



OECONOMUS
GAZDASÁGKUTATÓ
ALAPÍTVÁNY

OECONOMUS
ELEMZÉSEK

ENERGIAVÁLSÁG KÖZEPÉN IS SIKER A MAGYAR ENERGIAHORDOZÓ

A tavalyi év a kőolaj és a gáz árának drasztikus emelkedéséről és ezzel együtt az energiapiaci válságról szólt. Az energiahordozókról szóló hírek mellett pedig megbújt egy „kakukktojás”: az energiaital. Az energiaital világszerte emberek millióinak az életében biztosítja a szükséges energia egy részét. A sport- és energiaitalok piaca az utóbbi egy-két évtizedben jelentős fejlődésen ment keresztül, bár viták is övezik. A HELL Energy-nek köszönhetően azonban jelentős magyar sikernek is örülhetünk az iparágon belül.

2023. NOVEMBER

Energiaválság közepén is siker a magyar energiahordozó

Flór Nándor László

2022-ben sok ember számára több más fontos téma mellett a figyelem középpontjába egyértelműen az „energia” szó került. A különböző energiahordozók (pl.: gáz, szén) segítik a gazdaság működését, azonban a háttérben megbújt egy „kakukktojás” energiaforrás, amely az emberek napi rutinját támogatja: az energaital. A ceruzaelemnél kicsit nagyobb, de benzintartálynál valamelyest kisebb energiaforrás jellemzően 200-250 ml nagyságú alumíniumdobozban található meg a boltok polcain.

A több mint 60 éve velünk lévő energaital különösen az elmúlt egy-két évtizedben vált népszerűvé, ahol ráadásul magyar világsikert is üdvözölhetünk. Nemzetközi összehasonlításban az Amerikai Egyesült Államok a világpiac több mint felét adja, amely nagyságrendekkel megelőzi a soron következő országokat. Európában, különösen Kelet-Közép-Európában is dinamikus bővülés figyelhető meg. Hiába az amerikai fölény, nemrégiben a magyarok tették világnappá az energaitalt.

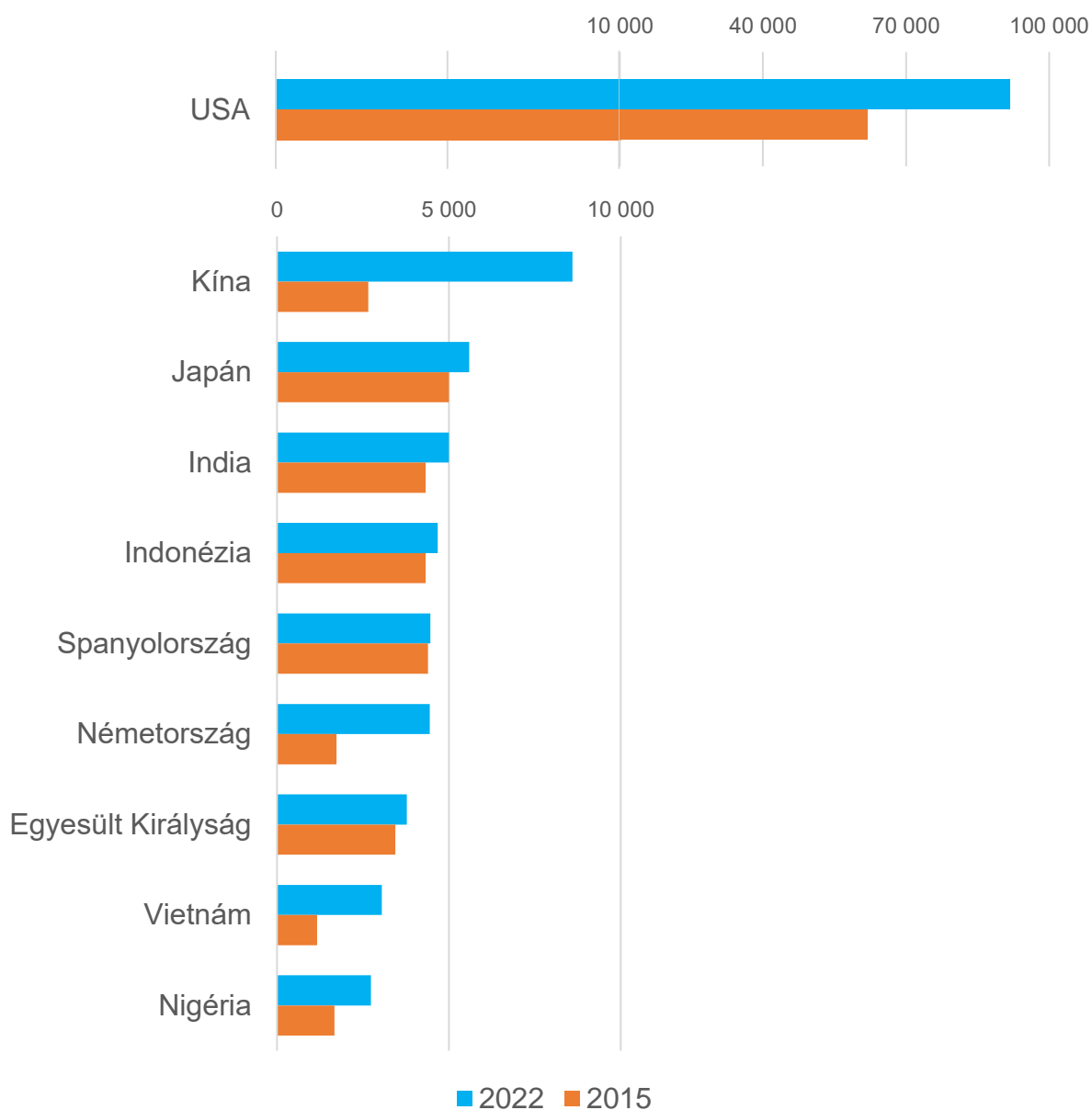
Magyarországon is egyre népszerűbb az energaitalok fogyasztása. A magyarok azonban nem csak lelkesen fogyasztják az ilyen termékeket, A HELL ENERGY-nek köszönhetően mára egy nemzetközi piacokon is sikeres, magyar márkaként jelennek meg a termékei. A cég elmondása szerint jelenleg már a világ harmadik legnagyobb energaital márkájává vált, amely nem is meglepő, hiszen a Föld egyharmadában már ismerik a különböző termékeiket.

