

Alkoholmentes italgyártás

Kiss Gáborné

ÖSSZEFOGLALÓ

A MAGYARORSZÁGI ÜDÍTŐITAL-, GYÜMÖLCSLÉ ÉS ÁSVÁNYVÍZGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE FŐTITKÁRÁNAK BESZÁMOLÓJA A HAZAI ALKOHOLMENTES ITAL TERMELÉS, CSOMAGOLÁS VALAMINT A FOGYASZTÁS, ALAKULÁSÁRÓL 1994-TŐL 2003-IG.

INHALT

BERICHT DES GENERALSEKRETÄRS DES VERBANDES DER UNGARISCHEN MINERALWASSER- UND ERFRISCHUNGSGETRÄNKEHERSTELLER ÜBER DIE LAGE DER PRODUKTION, DER VERPACKUNG UND DES VERBRAUCHES DER INLÄNDISCHEN ALKOHOLFREIEN GETRÄNKE ZWISCHEN 1994 UND 2003.

SUMMARY

REPORT BY THE SECRETARY OF THE ASSOCIATION OF SOFTDRINK, JUICE AND MINERAL WATER MANUFACTURERS. THE REPORT IS ABOUT THE RUN OF THE SOFT DRINK PRODUCTION, PACKING AND CONSUMPTION BETWEEN 1994 AND 2003.

Az egészségre kedvező hatású alkoholmentes italok fogyasztása Magyarországon az elmúlt évtizedben folyamatosan növekedett, és összességében ma már az európai középmezőnyrel megegyező.

Az alkoholmentes italok egy főre jutó fogyasztása az elmúlt 10 évben az alábbiak szerint alakult:

Termék Megnevezése	1994.	1995.	1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.
ásványvíz	10,2	12,7	15,4	17,7	21,5	28,1	39,2	42,0	50,0	57,0
üdítőital	58,5	62,1	64,2	63,0	64,3	65,5	68,6	67,6	68,5	70,0
gyümölcslé*	22,7	21,5	20,3	22,9	29,7	31,3	31,8	30,5	35,0	40,0

*gyümölcslé: juice, nektár, ital

A leggyorsabb fejlődési ütem az ásványvíznél tapasztalható, és ez az a termékcsoport, ahol a jövőben is jelentős növekedés prognosztizálható, tekintettel arra, hogy a gazdaságilag fejlett országok fogyasztásától itt még számottevően elmaradtunk.

A szénsavas üdítőitaloknál és a gyümölcslevekénél a tendencia továbbra is lassú, csekély növekedést prognosztizál, mivel e termékek hazai fogyasztása már is meghaladja számos európai országét.

Szénsavas üdítőitalok

A magyarországi alkoholmentes italok piacából – bár az ásványvizek gyors térnyerése miatt csökkenő mértékben – napjainkban is a szénsavas üdítőitalok részesedése a legnagyobb, az összes egy főre jutó fogyasztás 42%-a.

Az országban évente előállított 680–700 millió liter szénsavas üdítőital gyakorlatilag teljes egészében belpiacon értékesül, európai viszonylatban is nagy számú egy főre jutó fogyasztást eredményezve. Az adatokból azonban látható, hogy a szénsavas üdítőitalok piaca és így termelése is a 90-es évek végétől már csak igen lassú növekedést mutat. A tendencia várhatólag a következő években sem fog változni, tekintettel a már elért magas fogyasztási szintre.

Az üdítőital a fajlagosan nagy szállítási költségek miatt tipikusan nem export cikk. A belföldi igényeket, úgy, mint hazánkban is, jellemzően saját gyártásból elégítik ki, a külkereskedelem kizárólag a választék bővítését szolgálja. Magyarországon az export-import volumene nagyságrendileg megegyező, mindkét irányban stagnáló, mintegy 1 millió liter/év.

A gyártóüzemek kitűnő műszaki-technológiai színvonalának köszönhetően a termékek minősége megegyezik a világ élvonalába tartozó országokban gyártott üdítőitalokéval.

A szénsavas üdítőitalok között legkedveltebb íz a cola, melynek részaránya ugyan kismértékben folyamatosan visszaszorul, de még mindig közel 55%. Kedvelt ízek még a narancs és a citrom, valamint növekszik az új íz kombinációk, ezen belül is a „piros gyümölcsök” népszerűsége.

