

Téma:

**A Népegészségügyi Termékadó
hatása az energialevek piacára**

Időszak:

2012. szeptember

Dátum:

2012. szeptember 28.



SZÁZADVÉG
alapítvány



SZÁZADVÉG
gazdasággarató zrt.



STRATEGOPOLIS
kommunikációs tanácsadó és stratégiai elemző kft.

Vezetői összefoglaló

A Népegészségügyi Termékadóról szóló törvény¹ 2011. szeptember 1-én lépett hatályba. A jogszabály több termék mellett az energiaiitalokra is különadót határozott meg. Az energiaiital fogalmát a törvény nem definiálta; kezdetben csak a koffeinre, később a taurinra meghatározott határértékek átlépésével váltak a gyártók adóalannyá. A meghatározott határértékek lekötése általános gyakorlattá vált a gyártók körében. A jogszabályt egy év alatt kétszer kellett módosítani és parlamenti szavazás előtt áll a harmadik módosítás. Az összetevőkre meghatározott kritérium ma már közel áll az üdítőitalokéhoz.

Az elmúlt egy évben, a rendkívül ár-érzékeny piacon csökkent a forgalom, a piacvezető energiaiitalok iránti kereslet mérséklődött. Ezzel párhuzamosan az adóbevételek is elmaradtak az előzetes várakozásoktól, részben a forgalom csökkenése, még inkább az adó elkerülése miatt.

Az adó bevezetése ráadásul szembe megy a kormány magyar kkv-fejlesztési törekvéseivel, hiszen egy jellemzően hazai tulajdonú kis- és közepes vállalatok uralta piacot sújt különadóval. Az élelmiszerbiztonsági szempontból kevésbé ellenőrizhető import és saját márkás termékek az összetevők gondos megválasztásával egyszerre tudnak kibújni az adófizetés alól és olcsóságukkal növelni tudják piaci részesedésüket.

Az adóbevételek tervezettől való elmaradásának és a hazai kkv-k uralta piacra gyakorolt kedvezőtlen hatás ellensúlyozásának érdekében három javaslatot fogalmaztunk meg:

- Az üdítőitalok cukortartalmára kivetett adó alapját szélesíteni kell a jelenlegi 8 g/100 mles korlát leszállításával.
- Az energiaiital definíciójának pontosításaként, az adó alanyának meghatározása érdekében – a jelenlegi koffeinre és taurinra vonatkozó korlátok mellett – be kell építeni a jogszabályba, hogy az a gyártó is köteles energiaiital adót fizetni, amelyik a terméken szerepelteti az „energiailal” feliratot.
- Magyarországi beruházásokkal, munkahelyteremtő fejlesztésekkel csökkenthető legyen az energiaiital adó és az üdítőitalokra kivetett adó mértéke.

A három javaslat megvalósítása mellett érdemben csökkenthető az energiaiitalra kivetett 250 Ft/l-es adó. Az adó csökkentésével – a fenti javaslatokkal együtt – csökkenthető az adóelkerülés és nem hozza hátrányos helyzetbe a piac meghatározó kkv szereplőit, s az energiaiital adón elérhető bevétel is emelkedhet.

¹ 2011. évi CIII. törvény.

Az energiasitalok piaca

Magyarországon – régiós összehasonlításban - viszonylag magas az egy főre eső energiasitalfogyasztás¹. Piaci szereplőkkel folytatott beszélgetések alapján ennek csak részben lehet magyarázata az egyébként is magas kávé (koffein)- fogyasztás. A másik magyarázat a kereskedelmi láncok viszonylag korai elterjedése és gyors terjeszkedése hazánkban, ami széles körben tette elérhetővé ezt az újfajta üdítőitalt. 2011-ben 37 millió liter, 150 millió doboz energiasital fogyott el, a piac forgalma 17 Mrd forint körül alakult. Egy főre vetítve évente tehát 15 doboz ital fogy, míg a piaci információk szerint a szomszédos kelet-európai országokban ez 34 darab per fő körül alakul.