Hogyan is áll jelenleg az energiaiital piac?

Alapvetően egy régmúltban született italról van szó, amely az utóbbi egy-két évtizedben válik egyre népszerűbbé világszerte. Több mint 60 évvel ezelőtt, 1962-ben született meg az energiaiital Japánban, azóta pedig a világ szinte minden országában megtalálható terméké nőtte ki magát. Az Energy Drinks Europe (EDE) adatai alapján annak ellenére, hogy az energiaiitalok az elmúlt évtizedekben jelentősen növelték népszerűségüket, alig egyszázalékos részesedéssel bírnak a világ nem-alkoholos italfogyasztásából. Ennek az a legfontosabb magyarázata, hogy az ilyesfajta italokhoz összességében az emberek döntő többsége csak időszakosan, vagy csupán alkalmanként nyúl. A mindennapos fogyasztás kevésbé jellemző a társadalmon belül. Az energiaiitalok Európában az 1980-as évek vége óta érhetőek el, miközben mára a világ valamennyi pontján előszeretettel fogyasztják. Az EDE összegzése alapján annak ellenére, hogy az emberek többnyire csak kevés márkát ismernek, összesen közel 200 márka érhető el a piacokon. Az igények kb. egyharmadát kis- és közepes méretű vállalkozások szolgálják ki, és világszinten 165 országban vásárolható energiaiital. Európában nagyságrendileg kétmilliárd liter energiaiital fogy évente.

Miközben a kereslet növekszik, egyértelműen meghatározható pontosan milyen feltételeknek kell megfelelnie egy energiaiitalnak. A Magyar Energiailal Szövetség (MESZ) meghatározása szerint a sportital célja, hogy a fizikai mozgást követően elvesztett folyadékot és ásványi anyagokat pótolhassa az ember. Az energiaiital rendeltetése ezzel szemben a gyors energialöket (10-20 perc alatt), és az éberség biztosítása. Ennek legfontosabb forrása pedig a cukorból, illetve a koffeinből ered. A MESZ honlapján található értelmezés szerint az energiaiitalá akkor válik egy termék, ha 100 milliliterben minimum 34 kcal energia, illetve legalább 30 mg koffein található a vitaminok, valamint energizáló összetevők mellett. Egy átlagos, negyedliteres energiaiitalban kb. 80 milligramm koffein van, amely egy liter kólának, vagy három csésze teának, illetve valamivel több mint egy csésze presszó kávé élénkítő erejének felel meg. Az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság tudományos kutatása szerint egy

