**Jak zmniejszyć skutki kryzysu, działając w branży alkoholowej?**

**Obostrzenia związane z COVID-19 negatywnie wpłynęły na wiele branż, w tym na branżę alkoholową. Podsumujmy, co właściwie się wydarzyło oraz w jaki sposób importerzy wina oraz napojów spirytusowych mogą próbować ograniczyć swoje straty.**

Przez cały okres kwarantanny alkohol można było sprzedawać i kupować w sklepach posiadających stosowne zezwolenia. Można by więc sądzić, że sprzedaż piwa, wina, ani mocniejszych trunków, nie ucierpi znacząco na wprowadzonych obostrzeniach.

**COVID-10 w branży alkoholowej**

Niestety, sytuacja okazuje się mniej optymistyczna, jeśli weźmiemy pod uwagę, że w niektórych kategoriach alkoholu za dużą część wolumenu odpowiadała sprzedaż do hoteli i lokali gastronomicznych, a te zostały zamknięte.

Dodatkowo, z powodu obaw przed zarażeniem koronawirusem, Polacy zrezygnowali z większych spotkań w rodzinnym gronie, a przecież takim spotkaniom zwyczajowo również towarzyszyły napoje alkoholowe.

Uwzględnić też trzeba brak imprez masowych – zarówno dla konsumentów, jak i dla profesjonalistów z różnych branż. Targi, czy festiwale zawsze były dla dystrybutorów doskonałą szansą na sprzedaż, a także na dodatkową promocję.

Podsumowując, firmy z branży alkoholowej mogły odczuć kryzys z powodu:

l zatrzymania sprzedaży w branży HoReCa

l pogorszenia płynności finansowej, głównie ze względu na rosnące zaległości płatnicze branży HoReCa

l braku imprez masowych – w tym targów, festiwali, konferencji

l zalegającego (w nieczynnych hotelach i restautacjach) towaru z przekroczonym terminem przydatności do spożycia

l okresowych wahań w zakresie sprzedaży alkoholu w sklepach

l okresowych problemów z transportem win z południa Europy.

Uwzględnić też trzeba dwa czynniki niezwiązane bezpośrednio z pandemią, które miały wpływ na koszty funkcjonowania firm z branży alkoholowej:

l 10-procentowy wzrost akcyzy od 1 stycznia 2020 r.

l wysoki kurs euro w stosunku do złotówki.

**Jak zmniejszyć ryzyko strat?**

Importerzy alkoholu szukają rozmaitych sposobów na ograniczenie swoich strat. Nie dziwią więc wzmożone działania branży, aby przekonać rządzących do zliberalizowania niektórych przepisów, a szczególnie do jednoznacznego uregulowania kwestii sprzedaży alkoholu przez internet. Dziś sprawa ta nastręcza wątpliwości interpretacyjnych. Z jednej strony większość prawników wskazuje, że alkohol powinien być wydawany w miejscu posiadającym zezwolenie na sprzedaż, z drugiej – niektóre firmy szukają luk prawnych i szukając ratunku, podejmują ryzyko związane z handlem on-line.

Istnieje jednak inny i jednoznacznie zgodny z prawem sposób na poprawę płynności finansowej w branży alkoholowej. Możliwość taką daje korzystanie ze składu podatkowego bądź składu celnego. Co ważne, nie trzeba być właścicielem składu, by korzystać z jego dobrodziejstw.

Usługowy skład celny i podatkowy prowadzi PRO-LOG. Importer, który sprowadza towary akcyzowe do takiego składu, ma możliwość zawieszenia podatku akcyzowego do czasu, w którym alkohol opuści skład.

Można także przesunąć na późniejszy termin proces banderolowania, a także zlecić stworzenie na miejscu zestawów produktów (obydwie usługi także wykona PRO-LOG).

Dla klientów oznacza to odroczenie zapłaty podatku akcyzowego za całe dostarczone do magazynu partie alkoholu, co jest szczególnie korzystne w przypadku mocnych trunków.

O ile na ewentualne zmiany prawne związane ze sprzedażą alkoholu on-line będzie trzeba zaczekać, a potem jeszcze dostosować działalność firmy do wymogów handlu internetowego, o tyle z możliwości, jakie dają składy celne i podatkowe, można korzystać niemal natychmiast.

**Czy (i kiedy) sytuacja się poprawi?**

Przedsiębiorcy związani z branżą alkoholową mogą się zastanawiać, jak długo jeszcze będą musieli funkcjonować w trudniejszych niż zwykle warunkach. Wiele jednak wskazuje na to, że rację mają optymiści.

Rządowe ograniczenia związane z kwarantanną powoli, ale konsekwentnie zostają znoszone. Już wkrótce więc bary, restauracje i hotele na nowo zapełnią się ludźmi, którzy będą chcieli „nadrobić” stracony czas. Po zaległych spotkaniach w gronie znajomych i rodziny przyjdzie też czas na przeniesione na późniejszy termin wesela, targi, konferencje i inne wydarzenia masowe.

Na sprzedaż alkoholu pozytywnie może też wpłynąć turystyka. Polska postrzegana jest w Europie jako kraj o niewielkim ryzyku związanych z koronawirusem, a to może sprawić, że w letnie miesiące turystów z zagranicy będzie u nas więcej niż zwykle. W dodatku sami Polacy będą w większości wypoczywać w kraju, a oni także zasilą hotele i restauracje.

Wakacyjny czas relaksu jak zwykle sprzyjać będzie wzmożonej sprzedaży alkoholu, zwłaszcza piwa i wina. Jeżeli więc nie pojawią się dodatkowe restrykcje, o sprzedaż alkoholu możemy być spokojni.

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