**Jak pandemia wpłynęła na sprzedaż alkoholu?**

**Czy przez pandemię pijemy więcej? Niekoniecznie. W 2020 r. Polacy zapłacili za zakupy alkoholowe 39,2 mld złotych. To wzrost w stosunku do 2019 r., a jednak nie kupiliśmy większej liczby butelek.**

Jak to możliwe, że za alkohol zapłaciliśmy więcej, choć nie był kupowany częściej? Przede wszystkim w 2020 roku akcyza na alkohol wzrosła o 10%, a do tego doszły jeszcze inne opłaty – np. podatek cukrowy oraz podatek od sprzedaży detalicznej, który objął sieci handlowe o przychodach min. 17 mln zł rocznie. Wg analizy Hiper-Com Poland oraz UCE RESEARCH podczas pandemii alkohol zdrożał średnio o 39,5%.

- Na wzrost cen w 2020 r. mogły mieć wpływ nie tylko podatki, ale także zamknięcie gastronomii oraz ograniczenia w organizowaniu imprez masowych i wesel. Inny sposób spędzania czasu przełożył się także na zmiany w sposobach robienia zakupów – mówi Remigiusz Zdrojkowski z firmy XBS PRO-LOG, wyspecjalizowanej w logistyce towarów akcyzowych.

**Piwo wciąż silne**

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez NielsenIQ, nadal najchętniej kupowanym alkoholem jest piwo. Wolumen sprzedaży piwa, ustalany poprzez porównanie sprzedaży w litrach z innymi kategoriami alkoholi, wyniósł aż 87%. Trzeba jednak zauważyć, że w 2020 roku sprzedaż złotego trunku spadła o 1,6%, w porównaniu do 2019 roku.

Te 1,6% to w sumie aż 52 mln litrów. To z kolei wpłynęło na spadek wartości sprzedaży alkoholi ogółem o 1%, ponieważ inne alkohole odnotowały stałą sprzedaż lub jej delikatny wzrost.

Chętniej piliśmy też piwa bezalkoholowe. Ten trend jest zauważalny dopiero od kilku lat i w 2021 roku prawdopodobnie będzie kontynuowany. Piwa bez procentów są nieco droższe, więc wartościowo zyskują.

Obostrzenia zaszkodziły natomiast tzw. piwom rzemieślniczym. To efekt zamknięcia restauracji i hoteli, a właśnie w lokalach piwa kraftowe cieszyły się dużą popularnością. W efekcie pandemia przyniosła spore straty wielu mniejszym producentom piwa.

**Bezkonkurencyjna wódka**

Drugie miejsce w koszyku Polaka zajmuje wódka, która stanowiła 7% sprzedanych alkoholi. Przełożyło się to jednak aż na 34% wartości sprzedaży.

Wzrost spożycia wódki był jednak nieznaczny. W 2020 r. roku kupiliśmy tylko o 0,2% więcej wódki niż w 2019, była ona jednak droższa. Co ciekawe, na wysokość konsumpcji nie wpłynęła popularność tzw. „małpek”. Na rynku wódki standardowe pojemności butelek, czyli 0,5 l. oraz 0,7 l. odpowiadają za niemal dwie trzecie wolumenu tej grupy alkoholi.

**Wino rośnie w siłę**

Polacy pod wieloma względami upodabniają się do mieszkańców zachodniej i południowej części Europy. Szczególnie w kuchni lubimy inspirować się Włochami czy Hiszpanami. Tam natomiast wino stanowi podstawowy napój podawany do posiłków.

Trzecie miejsce pod względem wolumenu zajmuje właśnie wino. Tu widać znaczący wzrost względem roku poprzedniego. Wolumen jest dwa razy większy niż w roku 2019 (+8%). W Polsce wino degustujemy głównie w domowym zaciszu. Na skutek pandemii dużo czasu spędzaliśmy w domach, z najbliższymi, chętnie gotując. Wino to wspaniały towarzysz posiłków, więc nie dziwi, że jego sprzedaż wzrosła.

Na wzrost wartości tej kategorii wpłynęły także droższe segmenty wina, takie jak wina musujące, prosecco, szampany (te prawdziwe!), asti czy cava. Kupiliśmy ich w 2020 roku ok. 26 mln litrów.

Co ciekawe, produkcja polskich win rozwija się znakomicie. Według najnowszych danych z Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, wina własne w 2020 roku wytwarzało już 331 producentów (w 2019 roku było ich 294). Oznacza to, że w czasie pandemii przybyło 37 komercyjnych winnic! I choć polskie wina stanowią margines sprzedaży alkoholi w Polsce, to jednak dane te świadczą o rosnącym zainteresowaniu winami, winnicami oraz całą związaną z tym „eno-kulturą”.

**Moda na „whiskacze”**

Wciąż popularna jest whisky, która w 2020 roku zanotowała wzrost wolumenu o 15%. Polacy są coraz zamożniejszym narodem, a częste podróże przyczyniają się do poznawania nowych smaków i rozwijania gustu. Jest to też dobry trunek do degustowania w domu, choćby wieczorami, podczas oglądania filmów we dwoje.

Co ciekawe whisky często kupujemy w dyskontach, gdzie coraz częściej pojawia się w przystępnych cenach. Szukamy więc „małego luksusu”, ale pod warunkiem, że będzie dostępny w promocyjnej cenie. W pozostałe alkohole wolimy zaopatrywać się w sklepach mało i średnioformatowych.

Z wyliczeń NilsenIQ wynika, że udział tych czterech podstawowych kategorii w koszyku wynosi aż 98% całości - 87% piwo, 7 % wódka, 3% wino i 1% whisky.

**Cydr w dół – rum w górę**

Na pozostałe 2% składa się aż 11 kategorii pozostałych alkoholi, czyli m.in. rum, gin oraz tequila. Już od kilku lat notują one ogromny wzrost. W 2020 roku spożycie tych trzech rodzajów trunków poszybowało w górę odpowiednio o 30% - rum, o 26% - gin i o 20% - tequila.

Co ciekawe, ogromny spadek (-21%) zanotował cydr – do niedawna nadzieja eksportowa polskich producentów. Poza tym spadła też sprzedaż gotowych drinków. Jeszcze w styczniu 2020 r. ten typ alkoholi notował 20% wzrost. Nie ma wątpliwości, że główną rolę w spadku spożycia odegrała pandemia. Trunki te chętnie pite były głównie na imprezach, koncertach i podczas spotkań towarzyskich. Nałożone obostrzenia spowodowały znaczny spadek rozrywek tego typu, a zatem i konsumpcja mocno się zmniejszyła.

Jaki był zatem 2020 rok? Zdecydowanie inny niż lata poprzednie!

- Sytuacja na rynku alkoholi niemal zawsze jest odzwierciedleniem zachowań konsumenckich i ogólnej sytuacji ekonomicznej. Rok 2020 był zdeterminowany przez pandemię i widać to także w statystykach sprzedaży. Sam poziom sprzedaży alkoholu zmienił się nieznacznie, jednak do domów często kupowane były inne trunki niż w lokalach. Wiele wskazuje na to, że trendy zaobserwowane w tym okresie, utrzymają się również w roku 2021 – podkreśla Remigiusz Zdrojkowski z XBS PRO-LOG.

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