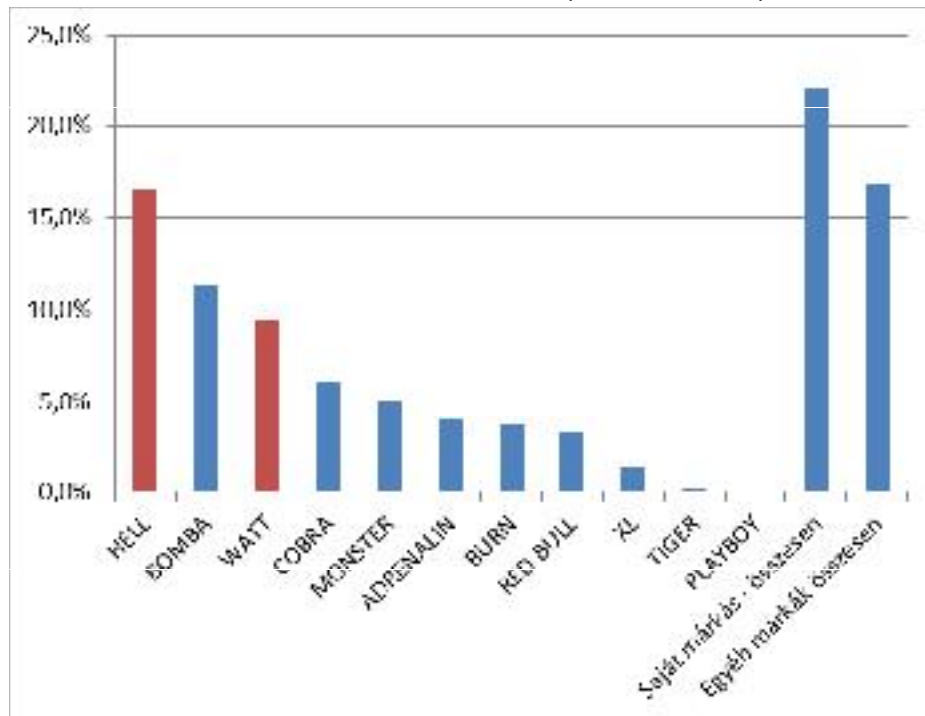
A magas volumen mellett a hazai piac másik sajátossága, hogy Magyarországon a hazai tulajdonú, hazai gyártású cégek termékei piacvezetők, a nemzetközi cégek termékei alacsonyabb részesedést tudnak szerezni a piacon. A monitoring adatokból látható, hogy összesen 60-70 márka van jelen az üzletek polcain, amelyek az alábbi kategóriákba sorolhatók:

1. Saját márkás termékek: kereskedelmi láncok saját néven forgalmazott, alacsonyabb kategóriás és olcsó termékei. Jellemzően a magyar tulajdonú Buszesz Zrt. gyártja ezeket a termékeket.
2. Magyar energiasitalok: magyar gyártású, magyar forgalmazású termékek (Hell, Watt).
3. Magyarországon gyártott energiasitalok: Külföldi tulajdonú társaságok magyarországi gyáraikban előállított márkák (Coca Cola által gyártott Burn és Monster).
4. „Világmarkák”: külföldi szereplők külföldön gyártott termékei (Red Bull, Bomba).
5. Import energiasitalok: egyéb „noname” márkák behozatala magyar kereskedőkön keresztül.

A saját márkás termékek a piac 22 százalékát, az egyéb márkák a piac 17 százalékát fedik le. Az önálló márkák rangsorát a Magyarországon gyártott Hell (Hell Energy Magyarország Kft.) és Watt (Buszesz Zrt.) mellett az Ausztriában gyártott és magyarországi kereskedőn keresztül piacra kerülő Bomba vezeti.

¹ Forrás: ACNielsen Piacutató Kft.

1. ENERGIAITALOK PIACI RÉSZESÉDÉSE (2012 ELSŐ FÉLÉV)



Forrás: Nielsen

A piacvezető Hell márkát a Magyarországon bejegyzett Hell Energy Magyarország Kft. gyártja. A cég folyamatosan bővíti szikszói üzemét, a környező országok piacain is sikeresen van jelen, a termék 28 országban érhető el. Legújabb fejlesztési terveiben a brazil piacon való megjelenés szerepel. Ennek előkészítését már megkezdték, a magyar márka latin-amerikai bevezetése jövőre várható.