Csomagoló anyagok közül szinte teljesen visszaszorult az üvegpalackok használata, és a fogyasztói igényeket követve folyamatosan nő az „egyutas”, egy liternél nagyobb méretű műanyagpalackok aránya. Az utóbbi években a vendéglátásban elterjedt, csomagoló eszközt nem igénylő italautomaták piaci részesedése napjainkra már meghaladja a 7%-ot.

A keresletet a gyártók Európa szerte különféle újdonságok bevezetésével igyekeznek bővíteni. A fogyasztók egyre nagyobb érdeklődést mutatnak a „energia mentes”, „light” termékek, és a különböző gyümölcsökkel ízesített ásványvizek iránt. Új lehetőség a vitamin- és fehérje-dús sportitalok gyártása, eladása, melyek a piacon időnként vihart kavarnak, de egyre népszerűbb energiatalok kiváltására is alkalmasak. Az „első fecske” az energia italoknál az osztrák Red Bull volt, melyet 1991-es bevezetése után, nagy élénkítő-szer tartalma miatt 1997-ben kitiltottak a magyar piacról, de ma már újra engedélyezett a forgalmazása. Időközben számos magyar gyártású és import márkát osztozik a „szárnyakat adó” ital piaci részesedésében.

A hazai szénsavas üdítőital piac felosztottnak mondható, erősen koncentrált. Annak ellenére, hogy az utóbbi években ismét feltűnnek, és egyre nagyobb teret nyernek a korábbi, népszerű, megszokott, esetenként „nosztalgia” italok (Traubi, MÁRKA, BAMBÍ stb), a Coca és Pepsi cégek termékeinek (melyen a coláknál sokkal szélesebb termékkör értendő) piaci részaránya ma is meghaladja a 75%-ot.

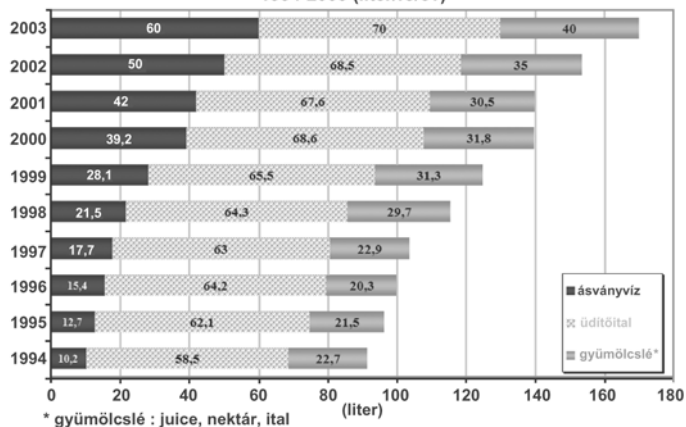
Tekintettel a két multinacionális cég meghatározó jellegére, a szénsavas üdítőital gyártás kilátásai várhatólag nem változnak az uniós csatlakozással.

Gyümölcslevek

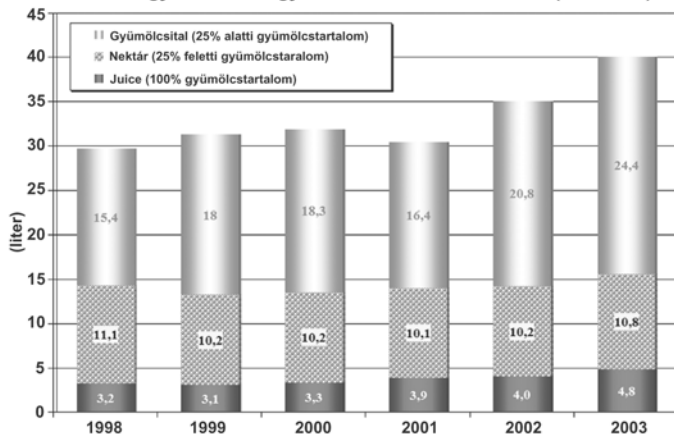
Magyarországon a gyümölcsle gyártás az élelmiszeripar egyik legfiatalabb szakágazata. Az elmúlt évtizedben létesített üzemek műszaki színvonala, az alkalmazott technológia megegyezik a világ élvonaláéval, így a termékek is korszerűek.

