**Wino w Polsce zyskuje na popularności**

**Jak zmieniają się trunkowe zwyczaje Polaków? Od kilku lat w Polsce z roku na rok rośnie sprzedaż wina, w tym także wytrawnego. Jednak największa dynamika wiąże się ze wzrostem sprzedaży win musujących, takich jak prosecco czy cava.**

Wino w Polsce nie jest oczywiście żadną nowością. Na ziemiach polskich pojawiło się wraz z chrześcijaństwem i już w średniowieczu w obrębie granic funkcjonowały setki winnic. W samym tylko Toruniu na początku XV zajmowały one ok. 300 ha. Tymczasem dziś całkowita powierzchnia winnic w Polsce to zaledwie 573 ha.

Niestety, upadek winiarstwa nastąpił po II wojnie światowej, kiedy to ostatnie winnice zostały przejęte przez PGR-y, a i sam trunek kojarzył się zbyt elitarnie, by można go było dopasować do proletariackiej ideologii. O odradzaniu się popularności wina możemy mówić dopiero po upadku komunizmu, a prawdziwy renesans przeżywamy zaledwie od kilku, a najwyżej kilkunastu lat.

Najpierw zaczęło się od kupowania win bułgarskich, czy węgierskich – przeważnie z okazji imienin, urodzin lub innych wyjątkowych okazji. Później oferta win na sklepowych półkach zaczęła się poszerzać. Początkowo można było nawet sądzić, że asortyment znacznie przeważał nad zainteresowaniem, ale zaciekawieni klienci zaczęli w końcu sięgać po butelki z Włoch, Francji, czy nawet z Afryki i obydwu Ameryk.

**Moda na wino**

To, że Polacy nauczyli się pić wino i delektować się nim, to efekt zarówno większej dostępności rozmaitych smaków w sklepach, jak i skutek zagraniczny podróży. Programy wycieczek do Francji czy Włoch często obejmują wizyty w winnicach i degustacje win. Poza tym, coraz popularniejsze stają się podróże typowo enologiczne, do konkretnych winnic lub regionów winiarskich.

W takich miejscach, pod okiem ekspertów, turyści z Polski przekonują się, że dobre wino może mieć do zaoferowania znacznie więcej smaków i aromatów niż tylko nutka słodyczy. Niektórych winiarska pasja ogarnia do tego stopnia, że sami próbują importować wina.

Sprzedaż wina w Polsce wymaga spełnienia bardzo wielu formalności. Chcąc zajmować się importem, a potem dystrybucją alkoholu, trzeba uzyskać odpowiednie zezwolenia i zgłosić zapotrzebowanie na banderole. Aby ułatwić sobie proces wprowadzania wina do sprzedaży, najlepiej od razu podjąć współpracę z firmą wyspecjalizowaną w dostarczaniu zaawansowanych usług dla podmiotów importujących alkohol do Polski. Jedną z zalet współpracy z taką firmą jest chociażby możliwość nałożenia polskich znaków akcyzy w polskim składzie podatkowym lub składzie celnym.

- W ten sposób skracamy znacznie czas konieczny na przygotowanie towaru do wprowadzenia na rodzimy rynek. Czas pandemii oraz związanych z tym przeszkód w sprawnej realizacji procesu zaopatrzenia, umocnił mnie w przekonaniu, że opracowany przez nas model legalizacji alkoholu w Polsce ma znaczną przewagę nad tradycyjnym rozwiązaniem związanym z wysyłaniem banderol poza granice Polski – mówi Remigiusz Zdrojkowski, członek zarządu firmy PRO-LOG S.A. – Z uwagi na konieczność kwarantanny pracowników w tradycyjnych krajach winiarskich oraz w USA, wielu importerów i dystrybutorów musiało zdecydować czy pozostawić towar w kraju producenta oraz oczekiwać na powrót pracowników banderolujących alkohol, czy przekierować zakupione wino do usługowego składu podatkowego w Polsce. Z naszą pomocą udało się ten dylemat rozwiązać. Wśród firm, które skorzystały w tym czasie z naszych usług są takie, które zdecydowały się podpisać długoterminowe umowy i zmienić dotychczasowy model importu – podkreśla.