A másik magyar tulajdonú piaci szereplő a Buszesz Zrt., amely cég a 90-es évek elején jellemzően még ecetgyártással foglalkozott, a profilt 2007-ben „tisztították”. Jelenleg a Watt mellett több kereskedelmi láncnak gyárt saját márkás termékeket, illetve további üdítőitalokat.

Hell Energy Magyarország Kft.	Buszesz Zrt.
2004. július 16-án kezdte meg tevékenységét. A társaság Szikszón végzi a gyártást. A társaság két magyar magánszemély tulajdonában áll. Árbevétele kizárólag a Hell energiaiitalokból adódik. Az energiaiital az utóbbi években az export piacokon is megjelent. A jövőben Brazíliaba kívánnak exportálni. Árbevétel 2011-ben: 5,9 Mrd Ft Mérleg szerinti eredmény 2011-ben: 333,5 M Ft Mérlegfőösszeg 2011-ben: 5,5 Mrd Ft Népegészségügyi termékadó címen 2011-ben befizetett összeg: 12,4 M Ft Átlagos statisztikai létszám 2011-ben: 51 fő	A céget 1992. január 1-ei hatállyal jegyezte be a Fővárosi Bíróság. 2007-ben a társaságból kivált a Buszesz Ecet Ecetgyártó Zrt, a Buszesz zrt. fő tevékenysége üdítőital gyártása és élelmiszer kis- és nagykereskedelem. A társaság 100 százalékos tulajdonosa a Queen Drinks Élelmiszeripari Kft. A Queen Drinks Kft tulajdonosa három magyar magánszemély. A Watt energiaiital mellett a saját márkás termékek legjelentősebb magyarországi gyártója. Árbevétel 2011-ben: 9,6 Mrd Ft (ebből 5 Mrd Ft üdítőital). Mérleg szerinti eredmény 2011-ben: 36,9 M Ft Mérlegfőösszeg 2011-ben: 3,6 Mrd Ft Népegészségügyi termékadó címen 2011-ben befizetett összeg: 21,9 M Ft Átlagos statisztikai létszám 2011-ben: 116 fő

Az energiaiitalok piacát erős árverseny jellemzi. Igazán részletes elemzésre lehetőséget adó adatsorok nincsenek. Ebben az esetben is a Nielsen piackutató cég felméréseire és az ott megállapított átlagárakra tudunk hivatkozni. A havi rendszerességgel megismételt felmérés az árak folyamatos csökkenését jelzi. Míg 2009-ben még 600 forint fölött volt a – forgalommal súlyozott - egy literre vetített átlagár, addig 2012-ben már 500 forint alatti értékeket mértek. Mindez jól magyarázható az olcsó saját márkás és egyéb import termékek elterjedésével.

Mivel az energiaiitalok piaca – kiskereskedelmi szempontból – az üdítőital-forgalommal szorosan együtt mozog és a két piac közti átmenet sem mindig egyértelmű, érdemes bemutatni a cukrozott, szénsavas üdítők piacának főbb adatait.

Az üdítőitalok éves forgalma lényegesen meghaladja az energiaiitalok 30-35 millió literes éves fogyasztását. 2012 nyarán az egy évre visszatekintő adatok alapján összesen 437 millió liter cukrozott szénsavas üdítő fogyott. A cukrozott jeges teák forgalma 73 millió liter volt. Ez

összesen 540 millió literes – széles értelemben vett – üdítőital piacot jelent, amiből 6 százalékban részesednek az energiasitalok.

A cukros szénsavas üdítők és a cukros jeges teák piacán belül szintén meghatározó, 40-50 százalékos a saját márkás termékek és az egyéb import termékek súlya. A NAV adatiból látható, hogy az üdítőitalok cukortartalma utáni adót a teljes forgalom 40-50 százaléka után fizetik meg a gyártók. A cukortartalom jellemzően az import és sajátmárkás termékeknél (Tesco, Spar, Lidl, Aldi saját márkák) marad a 8g/100ml adózási határérték alatt.