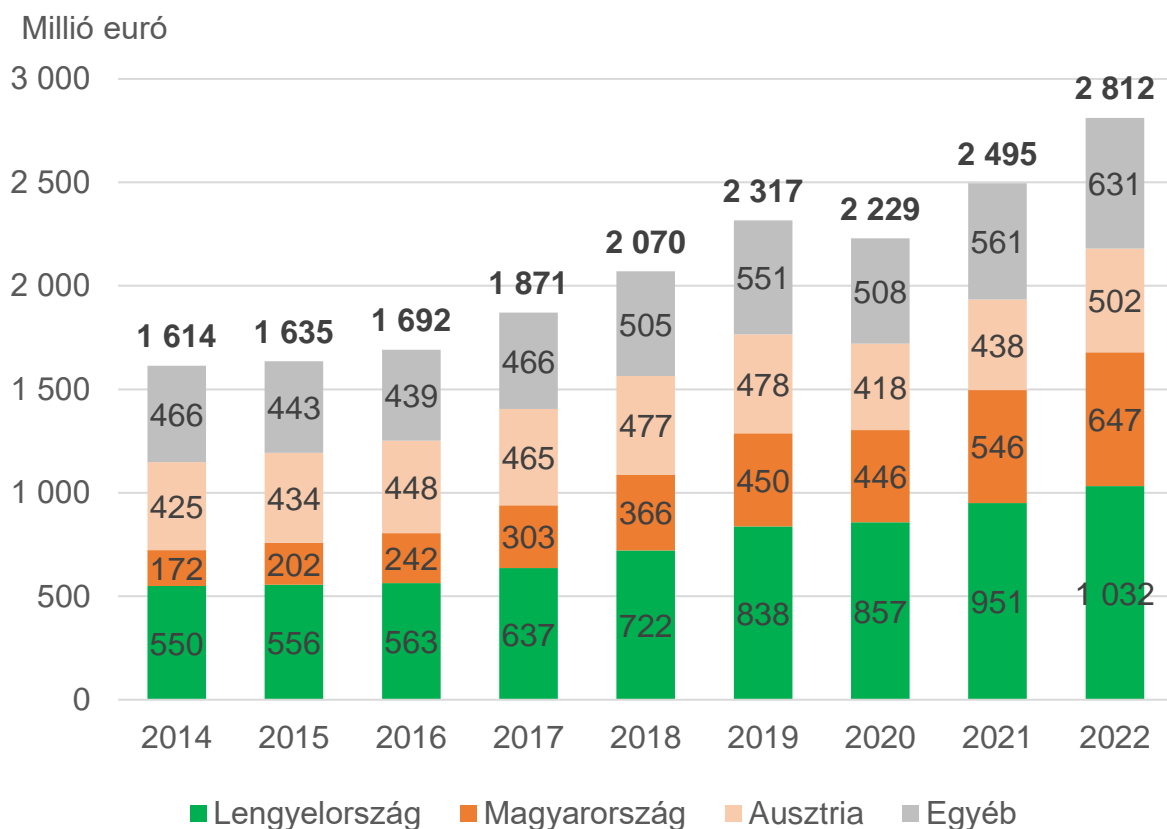
felnőtt ember napi 400 mg koffeint, azaz 5 doboz energiatalt mindenféle kockázat nélkül elfogyaszthat.



1. ábra: A világ legnagyobb sport- és energiatalt piacain keletkező bevételek
Megjegyzés: adatok millió euróban. Forrás: Statista Market Insights

Az Amerikai Egyesült Államok régóta nagyságrendekkel vezeti az energia- és sportitalok piacát a világon, mégis magyarok tették a világon ünnepnappá. A világ legnagyobb sport- és energiatalt piaca egyértelműen az Amerikai Egyesült

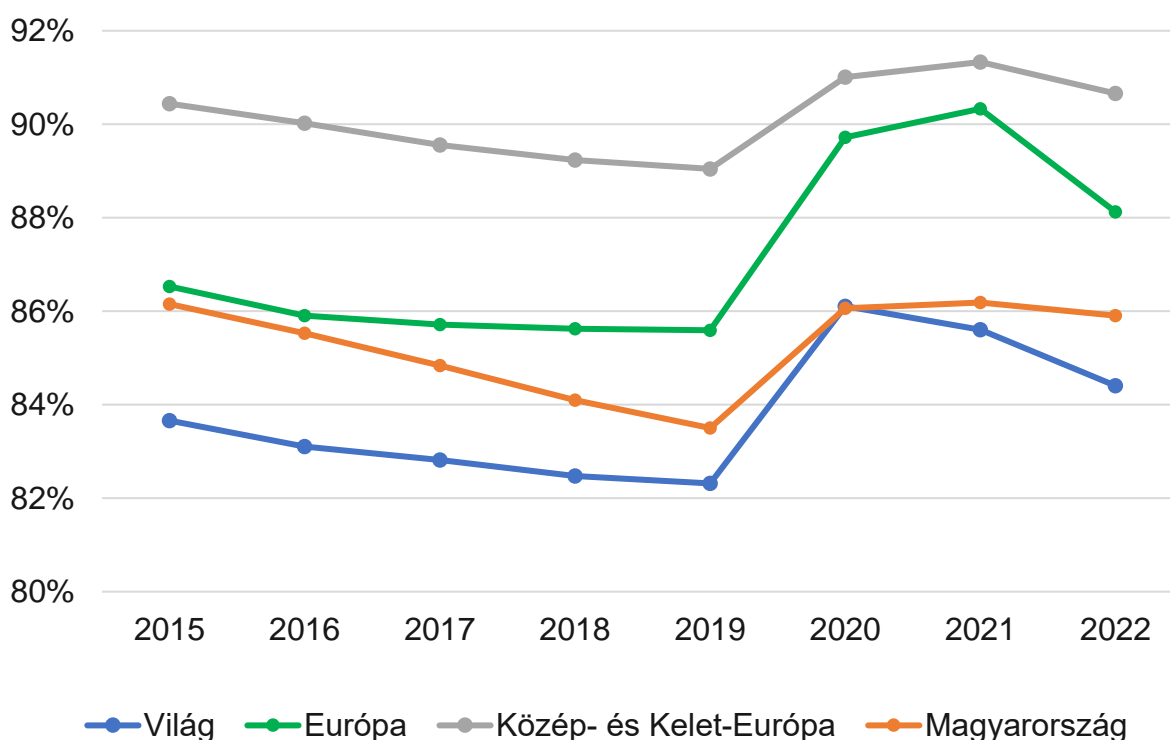
Államok, amely bevétel arányosan a világpiac több mint felét adja. A Statista adatai alapján az Amerikai Egyesült Államokban egyedül 2022-ben összesen közel 92 milliárd euró értékben vásároltak ilyen italokat, miközben átlagosan egy főre vetítve több mint 28 liter fogy egyetlen év alatt. A második helyen szerepel Kína, amely bár a Föld második legnagyobb gazdaságának minősül, kevesebb mint tized akkora piacot jelent, mint az első helyezett. Kína esetében átlagosan 5,9 euró árbevétel, illetve 1,5 liter fogyasztás jut egy lakosra 2022-ben. Természetesen a lakosságszámon és a gazdasági teljesítményen túl az emberek mindennapi szokásai, ízlése jelentősen tudja befolyásolni a sport- és energiaitalok iránti összesített keresletet. 2022 óta azonban, magyar kezdeményezésnek köszönhetően, december 21-e az energiaitalok világnapja. A dátumválasztás mögött a Magyar Energiaital Szövetség elnökének, Dr. Csibi Sándor indoklása alapján az húzódik, hogy éppen karácsony előtt pár nappal van a leghosszabb éjszaka az évben, amikor is a legtöbb energiára és éberségre van szüksége az embereknek.



