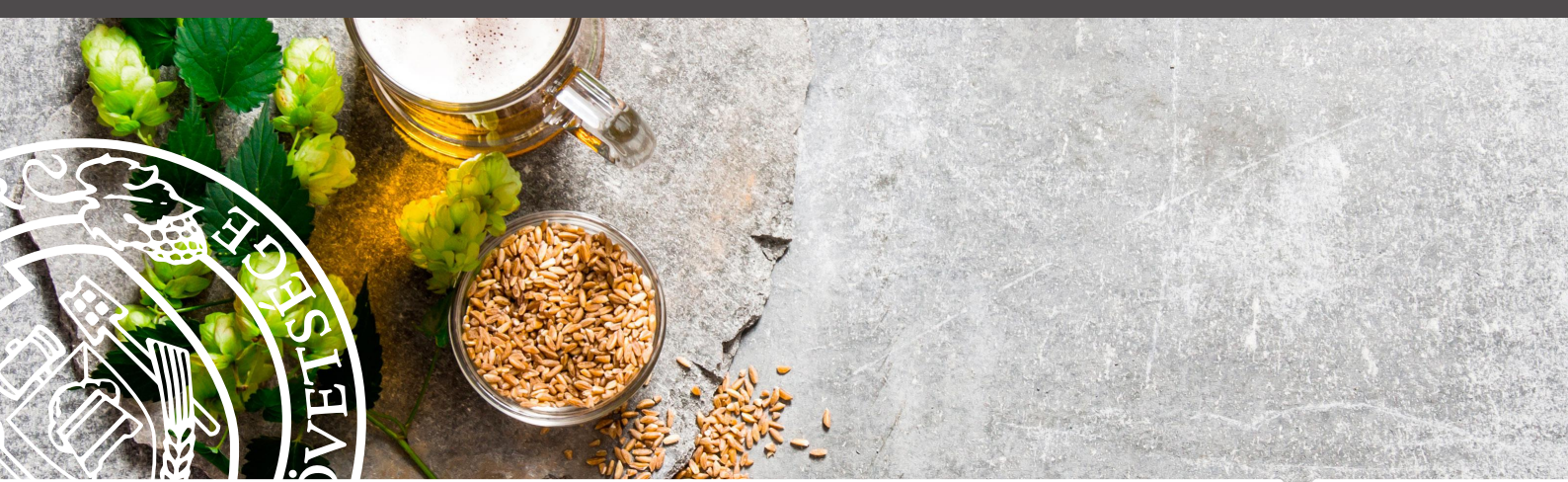




# **ÉVES JELENTÉS 2015**

**MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE**



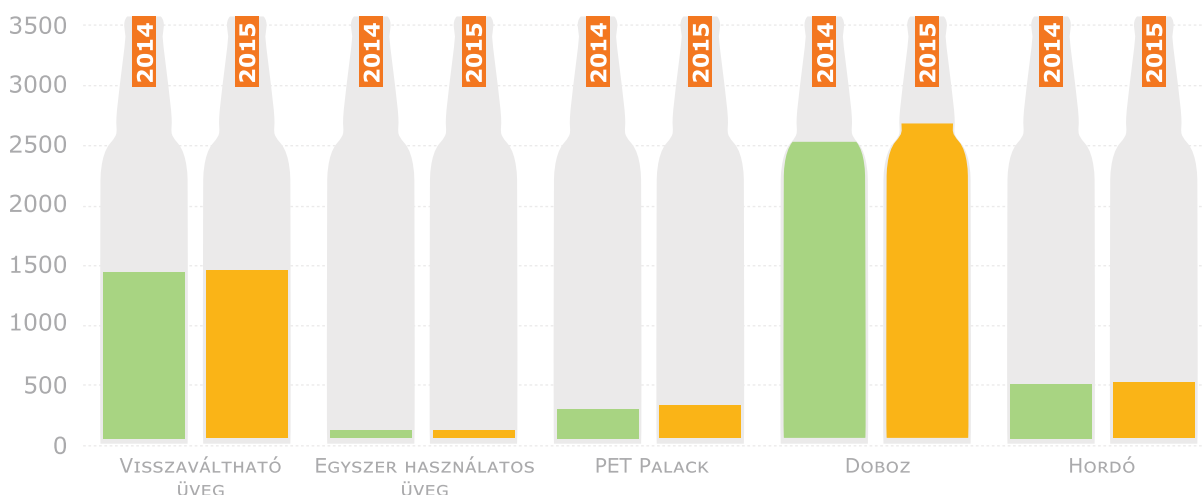
A 2015-ös évben - folytatva a 2014-es trendet - szintén kedvezőbben alakult az iparág helyzete a Magyar Sörgyártók Szövetségének tagvállalatai számára. A statisztikai adatok alapján a belföldi sörértékesítés 4 százalékkal nőtt az előző évhez képest.

