**Szybki drink bez barmana**

**Mistrzostwa barmanów udowadniają, że przygotowanie doskonałego drinka może być sztuką. Ale czy po to, by spróbować mieszanki kilku różnych napojów, koniecznie trzeba wybrać się do klubu lub restauracji? Już nie! Na popularności zyskują gotowe drinki, coraz częściej dostępne w sklepach spożywczych.**

Każdy, kto chciałby napić się klasycznego drinka, może wybrać się do odpowiedniego lokalu lub spróbować swoich barmańskich umiejętności, samodzielnie eksperymentując z mieszanką składników w domowym zaciszu.

Jest jednak także inna alternatywa – opcja dla wygodnych. Zarówno w Polsce, jak i za granicą od kilku lat popularność zdobywają gotowe drinki sprzedawane w sklepach. Napoje z kategorii Read To Drink (RTD) oraz Read To Serve (RTS) są zdecydowanie tańsze i łatwiej dostępne niż drinki w lokalach, a przy tym nie wymagają umiejętności w komponowaniu trunków.

**W poszukiwaniu wygody**

Szybkie tempo życia, wiele czasu poświęcanego na pasje oraz powszechny dostęp do informacji sprawiają, że jak najwięcej rzeczy w otaczającym nas świecie staramy się uprościć. Dotyczy to także jedzenia i picia.

Na popularności zyskują oferty cateringu z dostarczaniem do domu gotowych posiłków, co wielu osobom pozwala jeść zdrowsze i świeższe dania bez tracenia czasu na gotowanie. Inną opcją są zestawy dań typu *convenience*, do których zaliczyć można m.in. zestawy obiadowe składające się z różnych składników, które wystarczy wymieszać i podgrzać w piekarniku, garnku lub kuchence mikrofalowej.

Poszukiwanie wygody przekłada się także na napoje. Podobnie, jak coraz więcej ludzi nie chce zajmować się gotowaniem, ale nie chce też rezygnować ze smacznych posiłków, tak też wiele osób chce próbować ciekawych, a przy tym łatwo dostępnych napojów o różnorodnych smakach. Trend ten dotyczy również drinków.

**Moda na RTD i RTS**

RTD, czyli gotowe do spożycia napoje i koktajle oraz RTS, czyli napoje gotowe do serwowania, od kilku stają się coraz modniejsze. Obydwie te kategorie produktów różnią się przede wszystkim pojemnością, choć mogą mieć także inną moc.

RTD to pojedyncze porcje drinków, zazwyczaj o niskiej zawartości alkoholu (choć możliwe są wyjątki). RTS to natomiast większe opakowania stworzone z myślą o spożyciu w gronie kilku osób. Te drugie są zazwyczaj mocniejsze, ponieważ mogą być rozcieńczane kostkami lodu lub urozmaicone poprzez dodanie limonki bądź innych składników. Palmę pierwszeństwa zdecydowanie jednak dzierżą napoje typu RTD, które mogą przybierać postać chociażby napoju owocowego z niewielkim dodatkiem alkoholu.

Dlaczego takie trunki zdobywają popularność? Zazwyczaj nie trzeba ich nawet przelewać do szklanki. Można je pić bezpośrednio z puszki bądź innego, niewielkiego opakowania, co w szczególności podoba się młodym ludziom. Również fakt, że zawartość alkoholu jest niewielka, wpisuje się w aktualne trendy. Dla młodych często liczy się smak i zabawa, ale stan upojenia alkoholowego nie jest czymś, co kojarzy się dobrze. Na świecie triumfy święci trend NoLo, ale po zbadaniu szczegółów okazuje się, że młodzi ludzie nie tyle unikają alkoholu, co jego zawartość ma po prostu znaczenie drugorzędne względem walorów smakowych napoju.

**Gotowe drinki rozpychają się na rynku**

Niewiele osób pamięta, że pierwsze drinki w butelkach pojawiły się już ponad 20 lat temu. Wówczas sprzedawane były w opakowaniach o pojemności nieprzekraczającej 300 ml. Ich smak oparty był o popularne drinki, takie jak „cosmopolitan”, „pina colada” czy „kamikaze”. Po krótkotrwałym boomie zainteresowanie jednak spadło, głównie ze względu na stosunkowo wysoką cenę, nie zawsze adekwatną do jakości.

Dziś segment RTD obejmuje szeroką gamę gotowych, łatwych w konsumpcji napojów o różnorodnych smakach – od klasycznych po ekscentryczne. Obecna moda ma jednak szansę przerodzić się w stały trend tym bardziej, że jest on zauważany w całym zachodnim świecie, szczególnie w USA. Temat podjęły zarówno duże, popularne marki, jak i mniejsze wytwórnie kraftowe. Jak wynika z danych NielsenIQ, w 2023 r. sprzedaż tego typu produktów wzrosła w Polsce w stosunku do roku poprzedniego aż o 10,2%. Większość sieci spożywczych posiada już w ofercie drinki RTD.