2. ábra: Sport- és energiaitalból származó bevétel alakulása Közép-Kelet-Európában. Megjegyzés: Az egyéb kategóriába Szlovákia, Szlovénia,

Csehország, Románia és Horvátország tartozik. Forrás: Statista Market
Insights

A közép-kelet-európai országokban 2020-at leszámítva folyamatos volt a piacbővülés az elmúlt évtizedben, és jelenleg már közel hárommilliárd euró körüli éves árbevétel keletkezik. A lengyel sport- és energiaital piac mérete, mint a régió legnagyobb országa, 2014 és 2022 között lényegében közel duplájára növekedett. Ugyanezen időszak alatt a Statista adatai szerint a magyar piac értéke több mint háromszorosára emelkedett, ezzel a növekedési ütemmel pedig mára a régió legjelentősebb piacává fejlődött.



3. ábra: Sport- és energiaital otthoni fogyasztásának a részaránya. Forrás:
Statista Market Insights

Az energiaital, egy olyan nem-alkoholos ital, amit jellemzően bármelyik országban is vagyunk, elsősorban otthonunkban fogyasztunk. A sport- és energiaitalok döntő részét 80-90 százalékban a lakosság otthon fogyasztja. Kis szórás figyelhető meg az ilyen típusú italok fogyasztási szokásaiban világszerte. Magyarországon ez az érték inkább a világ átlagához közelít, miközben kis mértékben,

de elmarad az összesített átlagos európai értéktől. A régiós országokhoz képest azonban jelentős eltérés mutatkozik hazánk esetében.