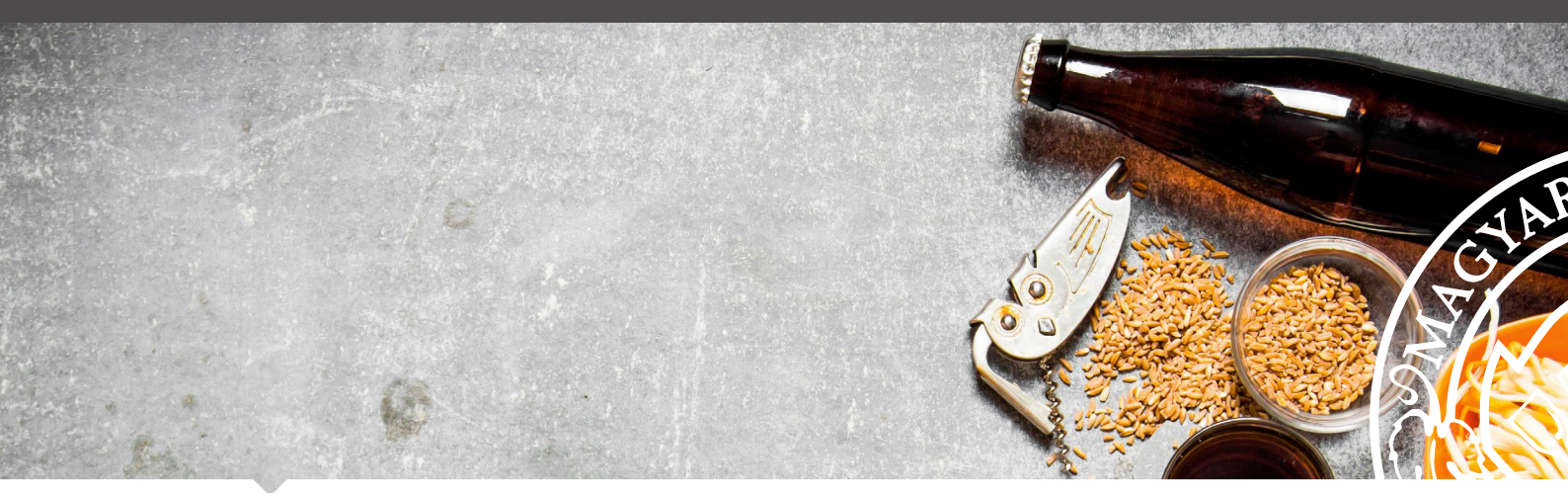
Az adatszolgáltató sörgyárak által értékesített (belföldi értékesítés és export) sör mennyisége a múlt évben 6,541 millió hektoliter volt, szemben a 2014-ben forgalmazott 6,350 millió hektoliterrel. A saját termelés 1 százalékkal nőtt a bázisidőszakhoz képest. Az export 6 százalékkal csökkent a múlt évben. Az import 26 százalékkal emelkedett tavaly az előző évhez képest, bár aránya a teljes értékesítéshez képest így is 10% alatt maradt.

Az egyes csomagolási típusok arányait tekintve csak a hordós sörök aránya csökkent 2 százalékkal, az összes többi csomagolástípus aránya emelkedett. A PET palackos eladások aránya 10, a dobozos kiszerelesé 5 százalékkal emelkedett. Így a teljes belföldi értékesítés mennyisége 6,123 millió hektoliter volt 2015-ben, szemben az azt megelőző év 5,904 millió hektoliterével.

