi szervezetekkel való együttműködés során keresik együttesen a felmerülő problémák megoldását, melyhez a magyar sörgyártók aktív segítséget nyújtanak.

A Dreher Sörgyárak helyi szerepvállalásának fókuszában a kőbányai hátrányos helyzetű családok támogatása van, ennek érdekében már több mint egy évtizede a Kőbányai Családokért Egyesületet támogatja, 2012-ben évi 2 millió forinttal. Közösségi szerepvállalásának másik pillére a társadalmi befektetések ösztönzése, ennek érdekében a

megváltozott munkaképességűek integrálását segítő aktivitása az Ability Parkkal közösen kidolgozott Elvárásolt sörgyár aktivitás, amivel többek között a Sziget fesztiválon találkozhattak a látogatók. A fogyatékos emberek foglalkoztatását segítjük felelős beszerzésünkkel, amikor a Fruit of Care non-profit szervezet ernyője alatt működő védett műhelyek munkatársai által készített ajándéktárgyat vásárolunk - sőt munkatársaink egy kisebb csapat az Adás napon a Sérültekért Alapítványnál végzett önkéntes munkát. A vállalat fontosnak tartja az üzleti szektor fenntarthatóvá válásában való aktív közreműködését, a KÖVET Egyesület és a Hungarian Business Leaders Forum munkáját támogatva.

A HEINEKEN Hungária 2,5 millió forinttal támogatta a Soproni Polgárőr Egyesületet, valamint 1,5 millió forinttal a Sopron Városi Tábort Alapítványt, a helyiek online szavazása alapján. A cég másik telephelyén a Martfűi Városszépítő Egyesület nyert el 1,5 millió forintot a Tisza-part rendbetételére, és Martfű Város Önkormányzata félmillió forintot







lefestették a városi padokat Martfűn és Budapesten a Rex Kutyaotthonban segítettek.

A Borsodi Sörgyár, a Sörfőző a szomszédalom társadalmi párbeszéd programjában jelentős hangsúlyt fektet a Bőcsön, illetve környékén élőkre. Ezen program részeként támogatója lett a helyieknek engedményeket, kedvezményeket nyújtó Miskolcpony kártya rendszernek.

A Borsodi évek óta elkötelezett támogatója a környezettudatos szemléletnek, amit mi sem bizonyít jobban, mint hogy legnagyobb fesztiváljain visszaváltható, ún. RE: pohár rendszer működtet, jelentősen csökkentve ezzel a rendezvényeken képződött hulladékmennyiségét. 2012-ben a Hegyalja Fesztiválon ihat-ták Re-pohárból sörüket a fesztiválózó a Sörgyár jóvoltából, jó példával járva elől a fiatalok körében a többutas csomagolás hangsúlyozásában.

### 3. A felelős alkoholfogyasztás népszerűsítése

A magyar sörgyártók egyik kiemelt feladata a

felelős alkoholfogyasztás támogatása, melyet a tagvállalatok egyedileg és a szövetségen keresztül is megvalósítanak.

A kommunikáció valamennyi formája, az erre vonatkozó jogszabályok és az önszabályozás elveinek betartása, az Önszabályozó Reklám Testülettel való együttműködés során biztosíték arra, hogy az ágazat méltán kiérdemelje a hatékony önszabályozást alkalmazó felelős kereskedelmi kommunikációt alkalmazó iparág jelzőt. Felelős kommunikációs tevékenysége során külön figyelmet fordul a fiatalok védelmére és reklámanyagait úgy készíti el és helyezi el, hogy azok a felnőtt lakosságot szólítsák meg.

Az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT) a társszabályozás keretében megvizsgálta, hogy az alkoholterméket gyártó és forgalmazó cégek marketingtevékenysége mennyire felel meg a médiatörvénynek (ill. a Magatartási Kódexnek), és megállapította a 100%-os megfelelést a vizsgált időszakban. A felelős reklámozás gyakorlatában továbbra is élen

kívánnak járni a Sörszövetség tagjai, ezért a közös fejlődés érdekében részt vettek az ÖRT Reklámetikai Kódexnek való megfeleléséről szóló workshopon. Mindhárom cég kiemelten ügyel, hogy reklám-, marketing- és kereskedelmi tevékenységével ne szólítsa meg a fiatalokat és felelős fogyasztást ösztönözzön, felelős alkoholfogyasztás programjaikon keresztül pedig a felelőtlen fogyasztás veszélyeire hívják fel a fogyasztók figyelmét.