Viták és kritikák az energiaszállalokkal kapcsolatban

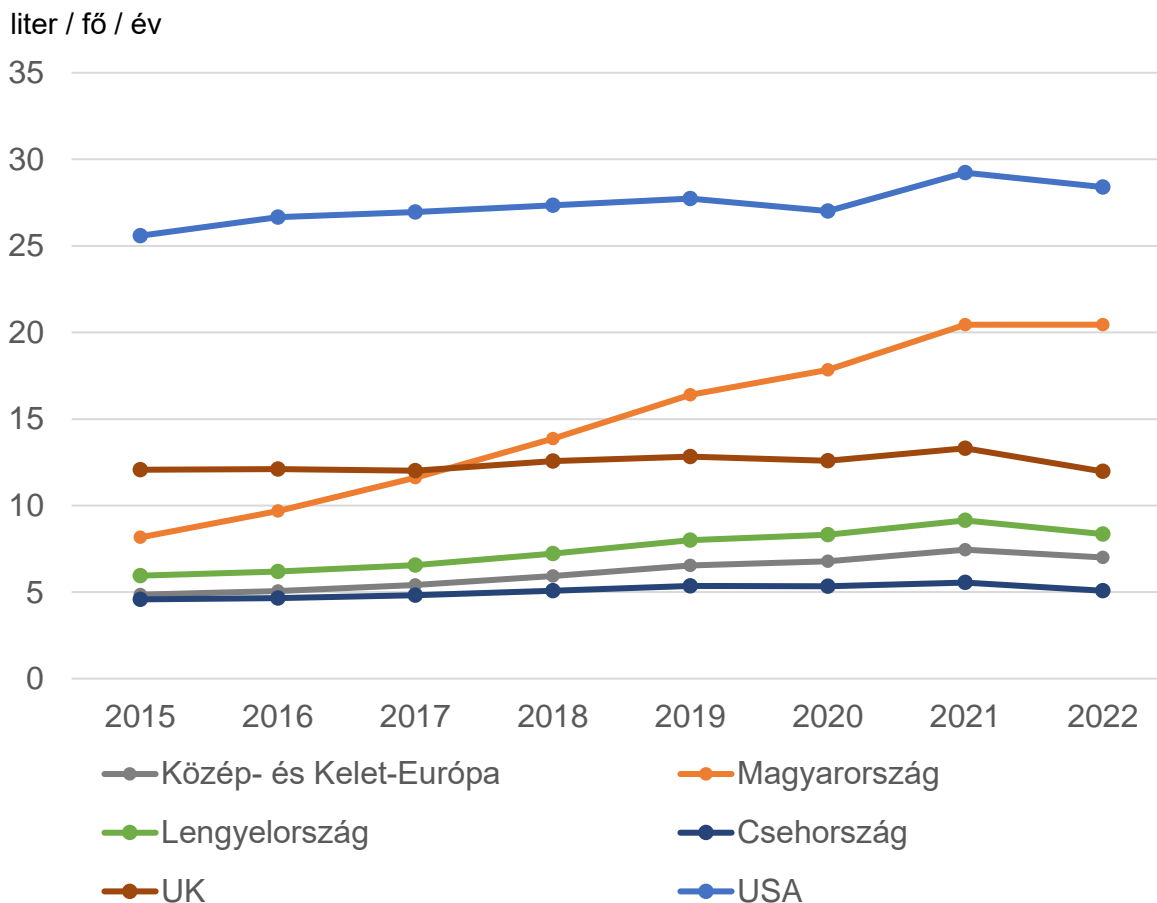
Az energiaszállalok egészségre gyakorolt hatása mindenképpen egy kibontakozó vita középpontjában áll. Havasi Katalin, a Házi Gyermekorvosok Egyesületének (HGYE) elnökének elmondása alapján az energiaszállal fogyasztásnak lehetnek káros mellékhatásai. Különösen a serdülő korban lévők, illetve krónikus betegséggel rendelkezők esetében jelentkezhetnek panaszok, de ráadásul a túlzásba vitt mennyiség vagy rendszeres fogyasztás során szervezetünk bármelyik rendszerében okozhatnak problémát. A Miskolci Egyetem Egészségügyi Karán végzett, 2018 elején publikált kutatás során vizsgálták az egyetemisták energiaszállal fogyasztását. 177 válaszadó alapján a felmérésben résztvevők fele nem tapasztalt semmilyen mellékhatást az energiaszállal fogyasztását követően. Közben több mellékhatást is megjelölhettek a fiatalok a legjelentősebbek a heves szívdobogás érzete (30 százaléknál), gyomorbántalmak (10,7 százalék), illetve a magas vérnyomás (9,6 százalék) voltak.

Minden terméket megfelelő körültekintéssel, illetve limitációk, szabályok betartása mellett javasolt csak fogyasztani az egészség megőrzése érdekében. A MESZ javaslatában is megfogalmazza, hogy gyermekeknek nem javasolja semmilyen koffein tartalmú italt, így az energiaszállal mellett a kávé és kóla fogyasztást sem. A szervezet arra is felhívja a figyelmet, hogy közben az energiaszállalokkal szemben erős kritikák érkeznek, addig a kóla termékekkel szemben ilyen éles hangok nem fogalmazódnak meg. A kóla termék azért is fontos összehasonlításként, hiszen koffeint és nagy mennyiségben tartalmaz cukrot is, amelynek túlfogyasztása szintén károsíthatja az egészséget. Akármennyire is lételemünk például a víz, illetve a folyamatos hidratáltság fenntartása, a túlzásba vitt fogyasztása szélsőséges esetben akár halálhoz is vezethet. A rövid időn belül elfogyasztott, túlzásba vitt vízfogyasztás nagyobb gondot tud okozni a szervezetünkben.

Hazánkban is felmerült a fiatal korú lakosok energiaszármazékainak a törvényi korlátozása, amely azonban nem példa nélküli a régiókban. Hazánkban a Fidesz-KDNP képviselői, Hollik István és Nacsa Lőrinc idén ősszel nyújtott be javaslatot a frakciószövetségüknek az energiaszármazékok gyermekek számára történő árusításának tiltására. Az indítványban megfogalmazott fontos érvelés egyike, hogy hazánkban átlagosan évente 100 gyermek kerül kórházba az energiaszármazékok túlzott fogyasztásának hatására. A kelet-közép-európai régióban összességében nem számít újdonságnak az energiaszármazékok hozzáférhetőségének a bizonyos fokú korlátozása. A Balti-államok közül Litvániában már közel egy évtizede, Lettországon 2016 óta (egyben az Európai Unióban elsőként) a 18 éven aluliak számára tiltott az energiaszármazék értékesítése. Lengyelországban két hónap múlva, 2024-től vezetik be a hasonló korlátozást azon italok esetében, amelyek koffein vagy taurin tartalma meghaladja a 150 mg/liter értéket.

