



Magyar Sörgyártók Szövetsége

Éves jelentés **2011**





MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE

Öt év óta először 2011-ben növekedett a sörpiac, a hazai értékesítés 3,8 %-kal volt nagyobb a tavalyi évhez képest. A piaci helyzet, az értékesítés, a sörfogyasztás kedvezőbben alakult a korábbi kétévinél, bár nem érte el a válság előtti időszak szintjét.

A siker több tényezőnek volt köszönhető:

- a jövedéki adó mértéke nem emelkedett novemberig, így nem volt szükség arra, hogy az adóterheket áthárítsák a gyártók és a forgalmazók a fogyasztókra,
- az időjárás kedvezően alakult, különösen a meleg szeptembernek volt jótékony hatása a sörfogyasztásra,
- a Sörgyártók innovációs tevékenységének eredményeként új termékeket vezettünk be a piacra (többek között az ízesített söröket), amivel szélesítettük a termékpalettát; valamint a sörértékesítést javító csomagolási és promóciós innovációkat dolgoztunk ki.

A Magyar Sörgyártók Szövetsége tagjai to-

vábbra is elkötelezettek az iparág fejlesztése és sikere mellett.

A Sörgyártók büszkék az elért eredményekre és a 2011-ben teljesített, megvalósított projektek igazolják, hogy helyes úton járnak. Az érintetteinkkel való együttműködés, kölcsönös partneri hozzáállás a siker egyik záloga.

A söripar fő jellemzői 2011-ben

1. A söripar a magyar gazdaság fontos szereplője

A söripar jelentősen erősíti a magyar gazdaságot a befizetett adók, a foglalkoztatás és a több tízezer hazai mikro- és kisvállalat üzleti eredményességéhez való hozzájárulása által. A Magyar Sörgyártók Szövetségének tagvállalatai 2011-ben mintegy 61 milliárd forint adót fizettek be a magyar államnak, mely több adónemet is magába foglal.

Az ÁFA, a jövedéki adó, a termékdíj és a Sörgyártók egyéb adóterhei emelkedtek 2011-ben, melyek befizetése komoly erőfeszítést jelentettek a Sörgyártók számára. Azonban

ezen kötelezettségeiknek a tagvállalatok mindenkor maradéktalanul, megbízhatóan eleget tettek és tesznek.

A foglalkoztatás terén is jelentős a Sörgyártók szerepe, hiszen körülbelül 28000 munkahely fenntartásához járulnak hozzá. Közvetlenül a gyártóknál több mint 1700 fő dolgozik, közvetve pedig mintegy 26300 munkahellyel járul hozzá az ágazathoz a sörgyártás, a forgalmazás értékláncához kapcsolódó munkakörök által.

2. A söripar a fenntartható fejlődés mellett elkötelezett iparág

A söripar a fenntartható fejlődés mellett magas színvonalon elkötelezett iparág, hiszen sokat tesz a környezetvédelemért és a társadalmi felelősségvállalásért.

A gyártástechnológiai folyamatok során alkalmazott környezettudatos módszerek a környezet védelmét szolgálják. Mindegyik tagvállalat kiemelten figyeli és folyamatosan javítja mutatóit a víz, hőenergia, villamos-energia felhasználás területén, a CO2 kibocsátás



tekintetében, valamint a szennyvízterhelés és hulladékkezelés vonatkozásában. A vállalatok a kereskedelem területén is egyre nagyobb figyelmet fordítanak a csomagolásra. A környezettudatosság jelen van az üzleti partnerekkel történő együttműködések során is, a kiskereskedelmi partnereknél és a vendéglátóegységekbe kihelyezett termékhűtők is egyre zöldőbbek a felújítások vagy az új berendezések beszerzése során.

A sörforgalom fele újratölthető csomagolásban kerül piacra. Ilyen a többitas sörösüveg valamint a hordó, amelyeket a vendéglátóhelyeken kapható csapolt sörhöz használnak. A csomagolás fennmaradó része (PET palack, alumínium doboz, egyutas üveg) újrahasznosítható anyagból készül. A környezet terhelésének csökkentése érdekében a Magyar Sörgyártók Szövetsége 2010-ben elkezdte az alumíniumdobozok visszagyűjtési rendszerének kiépítését, majd 2011-ben ez a munka folytatódott. Mára több mint 170 aludoboz visszaváltó hely működik országszerte, különböző kereskedelmi egységekben. A három

nagy sörgyártó közösen több százmillió forintot fordított e tevékenység fejlesztésére, aminek eredményeképpen 2011-ben több mint 100 millió darab alumínium dobozt gyűjtöttek vissza a fogyasztóktól.