Reakció az adóváltozásra

A parlament egy évvel ezelőtt, 2011. július 19-én fogadta el a népegészségügyi termékadóról szóló törvényt. Az eredeti jogszabály szerint az a termék számított energiatartalnak, amelynek "hozzáadott koffeintartalma" meghaladta a 10 milligrammot 100 milliliterenként. Az ilyen termékek után literenként 250 forint adót kell fizetni, vagyis egy 2,5 decis doboz után 62,5 forintot. A piac gyorsan reagált, a koffeint egyéb összetevőkkel helyettesítették a gyártók.

A kormány válaszul novemberben beterjesztette a törvény módosítását, amit a parlament el is fogadott. A jelenleg még hatályos szabály szerint energiatartalnak számít a termék, ha deciliterenként legalább egy milligramm metil-xantint és legalább 100 milligramm taurint tartalmaz. A koffein fogalmát tehát „kiszélesítették”, a metil-xantin ugyanis egy olyan vegyületcsoport, amelybe a koffein és a teában is megtalálható teofilin és a teobromin is tartozik. A törvény kimondta, hogy akkor is adóköteles az energiatartal, ha a metil-xantint vagy a taurint "a termék valamely összetevője tartalmazza", vagyis az egyéb összetevőkkel (mint például maté- vagy zöldtea-kivonattal, ahogy ez megfigyelhető volt) nem lehet kibújni a fizetési kötelezettség alól. A gyártók természetesen lekövezték a szabályok változását és a koffein tartalom csökkentésével illetve a taurin kiváltásával reagáltak.

A parlamentnek júliusban benyújtott törvényjavaslat megpróbálja úgy módosítani a definíciót, hogy az energiatartalmak az adó hatálya alá essenek: a módosítás szerint már nem lesz feltétele az adóztatásnak, hogy a termék egyszerre tartalmazzon taurint és valamilyen metil-xantint. Tehát a koffein önmagában is adóköteles, ha száz milliliterenként legalább 15 milligramm van belőle az energiatartalban. Erre is igaz lesz, hogy akkor is adóköteles az energiatartal, ha "a termék valamely összetevője" tartalmazza a hatóanyagot.

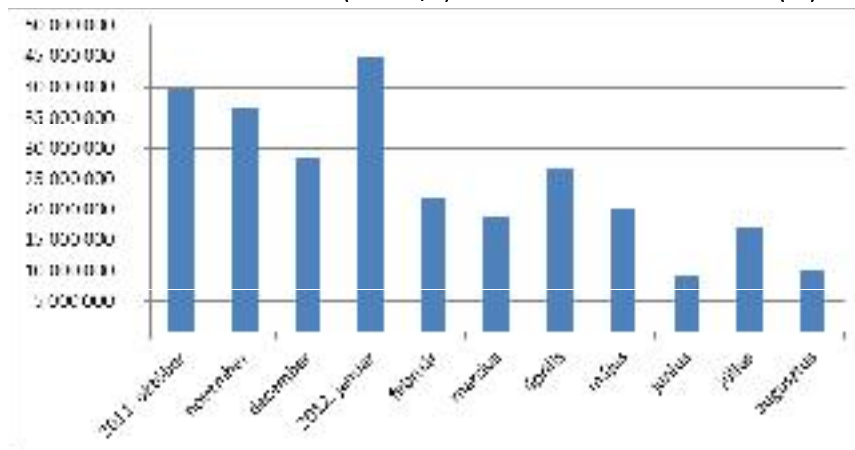
A benyújtott tervezet szerint adókötelesnek minősül:

ba) metil-xantint tartalmaz, ideértve azt az esetet is, ha a metil-xantint a termék valamely összetevője tartalmazza, és taurint tartalmaz, ideértve azt az esetet is, ha a taurint a termék valamely összetevője tartalmazza, feltéve, hogy metil-xantin-tartalma meghaladja az 1 milligramm metilxantin/100 milliliter mennyiséget vagy taurintartalma meghaladja a 100 milligramm taurin/100 milliliter mennyiséget, vagy bb) metil-xantint tartalmaz, ideértve azt az esetet is, ha a metil-xantint a termék valamely összetevője tartalmazza, feltéve, hogy metil-xantin-tartalma meghaladja a 15 milligramm metilxantin/ 100 milliliter mennyiséget