A felelős kommunikáción túl fontos, hogy a fogyasztók számára népszerűsítse is a felelős alkoholfogyasztás formáját. Mivel az ittas vezetés miatti közúti balesetek száma máig magas nemzetközileg is és Magyarországon is, ezt a Józan Felelős Járművezető (JóFeJ) programján keresztül teszi.

A modern telekommunikációs eszközök használata a felnőtt lakosság számára széles körben elérhetővé tesz olyan alkalmazások fejlesztését, amely akár a véralkoholszint mérésére is alkalmas. A mobiltelefonokra letölthető





segítségével is kapcsolatot tartunk a felnőtt lakossággal, akik többek között akár sörfogyasztók is.

Az érdeklődést mutatja, hogy a letöltési lehetőséget több mint 17.000 használták a 2012 augusztusi bevezetés óta.

#### **4. 2013 – a bizakodó – fellendülés éve a sörgyártók számára**

A Magyar Sörgyártók Szövetsége és tagvállalatai célja, hogy a következő évben is fejlessze a magyar söripart és ezen keresztül a magyar gazdaságot.

1. A döntéshozókkal, az állami és közigazgatási valamint társadalmi szervezetekkel való kapcsolat további erősítése fontos cél, mely segíti a MSSZ tagvállalatainak véleménye megismerése által a megalapozott, reális célok, tervek, rendszerek kialakítását. Ennek érdekében az MSSZ és a sörgyártók szakértő képviselői minden fórumon aktívan részt vesznek, hogy a megfelelő információáramlás útján elérjék, hogy az állami bevételek – pl. adók

befizetése mellett, a sörgyártók eredményesen működhessenek.

2. A kiemelkedő színvonalú felelős kommunikáció fejlesztésével fokozzuk az együttműködést az Önszabályozó Reklám Testülettel. E cél elérése érdekében a kapcsolat folyamatos, és a részletes kutatások eredményeinek ismerete által egzakt formában is követhető.
3. A MSSZ stratégiai célja a felnőtt lakosság körében a kulturált sörfogyasztás és az ezt támogató sörkultúra fejlesztése.

E célok jelentik a MSSZ számára az irányt, mely a tagvállalatok eredményes tevékenysége által valamennyi magyar felnőtt számára pozitív élményt nyújt 2013-ban.





## A SÖRIPAR, MINT A MAGYAR GAZDASÁG JELENTŐS SZEREPLŐJE

### 1. A Sörgyárak teljes értékesítése az értékesítés iránya szerint

2012-ben a hazai eladások 1,26%-os növekedése mellett az export csökkent 42,94%-kal. A forgalom 94 %-a a belföldi forgalomból származik.

	2011	2011/2012	2012
	ezer hl	%	ezer hl
<b>Belföldi értékesítés</b>	<b>5883</b>	<b>1,26</b>	<b>5958</b>
<b>Export</b>	<b>506</b>	<b>-42,94</b>	<b>354</b>
<b>Összes értékesítés</b>	<b>6389</b>	<b>-1,22</b>	<b>6312</b>

### 2. A Sörgyárak teljes értékesítése beszerzési forrás szerint

Fontos megjegyezni azt is, hogy az értékesítés 97%-a saját termelésből származik. Az import szerepe elhanyagolható a hazai sörgyárak körében. Ez nyilván összefüggésben van a foglalkoztatási súllyal is.

	2011	2011/2012	2012
	ezer hl	%	ezer hl
<b>Saját termelés</b>	<b>6241</b>	<b>-1,33</b>	<b>6159</b>
<b>Import</b>	<b>148</b>	<b>3,27</b>	<b>153</b>
<b>Összes értékesítés</b>	<b>6389</b>	<b>-1,22</b>	<b>6312</b>





### 3. Sörértékesítés termékcsoportok szerint

Leginkább a szuper prémium és a közép kategóriás márkák értékesítése csökkent az elmúlt évben. A prémium és az alsó kategóriás sörök értékesítése 2012-ben enyhén növekedni tudott, de az utóbbi kategóriát kivéve mindegyik termékcsoport értékesítési eredménye elmaradt a 2005. évi számoktól.

	2011	2011/2012	2012
	ezer hl	%	ezer hl
<b>Szuper prémium</b>	<b>403</b>	<b>-0,75</b>	<b>400</b>
<b>Prémium</b>	<b>519</b>	<b>4,07</b>	<b>541</b>
<b>Közép kategória</b>	<b>3 029</b>	<b>-4,88</b>	<b>2888</b>
<b>Alsó kategória</b>	<b>1 931</b>	<b>9,30</b>	<b>2129</b>
<b>Összes belföldi értékesítés</b>	<b>5 883</b>	<b>1,26</b>	<b>5 958</b>

### 4. Belföldi alkoholmentes sörértékesítés

A belföldi alkoholmentes sörértékesítés a 2011-hez képest növekedett, de az elmúlt 5 évhez viszonyítva, még mindig alacsonyabb szintet mutat.