A Sörgyártók aktívan részt vesznek a magyar társadalmi életben is. A Magyar Sörgyártók Szövetségének tagjai támogatják a helyi közösségeket, konkrét társadalmi problémák megoldását segítik, szakmai és társadalmi szervezetekkel való együttműködés révén pedig terjesztik jó gyakorlataikat más üzleti szereplők fejlődését is segítve. Jó példák egész sorát említhetnénk, a teljesség igénye nélkül pár példát kiemelnénk:

- A Borsodi Sörgyár minden esetben a rászorulóknak segítségét helyezi előtérbe, mely az árvízkárosultak, a vörös iszap tragédiát elszenvedők támogatásában is kifejezésre jutott.
- A Dreher Sörgyárak adomány és együttműködés formájában támogatja a Kőbányai Családokért Alapítványt; társadalmi programja van a fiatal vállalkozók felkarolására.
- A HEINEKEN Hungária a soproni és martfűi

közösségeket támogatja, akik maguk dönthetik el, hogy az adott évben mely civil kezdeményezés tevékenységét segítse elő a vállalat.

Mindhárom cég hosszú idők óta együttműködik a Magyar Vöröskereszttel, hogy adományok és munkavállalók önkéntes véradása révén segítse a véradások sikerességét.

3. A söripar a felelős alkoholfogyasztás iránt elkötelezett iparág

A felelőtlen alkoholfogyasztás káros következményeinek megelőzése érdekében a három tagvállalat egyénileg is, és iparági szinten is a magas szintű kereskedelmi kommunikációs tevékenységre kiterjedő önszabályozás mellett kötelezte el magát. A jogszabályok és az önszabályozás betartását az Önszabályozó Reklám Testülettel való együttműködés révén biztosítja.

Emellett a felelős és kulturált alkoholfogyasztás népszerűsítésére fogyasztói szemléletformáló programokat is kidolgoztak a tagvállalatok.



A Magyar Sörgyártók Szövetsége 2011-ben az ittas vezetés veszélyeire kívánta felhívni a figyelmet. A JÓFEJ (Józan Felelős Járművezető) program ebben az évben is folytatódott, mely arra ösztönzi a fogyasztókat, hogy kerüljék az alkoholfogyasztás utáni járművezetést. A kampány, mely jelenlegi formájában 2010-ben kezdődött, 2011-ben kiegészült modern internetes eszközökkel is, például a Facebookon is elérhetővé vált. Az Év JÓFEJ-e is megválasztásra került 2011 nyarán. A leadott szavazatok mutatják a társadalom érdeklődését, és a programhoz való csatlakozással kifejezik elköteleződésüket.

4. 2012-ben a Magyar Sörgyártók Szövetsége stratégiai célkitűzései

1. A tagvállalatok együttműködésre töreksenek a döntéshozókkal az adózási folyamatban úgy, hogy az állami bevétel növekedése mellett a söripar teljesítménye növekedhessen.
2. Az iparági önszabályozás révén biztosítja a felelős kereskedelmi kommunikációt, és to-

vábbra is együttműködik az Önszabályozó Reklám Testülettel.

3. A Sörszövetség hosszú távú célja a sörkultúra fejlesztése a felnőtt magyar lakosság körében, ennek eredményeképpen erősítve a minőségi és kulturált sörfogyasztást.

A továbbiakban a Magyar Sörgyártók Szövetsége 2011. évre vonatkozó eredményét olvashatja, mely tükrözi a söripar ezen időszakra vonatkozó erőfeszítéseit. A számok a Magyar Sörgyártók Szövetségének három tagvállalatának (Borsodi Sörgyár Kft., Dreher Sörgyárak Zrt., HEINEKEN Hungária Sörgyárak Zrt.) és a Pécsi Sörfőzde Zrt. adataival kiegészült eredményeit mutatják.



A SÖRIPAR, MINT A MAGYAR GAZDASÁG JELENTŐS SZEREPLŐJE

1. A Sörgyárak teljes értékesítése az értékesítés iránya szerint

2011-ben a hazai eladások 3,8%-os növekedése mellett az export is emelkedett 35,5%-kal. A forgalom 92 %-a a belföldi forgalomból származik.

