



## INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 25 lutego 2010 r.

### Branża piwowarska w 2009 roku Browary wciąż na minusie

Wyniki sprzedaży branży piwowarskiej za rok 2009 są gorsze niż prognozowano w połowie ubiegłego roku. Spadek sprzedaży na rynku krajowym wyniósł 10,1 proc., jednocześnie poziom konsumpcji piwa obniżył się do poziomu sprzed czterech lat – 85 litrów per capita rocznie.

#### Najgorszy rok od 20 lat

Kiedy porównamy rok 2009 z rokiem 2008, spadek sprzedaży na rynku piwa wyniósł **10,1 procent**. W 2009 browary sprzedały **32 250 mln hl** piwa, w roku 2008 odnotowano sprzedaż na poziomie **35 861 mln hl**. Atmosfera kryzysu w gospodarce i podwyżka akcyzy o 13,6 proc. w marcu ubiegłego roku spowodowały, że ostateczne wyniki branży okazały się słabsze, niż prognozowano kilka miesięcy wcześniej. Branża piwowarska wkroczyła w okres nasycenia konsumpcji i spowolnienia.

*„Wiedzieliśmy, że rok 2009 będzie dla nas trudny. Polski rynek piwa przeżywa obecnie spowolnienie, którego sygnały były już widoczne w 2008 roku. Nie możemy zatem spodziewać się spektakularnych wzrostów w najbliższej przyszłości. Nasze prognozy na 2010 są bardzo ostrożne – liczymy, że uda nam się zatrzymać tendencję spadkową, a przy sprzyjającym sezonie może nawet osiągnąć niewielki wzrost.”* - mówi **Christopher Barrow**, prezes Zarządu ZPPP Browary Polskie.

#### Wpływy do budżetu

Ogólne spowolnienie gospodarcze, podniesienie stawki podatku akcyzowego o 13,6 proc. oraz zmniejszenie wydatków konsumenckich na zakup piwa przyczyniły się do spadku popytu i sprzedaży piwa, a w konsekwencji – do spadku dochodów, jakie budżet państwa łącznie czerpie z branży piwowarskiej. Spadek sprzedaży piwa spowodował bowiem zmniejszenie wpływów podatkowych z tytułu VAT, CIT i PIT (mniejsza produkcja, restrukturyzacja działów dystrybucji i sprzedaży, zamykanie browarów).

W 2009 roku przemysł piwowarski odprowadził do budżetu państwa 3 176 mln złotych z tytułu akcyzy.



### **Edukacja nadal strategicznym celem branży**

Trudny rok dla branży nie powstrzymał przemysłu od konsekwentnej realizacji strategii minimalizowania negatywnych skutków społecznych niewłaściwej konsumpcji alkoholu. Eliminacja patologii związanych z nieodpowiedzialną sprzedażą i konsumpcją alkoholu wymaga konsekwentnej edukacji, począwszy od wychowania w domu poprzez szeroko zakrojone działania realizowane przez państwo, samorządy, organizacje społeczne, a także producentów. Przemysł piwowski od siedmiu lat inicjuje i organizuje ogólnopolskie programy edukacyjne, których celem jest ograniczenie dostępu niepełnoletnich do alkoholu oraz walka z pijanymi kierowcami. Działania przemysłu prowadzone są przy współudziale szeregu partnerów samorządowych, komercyjnych, jak i organizacji rządowych.

W 2009 roku branża zainicjowała kolejną edycję kampanii przeciwko sprzedaży alkoholu nieletnim – „Pozory mylą, dowód nie”, której ogólnopolskim partnerem została Komenda Główna Policji.

Budowanie społecznej świadomości na temat negatywnych skutków nieodpowiedzialnej konsumpcji i sprzedaży alkoholu oraz edukacja w celu zmiany społecznych postaw i zachowań jest strategicznym celem branży. Przemysł planuje jego konsekwentną realizację także w roku 2010.

*„Rozumiemy rolę, którą jako odpowiedzialni producenci alkoholu mamy do odegrania w społeczeństwie. Istotą walki z patologiami, które wynikają z nadmiernej i nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu jest szeroka i długofalowa edukacja. - **mówi Danuta Gut**, dyrektor Biura Zarządu ZPPP Browary Polskie. *Skuteczne edukowanie wymaga partnerstwa wielu podmiotów społecznych, w tym organizacji rządowych i samorządowych. Chcemy, aby nasze działania przyczyniły się do stworzenia szerokiej koalicji na rzecz wyeliminowania problemów związanych z nadmierną, nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu*” – dodaje Gut.*

### **Kontekst europejski**

Misja i działania podejmowane przez ZPPP Browary Polskie wpisują się w szerszy kontekst europejski.

