

2025

BRANŻA

SPIRYTUSOWA

i jej znaczenie dla gospodarki



60

45

30

15

0



POLSKI
PRZEMYSŁ
SPIRYTUSOWY



FEDERACJA
PRZEDSIĘBIORCÓW
POLSKICH

CALPE
CENTRUM ANALIZ LEGISLACYJNYCH
I POLITYKI EKONOMICZNEJ

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	4
1. STRUKTURA RYNKU I AKTUALNE TRENDY W PRZEMYSŁE ALKOHOLOWYM	6
PRODUKTY PREMIUM ZDOBYWAJĄ SEGMENT ALKOHOLI MOCNYCH	7
NISKOALKOHOLOWE KOKTAJLE I TREND NoLo	7
PODATKI GŁÓWNYM ELEMENTEM KSZTAŁTUJĄCYM CENY NA RYNKU	8
18 MLN LITRÓW ALKOHOLU 100% W SZAREJ STREFIE	9
2. EKONOMICZNE ZNACZENIE PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO DLA POLSKIEJ GOSPODARKI	10
99% RYNKU TO MŚP	10
25,7 MLD ZŁ WKŁADU DO PKB POLSKI	10
PONAD 86 TYSIĘCY MIEJSC PRACY	13
18,6 MLD ZŁ DOCHODÓW PODATKOWYCH BUDŻETU PAŃSTWA	14
POLSKA WÓDKA EKSPORTOWYM HITEM	16
3. UWARUNKOWANIA PRAWNE FUNKCJONOWANIA BRANŻY SPIRYTUSOWEJ W POLSCE	18
OPODATKOWANIE NAPOJÓW SPIRYTUSOWYCH	19
REKLAMA NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH	22
OBRÓT NAPOJAMI SPIRYTUSOWYMI	22
SPRZEDAŻ DETALICZNA NAPOJÓW SPIRYTUSOWYCH ZGODNIE Z USTAWĄ Z 1982 R.	24
BRAK UREGULOWANIA SPRZEDAŻY NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH PRZEZ INTERNET	26
4. BRANŻA SPIRYTUSOWA W OBSZARZE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU	28
5. TRADYCJA PRODUKCJI WÓDKI W POLSCE	30
ANEKS METODYCZNY	32

WPROWADZENIE



4,5 tys.

zatrudnienie w przemyśle
spirytusowym



82,3 tys.

zatrudnienie w branżach
kooperujących



16,8 mld zł

ogólne wpływy z podatków
i opłat w branży



25,7 mld zł

PKB wytworzone bezpośrednio
i pośrednio przez branżę
spirytusową



2,4 mld zł

wartość eksportu polskich
wyrobów spirytusowych



1,6 mln ton

zapotrzebowanie
na zboża

ZATRUDNIENIE

Polski przemysł spirytusowy zatrudnia w Polsce ok. 4 500 osób. Na każde 1 miejsce pracy w branży alkoholi mocnych przypada ponad 18 miejsc pracy tworzonych w branżach kooperujących. Oznacza to, że dzięki funkcjonowaniu branży spirytusowej istnieje w Polsce łącznie **ok. 86 800 miejsc pracy.**

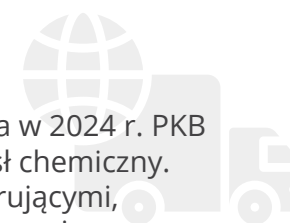


PODATKI

Branża spirytusowa odpowiada za 16,8 mld zł wpływów z podatków i opłat rocznie, z czego 15,9 mld zł trafiło do budżetu państwa, a 612 mln zł zasilęło jednostki samorządu terytorialnego. Z tytułu samej akcyzy branża wpłaciła do budżetu w 2024 r. ponad 10,3 mld zł. Biorąc pod uwagę składki płacone przez pracowników oraz inne daniny, dochody całych polskich finansów publicznych są corocznie zasilane przez branżę spirytusową **kwotą przeszło 18,6 mld zł.**

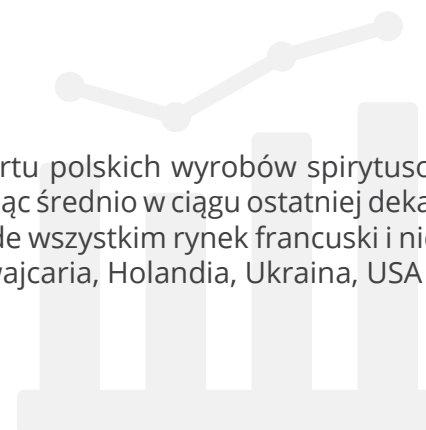
WPŁYW NA GOSPODARKĘ

Producenci wyrobów spirytusowych przyczynili się do wytworzenia w 2024 r. PKB o wartości 25,7 mld zł. To tyle samo, ile tworzy cały polski przemysł chemiczny. Nieocenioną wartością jest współpraca sektora z branżami kooperującymi, jak handel i gastronomia oraz z lokalnymi dostawcami. W handlu branża spirytusowa generuje ponad 4 mld zł wartości dodanej, zaś w sektorze HoReCa 6,1 mld zł. Co roku branża spirytusowa wykazuje zapotrzebowanie **na 1,6 mln ton zbóż**, w tym 954 tys. ton kukurydzy i 38 tys. ton ziemniaków.



EKSPORT

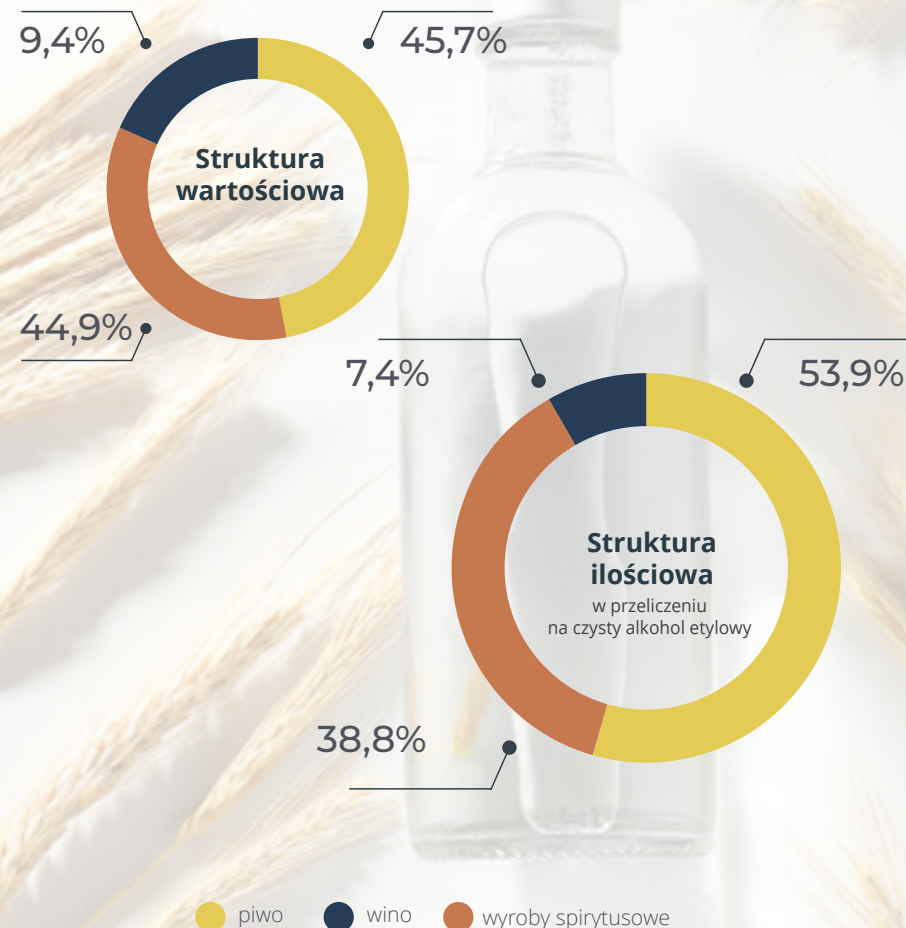
Wartość eksportu polskich wyrobów spirytusowych przekroczyła w 2024 r. poziom **2,4 mld zł**, rosnąc średnio w ciągu ostatniej dekady aż o 11% rocznie. Krajowe produkty podbijają przede wszystkim rynek francuski i niemiecki, choć ważnymi ich odbiorcami są również Szwajcaria, Holandia, Ukraina, USA oraz Wielka Brytania.