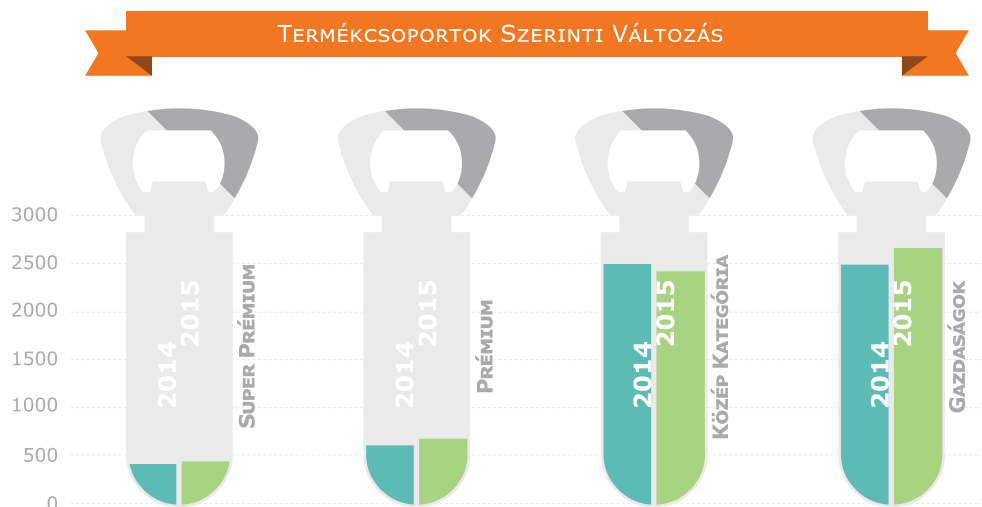
*MSSZ tagjai: a Dreher Sörgyárak Zrt., a Heineken Hungária Sörgyárak Zrt., valamint a Borsodi Sörgyár Kft.; továbbá két adatszolgáltató, a Pécsi Sörfőzde Zrt. és a Carlsberg Hungary Kft., a továbbiakban „adatszolgáltató sörgyárak”*

### CSOMAGOLÁSI TÍPUSOK SZERINTI VÁLTOZÁS





A belföldön eladott termékek választékát tekintve legjelentősebb mértékben a szuper prémium kategória nőtt a múlt évben az előző évhez képest. Ez az emelkedés 12 százalék volt. Ezt a növekedést követte a prémium termékek eladásának 10 százalékos emelkedése, majd a saját márkás sörök (economy) értékesítése következik 8 százalékos növekedéssel 2015-ben az előző évhez képest. A közép kategóriás (mainstream) sörök eladása 3 százalékkal esett vissza. Az alkoholmentes sörök mennyisége jelentős mértékben, 42 százalékkal mérséklődött 2015-ben 2014-hez viszonyítva. A múlt évben ebből a termékfajtából 90 ezer hektolitert értékesítettek, szemben az előző évi 156 ezer hektoliterrel. Az ízesített sörök értékesítése is csökkent valamelyest. A radlerekből 3 százalékkal fogyott kevesebb, mint az elmúlt évben.



## A SÖRPIAC JELLEMZŐI 2015-BEN

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.

A magyar lakosság alkoholfogyasztásának csaknem kétharmadát a sör teszi ki. Ez az arány az ezredforduló óta nem változott. A válság hatására a sörfogyasztók árérzékenysége erősödött. A MSSZ adatai szerint 2012. és 2013. között a sörgyártók hazai értékesítése 2 százalékkal esett vissza elsősorban a jövedéki adó emelkedése miatt bekövetkezett árnövekedés következtében, míg 2014-ben 2 százalékos forgalombővülést értek el, ami 2015-ben megduplázódott és immár 4 százalékot ért el az emelkedés.