A helyzetet jól jellemzi, hogy az ezek a termékek a Neta törvény alapján, általában üdítőitalnak minősülnek, és akként is adóznak. A piaci információk szerint ugyanakkor kapható a piacon

jelenleg olyan energiaital, amely után a gyártó sem az energiaitalokra kivetett 250 Ft/l, sem az üdítőitalok cukortartalmára kivetett 7Ft/l adót nem fizeti meg.

2. AZ ENERGIAITAL ADÓBÓL (250FT/L) SZÁRMAZÓ BEVÉTEL HAVONTA (FT)

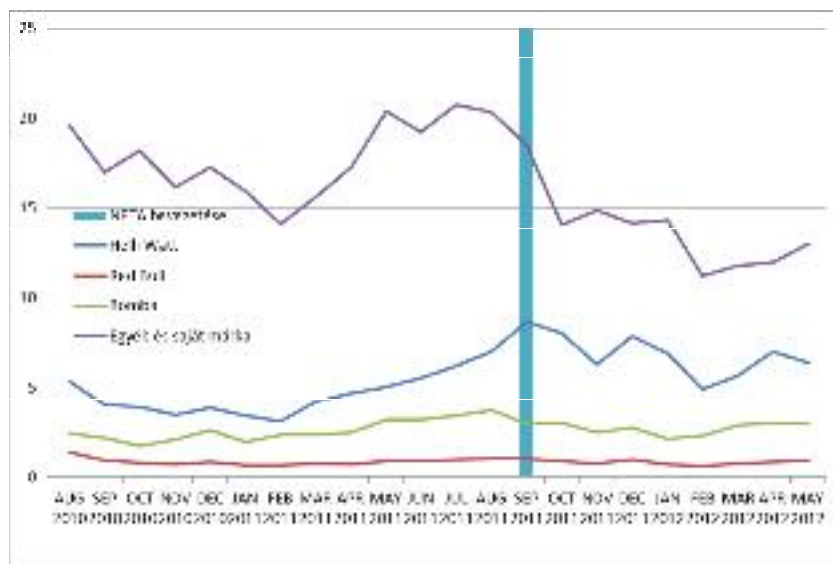


Forrás: NAV

Megjegyzés: A havi adatok az adott hónapban bevallott és nem a befizetett adót mutatják.

Az adóelkerülést alátámasztják az adóbevétel és a forgalom összevetéséből kapott adatok is. A Nielsen piackutató cég adataival összevetve az látszik, hogy a forgalom 10 százalékát el nem érő hányada után fizetik meg jelenleg az energiaitalokra kivetett 250 forintos adót. Az üdítőitaloknál ez az arány 50 százalék körül alakul, de itt hozzá kell tenni, hogy az 1 dl-re vetített 8 grammnál kevesebb cukrot tartalmazó italok jelenleg nem is kerülnek bele az adózási körbe.