Choć formalności są skomplikowane, to jednak wielu pasjonatów wina nie odstraszają, a dzięki współpracy z doświadczonym operatorem logistycznym wejście na rynek okazuje się dużo łatwiejsze.

Winu sprzyja także trend odchodzenia od wódki na rzecz lżejszych trunków. Polacy przekonali się, że alkoholowy napój z winogron doskonale nadaje się jako dodatek do obiadu czy kolacji, nie tylko przy okazji imienin czy rocznicy ślubu. Dziś wino pijemy do posiłku, jako miły finisz wieczoru, ale też zamawiamy – bez szczególnej okazji – w restauracji.

Do tego, by kupować wina, zachęcają nas także sklepy. Zarówno w tych osiedlowych, jak i w hipermarketach wina zajmują zdecydowanie więcej miejsca, niż inne alkohole. Rozpiętość cen i szeroka oferta sklepów, wśród których nie brak tych specjalistycznych, pozwala klientom dobrać wina do swoich preferencji.

**Polacy coraz bardziej wytrawni**

Wzrost spożycia wina notowany jest z roku na rok. Według danych firmy Nielsen, sprzedaż wina w Polsce w ciągu 12 miesięcy (do sierpnia 2019 r.) wzrosła o 9 proc., ustanawiając rekord pod względem wydatków – 3,2 mld zł. Z kolei wg danych opublikowanych przez Grupę Ambra, sprzedaż win w 2019 roku wzrosła o 8% w stosunku do roku poprzedniego. Jeszcze inaczej było w sieci Kondrat Wina Wybrane, która w 2019 roku odnotowała wzrost sprzedaż win aż o 15% w stosunku do roku 2018.

- Czy jednak możemy spodziewać się dalszych wzrostów? Tak, ponieważ statystyczny Polak i tak wypija nie więcej niż 4 litry wina rocznie, podczas gdy w winiarskich krajach Unii, takich jak np. Francja, wypija się powyżej 40 litrów. Jeśli więc zwyczaje Polaków będą zbliżać się do tych z południa Europy, spożycie wina powinno nadal rosnąć – uważa przedstawiciel firmy PRO-LOG.

Obecnie najchętniej kupujemy wina czerwone, wytrawne – to one, według danych z kilku niezależnych źródeł – odpowiadały za około połowę całej sprzedaży win w 2019 roku. Doszliśmy więc do momentu, w którym statystycznie rzecz biorąc, wino słodkie lub półsłodkie kupujemy rzadko. Jako, że wino często stanowi dodatek do posiłku, chętnie wybieramy też odmiany białe. Tu również królują wytrawne, choć jeszcze niedawno w Polsce wina białe były tolerowane tylko pod warunkiem, że miały w sobie bardzo słodkie akcenty.

Innym trendem, który umacnia się od kilku lat, jest rosnąca miłość do win z bąbelkami. Choć nie pijemy szampana na co dzień, jak niektórzy Francuzi, to jednak śmiało można powiedzieć, że rynek win musujących zyskuje na popularności. Wg danych Ambry, wzrost w samej tylko kategorii win musujących w 2019 roku osiągnął wynik 21% (na tle 4% wzrostu sprzedaży win spokojnych). Inni dystrybutorzy wskazują skromniejsze zainteresowanie trunkami z bąbelkami, co jednak i tak nie zmienia faktu, że wina musujące są coraz modniejsze.

Wpływ na to ma oczywiście włoskie prosecco i hiszpańska cava, tak chętnie oferowana „na kieliszki” przez restauracje. Dodatkowo, szczególnie w sezonie letnim, wina musujące coraz częściej traktowane są – podobnie jak np. cydr – jako napoje orzeźwiające z lekką nutką alkoholu. Takie trunki kojarzą się dziś jednocześnie z nowoczesnością i elegancją, dlatego często serwowane są w towarzystwie, np. podczas ogrodowych spotkań w niewielkim gronie znajomych.