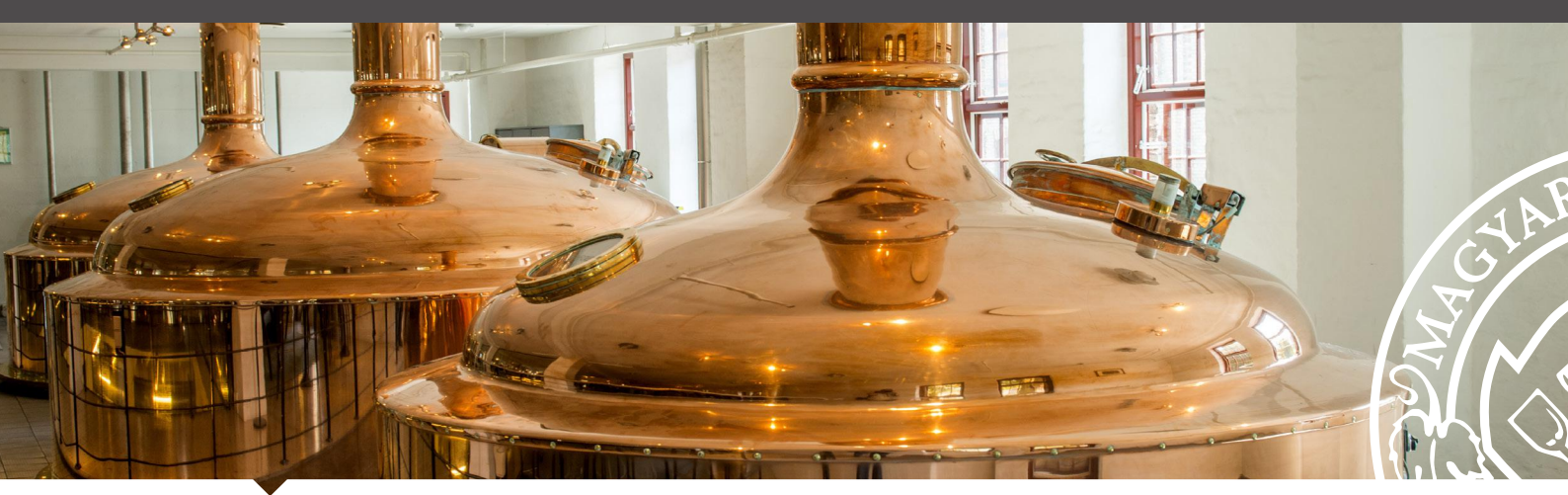


Az adatszolgáltató sörgyárok 2015-ben az előző évhez képest 4,6 milliárd forinttal több adót és járulékot fizettek be a költségvetésbe. Ez összesen 71,736 milliárd forintot tett ki a múlt évben, szemben az előző évi 67,086 milliárd forinttal. A befizetett jövedéki adó 4 százalékkal volt magasabb tavaly, mint 2014-ben, és elérte a 40,173 milliárd forintot. Az adatszolgáltató sörgyárok ÁFA egyenlege a múlt évben 22,994 milliárd forint passzívumot mutatott szemben az előző évi 20,490 milliárd forinttal, ami 12 százalékos emelkedést jelent. A környezetvédelmi termékdíj-befizetés pedig csaknem 1 milliárd forinttal haladta meg a múlt évben az előző évit. Ez 3,030 milliárd forintot tett ki 2015-ben, szemben az előző évi 2,141 milliárd forinttal, ami 42 százalékos emelkedést mutat.

#### KÖLTSÉGVETÉSI ÉS EGYÉB ELVONÁSOK VÁLTOZÁSA



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 piacukat megtartani. A múlt év márciusában egy átlagos félliteres 4,5 százalékos palackos sör ára 205,5 forint volt, amiből 44 forintot az áfa, és 36 forintot pedig a jövedéki adó tett ki. Ez 39 százalékos adótartalomnak felelt meg, ami 2003-ban 34 százalék volt.



## A MAGYAR SÖRGYÁRTÓK, MINT MUNKAADÓK

A Magyar Sörgyártók Szövetségének tagvállalatai és a további két adatszolgáltató cég 2015-ben átlagosan mintegy 2000 embernek adtak munkát. Az alkalmazottak létszáma kis mértékben emelkedett, ám lényegében stabilitást mutat. Közvetlenül az iparágban foglalkoztatottak mellett a sörgyártók indirekt módon is munkát adnak további mintegy 25-30 ezer munkavállalónak, akik a sörgyártás valamilyen fázisához kapcsolódnak, például az alapanyag- és csomagolóanyag-beszállítást vagy a logisztikai, disztribúciós szolgáltatásokat végézik.

A kis- és nagykereskedelemben valamint a vendéglátásban a sörrel kapcsolatos munkakörök száma még a fentebb jelzettekénél is nagyobb, mivel a sörrel kapcsolatos munkakörök száma a kereskedelemben és a vendéglátás területén a söriparban foglalkoztatottak számának a többszörösére rúg. Ez azt bizonyítja, hogy a magyar söripar a magyar gazdaság és munkaerőpiac szempontjából nagy jelentőséggel bír. E téren a magyar sörgyártók tevékenységükkel segítik a magyar gazdaság fejlődését, a jellemzően kkv-ra épülő vendéglátó (HORECA) és egyéb szektorok munkahelyeinek növelését. Ez azt jelenti, hogy 10 söriparban foglalkoztatott munkavállaló további 71 főnek biztosít munkalehetőséget a nemzetgazdaságban.