1. STRUKTURA RYNKU I AKTUALNE TRENDY W PRZEMYŚLE ALKOHOLOWYM

Szacuje się, że rynek napojów alkoholowych w Polsce ma wartość 68,6 mld zł. Największy udział pod względem wartości (31,2 mld zł) i wolumenu sprzedaży na naszym rynku ma piwo. Wyroby spirytusowe stanowią natomiast ok. 2/5 rynku wyrobów alkoholowych w Polsce. Pod względem wartości sprzedaży, ich udział w rynku wynosi 45%, zaś w ujęciu ilościowym – 38,8% (w przeliczeniu na objętość czystego alkoholu etylowego).

STRUKTURA SPRZEDAŻY ALKOHOLU W POLSCE
W UJĘCIU WARTOŚCIOWYM I ILOŚCIOWYM



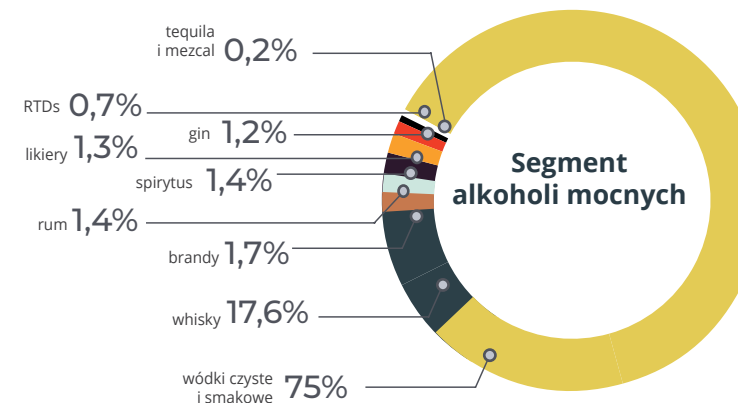
ŹRÓDŁO: NA PODSTAWIE DANYCH BRANŻOWYCH I DANYCH KCPU ZA 2024 R.

PRODUKTY PREMIUM ZDOBYWAJĄ SEGMENT ALKOHOLI MOCNYCH

Segment alkoholi mocnych w Polsce charakteryzuje duża różnorodność dostępnej oferty produktowej. W ostatnim roku¹ wartość segmentu wyniosła 22,71 mld zł, co oznacza wzrost o 2% w stosunku do roku poprzedniego. Liderem sprzedaży w segmencie są wódki smakowe i czyste, których wartość wyniosła w 2024 roku 16,96 mld zł i 74,68% udziału w całym segmencie napojów spirytusowych, przy jednoczesnym spadku wolumenu. Kategoria ta obejmuje zarówno klasyczne wódki czyste i smakowe o zawartości alkoholu 37,5% - 40%, jak i kolorowe nalewki o niższej zawartości alkoholu, w tym poniżej 30%. Rośnie popyt na alkohole z kategorii premium, jak whisky z 17,57% udziałem w segmencie napojów spirytusowych oraz tequilę, rum i brandy. Pozostałą część segmentu tworzą mniej popularne rodzaje alkoholi mocnych, często zaliczane do kategorii premium.

¹ Źródło danych: ZP PPS za NIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), sprzedaż wartościowa, okres skumulowany sierpień 2023 - lipiec 2024 (ostatni rok) oraz sierpień 2022 - lipiec 2023 (poprzedni rok), kategorie: wódki, likiery, whisky, gin, spirytus, rum, tequila, brandy i cognac, miksy (RTDs)

STRUKTURA SPRZEDAŻY
WYROBÓW SPIRYTUSOWYCH



ŹRÓDŁO: ZP PPS ZA NIQ (OKRES SKUMULOWANY SIERPIEŃ 2023 - LIPIEC 2024)

%%%

NISKOALKOHOLOWE KOKTAJLE I TREND NOLO

Trend NoLo (*no alcohol, low alcohol*) jest coraz mocniej obecny na rynku napojów spirytusowych. Jego odzwierciedleniem jest rozwój tzw. kultury koktajlowej w gastronomii i z drugiej strony – dynamicznie rosnący segment napojów zwanych RTD (ready to drink), czyli gotowych koktajli o zawartości alkoholu na poziomie 4% - 6%. Dane CMR dotyczące handlu tradycyjnego wskazują, że w latach 2022–2024 wartość sprzedaży napojów RTD wzrosła aż o 74,5%, a ich wolumen o 39,4%.

Trend NoLo zmienia strukturę konsumpcji napojów alkoholowych, co skłoniło producentów na rynku spirytusowym do wyjścia z produktami zarówno o zerowej zawartości alkoholu, będących bezalkoholową alternatywą dla tradycyjnych trunków, jak i o obniżonej zawartości alkoholu. Przykładowo w 2024 r. sprzedaż rumu 0,0% zwiększyła się wolumenowo ponad 122 razy, a ginu ponad dwukrotnie rok do roku. Wartość całej kategorii napojów 0,0% podwoiła się w ubiegłym roku i osiągnęła wielkość 2,78 mln zł, co potwierdza, że nowa generacja konsumentów, szczególnie osoby urodzone po 1995 r., wyznacza nowe trendy dla branży. Zmiana ta wspierana jest również przez detalistów i sektor HoReCa, którzy wydzielają specjalne strefy ekspozycji i włączają NoLo do oferty, co odzwierciedla rosnące znaczenie tej kategorii w strukturze rynku.

PODATKI GŁÓWNYM ELEMENTEM KSZTAŁTUJĄCYM CENY NA RYNKU

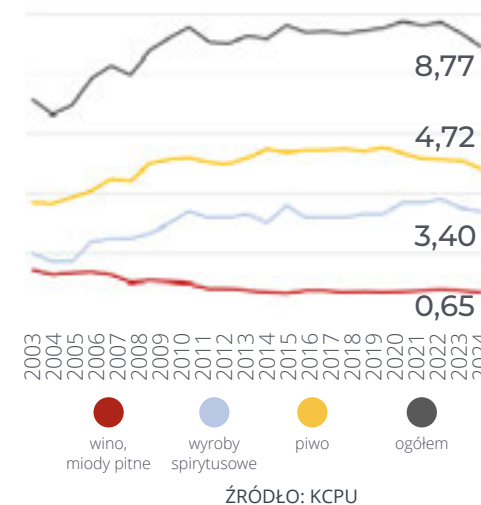
Trendy na polskim rynku kształtowane są również w istotnej mierze przez czynniki kosztowe. Następujący od 2022 r. skokowy wzrost cen energii, surowców, usług obcych oraz kosztów pracy przyczynił się do istotnego zwiększenia kosztów produkcji. Jednak czynnikiem w największym stopniu wpływającym na wzrost cen były rosnące obciążenia podatkowe. Zgodnie z nowelizacją ustawy o podatku akcyzowym, wprowadzającą tzw. mapę drogową akcyzy, w 2022 r. stawki podatku akcyzowego od napojów alkoholowych wzrosły o 10%, a w latach 2023-2027 następują coroczne podwyżki stawek akcyzy na wszystkie rodzaje wyrobów alkoholowych o 5%. Ministerstwo Finansów ogłosiło w sierpniu 2025 r. plany odejścia od przyjętej mapy akcyzowej, co oznaczałoby podniesienie akcyzy na alkohol o 15% w 2026 r. oraz o 10% w 2027 r. zamiast podwyżek o 5%. Jest to pierwsza od kilku dekad sytuacja, w której obciążenia podatkowe napojów alkoholowych są wielokrotnie podnoszone w znacznej skali w tak krótkich odstępach czasowych. W konsekwencji ceny wyrobów spirytusowych w Polsce w latach 2020-2024 wzrosły według Eurostatu średnio o 33,8%, podczas gdy przeciętny wzrost cen w Unii Europejskiej w analogicznym okresie wyniósł 19,2%. Wzrost cen alkoholu w Polsce w tych latach należał do zdecydowanie najszybszych w UE – wyższy wskaźnik odnotowano jedynie na Słowacji.