Nie należy przy tym zapominać, że potężnym odbiorcą wina jest branża HoReCa. Niewiele jest restauracji, które nie miałyby w ofercie karty win. Obecnie, po obostrzeniach związanych z kwarantanną, Polacy nadrabiają stracony czas i znów chętnie spotykają się w restauracjach. A co za tym idzie, dostawcy win dla gastronomii mogą nadrabiać straty.

**Wina z Włoch, Francji, a może z Polski?**

Polacy coraz częściej interesują się winami produkowanymi w Polsce. Obecnie mamy więc coraz więcej winnic (często bardzo małych), ale przybywa też koneserów krajowych win.

Na szczególną uwagę zasługują w tym przypadku wina białe. Warunki glebowe i pogodowe są na tyle dobre, że można w naszym kraju stworzyć białe wino o jakości porównywalnej ze średniej klasy winami z Niemiec czy Francji. O dobre czerwone wina niestety trudniej, ponieważ ciemne winogrona wymagają przede wszystkim lepszego nasłonecznienia.

Niestety, nawet jeśli polska winnica stworzy dobre wino, jego cena nie zawsze będzie atrakcyjna. Na cenę mają wpływ zarówno wysokie koszty produkcji, jak i fakt, że trunek pochodzi zwykle ze stosunkowo nowej winiarni, gdzie koszty inwestycyjne i nakłady produkcyjne są bardzo wysokie. W efekcie wino z zagranicy bardzo często okaże się tańsze niż podobnej klasy trunek z polski.

Dlatego polskie wina wciąż stanowią pewnego rodzaju egzotykę, podczas gdy w sklepach znacznie częściej sięgamy po wina włoskie. Jak podaje Agencja Promocji i Internacjonalizacji Przedsiębiorstw Włoskich (ICE), producenci z tego kraju sprzedali do Polski w 2019 roku wina o wartości 76,7 mln euro. To aż o 17,2 proc. więcej niż w roku 2018! To sprawia, że Włochy są numerem jeden pod względem wartości dostarczonego wina spośród wszystkich krajów eksportujących tego typu napoje do Polski. Kolejne miejsca zajmują: Niemcy i Francja, a dalej wśród eksporterów są USA, Hiszpania, Portugalia, Chile i Bułgaria.

Dystrybutorzy potwierdzają, że największym zainteresowaniem w Polsce cieszą się wina w cenie do 30 zł. Co jednak ciekawe, wina z kolejnego przedziału (do 50 zł), również wzbudzają duże zainteresowanie. Jak podaje w swym raporcie firma Kondrat Wina Wybrane, trunki z tego przedziału stanowiły 36,4% całej sprzedaży, a to z kolei oznaczało wzrost o 12,2 % w porównaniu do 2018 r.

Jaki z tego wniosek? Otóż, Polacy są coraz większymi koneserami wina. Coraz lepiej potrafią odróżnić wino słabszej jakości od wina z wyższej półki, a nawet powoli zwiększają swoje wydatki na starannie wybierane butelki. Jeszcze kilka lat temu wino miało być niedrogie i najlepiej słodkie lub półsłodkie. Dziś szukamy czegoś ciekawszego (np. prosecco lub wina czerwonego z konkretnego regionu), a za interesujące wrażenia smakowe jesteśmy w stanie zapłacić coraz więcej.

Czy pandemia jest w stanie zatrzymać wskazane wyżej trendy? Prawdopodobnie – nie. A nawet przeciwnie! Właśnie dziś, gdy z powodów epidemiologicznych podróże na południe Europy są utrudnione, najprostszym sposobem, aby skorzystać ze słońca Włoch lub Hiszpanii, może być kieliszek dobrego – choć niekoniecznie drogiego – wina.

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