Az ágazat 2003-ban a teljes nemzetgazdasági foglalkoztatottság 0,11, 2015-ben pedig már csak a 0,05 százalékát adta. A reálbér a vizsgált időszakban - elsősorban a 2014-es jelentős ágazati béremelés miatt - dinamikusabban nőtt, mint a nemzetgazdaság egészében.

## ADÓZÁSI FELTÉTELEK VÁLTOZÁSAI 2015-BEN

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 növekedett, a forgalom csökkent illetve az államkasszába történő adóbefizetés mértéke csak kis mértékben emelkedett. Az iparágat érintő jelentős adóváltozások 2015-ben nem voltak a magyar adórendszerben.

## 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 összetársadalmi 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-visszagyűjtő programjukat.



Magyarországnak az uniós szervezetek elvárásainak megfelelően az alumínium csomagolások 60 százalékának újrahasznosítását, azon belül az alumínium italos dobozok 75 százalékának újrahasznosítását kell elvégeznie. Ezért a hazai sörgyártók olyan zárt rendszert hoztak létre amely az alumínium dobozokat nagy hatékonysággal visszagyűjti.

## **ELŐTÉRBE A FELELŐS ALKOHOLFOGYASZTÁS ÉS A FESZTIVÁLTURIZMUS**

A kulturált felelős alkoholfogyasztásra való ösztönzést a sörgyártók 2015-ben is kiemelt fontosságúnak tekintették, hasonlóan az előző évekhez. Ezért a tevékenység sikere érdekében ezen a területen a kommunikáció számos formáját alkalmazták. Az erre vonatkozó jogszabályok és az önszabályozás elveinek betartására való figyelemfelhívástól kezdve az önszabályozó reklámtesztülettel (ÖRT) való együttműködésen át a JÓFEJ (Józan Felelős Járművezetés) mobil applikáció működtetéséig annak érdekében, hogy segítsenek alakítani az alkoholfogyasztási kultúrát az országban.

Így a nemzetközi nagyvállalatok magyarországi érdekeltségeiként a hazai sörgyártó cégek sok figyelmet és pénzt fordítanak a felelős alkoholfogyasztásra irányuló kampányokra. 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 nyújt mind a fiatal, mind pedig az idősebb sportkedvelők számára.

Magyarország egyik kiemelkedő turisztikai jellegzetessége a széles körű és változatos fesztiválkínálat. Ezeknek a nemzetközileg is jegyzett rendezvényeknek a legnagyobb szponzorai közé tartoznak a Magyarországon működő söripari vállalkozások.

## **A SÖRGYÁRTÓK 2016-BAN IS BÍZNAK A SÖRFORGALOM TOVÁBBI NÖVEKEDÉSÉBEN**

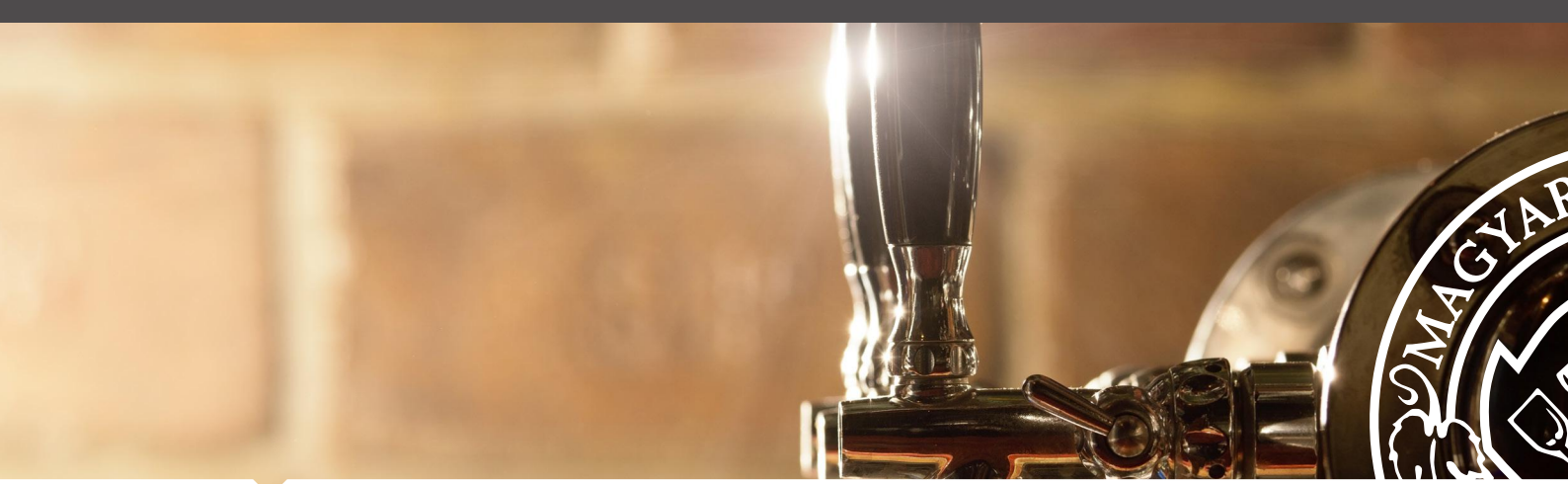
A MSSZ elsődleges feladata a tagvállalatok érdekeinek képviselete. Ez a döntéshozók számára biztosít az iparági feladatok ellátásához szükséges hiteles, pontos, korrekt információáramlást. Ezért a statisztikai adatok elemzésével a szövetség bemutatja az ágazatban várható gazdasági tendenciákat, a szabályozási valamint az adózási rendszer tervezett változásainak várható hatásait az iparágra.