STRUKTURA KOSZTÓW PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO:



Poza rosnącymi cenami i obciążeniami fiskalnymi, istotne znaczenie miała również sytuacja konsumentów, która w latach 2022-2023 prezentowała się mniej korzystnie niż we wcześniejszych okresach. Źródłem szczególnej presji była ujemna realna dynamika dochodów gospodarstw domowych, utrzymująca się przez większość 2023 r. Dopiero w III kw. 2023 dynamika wzrostu przeciętnego wynagrodzenia w przedsiębiorstwach zaczęła ponownie przewyższać inflację. W tych warunkach konsumenci zmuszeni byli do ograniczania wydatków, co prowadziło do spadku popytu. W 2024 r. nastąpiło wyraźne przyspieszenie dynamiki realnych dochodów dyspozycyjnych gospodarstw domowych za sprawą malejącej inflacji, przy jednoczesnym utrzymaniu stabilnego wzrostu nominalnych wynagrodzeń. Jednak z uwagi na utrzymującą się niepewność oraz skłonność do odbudowywania oszczędności, przełożyło się to na dodatkowy impuls konsumpcyjny w relatywnie ograniczonym stopniu, co jest również widoczne

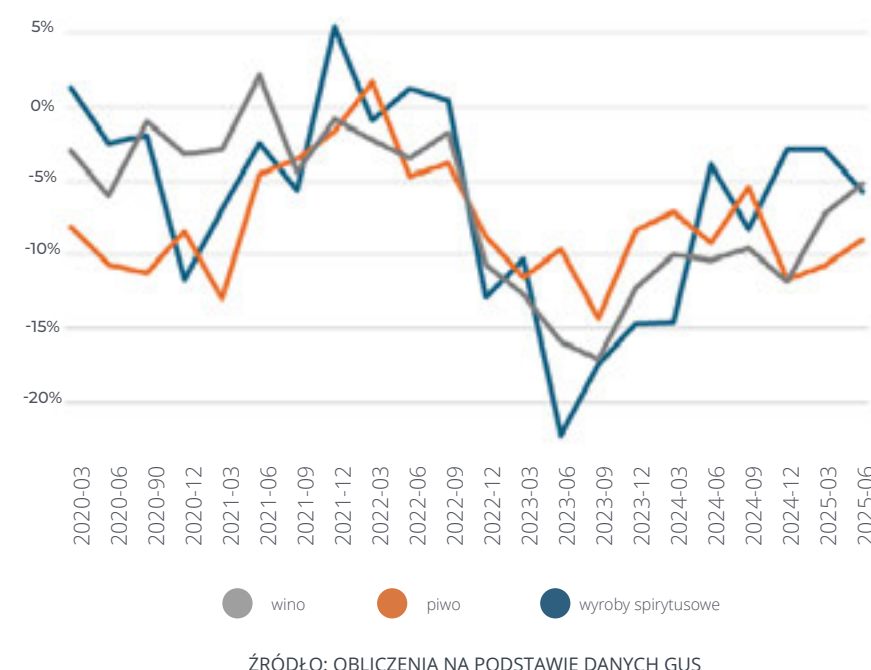
STRUKTURA SPOŻYCIA ALKOHOLU NA MIESZKAŃCA W PRZELICZENIU NA LITRY (100% ALKOHOLU)



W 2024 r. nastąpiło niewielkie odbicie o 2,2% (do 1,278 mln hektolitrow). W ślad za kurczącym się popytem podążała również podaż. W 2022 r. produkcja wyrobów spirytusowych spadła o 5,4%, a w 2023 r. – aż o 14,7%. Odbicie w 2024 r. w zakresie produkcji było symboliczne – jedynie o niecałe 0,5%. Wyniki pozostałych segmentów wyrobów alkoholowych również naznaczone są skutkami trudnej sytuacji rynkowej.

w wynikach sprzedaży wyrobów alkoholowych. Generalnie spożycie czystego alkoholu ogółem w Polsce stale spada. Według danych KCPU w 2024 r. spadło do poziomu 8,8 l per capita. Od 2019 roku jest to spadek o 1 litr na osobę (10%, z poziomu 9,8 l). 53,8% wypijanego przez Polaków alkoholu pochodzi z piwa, a 38,8% z napojów spirytusowych. W konsekwencji, wolumen sprzedaży wyrobów spirytusowych zmniejszył się w 2022 r. o 7,9%, do 1,385 mln hektolitrow w przeliczeniu na 100% alkoholu, zaś w 2023 r. o kolejne 9,8%, do poziomu 1,250 mln hektolitrow.

DYNAMIKA WOLUMENU SPRZEDAŻY NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH OD 2020 R.



18 MLN LITRÓW ALKOHOLU 100% W SZAREJ STREFIE

Podkreślenia wymaga fakt, iż spadek sprzedaży wyrobów spirytusowych nie jest uwarunkowany wyłącznie trendami w zakresie ich spożycia. Jak pokazują historyczne doświadczenia, systematyczny wzrost obciążeń związanych z podatkiem akcyzowym stanowi bowiem impuls do rozszerzania się szarej strefy. Raport Instytutu Prognoz i Analiz „Szara Strefa 2025” pokazuje, że wielkość obrotu wyrobami spirytusowymi w szarej strefie sięga ok. 18 mln litrów w przeliczeniu na czysty alkohol, co implikowałoby udział szarej strefy w rynku na poziomie blisko 12%. Rosnący popyt na alkohol nielegalnego pochodzenia generuje nie tylko straty dla budżetu państwa, wynoszące ok. 1,3 mld zł rocznie, lecz również stanowi poważne zagrożenie dla zdrowia i życia konsumentów.

2.

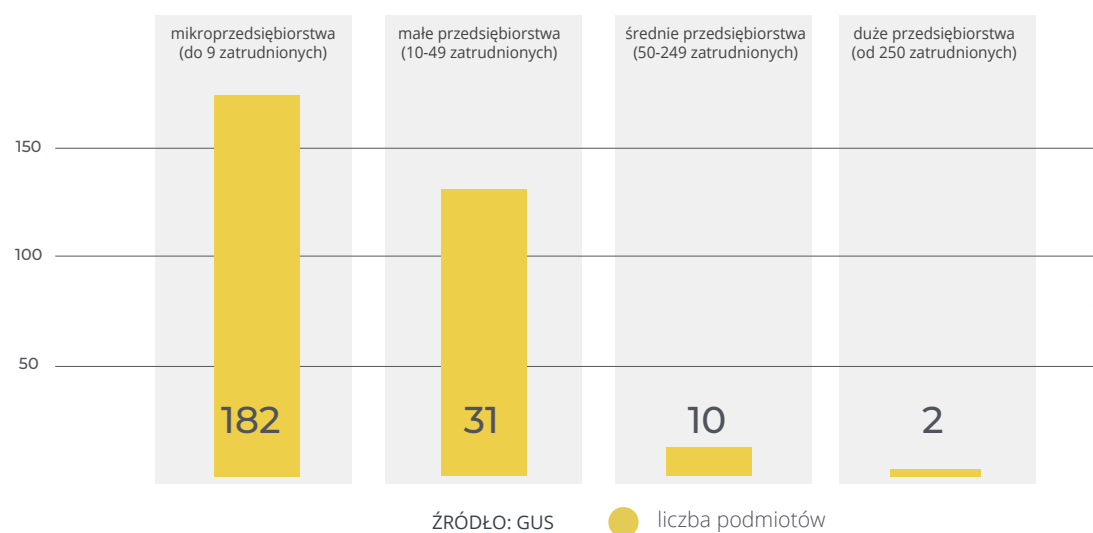
EKONOMICZNE ZNACZENIE PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO DLA POLSKIEJ GOSPODARKI

99% RYNKU TO MŚP

Jak wynika z danych z rejestru REGON, według stanu na 30 czerwca 2025 r. 225 podmiotów deklaroowało działalność w zakresie destylowania, rektyfikowania i mieszania alkoholi (kod PKD 11.01.Z), obejmującą w szczególności produkcję alkoholu etylowego, po przetworzeniu przeznaczonego do spożycia oraz produkcję napojów alkoholowych, takich jak: wódka, whisky, brandy, gin, likiery, itp. Zgodnie z tymi danymi, 182 firmy zatrudniały do 9 osób

(mikroprzedsiębiorstwa), 31 firm od 10 do 49 osób (małe przedsiębiorstwa), 10 firm od 50 do 249 osób (średnie przedsiębiorstwa) oraz 2 firmy – 250 i więcej osób (duże przedsiębiorstwa). Natomiast w zbiorze danych ze sprawozdań F-01/I-01 za 2024 r. występuje 28 jednostek wykazujących analogiczny kod PKD o zatrudnieniu 10 i więcej osób, z czego w 14 jednostkach zatrudnionych jest 50 i więcej osób.

