

Małe formaty napojów spirytusowych w liczbach

Tocząca się w przestrzeni publicznej dyskusja o małych formatach napojów spirytusowych skłania do przyjrzenia się nie tylko konkretnym liczbom, ale także przypomnienia, że polscy konsumenci spożywają najwięcej alkoholu w piwie (55 proc. całego spożywanego alkoholu, 93l per capita rocznie), co ma bezpośrednie przełożenie również na fakt, że piwo jest najczęściej kupowanym alkoholem w godzinach porannych, czyli między 5.00 do 12.00. To pozwala na wniosek, że dalsze podnoszenie ceny alkoholu w małych opakowaniach nie przyniesie oczekiwanych zmian a jedynie zwiększy ryzyko, że klienci jeszcze częściej będą sięgać po alkohol z nielegalnych źródeł lub bardziej dostępny pod względem ceny.

Polacy spożywają większość alkoholu w piwie (55 proc.), następnie w alkoholach mocnych (37 proc.) i w winie (8 proc.). Dzienna sprzedaż małych formatów napojów spirytusowych we wszystkich pojemnościach 90 ml, 100 ml oraz 200 ml¹ wynosi 1,3 mln, z czego w samych godzinach porannych to około 410 tys. sztuk, czyli 31 proc. dziennej sprzedaży. Dla porównania Polacy codziennie kupują 9,4 mln sztuk puszek lub butelek piwa, w tym 1,1 mln opakowań piw mocnych z czego tylko w samych godzinach porannych, czyli od 5.00 do 12.00, jest to prawie 2,6 mln sztuk piwa – co daje 31 proc. dziennej sprzedaży. Patrząc wyłącznie na piwa mocne jest to ponad 402 tys. sztuk, co daje 37 proc. dziennej sprzedaży. Prawie co trzecia puszka piwa kupowana przed południem to puszka typu „strong”. Sprzedaż piwa w godzinach porannych jest prawie dwukrotnie wyższa niż alkoholi w małych pojemnościach.

To, że piwo jest najczęściej spożywanym napojem alkoholowym w Polsce a jego sprzedaż nawet w godzinach porannych jest wyższa niż napojów spirytusowych wynika z wielu czynników. Po pierwsze z reklamy, która przedstawia piwo jako symbol relaksu i dobrej zabawy, przez co Polacy często w ogóle nie postrzegają piwa jako alkoholu. A półlitrowa puszka lub butelka piwa lager zawiera dokładnie tyle samo alkoholu co 100 ml alkoholu 28 proc., czyli 22 gramy.

Drugim ważnym czynnikiem jest cena. Piwo jest obecnie najbardziej przystępnym ekonomicznie alkoholem dla konsumentów. Małe opakowania napojów spirytusowych, o pojemności do 300 ml, są z kolei najmniej dostępne cenowo spośród wszystkich rodzajów alkoholu. Ta różnica wynika przede wszystkim z dysproporcji w opłatach akcyzowych. Akcyza na alkohole spirytusowe jest dziś trzy razy wyższa niż dla piwa i na przestrzeni najbliższych kilku lat ma dalej rosnąć według Akcyzowej Mapy Drogowej. Branża spirytusowa płaci nie tylko zdecydowanie wyższą akcyzę, ale ponosi również dodatkową opłatę od małych pojemności napojów alkoholowych w opakowaniach do 300 ml, co dodaje dodatkową złotówkę do ceny 100 ml butelki 40 proc. napoju. Zwiększenie tej opłaty mogłoby prowadzić do jeszcze większych dysproporcji na rynku alkoholowym.

Warto przypomnieć, że podatek akcyzowy na alkohole mocne w Polsce już dzisiaj jest znacznie wyższy niż w sąsiednich krajach, takich jak Niemcy, Czechy czy Słowacja. Natomiast dodatkowy podatek na alkohole mocne w małych opakowaniach do 300 ml obowiązuje tylko w Polsce.

