**Trendy w sprzedaży alkoholu w 2020 roku**

**Jak będzie wyglądać sprzedaż alkoholu w Polsce na koniec 2020 roku? Dane liczbowe dotyczące całego rynku mogą być porównywalne z poprzednimi latami. Różnice mogą jednak dotyczyć rodzajów spożywanego alkoholu.**

Czas społecznej izolacji, z jakim mieliśmy do czynienia wiosną 2020 roku może mieć swoje odzwierciedlenie na rynku alkoholi. Podobnie, jeśli – jak przewidują niektórzy – część obostrzeń powróci jesienią, to również będzie odczuwalne dla producentów i dystrybutorów rozmaitych trunków.

Zmiany będą jednak oznaczały nie tyle załamanie rynku, co zmiany w konsumpcji. Mówiąc wprost – Polacy spędzający więcej czasu w domach i w małym gronie spożywają inny alkohol niż np. podczas wyjść do restauracji. Nie zawsze jest to alkohol tańszy, ale jednak inny, o czymś świadczy choćby wzrost sprzedaży szampana (tego oryginalnego, francuskiego).

Co ciekawe, trendy wynikające z kwarantanny pokrywają się z tymi, które były widoczne już wcześniej. Np. tendencja do kupowania lżejszych alkoholi oraz piwa bezalkoholowego była zauważalna już od kilku lat, ale w okresie koronawirusa jeszcze się wzmocniła.

Nie można też na razie powiedzieć, że trend „premiumizacji” rynku wyhamował. Choć można się spodziewać, że ci Polacy, których dotknie kryzys gospodarczy zapewne będą kupowali tańszy alkohol, to jednak wiosną 2020 roku trunki z wyższej półki nadal cieszyły się popularnością.

**Trendy, które mogą mieć wpływ na rynek alkoholi w 2020 roku:**

l Izolacja społeczna sprzyja konsumpcji innych alkoholi niż poza kwarantanną

l Ograniczenia dotyczące przemieszczania się nie sprzyjają sprzedaży alkoholu w małych butelkach (tzw. małpek)

l W okresie kwarantanny, ale też w sezonie letnim na popularności zyskuje piwo, cydr, wino

l Wśród droższych alkoholi – inne spożywa się w lokalach, inne w domach.

Warto przy tym przytoczyć wyniki badań rynkowych przeprowadzonych przez ośrodek badawczy Nielsen. Z analiz dotyczących marca i kwietnia wynika, że wolumenowa sprzedaż napojów spirytusowych spadła o 2%, piwa o 3%, natomiast sprzedaż win i likierów mlecznych wzrosła o 1% w porównaniu do marca i kwietnia 2019 r. Warto jednak zauważyć, że dane te dotyczą jedynie sprzedaży detalicznej i nie uwzględniają zamkniętej prawie całkowicie branży HoReCa.

Jednocześnie - pod względem wartości sprzedaży – napoje alkoholowe odnotowały wzrosty: napoje spirytusowe o 2%, wino o 3%, piwo o 6%. Świadczy to o tym, że Polacy kupowali mniej alkoholu, ale za to wybierali droższe trunki.

W wybranych kategoriach alkoholi wolumen sprzedaży zmienił się następująco (porównanie z tym samym okresem w 2019 roku):

l Wódka ogółem – spadek o 4%

l Wódka w opakowaniach poniżej 200 ml – spadek o 8%

l Gin – wzrost o 25%

l Rum – wzrost o 31%

l Likiery mleczne – spadek o 14%

l Wino spokojne – wzrost o 4%

l Wino musujące ogółem – spadek o 5%

l Prosecco – wzrost o 9%

l Szampan – wzrost o 19%

l Piwo bezalkoholowe – wzrost o 30%

Powyższe dane dotyczą jednak sprzedaży w sklepach, podczas gdy największy wpływ na pogorszenie sytuacji producentów i dystrybutorów alkoholi miał przestój branży HoReCa. Na szczęście dla rynku, na ten moment obostrzenia zostały znacznie ograniczone, a Polacy coraz chętniej odwiedzają restauracje i inne lokale gastronomiczne.

Istnieje duża szansa, że tegoroczne lato pozwoli na odrobienie strat. Czas urlopów zawsze napędzał sprzedaż alkoholu – szczególnie piwa i wina. Wiele wskazuje na to, że nie inaczej będzie w tym roku. Poza tym część Polaków będzie chciała „odbić” sobie czas przymusowej izolacji, nadrabiając zaległości w spotkaniach towarzyskich.

Dodatkowo, możemy liczyć na obecność większej niż zwykle liczby turystów z zagranicy, dla których Polska pozostaje krajem w miarę bezpiecznym pod względem epidemiologicznym, a przy tym tanim. Oni także będą z pewnością chcieli spróbować polskiego piwa, słynnej polskiej wódki oraz innych trunków. W związku z tym o sprzedaż alkoholu latem możemy być spokojni.

Wątpliwości mogą natomiast dotyczyć jesieni. Niektórzy epidemiolodzy przewidują kolejny atak koronawirusa w chłodniejszych miesiącach, a wtedy istnieje ryzyko ponownego wprowadzenia surowych ograniczeń. Z drugiej strony, biorąc pod uwagę skutki dla gospodarki, rząd będzie prawdopodobnie ostrożniej wprowadzał ewentualną kwarantannę. A skoro tak, to nie należy się raczej spodziewać całkowitego zamknięcia branży HoReCa po raz drugi.

Jeśli pandemia nie uderzy ze zdwojoną siłą, zarówno branża winiarska, spirytusowa, jak i piwna na koniec roku może notować wyniki podobne do ubiegłorocznych. Obecnie wciąż można zakładać, że nawet te firmy z branży, które odczuły pogorszenie koniunktury wiosną, do końca roku zdołają odrobić straty.

Źródło: [Pro-log](http://pro-log.com.pl/)