LICZBA PODMIOTÓW PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO WG LICZBY ZATRUDNIONYCH NA PODSTAWIE INFORMACJI Z REJESTRU REGON WG STANU NA 30.06.2025 R.



25,7 MLD ZŁ WKŁADU DO PKB POLSKI

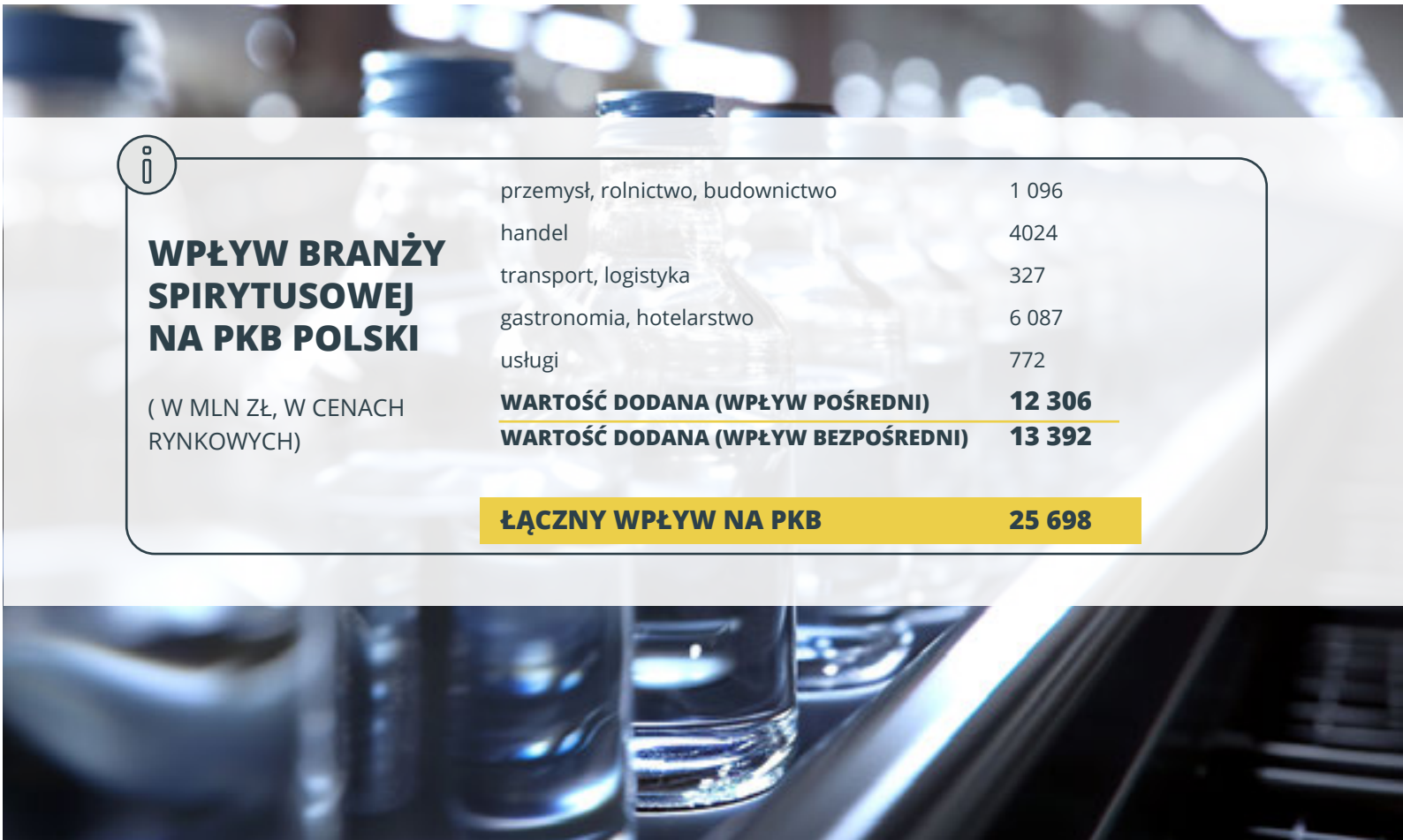
W kontekście analizy ekonomicznej branża spirytusowa odgrywa znaczącą rolę w gospodarce Polski, przyczyniając się do tworzenia produktu krajowego brutto w wielu aspektach. PKB, będący miarą wartości wszystkich końcowych dóbr i usług wytworzonych w kraju, jest kluczowym wskaźnikiem ekonomicznym, a branża spirytusowa wnosi do niego wkład zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio.

Bezpośredni wpływ branży spirytusowej na PKB manifestuje się przede wszystkim poprzez wartość wytworzonych dóbr. Polski przemysł spirytusowy, znany z produkcji wysokiej jakości wódek i innych napojów alkoholowych, przyczynia się do wzrostu gospodarczego poprzez tworzenie wartości dodanej, która jest bezpośrednio wliczana do PKB. Uwzględniając wypracowany dochód, zarówno w tej części, która podlegała zatrzymaniu w przedsiębiorstwach lub dystrybucji do właścicieli w postaci zysku netto oraz do pracowników w postaci wynagrodzeń, jak również jego część wytransferowaną na rzecz pokrycia zobowiązań finansowych (odsetki), zobowiązań wobec sektora finansów publicznych (podatki) oraz zużycia środków trwałych (amortyzacja), **całkowity bezpośredni wkład branży spirytusowej do PKB można określić na poziomie blisko 13,4 mld zł w 2024 r.** Specyficznym dla tej branży jest fakt, iż **zdecydowana większość generowanej bezpośrednio wartości dodanej (82%) przechwytywana jest w podatkach przez sektor finansów publicznych, umożliwiając w ten sposób finansowanie szeregu działań i polityk publicznych.**

i	SZACUNKOWY BEZPOŚREDNI WPŁYW BRANŻY SPIRYTUSOWEJ NA PKB POLSKI (kwoty w mln zł, w cenach rynkowych)	zysk netto	1 329
		podatki	10 981
		odsetki	99
		amortyzacja	239
		wynagrodzenia	745
		BEZPOŚREDNI WPŁYW NA PKB	13 392

Pośredni wpływ branży spirytusowej na PKB jest równie istotny. Sektor ten generuje popyt na produkty i usługi innych branż, takich jak **rolnictwo, przemysł opakowań, transport i logistyka, HoReCa, a także marketing.** Na przykład, jak wynika z aktualnych szacunków IERiGŻ, przemysł spirytusowy zużywa 1,601 mln ton zbóż, w tym 954 tys. ton kukurydzy i 38 tys. ton ziemniaków. Te powiązania międzygałęziowe stymulują produkcję i zatrudnienie w wielu sektorach gospodarki, co w efekcie przekłada się na wyższy PKB. Dodatkowo, branża spirytusowa ma znaczący wpływ na handel oraz sektor usług, zwłaszcza w obszarze gastronomii i turystyki (HoReCa). W ten sposób branża spirytusowa przyczynia się do tworzenia PKB nie tylko poprzez bezpośrednią produkcję i sprzedaż, ale również poprzez stymulowanie innych sektorów gospodarki. Dobrze obrazują to szacunki wskazujące, iż popyt generowany przez przemysł spirytusowy na surowce, materiały, półprodukty i energię przyczynia się do tworzenia 1,1 mld zł wartości dodanej w polskiej gospodarce. Ponadto, popyt na usługi, w tym transportowe i logistyczne, odpowiada za kolejne 1,1 mld zł wartości dodanej. Jeszcze większa w ujęciu wartości bezwzględnych jest rola branży w generowaniu aktywności ekonomicznej w sektorach, dla których pełni rolę dostawcy – **handlu, gdzie generuje ponad 4 mld zł dodatkowej wartości dodanej oraz gastronomii i hotelarstwie (HoReCa), gdzie analogiczna kontrybucja sięga 6,1 mld zł. Łącznie, wartość PKB pośrednio kreowanego przez przemysł spirytusowy wynosi zatem 12,3 mld zł.**