Mennyire érintettek a magyarok az energiaszármazékoknál?

Az energiaszármazékokat leginkább a kisebb boltokban vásárolják meg a magyarok. NielsenIQ piacfelmérése alapján Magyarországon a 200 négyzetméternél kisebb boltok és a drogériák adják a forgalom 44 százalékát. A teljes forgalom több mint 90 százalékát a márkázott termékek jelentik, a saját termékes italok mindösszesen nyolc százalékos részesedést mutatnak. A GfK felmérése alapján az energiaszármazékok nagy részét a benzinkutakon, dohányboltokban, illetve a kisebb élelmiszerboltokban vásárolják. Miközben a diszkont üzletláncok a mennyiség közel 30 százalékát értékesítik, míg egyötödét pedig hipermarketekben. Ugyanakkor 2022-ben több mint 80 százalékos forgalom bővülést tudtak felmutatni a kisebb üzletek. Magyarországon a legjelentősebb energiaszármazék-piaci szereplők a HELL ENERGY, Red Bull, Coca-Cola HBC, Szentkirályi, illetve a Márka Üdítőgyártó.



4. ábra: Sport- és energiaital egy főre eső éves átlagos fogyasztása literben.

Forrás: Statista Market Insights

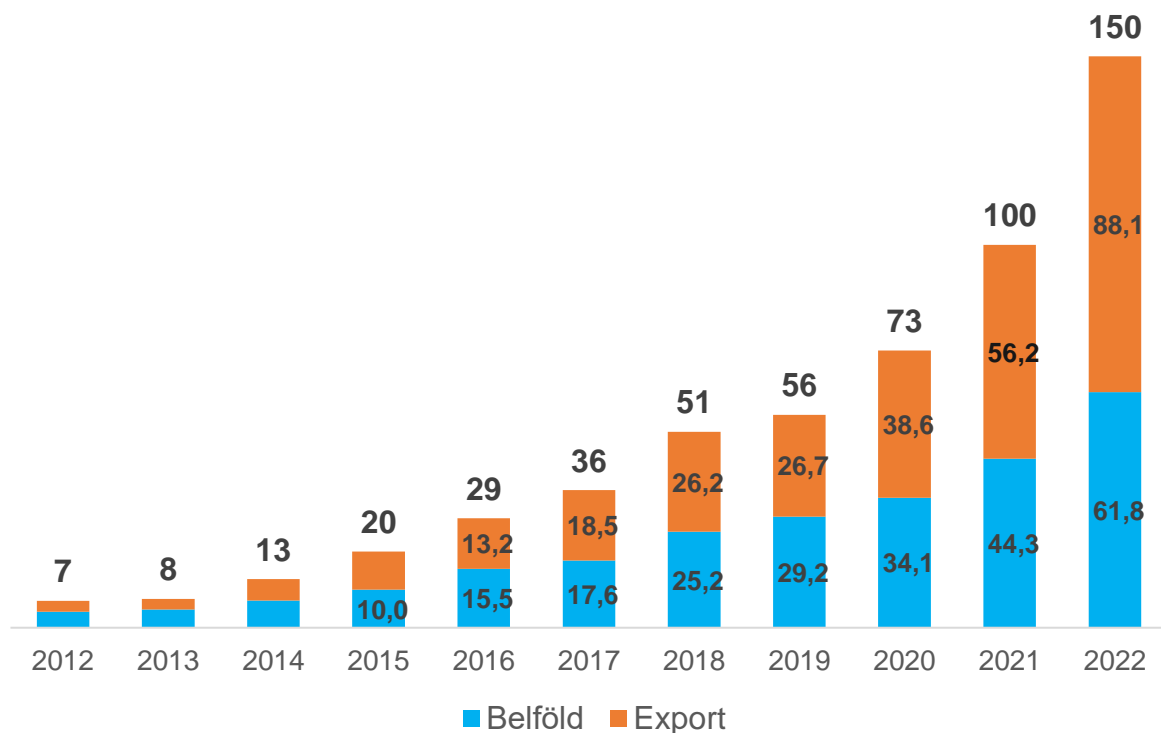
Jelentős az energiaitalfogyasztásunk, amelyből az ifjabb generáció is jelentősen kiveszi a részét. A NielsenIQ piackutató egyik friss felmérése alapján 64 millió liter energiaitalt vásároltak a magyarok 2022 augusztusa és 2023 júliusa közötti időszakban. Az adatok alapján egy főre jutóan átlagosan 27 negyedliteres energiaitalt fogyasztanak el Magyarországon, azaz nagyjából kéthetente egy dobozzal. Az energiaital fogyasztásba azonban a fiatalok is jelentős mértékben bekapcsolódnak. A GfK felmérése alapján az energiaital forgalom közel 70 százalékát az 50 évesnél fiatalabbak adják. Az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (OÉTI) öt évvel ezelőtt készült egyik felmérésben arra jutott, hogy már a 10-14 éves magyar fiatalok között is minden ötödik gyermek reggelente fogyaszt energiaitalt. A kamaszoknál már közel 80 százalék fogyaszt ilyen terméket, ráadásul 13 százalékuk rendszeresen. Egy 2018-as kutatásban a Miskolci Egyetem Egészségügyi Karán