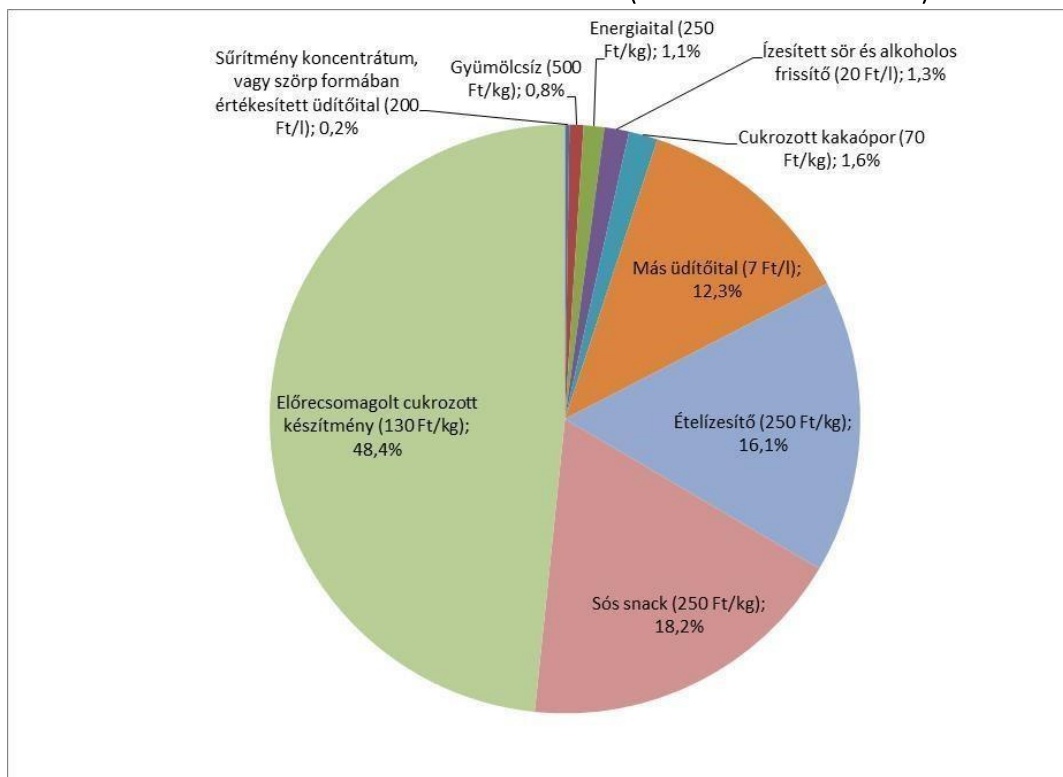
3. AZ ENERGIAITALOK FORGALMÁNAK ALAKULÁSA



Forrás: Nielsen

Jelenleg a trendforduló elején állunk, de az eddigi adatokból is látható az egyéb illetve saját márkás termékek lassú „előretörés”. Az energიაitalok adójának szélesítése – a jogszabály jelenlegi formában történő elfogadása – az árak emelésén keresztül további versenyhátrányt eredményez a hazai gyártóknak, így a forgalom további csökkenése prognosztizálható.

4. NÉPEGÉSZSÉGÜGYI TERMÉKADÓ BEVÉTELEK (2012 JANUÁR-AUGUSZTUS)



Forrás: NAV

Összefoglalva, az energიაitalokra kivetett adó következményeit:

- A gyártók jellemzően megpróbálták elkerülni a kivetett adót, az összetevők megváltoztatásával.
- Mivel nincs definiálva az energიაital fogalma, sok import termék jelenik meg a piacon, ami tartalmazza az „energiaital” feliratot, de összetevőiben – élelmiszerbiztonsági szempontból – nehezen ellenőrizhető. Az adó bevezetésének hatására pont ezen olcsó italok fogyasztása nőtt.
- Az energიაital adó bevételek (ami a teljes NETA bevétel 1,1 százalékát adja) jelentősen elmaradnak a teljes forgalomtól.