Biorąc pod uwagę całkowity bezpośredni i pośredni wpływ branży spirytusowej na tworzenie PKB w polskiej gospodarce jest to wartość 25,7 mld zł w 2024 r. Oznacza to, że **polski przemysł spirytusowy odpowiada za generowanie ok. 0,71% polskiego PKB. To wielkość porównywalna do wartości dodanej całego polskiego przemysłu chemicznego lub 1/3 PKB województwa świętokrzyskiego.**

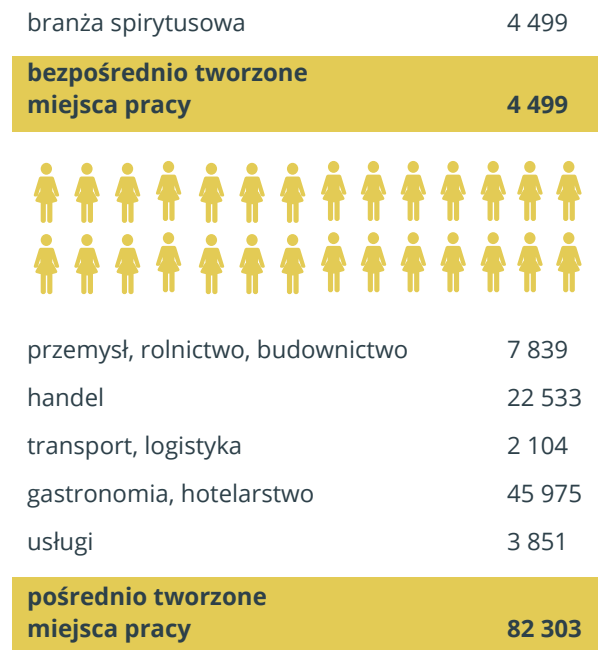


PONAD 86 TYSIĘCY MIEJSC PRACY

Branża spirytusowa w Polsce odgrywa istotną rolę w tworzeniu miejsc pracy i kształtowaniu rynku pracy. Jak wynika z danych GUS, na koniec 2024 roku branża zatrudniała bezpośrednio 4 499 osób. Zatrudnienie to obejmuje pracowników zaangażowanych w produkcję alkoholu, zarządzanie, sprzedaż, marketing oraz działania badawczo-rozwojowe. Sektor charakteryzuje się wysokim stopniem specjalizacji, wymagającym umiejętności technicznych oraz wiedzy specjalistycznej, co przekłada się na potrzebę stałego kształcenia i rozwoju pracowników.

Miejsca pracy tworzone w branży spirytusowej cechuje różnorodność – od niżej wykwalifikowanych pozycji w produkcji po wysoko specjalistyczne w dziedzinach takich, jak kontrola jakości, zarządzanie produkcją czy badania i rozwój. Świadczy o tym fakt, iż płace w przemyśle spirytusowym są o 25% wyższe niż średnio w przetwórstwie przemysłowym. Warto podkreślić, że branża stawia wysokie wymagania w zakresie przestrzegania norm i standardów bezpieczeństwa, co przekłada się na potrzebę ciągłego szkolenia pracowników i inwestycji w ich rozwój zawodowy. Zgodnie z danymi GUS sektor spirytusowy odpowiada za 51% wydatków na szkolenia ogółem wśród wszystkich producentów alkoholu, wydając na ten cel blisko o połowę więcej niż segment producentów piwa. Ponadto, branża spirytusowa oferuje możliwości kariery na różnych szczeblach zarządzania, co stanowi atrakcyjną ścieżkę rozwoju zawodowego.

SZACUNKOWY WPŁYW BRANŻY SPIRYTUSOWEJ NA TWORZENIE MIEJSC W POLSKIEJ GOSPODARCE



>86,8 tysięcy
liczba łącznie stworzonych miejsc pracy dzięki branży spirytusowej

Pośredni wpływ branży spirytusowej na rynek pracy przejawia się poprzez jej powiązania z innymi sektorami gospodarki, opisanymi szczegółowo w sekcji poświęconej wpływowi przemysłu spirytusowego na tworzenie PKB. W sektorach stricte związanych z dostarczaniem surowców, materiałów czy usług dla branży spirytusowej zatrudnienie znajduje 13,8 tys. osób dzięki istniejącym więziom kooperacyjnym. Kolejne 22,5 tys. miejsc pracy w handlu jest zapewnianych dzięki obrotowi produktami przemysłu spirytusowego, a w sektorze gastronomiczno-hotelarskim, podtrzymywanych w ten sposób jest 46 tys. miejsc pracy.

W ujęciu całościowym, branża spirytusowa tworzy zatem, zgodnie z szacunkami, **bezpośrednio i pośrednio 86,8 tys. miejsc pracy.** Na jedno miejsce pracy w polskim przemyśle spirytusowym przypada 18 miejsc pracy tworzonych w branżach kooperujących.

18,6 MLD ZŁ DOCHODÓW SEKTORA FINANSÓW PUBLICZNYCH

Całościowy wpływ polskiego sektora napojów spirytusowych na dochody sektora finansów publicznych jest znaczący. Branża podlega kilku formom opodatkowania, które mają bezpośredni wpływ na budżet państwa. Do najważniejszych należą: akcyza, VAT i podatki dochodowe.

W przypadku przemysłu spirytusowego zdecydowanie dominującą rolę odgrywa podatek akcyzowy, który w 2024 r. wygenerował wpływy na poziomie 10,3 mld zł. Należy podkreślić, że odpowiadając za 38,8% konsumpcji czystego alkoholu w Polsce, sektor spirytusowy zapewnia budżetowi państwa 71% wpływów z tytułu akcyzy od alkoholu. Proporcje w przypadku przemysłu piwowarskiego są odwrotne – odpowiada on za 53,8% konsumpcji czystego alkoholu, a generuje tylko 25% wpływów z tytułu akcyzy.

18,6 mld zł

DOCHODÓW SEKTORA
FINANSÓW PUBLICZNYCH

13,5 mld zł

ŁĄCZNIE BEZPOŚREDNIE
PŁATNOŚCI PODATKOWE BRANŻY
SPIRYTUSOWEJ STANOWIĄCE
DOCHODY BUDŻETOWE

Analiza wkładu branży spirytusowej w dochody budżetowe wymaga uwzględnienia również pośrednich efektów ekonomicznych. Dodatkowe 2,6 mld zł, głównie z VAT, generują branże kooperujące z przemysłem spirytusowym, dzięki stworzonemu przez nią popytowi. Łącznie budżet państwa i samorządy dzięki branży spirytusowej generują ponad 16,5 mld zł (w tym 16 253 mln zł z podatków oraz 284 mln zł z trafiającej do samorządów części opłaty od sprzedaży napojów alkoholowych w opakowaniach do 300 ml). Przemysł spirytusowy przekazuje zatem do budżetu państwa wkład finansowy stanowiący ok. 3% jego łącznych dochodów budżetowych, co świadczy o ogromnym znaczeniu tej branży dla finansów publicznych.

Ponadto, zatrudnienie w branży i powiązane sektory generują wpływy z podatku dochodowego i składek na ubezpieczenia społeczne, co również przekłada się na dodatkowe dochody sektora finansów publicznych. Zgodnie z opracowanymi szacunkami, przemysł spirytusowy bezpośrednio generuje wpływy z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne na poziomie 259 mln zł, zaś dzięki pośrednio stworzonemu zatrudnieniu, finanse publiczne są zasilane dodatkowo kwotą 1 553 mln zł, co daje łącznie 1 812 mln zł.