	2010	2010/2011	2011
	ezer hl	%	ezer hl
Belföldi értékesítés	5668	3,8	5883
Export	374	35,5	506
Összes értékesítés	6042	5,7	6389

2. A Sörgyárak teljes értékesítése beszerzési forrás szerint

Fontos megjegyezni, hogy az értékesítés 98%-a saját termelésből származik. Az import szerepe elhanyagolható a hazai sörgyárak körében. Ez nyilván összefüggésben van a foglalkoztatási súllyal is.

	2010	2010/2011	2011
	ezer hl	%	ezer hl
Saját termelés	5942	5,0	6241
Import	100	47,9	148
Összes értékesítés	6042	5,7	6389





3. Sörértékesítés termékcsoportok szerint

Leginkább a szuper prémium és prémium márkák értékesítése csökkent az elmúlt években, amelyek oka elsősorban a válság miatt elkölthető jövedelem csökkenése. A középkategóriás és az alsó kategóriás sörök értékesítése 2011-ben enyhén növekedni tudott, de az utóbbi kategóriát kivéve mindegyik termékcsoport értékesítési eredménye elmaradt a 2005. évi számoktól.

	2010	2010/2011	2011
	ezer hl	%	ezer hl
Szuper prémium	422	-4,5	403
Prémium	567	-8,4	519
Közép kategória	2 862	5,8	3 029
Alsó kategória	1 817	6,3	1 931
Összes belföldi értékesítés	5 668	3,8	5 883

4. Belföldi alkoholmentes sörértékesítés

A belföldi alkoholmentes sörértékesítés a 2010-hez képest növekedett, de az elmúlt 5 évhez viszonyítva, még mindig alacsonyabb szintet mutat.

	2010	2010/2011	2011
	ezer hl	%	ezer hl
Összes belföldi alkoholmen-	94	5,5	99





KÖZTEHERVISELÉS

1. Adózási feltételek változásai 2011-ben

A magyar söripar a gazdaság egyik jelentős adófizetője, 2011-ben közel 61 milliárd forint adót fizetett be a költségvetésbe. A teljes adóbefizetés 56 %-át a jövedéki adó tette ki 2011-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.

2. Költségvetési befizetések

	2010	2010/2011	2011
	millió HUF	%	millió HUF
Jövedéki adó	33 649	2,0	34 318
ÁFA (befizetendő, nettó)	19 183	-1,1	18 969
Környezetvédelmi termékdíj	1 527	1,4	1 548
Bérjellegű, vállalat által fizetendő járulékok, adók	4 056	-6,7	3 786
Egyéb adók	2 989	-26,0	2 210
Importvám	5	-59,3	2
Költségvetési befizetések	61 409	-0,9	60 832





3. 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. 2011-ben a közvetlen foglalkoztatottak létszáma 5,3%-kal alacsonyabb, mint 2010-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.

4. A söripari alkalmazottak létszáma és átlagbére

	2010	2010/2011	2011
	millió HUF	%	millió HUF
Dolgozók átlagos állományi létszáma (fő)	1806	-5,3	1711
Átlagbér járulékokkal és egyéb személyi jellegű rá-	6549	1,5	6646



SÖRIPAR - „a zöldülő iparág”

Mindhárom cégnél magas színvonalú környezettudatos vállalatirányítást alkalmaznak és a gyártástechnológiában is a legfejlettebb környezeti megoldásokra törekszenek. A termelési hulladékból minimális arány kerül lerakókra, a csomagolás terén pedig az egyik legzöldebb iparágnak tekinthető, a visszaváltható/újratölthető csomagolás ilyen nagyarányú jelenléte révén.

Új megközelítésként, 2010-ben kezdődött el az alumínium dobozok visszagyűjtésére alkalmas gépek kereskedelmi egységekbe, gyűjtőpontokra való kihelyezése. A nemzetközi szinten is egyedinek számító rendszert a Returpack Kft-vel együttműködve építették ki a tagvállalatok, a hiper- és szupermarketek segítségével. A három sörgyár több százmillió forintos beruházással járult hozzá a tevékenység sikeréhez és a tavalyi évben több mint 100 millió dobozt gyűjtött vissza.

A fogyasztók és vásárlók környezettudatos

magatartásának fejlesztése érdekében a Sörgyártók folyamatos kommunikációt folytatnak, mely 2011-et követve a következő évek kulcsfontosságú feladata lesz.