Co najbardziej odróżnia takie napoje od tych przygotowywanych w lokalach? Głównie zawartość alkoholu, która jest znacznie niższa w porównaniu z klasycznym dziełem barmana. W tym roku ich spożyciu sprzyjała mnogość widowiskowych imprez sportowych, takich jak Mistrzostwa Europy w piłce nożnej, Igrzyska Olimpijskie czy Liga Narodów UEFA. Aby je oglądać, nie trzeba wyjeżdżać na światowe stadiony – wystarczy usiąść wygodnie przed telewizorem, najlepiej z chipsami i czymś do picia. Duża część młodych dorosłych chętniej w takich okolicznościach sięgnie po RTD niż po piwo.

**Akcyzowe komplikacje a ceny**

Rosnąca sprzedaż gotowych drinków może zachęcać kolejnych producentów i dystrybutorów do wchodzenia na rynek RTD/RTS. Warto jednak wiedzieć, że od strony prawno-podatkowej kwestia rozliczenia tego typu napojów jest nieco skomplikowana. W dodatku zastosowana stawka akcyzy będzie miała duży wpływ na końcową cenę produktu.

W przypadku zezwoleń na obrót lub sprzedaż alkoholu obowiązuje zasada, zgodnie z którą kategoria zezwolenia, o jakie przedsiębiorca zamierza się ubiegać, zależy od zawartości alkoholu w produkcie. Zezwolenia wydawane są przez Marszałka Województwa i dzielą się na te dotyczące sprzedaży wyrobów „do 4,5% zawartości alkoholu oraz na piwa” oraz „powyżej 4,5% do 18% zawartości alkoholu (z wyjątkiem piwa)”. Dla alkoholi powyżej 18% zezwolenia są wydawane są przez Ministra Rozwoju i Technologii, przy czym alkohole RTD/RTS o takiej mocy są zjawiskiem bardzo rzadkim.

Różnicę w stawce akcyzy pomiędzy gotowymi drinkami wytworzonymi na bazie spirytusu a tymi na bazie napojów fermentowanych widać wraz ze wzrostem zawartości alkoholu.

- Porównując należną kwotę podatku akcyzowego za opakowania o pojemności 0,33 l o zawartości alkoholu 10% zauważamy, że stawka za drinki spirytusowe wynosi 2,51 zł za jedno opakowanie – mówi Remigiusz Zdrojkowski z firmy XBS PRO-LOG, wyspecjalizowanej w obsłudze logistycznej alkoholi. – Wynika to z faktu, że wszystkie napoje na bazie spirytusu RTD i RTS objęte są w 2024 roku stawką 7610 zł w przeliczeniu za każdy 1 hektolitr 100% alkoholu – wyjaśnia.

I tak na przykład popularny drink będące mieszaniną whisky, wódki czy ginu z napojem bezalkoholowym o zawartości alkoholu 5%, w opakowaniu o pojemności 0,33 l, obciążony zostanie stawką podatku akcyzowego w wysokości 1,26 zł za jedną jednostkę sprzedaży.

Z kolei drinki alkoholowe wytworzone na bazie wina lub innej formy fermentacji (np. „spritz” czy „hard seltzer”) w opakowaniu o tej samej pojemności i tej samej zawartości alkoholu, powinny zostać rozliczone akcyzą w wysokości 70 gr za jedno opakowanie handlowe. Różnice są więc duże.

- Należy przy tym wiedzieć, że nie każdy napój o zawartości alkoholu pomiędzy 4,5% a 18% korzysta z banderol oraz stawki winiarskiej oznaczanej symbolami IW (wino importowane) lub KW (wino krajowe). W tym przypadku trzeba kierować się pochodzeniem alkoholu bazowego – podkreśla Remigiusz Zdrojkowski. – Jeżeli alkohol pochodzi z fermentacji, można zastosować banderolę oraz stawkę winiarską. Banderole z prefiksem IS (spirytus importowany) lub KS (spirytus krajowy), niezależnie od zawartości alkoholu w napoju, aplikuje się na spirytusowe wyroby wytworzone metodą destylacji – podkreśla ekspert.

Choć więc w przypadku napojów RTD alkohol jest często tylko niewielkim dodatkiem do gotowego drinka, to jednak producenci i dystrybutorzy muszą spełnić takie same wymagania prawne i podatkowe, jak w odniesieniu do tradycyjnych alkoholi.

Źródło: [PRO-LOG](https://www.pro-log.com.pl/)