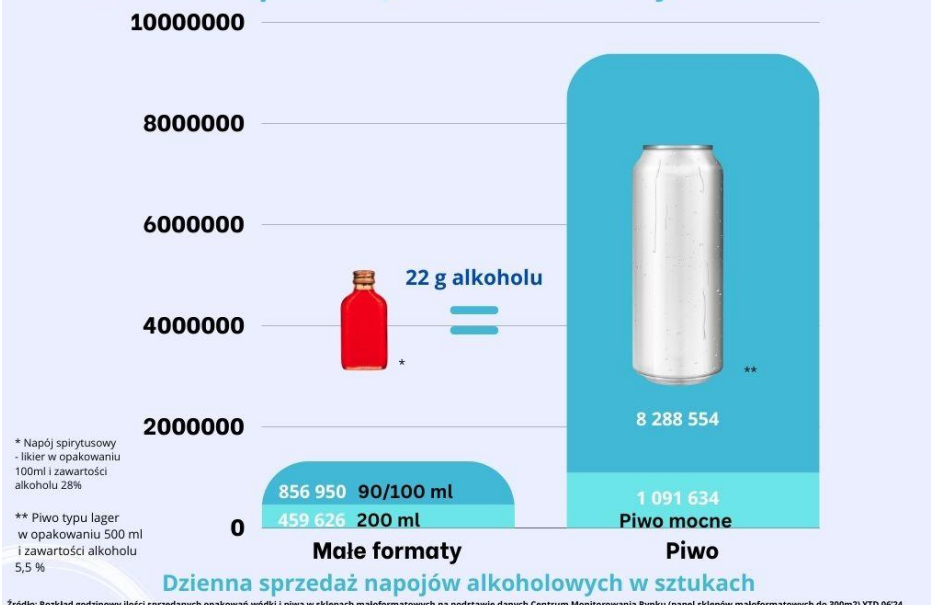
Coraz wyższe stawki akcyzy dla branży spirytusowej, a także permanentnie rosnące koszty produkcji przekładają się na coraz wyższe ceny legalnego alkoholu, sprawiając, że staje się on coraz mniej dostępny dla konsumentów. Branża już odnotowuje spadki sprzedaży wynikające z powyższego. Od wprowadzenia Akcyzowej Mapy Drogowej, czyli corocznej podwyżki akcyzy, branża spirytusowa odnotowuje spadki na rynku: 8 proc. w 2022 roku, 10 proc. w 2023 roku i kolejne 10 proc. w pierwszym kwartale 2024 roku². Spada sprzedaż legalnych alkoholi mocnych we wszystkich pojemnościach, a część zakupów przeniosła się do szarej strefy ze względu na wysokie ceny napojów spirytusowych. Według raportu „Szara strefa 2024” Instytutu Prognoz i Analiz Gospodarczych wartość nielegalnej sprzedaży wysokoprocentowych alkoholi w 2023 roku generowała ok. 1,3 mld zł strat dla budżetu państwa z tytułu nieodprowadzonych podatków. Prognozy na 2024 rok wskazują na możliwość dalszego zwiększenia strat mogących sięgnąć około 1 miliarda złotych. Oznacza to również mniejsze wpływy do gmin i NFZ (50 proc. opłaty od małych formatów wpływa do budżetu gmin i 50 proc. do NFZ) i nie sprawi w najmniejszym stopniu, że konsumenci przestaną sięgać po alkohol. Będą go szukać w nielegalnych lub bardziej dostępnych pod względem ceny produktach na rynku.

Jeśli państwo chce aktywnie realizować politykę zmniejszania konsumpcji alkoholu, jako używki negatywnie wpływającej na stan zdrowia publicznego, to właściwa ku temu droga prowadzi nie poprzez podnoszenie ceny już najdroższego alkoholu, czyli tego sprzedawanego w małych opakowaniach, ale zmianę podejścia do akcyzowego uprzywilejowania najtańszego i najbardziej dostępnego alkoholu, czyli piwa. To wyroby spirytusowe, generują 72 proc. wpływów z akcyzy od alkoholu, podczas gdy piwo – 25 proc. W tej dyskusji zapominamy o tym, że piwo, wódka, wino i whisky zawierają dokładnie taki sam alkohol etylowy i to jego zawartość powinna być podstawą opodatkowania akcyzą dla całej branży – mówi Emilia Rabenda, prezes Związku Pracodawców Polskiego Przemysłu Spirytusowego.

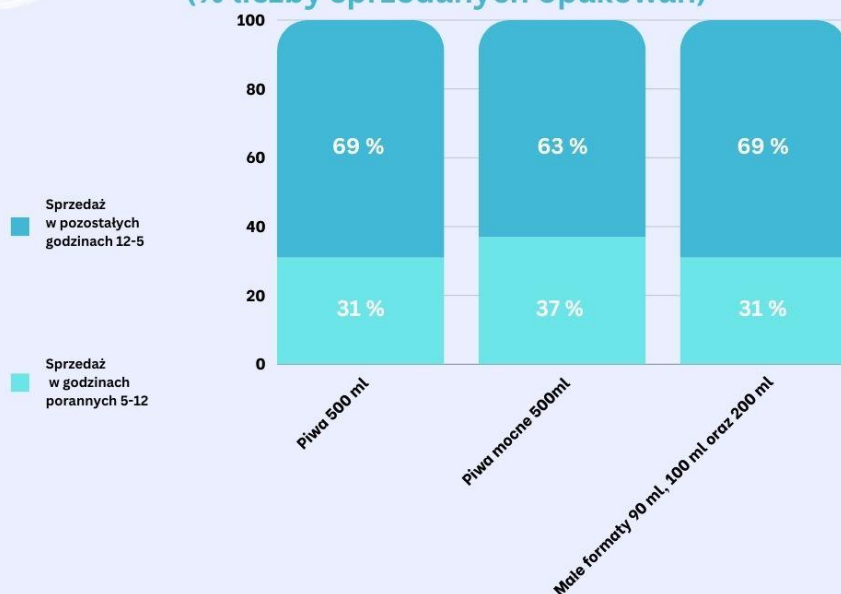
Jednakowe traktowanie wszystkich kategorii alkoholowych, to zapewnienie równego dostępu do rynku.

1. Rozkład godzinowy liczby sprzedanych opakowań wódki i piwa w sklepach małaformatowych na podstawie danych Centrum Monitorowania Rynku (panel sklepów małaformatowych do 300m2) YTD 06'24
2. Dane GUS

Każdego dnia Polacy kupują **9,4 mln sztuk puszek lub butelek piwa** i **1,3 mln sztuk małych formatów**



Rozkład sprzedaży napojów alkoholowych według godzin (% liczby sprzedanych opakowań)



Kontakt dla mediów:
 Aneta Wasilewska
 a.wasilewska@zppps.pl
 tel. 797 748 526