ÖNSZABÁLYOZÁS

A tagvállalatok, amellet, hogy büszkék márkáikra és azok sikereire, rendkívül elkötelezettek amellet, hogy felhívják a figyelmet az alkohol felelőtlen fogyasztásának veszélyeire, illetve egyensúlyt teremtsenek termékeik ösztönző kommunikációval erősítése, és azok felelős fogyasztása között. Hiszen a sör, mint egy világszerte fogyasztók milliói körében közkedvelt ital, amennyiben felelősen fogyasztják, a kiegyensúlyozott és egészséges életforma része lehet, ám a felelőtlen alkoholfogyasztás negatív társadalmi hatásainak kiküszöbölése érdekében nélkülözhetetlen a piaci szereplők proaktív részvétele és önszabályozása.

A felelőtlen alkoholfogyasztás elleni küzdelem többszintű szabályozás alapján valósul meg:

1. Tagvállalati önszabályozás
2. Iparági szintű önszabályozás
3. Önszabályozó Reklám Testülettel (ÖRT) történő együttműködés

A Magyar Sörgyártók Szövetsége mind a mai napig követi 2008-ban hozott döntését, miszerint a szabályok érvényesítése érdekében a sör termékekkel kapcsolatos, kereskedelmi kommunikáció önszabályozásával összefüggő funkciókat az ÖRT végzi, melynek a tagvállalatok egyébként is tagjai. Az ÖRT célja a hazai önszabályozó reklámgyakorlat írott és íratlan szabályainak érvényre juttatása, valamint a hazai reklámgyakorlat jobbítása, összhangban a modern, európai önszabályozó reklámgyakorlattal. Az ÖRT ennek keretében előzetes vizsgálatokat végez el a tagvállalatok kérésére. A külső bejelentéseket, panaszokat elbírálja és kivizsgálja egy szintén saját, szigorú szabályzat, a Magyar Reklámetikai Kódex alapján.



Hangsúlyos szerepet tölt be a szabályzatok mindegyikében:

- a gyermekek- és fiatalkorúak védelme;
- mértéktelen fogyasztás ösztönzésének tilalma;
- az ittas járművezetés megelőzésének fontossága, azaz az alkoholfogyasztás és járművezetés, mint egymást kizáró tényezők megjelenítése;
- korrekt tájékoztatás és figyelemfelhívás a túlzott alkoholfogyasztással összefüggő káros egészségügyi hatásokról;
- a sör, mint társadalmi, illetve szexuális sikert elősegítő termék megjelenítésének tilalma.

Az önszabályozás mellett a fogyasztók tájékoztatása, és körükben a felelős és kulturált alkoholfogyasztás népszerűsítése is célja a Szövetség tagvállalatainak.

A Magyar Sörgyártók Szövetsége évről évre aktív szerepet vállal az ittas vezetés elleni küzdelemben. Célja, hogy felhívja a figyelmet a járművezetéssel és alkoholfogyasztással

kapcsolatos felelős magatartás fontosságára, és a felnőttek körében követendő példaként jelenítse meg az ittas vezetés elutasítását. A JÓFEJ kampány fő üzenete, hogy az autóval, kerékpárral, motorral szórakozni indulók vállalják a felelősséget önmagukért és a társaságért: ne fogyasszanak alkoholt, ha pedig mégis ittak alkoholos italt, más módon - például tömegközlekedéssel - induljanak haza.

A szervezet első alkalommal írt ki pályázatot „Az Év Józan Felelős Járművezetője” címmel, hogy a résztvevők maguk képviseljék, és a társadalom minél szélesebb köréhez eljuttassák a JÓFEJ Program üzenetét: a józanság, a másokért való felelősségvállalás a közlekedésben elengedhetetlen.

A 2011. kampányidőszak alatt több mint 8000 látogató kereste fel a www.jofej.hu honlapot. A pályázatra összesen 683 regisztráció érkezett, és a JÓFEJ üzenetük segítségével a lelkes játékosoknak több, mint 1200 fővel sikerült bővíteniük a JÓFEJ-ek táborát.

A teljesen megújult www.jofej.hu segítségével olyan közösség alakult ki, amely nemcsak egyetért, de nyíltan felvállalja, és hirdeti a józan, felelős járművezetés fontosságát.





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

Borsodi Sörgyár Kft.

Tóth Zsolt

Ügyvezető igazgató

3574 Böcs, 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

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

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

