

Warszawa, 19 października 2015 r.

INFORMACJA PRASOWA

**Spada eksport polskiej wódki.   
Winne podwyżka akcyzy i podatek zdrowotny na Węgrzech.**

**W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2015 r. producenci wysłali za granicę 9% mniej wódki   
niż w ubiegłym roku. Spadła też wartość eksportu o 1%. Zawirowania spowodowane podwyżką akcyzy w 2014 r. sprawiły, że firmy skupiły się na rynku krajowym, odkładając inwestycje w promocję   
za granicą.**

Polska jest największym w Europie i czwartym na świecie producentem wódki. Główne rynki eksportowe to Stany Zjednoczone i Francja. Ważne kierunki eksportu to również Węgry, Wielka Brytania, Włochy i Kanada. Polskie marki docierają też bardziej odległych miejsc jak Singapur, Hongkong czy Chile, ale ich obecność   
w krajach wschodzących jest wciąż dużo niższa niż potencjał tych rynków.

*„Branża wciąż dochodzi do siebie po zeszłorocznej podwyżce akcyzy o 15% wyłącznie na mocne alkohole. Wydatki inwestycyjne spadły o 40%, do tego rentowność przemysłu spirytusowego jest najniższa w sektorze alkoholowym. To utrudnia rozwój eksportu –* mówi **Leszek Wiwała**, **Prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy.** *Dodatkowo na bilans handlowy niekorzystnie wpływa sytuacja na Węgrzech, gdzie   
z początkiem roku wprowadzono podatek zdrowotny dyskryminujący importowane alkohole. Eksport polskich napojów spirytusowych na Węgry zmniejszył się o połowę.”*

Węgry były do ubiegłego roku trzecim pod względem wielkości rynkiem eksportowym polskiej wódki.   
W styczniu 2015 r. rząd węgierski wprowadził podatek zdrowotny od alkoholi, z wyłączeniem lokalnych okowit   
i likierów ziołowych. Przełożyło się to na podwyżki cen zagranicznych produktów. W ciągu pierwszych sześciu miesięcy tego roku eksport polskich napojów spirytusowych na Węgry spadł o 56%. Co ważne na nowym podatku stracił budżet państwa węgierskiego. Wpływy z akcyzy i podatku zdrowotnego od alkoholi   
za pierwszych 6 miesięcy 2015 r. były łącznie o 1,5 mld forintów niższe niż wpływy z akcyzy w 2014 r.

*„Widzimy potencjał eksportowy na wielu rynkach pozaeuropejskich. Dziś wysyłamy za granicę 20% krajowej produkcji napojów spirytusowych. To o wiele mniej niż moglibyśmy. A eksport polskich wódek to promocja polskich marek, tradycji i kultury –* dodaje **Andrzej Szumowski,** **Przewodniczący Rady Głównej ZP PPS   
i Prezes Stowarzyszenia Polska Wódka*.*** *Potrzebne są długofalowe działania na które obecnie wielu producentów po prostu nie stać. Szczególną barierę odczuwają małe firmy, które przy niestabilnej sytuacji na rynku wewnętrznym boją się podejmować ryzyko finansowe związane z rozbudową eksportu”.*

Video: Paul Skehan, dyrektor spiritsEUROPE o szansach eksportowych polskich wódek

[**http://www.biznes.newseria.pl/news/eksport\_polskiej\_wodki,p985714859**](http://www.biznes.newseria.pl/news/eksport_polskiej_wodki,p985714859)

**Czy wiesz, że? W 2014 r. branża spirytusowa przekazała do budżetu państwa ponad 11 mld zł wpływów do budżetu z tytułu akcyzy i VAT. Sektor wpływa na utrzymanie 100 tys. miejsc pracy w kraju.**

\*\*\*

**Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy** jest organizacją branżową zrzeszającą producentów napojów spirytusowych. ZP PPS zajmuje się tworzeniem odpowiednich warunków prawnych i ekonomicznych dla rozwoju branży, umacnianiem wielowiekowej tradycji wyrobów spirytusowych, promowaniem nowych technologii oraz realizacją działań   
z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i edukacji. Członkami ZP PPS są: Akwawit-Polmos S.A., Bacardi Martini Polska, Baczewski J.A., Brown Forman Polska, Diageo Polska, Komers International, Mazurskie Miody, Nalewki Staropolskie, PHP Wiesław Wawrzyniak, Polmos Siedlce, Polmos Żyrardów, Polmos Warszawa, PPUH Tłocznia Maurer, Stock Polska, Warszawska Wytwórnia Wódek Koneser, Wyborowa Pernod Ricard, Vinpol.