	2011	2011/2012	2012
	ezer hl	%	ezer hl
<b>Összes belföldi alkoholmentes értékesítés</b>	<b>99</b>	<b>23,26</b>	<b>129</b>







### 5. Adózási feltételek változásai 2012-ben

A magyar söripar a gazdaság egyik jelentős adófizetője, 2012-ben közel 66 milliárd forint adót fizetett be a költségvetésbe. A teljes adóbefizetés 55 %-át a jövedéki adó tette ki 2012-ben. A piac változásai és a fogyasztás visszaesése együttesen csökkentették és évek óta negatívan befolyásolják a működés eredményességét. A pozitív irányú változás szempontjából az együttműködő és kiszámítható szabályozói környezet elengedhetetlen.

	2011	2011/2012	2012
	millió HUF	%	millió HUF
<b>Jövedéki adó</b>	<b>34 583</b>	<b>5,07</b>	<b>36 335</b>
<b>ÁFA (befizetendő, nettó)</b>	<b>18 969</b>	<b>10,66</b>	<b>20 991</b>
<b>Környezetvédelmi termékdíj</b>	<b>1 548</b>	<b>72,16</b>	<b>2 665</b>
<b>Bérjellegű, vállalat által fizetendő járulékok, adók</b>	<b>3 786</b>	<b>1,45</b>	<b>3 841</b>
<b>Egyéb adók</b>	<b>2 210</b>	<b>-13,48</b>	<b>1 912</b>
<b>Importvám</b>	<b>2</b>		<b>0</b>
<b>Költségvetési befizetések</b>	<b>61 097</b>	<b>7,61</b>	<b>65 744</b>





## 6. Foglalkoztatás, bérek

A három tagvállalatnál foglalkoztatottak létszáma 2005 óta, a 2008-as év kivételével folyamatosan csökkent (2008-ban 1%-os növekedés történt). Hosszú időn át az értékesítés csökkenése a foglalkoztatás csökkenéséhez vezetett. 2012-ben a közvetlen foglalkoztatottak létszáma 5,5%-kal alacsonyabb, mint 2011-ben volt. A tagvállalatok eredményességéhez elengedhetetlen, hogy a vállalaton belül racionalizálási, hatékonyságnövelési és költségcsökkentési intézkedésekre kerüljön sor, ez a fenntarthatóság egyik kritériuma. Az átszervezések eredményeképpen csökkent a foglalkoztatottak létszáma, ugyanakkor törekszenek rá, hogy a munkahelyeket fenntartsák és az értéklánc szemléletben pozitív eredményeket érjenek el ezen a területen is.

	2011	2011/2012	2012
		%	
<b>Dolgozók átlagos állományi létszáma (fő)</b>	<b>1711</b>	<b>-5,55</b>	<b>1616</b>
<b>Átlagbér járulékokkal és egyéb személyi jellegű ráfordításokkal (e Ft)</b>	<b>3468</b>	<b>-2,74</b>	<b>3373</b>







## Magyar Sörgyártók Szövetsége

### Csikné Dr. Kovács Klára

Elnök

### Salamon Zsófia

Titkár

1138 Budapest, Margitsziget,  
Grand Hotel 4. em.

Tel: +36 1 486 0536

Fax: +36 1 266 3661

[www.sorszovetseg.hu](http://www.sorszovetseg.hu)

### Borsodi Sörgyár Kft.

#### Tötös Zsolt

Ügyvezető igazgató

3574 Bőcs, Rákóczi u. 81.

Tel: (+36-46) 529-600,

1138 Budapest, Váci út 187.

Tel: (+36-1) 778-6000

Fax: (+36-1) 778-6052

[www.borsodisorgyar.hu](http://www.borsodisorgyar.hu)

## Dreher Sörgyárak Zrt.

### Andrei Haret

Elnök-vezérigazgató

1106 Budapest, Jászberényi út 7–11.

Tel: (+36-1) 432-9700

Fax: (+36-1) 432-9704

[www.drehezrt.hu](http://www.drehezrt.hu)

## HEINEKEN Hungária Sörgyárak Zrt.

### Oladele Ajayi

Vezérigazgató

9400 Sopron, Vándor Sándor u. 1.

Tel: (+36-99) 516-100

Fax: (+36-99) 516-111

1117 Budapest, Budafoki út 91-93.

Tel: (+36 1) 437-2155

[www.heinekenhungaria.hu](http://www.heinekenhungaria.hu)