A magyar gyümölcsle gyártás jelenleg is mintegy 600 millió liter/év termelő kapacitással rendelkezik, melynek kihasználtsága – a közelmúltban bekövet-

Az alkoholmentes italok egy főre jutó fogyasztásának alakulása 1994-2003 (liter/fő/év)



Belföldi gyümölcsle fogyasztás alakulása 1998-2003 (liter/fő/év)



kezett sorozatos üzembeszárások ellenére – csak részleges. A korábbi években – ebben az árucsoportban rendhagyó módon – a termékek mintegy 60%-át exportálták. Ez a lehetőség az exporttámogatások megszűntével, és az orosz piac beszűkülésével töredékére zsugorodott.

2003. évben 500 millió liter gyümölcslevet állítottak elő, melynek mintegy 80%-át belföldön értékesítették, 20%-át exportálták, elsősorban a már hagyományosnak számító keleti piacokra. Az import ebből a termékcsoportból sem jelentős, alig haladja meg az összes fogyasztás 1%-át, és elsősorban különleges igények kielégítésére szolgáló ter-

mékek behozatalát jelenti, választékbővítési céllal.

A gyümölcslevek körébe tartoznak – gyümölcs tartalom szerinti megkülönböztetéssel – a 100%-os gyümölcslevek, a nektárok és a kevés gyümölcsöt tartalmazó, szénsavmentes üdítőitalok. A különböző termékek fogyasztásának alakulását vizsgálva megállapítható, hogy az elmúlt években bekövetkezett növekedés kizárólag az csekély gyümölcsstartalmú, olcsóbb italoknál jelentkezik, a juicek és nektárok stagnálása mellett.

A termékcsoportonkénti gyümölcsle fogyasztás az alábbiak szerint alakult hazánkban a 90-es évek végétől:

	(liter/fő/év)					
	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.
Juice (100% gyümölcsstartalom)	3,2	3,1	3,3	3,9	4,0	4,8
Nektár (25% feletti gyümölcsstartalom)	11,1	10,2	10,2	10,1	10,2	10,8
Gyümölcsital (25% alatti gyümölcsstartalom)	15,4	18,0	18,3	16,4	20,8	24,4
Összesen	29,7	31,3	31,8	30,5	35,0	40,0

(a nektárok még nem az új gyümölcsstartalom szerinti besorolás szerint)

A kevés gyümölcsöt tartalmazó termékcsoport térnyerése a vásárlóerő korlátaira, és az ebben a körben megjelent új italok széles választékára vezethető vissza.

Jelentős összetétel változás várható a gyümölcslevek fogyasztásában az uniós szabályozás átvételével, ami a nektárok gyümölcsstartalmát minimálisan – a gyü-

mölcs típusától függően – 45–50%-ban határozza meg. A magyar fogyasztók ízlésének ez a nektár az első időben szokatlan, és az árakat is kedvezőtlenül alakíthatja a szabályozás változása.

A gyümölcsleveknel a legkedveltebb ízek a narancs, az alma és egyre inkább az őszibarack. A három íz részesedése meghaladja a 60%-ot. Egyre keresetteb-

bek a többféle gyümölcs keverékből készült levek, és a valamilyen különleges fogyasztói igénynek megfelelő vitaminozott vagy ásványi anyagokkal dúsított italok.

A csomagoló anyagok közül továbbra is a legelterjedtebb az egy literes vagy annál nagyobb karton doboz, melyek együttes részaránya az összes forgalomból napjainkban is 70% feletti, de egyre nő a műanyag palackok népszerűsége, elsősorban a fiatalok körében az új, kisebb, fél literes, a palackból fogyasztást különböző záró eszközökkel segítő ki-szerelésekben.

A gyümölcsle gyártás hazánkban a szénsavas üdítőitaloknál tapasztalhatóan kevésbé koncentrált, bár az elmúlt években ezen a területen is végbement hasonló folyamat. Jelenleg öt nagy gyártó (Sió-Eckes Kft., Rauch Hungária Kft., Olympos-Top Kft., Szobi Szörp Rt., Elma Rt.) osztozik a piac közel 80%-án, úgy belföldön, mint az exportban.

Tekintettel arra, hogy a gyümölcsle gyártás hazai szabályozása már 2003. július 1.-től teljes egészében megegyezik az EU előírásaival, valamint a 2002-től ezen a területen érvényes vám liberalizációra, az ágazat kilátásai várhatólag nem változnak jelentősen a csatlakozással.

Szerző: Kiss Gáborné
titkár
MÜSZ

HIRDESEN FOLYÓIRATUNKBAN!

PUT YOUR AD IN OUR PERIODICAL!

WERBEN SIE IN UNSERER ZEITSCHRIFT!