*„Niewielu z nas zdaje sobie sprawę z ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania branży piwowskiej. Produkcja i sprzedaż piwa to nie tylko 2,5 miliona miejsc pracy w Europie, ale i przeszło 57 miliardów euro rocznie tytułem podatków zasilających krajowe budżety — powiedział **Pierre-Olivier Bergeron**, sekretarz generalny The Brewers of Europe — organizacji zrzeszającej 27 krajowych stowarzyszeń branżowych przemysłu browarniczego. Europejska organizacja przemysłu piwowarskiego, podobnie jak polski reprezentant rynku piwa, stawia głównie na edukację konsumentów i wspieranie odpowiedzialnej, umiarkowanej konsumpcji piwa. *„Jako branża licząca się w światowej gospodarce, ale i wskutek swojej specyfiki predestynowana do szczególnych działań zapobiegawczych, będziemy niezmiennie wspierać partnerstwo publiczno-prywatne w rozwiązaniu problemów związanych z nadmierną czy nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu. Nad dalsze mnożenie zakazów, często po prostu społecznie zbyt kosztownych i nieskutecznych, przedkładamy działania edukacyjne oraz wspieranie egzekwowania prawa już obowiązującego*” – dodał Bergeron.*



Postępujący spadek przychodów ze sprzedaży piwa w Polsce to również odzwierciedlenie tendencji europejskich. Współ z Chorwacją, Rumunią, Serbią i Szwajcarią, Polska po raz ostatni odnotowała trend wzrostowy w roku 2008, w którym pojawiły się pierwsze symptomy globalnego kryzysu. W roku 2009 jedynie w Finlandii i Wielkiej Brytanii udało się w Europie utrzymać niezmienny poziom sprzedaży piwa.

\*\*\*

**Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego Browary Polskie** jest organizacją, która skupia największych producentów piwa w Polsce, tworzących ponad 90% rynku. Reprezentuje członków w relacjach z administracją rządową i samorządową, organizacjami społecznymi oraz związkami zawodowymi działającymi w przemyśle piwowarskim. W swoje zadania statutowe Związek ma także wpisane prowadzenie działalności ukierunkowanej na propagowanie odpowiedzialnej sprzedaży i konsumpcji alkoholu oraz podejmowanie i wspieranie inicjatyw edukacyjnych w tym zakresie.

Związek jest członkiem europejskiej organizacji **The Brewers of Europe (Browary Europejskie)**, która zrzesza stowarzyszenia branżowe z 23 krajów Unii Europejskiej oraz Norwegii, Szwajcarii i Turcji. Jako członek **Brewers of Europe** jest aktywnym uczestnikiem stworzonego przez Komisję Europejską w czerwcu 2007 roku Forum Alkohol i Zdrowie, będącym platformą współpracy i dialogu pomiędzy producentami, organizacjami rządowymi i pozarządowymi na arenie europejskiej.

Związek Browary Polskie jest także członkiem **Rady Reklamy**, organizacji odpowiadającej za samoregulację w dziedzinie reklamy w Polsce. System samoregulacji opiera się na Kodeksie Etyki Reklamy, dokumencie opracowanym wspólnie przez przedstawicieli trzech grup tworzących rynek reklamowy w Polsce: reklamodawców, agencje reklamowe i media.

\*\*\*

**Stowarzyszenie Regionalnych Browarów Polskich** skupia małych i średnich producentów piwa w Polsce. Celami stowarzyszenia są: integracja środowiska producentów polskich browarów, reprezentowanie interesów gospodarczych zrzeszonych członków wobec organów państwowych, samorządu terytorialnego, a także upowszechnianie zasad etyki w działalności, w szczególności opracowanie i doskonalenie norm rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym. Stowarzyszenie prowadzi również działalność promocyjną na rzecz członków oraz pomaga w nawiązywaniu kontaktów gospodarczych. Odgrywa także ważną rolę w kształtowaniu kultury picia piwa.

Dodatkowych informacji udzielają:

Danuta Gut  
Dyrektor Biura Zarządu ZPPP Browary Polskie  
Tel. (22) 850 91 14  
e-mail: dgut@browary-polskie.pl

Andrzej Olkowski  
Prezes Stowarzyszenia Regionalnych Browarów Polskich  
tel. (089) 534 97 16  
e-mail: biuro@bk.com.pl