SZACUNKOWY WPŁYW BRANŻY SPIRYTUSOWEJ NA TWORZENIE DOCHODÓW SEKTORA FINANSÓW PUBLICZNYCH W 2024 R. (W MLN ZŁ)

	BEZPOŚREDNIO	POŚREDNIO	RAZEM
VAT	3 080,2	2 091,7	5 172,0
podatek akcyzowy	10 330,2	-	10 330,2
CIT	192,0	315,0	507,0
PIT	34,9	208,8	243,7

ŁĄCZNIE PODATKI 13 637,3 2 615,5 16 252,8

opłata opakowania			
do 300 ml	567	-	567
- w tym do NFZ	283,5	-	283,5
- w tym do samorządów	283,5	-	283,5

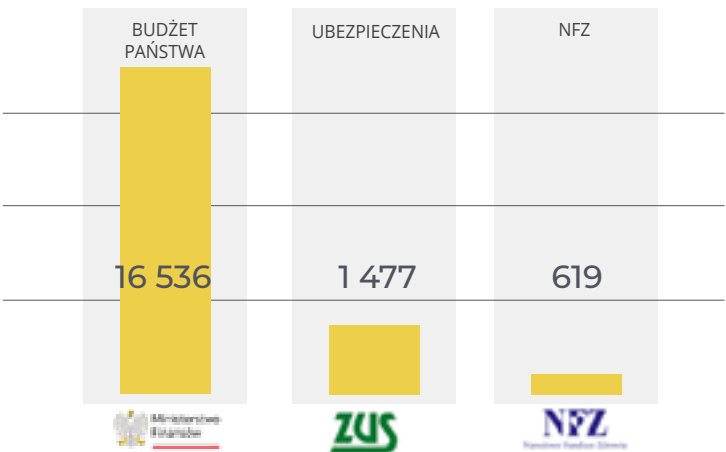
FUS	195,6	1 170,8	1 366,4
FP	15,1	90,7	105,8
FGŚP	0,6	3,7	4,3
składka zdrowotna	48,0	287,4	335,4

ŁĄCZNIE SKŁADKI 259,4 1 552,6 1 811,9

ŁĄCZNIE FINANSE PUBLICZNE 14 463,7 4 168,1 18 631,8

Co więcej, branża spirytusowa przyczynia się również do tworzenia dochodów Narodowego Funduszu Zdrowia, stanowiącego podstawowe źródło finansowania systemu ochrony zdrowia, od którego poziomu zależy dostępność i jakość zapewnianych świadczeń opieki zdrowotnej. Przede wszystkim sektor dostarcza wpływy z tytułu opłaty od sprzedaży napojów alkoholowych w opakowaniach do 300 ml (art. 92 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi), które w 2024 r. wyniosły 567 mln zł. Połowa z nich trafia do NFZ, zaś pozostała część do gmin, na terenie których prowadzona jest sprzedaż alkoholu. Ponadto, od wynagrodzeń pracowników branży spirytusowej oraz z tytułu miejsc pracy tworzonych dzięki więziom kooperacyjnym z tą branżą, generowanych jest dodatkowo 335 mln zł rocznych wpływów do NFZ z tytułu składki zdrowotnej. Łącznie przemysł spirytusowy zasila zatem Narodowy Fundusz Zdrowia kwotą 619 mln zł w skali roku.

STRUKTURA DOCHODÓW SEKTORA FINANSÓW PUBLICZNYCH TWORZONYCH PRZEZ POLSKI PRZEMYSŁ SPIRYTUSOWY W 2024 R. (W MLN ZŁ)



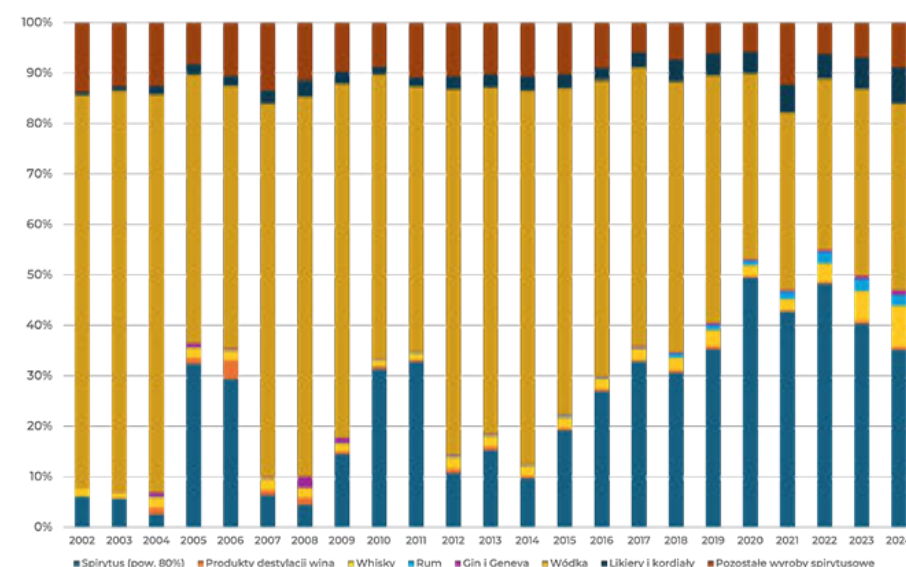
Biorąc pod uwagę całościowy wpływ polskiej branży spirytusowej na dochody sektora finansów publicznych, szacunkowa wartość generowanych przez nią wpływów sięga 18,6 mld zł. To więcej niż cały budżet Poznania, Łodzi i Gdańska razem wziętych.

POLSKA WÓDKA EKSPORTOWYM HITEM

Ostatnie dwie dekady to okres bardzo dynamicznego rozwoju polskiego eksportu wyrobów spirytusowych. Na przestrzeni ostatnich 10 lat średnie nominalne tempo jego wzrostu wynosiło 11% rocznie, przekraczając poziom 2,4 mld zł w 2024 r, co stanowi wartość większą niż eksport z Polski mleka, śmietany i jogurtów. Niekwestionowanym polskim hitem eksportowym jest wódka, której sprzedaż dla zagranicznych odbiorców sięgnęła 894 mln zł. Podbija ona w szczególności rynek francuski, gdzie trafia ponad połowa (449 mln zł) jej eksportu. W dalszej kolejności wśród odbiorców polskiej wódki plasują się: USA (92 mln zł), Węgry (40 mln zł), Wielka Brytania (36 mln zł) i Niemcy (31 mln zł). Wśród ważnych odbiorców należy wymienić również Turcję (28 mln zł), Ukrainę (22 mln zł), Włochy (17 mln zł), Kanadę (14 mln zł), Holandię (13 mln zł) oraz Irlandię (11 mln zł). Jeśli chodzi o całościową strukturę eksportu wyrobów spirytusowych, najważniejszymi rynkami zbytu dla polskich produktów są Francja i Niemcy (po 20% udziału), Szwajcaria (10%), Holandia (8%), Ukraina (5%), USA (4%) oraz Wielka Brytania (3%).

Poza wódką, niezwykle ważnym z punktu wymiany handlowej produktem jest spirytus, którego eksport rozwijał się dynamicznie w latach 2018-2022. Od 2022 r. jego udział w strukturze wyrobów alkoholowych sprzedawanych zagranicę ponownie zmniejsza się na korzyść wódki. Spadek eksportu spirytusu przyczynił się również do zahamowania wzrostu wartości eksportu ogółem polskich wyrobów spirytusowych na przestrzeni ostatnich dwóch lat.