Javaslat a probléma kezelésére

Adóalap kiszélesítése

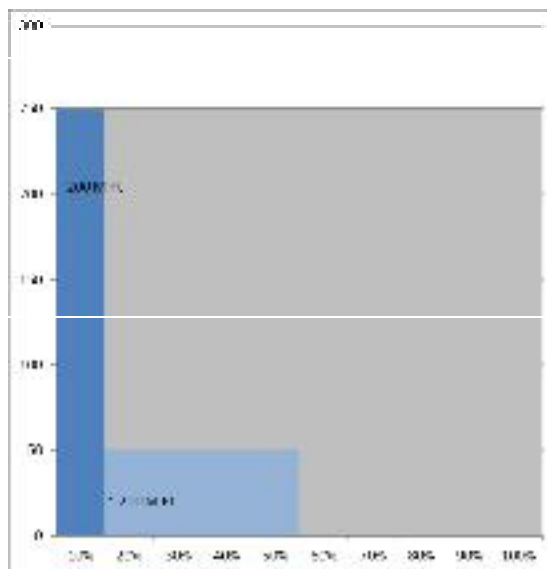
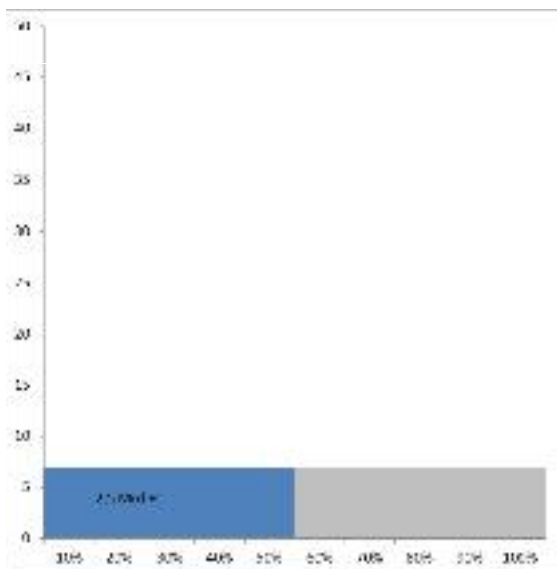
A javaslat leglényegesebb pontja, hogy az adóbevételeket sokkal inkább az üdítőitalok cukortartalma után kivetett alacsonyabb mértékű adóból kellene növelni - ezzel sokkal több – egészségügyileg káros ital kerülne az adózási körbe, miközben a hazai kkv-k uralta energiaital piacra gyakorolt hatás kiegyensúlyozottabb maradna.

5. ADÓALAP ÁTRENDÉZÉSÉNEK SEMATIKUS ÁBRÁJA

Üdítőitalok adóbevétele késsel (7Ft/l) és nem adóztatott rész szürkével

lehetséges növelése az adó szintjének csökkentésével

Energiaital adó (250Ft/l) bevétel (kék oszlop) és nem adózott rész illetve az adóbevétel



Forrás: Századvég-számítás

A NETA bevételek 12-13 százaléka származik az egyéb üdítőitalok cukortartalma után kivetett adóból. Ez megközelítőleg 2,5 milliárd forint, szemben az energiaitalokból befolyó 200 millió forint körüli összeggel, ami az összes NETA bevétel 1 százaléka. Az adatokból látható, hogy az energiaital forgalom töredéke után fizetnek energiaital adót. Minthogy volumenében nagyobb összegről és a cukortartalma miatt hasonlóan káros összetevőről van szó, célszerű lenne az egyéb üdítőitalok adójának alapját szélesíteni.

Adóalap szélesítése: cukrozott üdítőitalnál, a 8 g/literes korlát eltörlése (ha hozzáadott cukrot, édesítőszert vagy tartósítószert tartalmaz).

189.§ A Neta tv.2.§-a helyébe a következő rendelkezés lép:

„2.§ Adóköteles terméknek minősül az előrecsomagolt termékként forgalomba hozott, a 2009, 2202 VTSZ szám alá tartozó termék, a Magyar Élelmiszerkönyv szerinti kivonat alapú szörpök, valamint a legalább 25% gyümölcs, illetve zöldséghányadot tartalmazó sűrítmények, koncentrátumok, szörpök, nektárok, gyümölcslevek és zöldséglevek, valamint a legalább 50%-ban tejalapanyag felhasználásával készült termékek kivételével, ha hozzáadott ~~(cukrot tartalmaz és cukortartalma meghaladja a 8 gramm cukor/100 milliliter mennyiséget)~~¹, cukrot, édesítőszert, vagy tartósítószert tartalmaz.”

Energiaital fogalmának újradefiniálása

Az energiaitaloknak nincs elfogadott definíciója. A világban sok meghatározás használatos, de az egzakt lehatárolás mindenhol hiányzik. Jelenleg a gyártók folyamatosan követik a szabályozás változását és az összetevőkre meghatározott korlátokat. A gyártók jelentős része kikerüli az adózást, emellett pedig visszaél az „energiaital” feltüntetésével, amivel egyenlősíti magát a többi szereplővel.