tanulók megkérdezése alapján a megkérdezettek 95 százaléka már kipróbálta életében az energiatalt, első sorban barátaik körében. A hallgatók több mint fele a fáradtság leküzdése érdekében fogyasztja az italt. Ráadásul az első kipróbálást követően a válaszadók 37 százaléka már újra fogyasztotta az energiatalt, 20 százalékuk egy hónapon belül, és minösszesen csak minden tizedik vélekedett úgy, hogy utána kerülte a termék fogyasztását.

Az energiatalok nemzetközi piacán egy pokolian jó sikertörténet indult el lassan két évtizede, amely azóta is, évről-évre újabb mérföldköveket ér el. A HELL ENERGY vállalatot 2006-ban alapították, és teljes egészében magyar márkaként maradt meg. A hazai energiatal piacon mindösszesen négy év leforgása alatt piacvezetői pozíciót sikerült elérni. Nemcsak a belföldi, hanem a külföldi terjeszkedésre is fókuszált a vállalat a növekedése során. Ennek köszönhetően mára több mint 60 országban megtalálhatóak a termékei. Ráadásul már tíz országban, többek között olyan európai országokban is mint Romániában, Szlovákiában vagy éppen Horvátországban is piacvezetői szerepet tudhat magáénak. Az energiatal piacon jól ismert magyar márka sikereit is jól szemlélteti, hogy marketingtevékenységének támogatására egy világszinten ismert színésszel dolgozott együtt. A hazai vállalat először 2018-ban, összesen pedig három alkalommal tudott forgatni a hollywoodi világsztárral, Bruce Willis-szel. A sikereket támogatta, hogy a beszállítói láncoktól a cég hamar függetlenítette magát a vertikális integráción keresztül. Ennek keretében nem csak az alumínium tárolódobozok, hanem a töltés, illetve saját logisztikai központ létesítésével önállóan és rugalmasan tudják alakítani a termelést.

A nemzetközi terjeszkedést eddig a cég kiemelkedően gyorsan és sikeresen tudta megvalósítani, köszönhetően a stratégiájának és szakszerű kivitelezésének is. A HELL ENERGY mára nem kizárólag energiatalokat, hanem üdítőitalokat és jeges kávét is elhelyezett a kínálatában. A sikereket mi sem bizonyíthatná jobban, mintsem 2023 nyara óta Indiában is az első helyen szerepel az energiatal piaci rangsorban. A világ egyik legnépesebb országában a korábbi legnépszerűbb márka két évtizeden keresztül tudta megőrizni a vezető szerepét, aztán a HELL megjelenését követően pár év alatt megváltoztak az erőviszonyok. A magyar márka csak 2018-ban jelent meg ezen a távol-keleti piacon, azaz mindösszesen öt év

leforgása alatt érte el ezt a jelentős mérföldkövet. Tavaly év végén a cégcsoport valamennyi vállalatán keresztül közel 1400 embernek biztosított megélhetést. A jelenlegi gyártási kapacitást a következő egy évben közel a duplájára, 78 ezer négyzetméterre tervezi bővíteni a cég, amely tovább támogatja majd a növekedési terveit. Magyarország első alumínium italdoboz gyárát a HELL cégcsoport létesítette 2017-ben, ahol a 250 ml űrtartalmú dobozokból éves szinten 1,5 milliárd darab készül. A cégcsoport töltőberendezései napi szinten hétmillió darabot töltenek meg energia itallal, ami mellett óránként 50 ezer darab prémium jegeskávét is csomagolnak. A cég termékeinek közel 60 százalékát exportálta 2022 folyamán.



5. ábra: A HELL ENERGY Magyarország Kft. árbevételeinek alakulása (milliárd forint), Forrás: Céges konszolidált beszámolóik alapján

Az elmúlt időszakban nem csak az energia, de a mesterséges intelligencia is az egyik legfelkapottabb téma lett, amelyből az energiai piac is profitálhat. A HELL ENERGY idén vezetett be egy olyan innovatív energiai italt a termékpalalettájára, amelynek többek között a külsejét, összetevőit, ízesítését, marketingjét és gyártását is a mesterséges intelligencia támogatta. A technológiát rohamosan kezdték el fokozott tempóban alkalmazni valamennyi iparágban.