STRUKTURA EKSPORTU WYROBÓW PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO



ŹRÓDŁO: OBLICZENIA NA PODSTAWIE DANYCH GUS

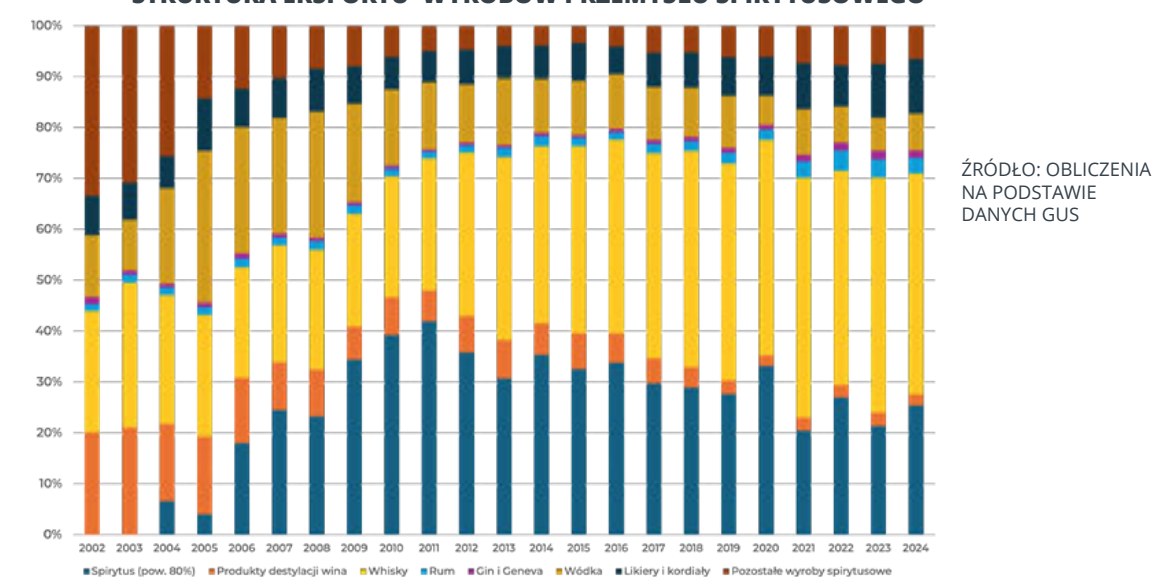
Najszybciej rozwijającym się segmentem polskiego eksportu wyrobów alkoholowych w ostatnich latach staje się jednak whisky. O ile do 2021 r. jej eksport nie przekraczał 40 mln zł rocznie, to do 2024 r. urósł do 197 mln zł – ponad 5-krotnie w ciągu 3 lat! Szybko rośnie również eksport polskich likierów, który na przestrzeni ostatnich 5 lat zwiększył się ponad 3-krotnie. Mimo utrzymującej się dominującej pozycji wódki, struktura eksportu polskich alkoholi mocnych staje się zatem coraz bardziej zróżnicowana i zdywersyfikowana, co odzwierciedla wielokierunkowy rozwój krajowego przemysłu spirytusowego.

W IMPORCIE DOMINUJE SEGMENT PREMIUM

Pomimo rosnącej wartości eksportu, utrzymuje się ujemne saldo wymiany handlowej wyrobami spirytusowymi. Ma to związek z wysokim popytem ze strony konsumentów na importowane alkohole, często z segmentu premium. Całkowity import wyrobów spirytusowych w 2024 r. osiągnął poziom 3,7 mld zł, z czego ponad 43% (1,6 mld zł) przypadało na whisky, która stanowi dominującą kategorię wśród importowanych wyrobów. Ponadprzeciętnie rośnie jednak również popyt na importowany rum, gin i likiery – w każdej z tych kategorii średnioroczna nominalna dynamika wzrostu za ostatnie 10 lat przekracza 15%.

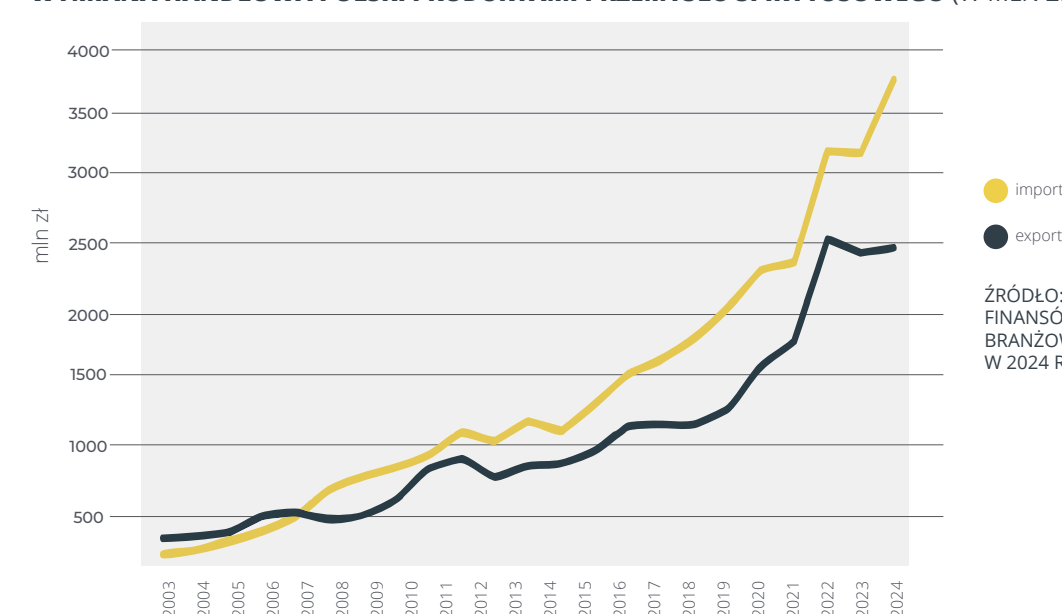
Biorąc pod uwagę powyższe fakty, konieczny jest dalszy rozwój polskiego eksportu, ze szczególnym uwzględnieniem droższych produktów. W tym kontekście szczególnie istotne jest skuteczne wykorzystanie luki powstałej po wycofaniu rosyjskiej wódki z rynków europejskich oraz dalsza budowa marki polskich alkoholi mocnych jako wyrobów wysokiej jakości, stanowiących wizytówkę wyróżniającą Polskę zagranicą.

STRUKTURA EKSPORTU WYROBÓW PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO



ŹRÓDŁO: OBLICZENIA NA PODSTAWIE DANYCH GUS

WYMIANA HANDLOWA POLSKI PRODUKTAMI PRZEMYSŁU SPIRYTUSOWEGO (W MLN ZŁ)



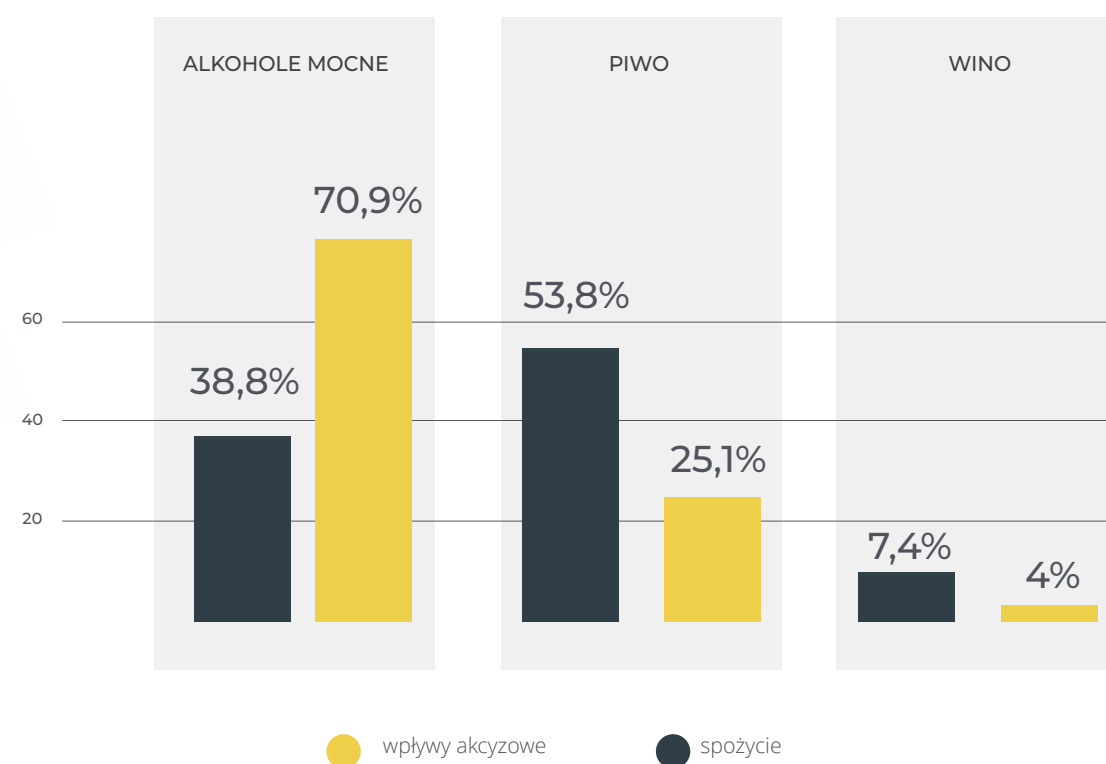
ŹRÓDŁO: MINISTERSTWO FINANSÓW, SZACUNKI BRANŻOWE KONSUMPCJI W 2024 R.