A jogszabályba két vaglyagos feltételt célszerű beépíteni:

- A jelenlegi szabályozás logikája szerint ha a metil-xantint tartalom meghaladja a 11 milligrammot² (a tervezetben szereplő 15 helyett) vagy taurint tartalmaz **vagy**
- ha az ital termékjelölése energiaitalra (energiát adó, vitalizáló, ébrentartó, erőtadó) utal,

a termék legyen energiaital adó-köteles.

Adókedvezmény a beruházások után

A Magyarországon fejleszteni kívánó vállalkozások számára, összhangban a kormány munkahelyteremtő elképzeléseivel, célszerű a jogszabályba beépíteni az adókedvezmény lehetőségét. Amennyiben a vállalkozás adott évben beruházást eszközöl, úgy a fejlesztési adókedvezményhez hasonlóan részben mentesülhessen a népegészségügyi termékadó megfizetése alól.

¹ A jelenlegi tervezetben szereplő szöveg törlendő.

² A coca-cola jelenleg 10 milligramm cukrot koffeint tartalmaz.

Az elmúlt három évben, hátrányos helyzetű kistérségben végrehajtott 4 milliárd forint feletti beruházással és ötven új munkahely teremtésével mind az üdítőitalok cukortartalmára kivetett adó, mind az energiai adó 80 százalékatól mentesülne a gyártó. Ilyen mértékű kategóriába várhatóan kevés gyártó esik, ilyen volumenű beruházás végrehajtása ugyanakkor komoly gazdasági és társadalmi haszonnal járhat egy hátrányos helyzetű kistérségben – tehát a kieső adóbevételt mindenképpen ellensúlyozza a beruházás tovagyrúzó hatása. A kedvezmény bevezetése új szereplők megjelenését is eredményezheti, így további munkahelyteremtő hatása is lehet – a korábbiakban részletesen bemutatott – nagy forgalmú piacon.

Energiaital adó csökkentése

A forgalmi és adóbevételi adatokból jól látható, hogy a márkák töredéke után fizetik meg a gyártók jelenleg a 250 Ft/l-es adót. Az üdítőitalok cukortartalma után kivetett adó alapjának szélesítésével a jelenleg 2,5 milliárd forintos adóbevétel érdemben növelhető. Ha a korlát eltörlésre kerül, akkor a jelenlegi forgalmi adatok alapján az adóbevétel megkétszereződése várható (hiszen a forgalom 40-50 százaléka után fizetnek jelenleg ilyen típusú adót). Becsléseink szerint a 8 grammos sáv 1 grammal történő eltolása is „behozhatja” az energiaitalok utáni 200220 millió forintos adóbevételt. Mindez így lehetőséget ad a 250 Ft/l-es energiaitalokra kivetett adó csökkentésére, ami még az adóbevétel emelkedéséhez is vezethet az 5. ábra szerint.

Javaslatunk szerint az energiaital adója 40 Ft/l-re szállítható.

Módszertan

Az elemzéshez három forrásból dolgoztunk. Az energiaitalok és üdítőitalok piacára vonatkozó forgalmi adatokat az ACNielsen Piackutató Kft. felméréséből nyertük. A piackutató cég folyamatosan végez kiskereskedelmi kutatásokat. Az adatok a kereskedelmi láncoktól, elektronikus és hagyományos kiskereskedelmi egységektől származnak.

A Népegészségügyi Termékadó bevételeiről a NAV ad időközönként tájékoztatást. A különböző különadókból származó bevételek havi bontásban is elérhetők. Az adatok ugyanakkor a bevallott adó-kötelezettségeket mutatják, az adó még nem feltétlenül folyt be az adott hónapban a költségvetésbe.

A piaci szereplők véleményét személyes interjúk és elbeszélgetések formájában próbáltuk feltérképezni. Rendszerint az ügyvezetőkkel vagy vezérigazgató helyettesekkel egyeztetünk a kérdésben.