A nemzetközi terjeszkedés eredményeként a bevételek a múlt évben 50 százalékkal emelkedtek és annak közel 60 százaléka már külföldről érkezik a vállalathoz. A nemzetközi sikereket jól szemlélteti a vállalatcsoport bevételeinek dinamikus, külföldi emelkedése. 2017-től kezdve a HELL ENERGY elsődleges bevételi forrásává a határon túli piacok váltak. 2019-es „visszafordulás”, illetve megtorpanást követően azonban egyértelmű lett az export jelentősége. 2022-ben már közel 150 milliárd forintos összesített bevételből több mint 88 milliárd forint származott külföldről. Az export értékének mintegy 77 százaléka származott az Európai Unió tagállamaiból, míg a fennmaradó rész azon kívülről érkezett. A nemzetközi terjeszkedés további támogatása érdekében 2023 nyarán derült ki, hogy a cégcsoport egy több mint 200 millió dolláros befektetés keretében Azerbajdzsánban létesít gyártóegységet. A létesítmény a tervek szerint éves szinten 7-800 millió darab alumínium dobozt fog gyártani, amelynek közel felét tervezik megtölteni energiatallal.

Összegzés

Várhatóan tovább bővül mind a hazai, mind pedig a nemzetközi energiatall piac, amelyből a hazai márka is tovább tud profitálni. Az energiatallok piaca folyamatosan bővült az elmúlt időszakban, amelyet a hazai márka, a HELL ENERGY, sikeresen meg tudott lovagolni. A nemzetközi sikerek eddig is folyamatosan érkeztek, de jelenleg minden jel arra mutat, hogy a magyar cégcsoport nem tervez lassítani a nemzetközi terjeszkedésben. A fogyasztói igény további bővülése várható annak ellenére, hogy felmerülhetnek különböző mértékű szabályozási igények az országokban. Az ilyen italok önálló fogyasztása összességében biztonságosnak tekinthető, és nem gyakorol feltétlenül egészségre káros hatást a felnőtt fogyasztók esetében. Természetesen, ahogyan ez más élelmiszereknél vagy éppen italoknál is van, a túlzásba vitt fogyasztás komplikációkat okozhat, ezért ezt érdemes minél inkább elkerülni.

Felhasznált források

- BRÁDER Ádám (2023): Hell Energy Develops New Energy Drink Using Artificial Intelligence, https://www.hungarianconservative.com/articles/culture_society/hell_energy_a_i_recipe_top_secret_invention/ (2023.10.31.)
- BUDAI Klára (2023): Rise and shine – energy drinks are unstoppable!, In: Trademagazin.hu, <https://trademagazin.hu/en/keljfeljancsi-ledonthetetlenek-az-energiatalok/>, (2023.10.21.)
- Business Enquirer (2023): A beverage industry first: A step ahead with AI, Issue 116 | Hell Energy | August 2023, https://issuu.com/businessenquirer/docs/businessenquirer_issue116_hell_energy_pages (2023.10.31.)
- DOJCSÁKNÉ KISS-TÓTH Éva – KISS-TÓTH Emőke (2018): Energiatal fogyasztási szokások és egészségtudatosság a felsőfokú képzésben résztvevő hallgatók körében, In: Egészségfejlesztés, LIX. évfolyam, 2018. 4. szám , https://epa.oszk.hu/02900/02987/00012/pdf/EPA02987_egeszsegfejlesztes_2018_04_017-026.pdf (2023.11.02.)
- EDE (Energy Drinks Europe): History of energy drinks, <https://www.energydrinkseurope.org/facts/history-of-energy-drinks/>
- ELEK Nikoletta (2023): Az energiatal lehet az új kapudrog, In: Magyar Nemzet, <https://magyarnemzet.hu/belfold/2023/01/az-energiatal-lehet-az-uj-kapudrog> (2023.11.21.)
- Mfor.hu (2019): Minden ötödik magyar kiskamasz energiatalt reggelizik, In: mfor.hu, <https://mfor.hu/cikkek/makro/minden-otodik-magyar-kiskamasz-energiatalt-reggelizik.html> (2023.10.23.)
- TORONTÁLI Zoltán (2023): 64 millió liter energiatal fogy egy évben, vissza lehet tartani tőle a fiatalokat?, In: G7.hu, <https://g7.hu/kozelet/20231004/64-millio-liter-energiatal-fogy-egy-evben-vissza-lehet-tartani-tole-a-fiatalokat/> (2023.10.23.)

- Trademagazin (2022): Energiáital: japánok találták fel 60 évvel ezelőtt, idén pedig magyarok alapították meg a világnapját, In: Trademagazin.hu, <https://trademagazin.hu/hu/energiaital-japanok-talaltak-fel-60-evvel-ezelott-iden-pedig-magyarok-alapitottak-meg-a-vilagnapjat/> (2023.10.21.)