Emellett az MSSZ erősíteni kívánja kapcsolatát minden olyan szakmai és civil szervezettel, amely pozitívan befolyásolhatja az iparág működését és eredményességét.

A MSSZ 2015-ben első ízben indított széleskörű tájékoztató kampányt és eseménysorozatot a sör kategória támogatására. A „Sör mi több” elnevezésű kezdeményezés igyekszik elmélyíteni a hazai sörkultúrát és bemutatni a sör és a modern magyar gasztronómia kapcsolatát.

A MSSZ tagjai körében a környezettudatosság is nagy jelentőséggel bír.

Az iparág a felhasznált csomagolóanyagok többségét már ma is összegyűjti és újrahasznosítja



hozzájárulva ezzel az ország környezetének megóvásához. A témán belül az MSSZ egyik fókuszpontja az aludoboz-visszagyűjtés rendszerének hathatós támogatása. Ezen hulladék-visszagyűjtési és újrahasznosítási projektje a fogyasztókat a környezettudatos magatartásra ösztönzi.

A Magyar Sörgyártók Szövetsége elkötelezett az anyavállalatok vezérigazgatói által tett és közösen aláírt kötelezettségvállalások (CEO Commitments) segítségével és támogatásában. Ez ugyanis egy olyan hosszú távú program, amely az iparági felelősséget erősíti.

#### KÖZÖS VÁLLALÁSOK:

- Fiatalkorúak alkoholfogyasztásának csökkentése.
- A szabályoknak megfelelő marketing alapelvek erősítése és kiterjesztése a mindennapi gyakorlatban.
- Felelősségteljes termék-innováció és fogyasztói információs rendszer megvalósítása.
- Józan felelős járművezetés koncepció elterjesztése, választási lehetőség biztosítása az alkoholos és nem alkoholos sörök között.
- A kiskereskedők támogatása a felelős alkoholfogyasztás ösztönzésére.

A MSSZ stratégiai célja a felnőtt lakosság körében a felelős sörfogyasztás kultúrájának fejlesztése. A szövetség célja a kulturált minőségi sörfogyasztás növelése, a sör pozitív tulajdonságait kiemelő belföldi sörkultúra erősítése.

E célok jelentik az MSSZ számára az irányt, mely a tagvállalatok eredményes tevékenysége által valamennyi magyar felnőtt számára továbbra is valódi sörélményt nyújt 2016-ban is.

#### SZÖVETSÉGBEN A KIS-, ÉS KÖZEPES MÉRETŰ SÖRGYÁRTÓKKAL

A MSSZ tavaly arról is határozott, hogy sorait megnyitja a kisebb hazai sörgyártó cégek irányába annak érdekében, hogy magyar sörgyártók egységesen tudjanak fellépni a sör érdekképviselői és a sör kategóriájának promóciója területén. Ennek érdekében a MSSZ Közgyűlése úgy módosította a szövetség Alapszabályát, hogy az lehetővé tegye a közepes méretű és kisüzemi sörgyártók támogató tagságát.