3.

UWARUNKOWANIA PRAWNE FUNKCJONOWANIA BRANŻY SPIRYTUSOWEJ W POLSCE

Branża spirytusowa należy do najbardziej regulowanych w gospodarce. Przepisy prawa nakładają bowiem na przedsiębiorców w tej branży liczne i wymagające obowiązków oraz obciążenia fiskalne. Szeroko rozumiany sektor spirytusowy podlega ścisłej regulacji w całym łańcuchu dostaw, począwszy od produkcji alkoholu etylowego po warunki sprzedaży wyrobów spirytusowych konsumentom.

SPOŻYCIE NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH A WPŁYWY Z TYTUŁU AKCYZY



ŹRÓDŁO: MINISTERSTWO FINANSÓW, SZACUNKI BRANŻOWE KONSUMPCJI W 2024 R.

OPODATKOWANIE NAPOJÓW SPIRYTUSOWYCH

NIESPRAWIEDLIWE DYSPROPORCJE W PODATKU AKCYZOWYM

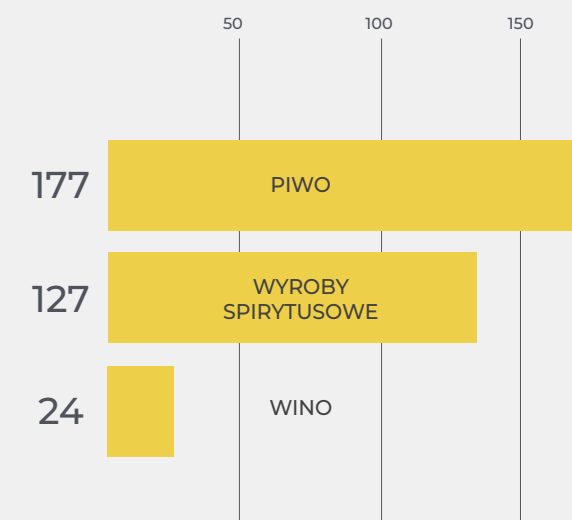
Bardzo duży wpływ na sytuację branży napojów spirytusowych ma opodatkowanie tych wyrobów podatkiem akcyzowym. Wśród kategorii wyrobów alkoholowych obecnych na polskim rynku, napoje spirytusowe są najwyżej opodatkowane. W 2024 r. z akcyzy na wyroby spirytusowe wygenerowano dochody podatkowe budżetu państwa na poziomie 10,3 mld zł, podczas gdy w analogicznym okresie z akcyzy na piwo uzyskano 3,7 mld zł, a z akcyzy na wino – 0,6 mld zł. Jest to tym bardziej wyraźna dysproporcja, że najbardziej konsumowanym napojem alkoholowym w Polsce jest piwo, którego spożycie jest najwyższe w przeliczeniu na czysty alkohol etylowy (53,8% całości spożycia czystego alkoholu w Polsce).

Opierając się na danych GUS oraz KCPU można szacować spożycie czystego alkoholu w Polsce na poziomie 177 mln litrów z piwa, 127 mln litrów z wyrobów spirytusowych oraz 24 mln litrów z wina. Innymi słowy, choć wyroby spirytusowe stanowią ok. 38,8% całkowitego spożycia alkoholu w Polsce, odpowiadają one jednocześnie aż za ok. 71% wpływów z tytułu opodatkowania alkoholu akcyzą.

Istniejące dysproporcje w opodatkowaniu poszczególnych rodzajów wyrobów alkoholowych są jeszcze bardziej widoczne w przypadku porównania opodatkowania przypadającego na jedną butelkę napojów alkoholowych poszczególnych rodzajów. W przypadku wódki czystej, w półlitrowej butelce wódki o zawartości alkoholu 40% i cenie 30 zł – akcyza wynosi 15,98 zł, zaś VAT to 5,61 zł. Podatki stanowią więc 72% ceny wódki a koszty produkcji i dystrybucji oraz marże – jedynie 28%. Podczas gdy w półlitrowej butelce 5,5% piwa i cenie 3,50 zł, akcyza to 0,57 zł, zaś VAT to 0,70 zł. Oznacza to, że podatki stanowią łącznie jedynie 36% ceny piwa.

Dodatkowo, napoje alkoholowe w opakowaniach do 300 ml, czyli de facto napoje spirytusowe w małych formatach są objęte opłatą w wysokości 25 zł za liter czystego alkoholu.

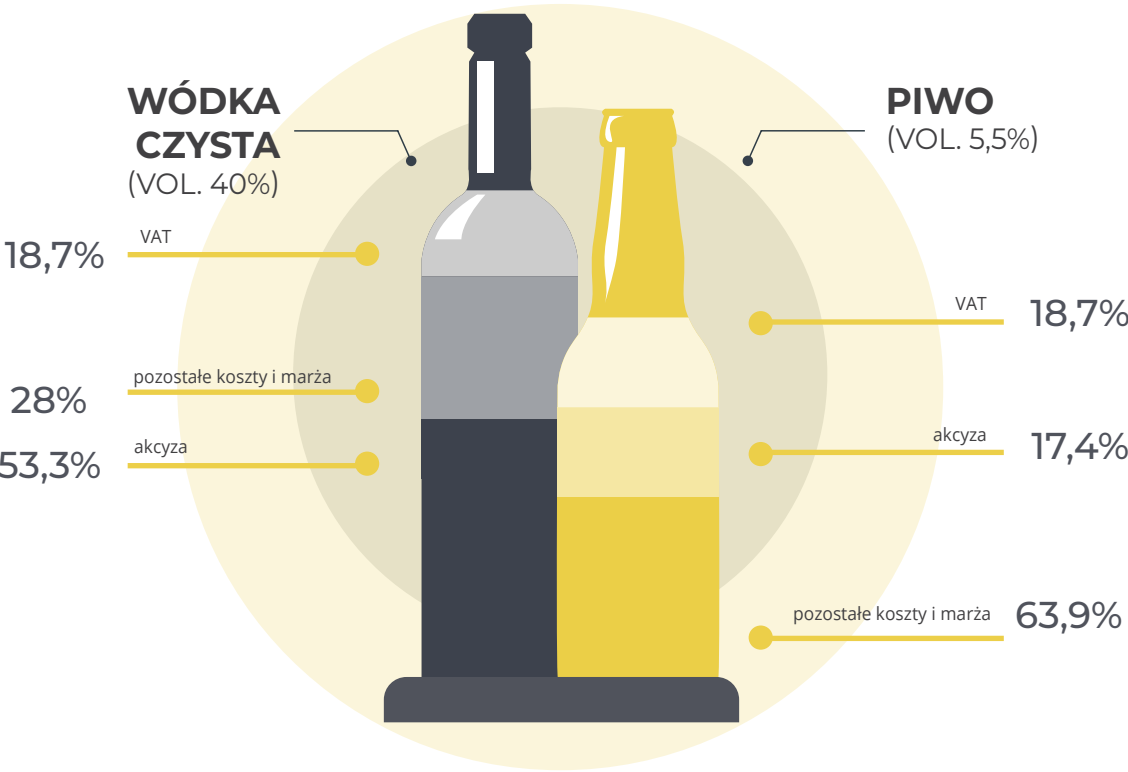
STRUKTURA SPOŻYCIA WYROBÓW ALKOHOLOWYCH W POLSCE W 2024 R. (W MLN LITRACH CZYSTEGO ALKOHOLU)



ŹRÓDŁO: KCPU

PORÓWNANIE UDZIAŁU OPODATKOWANIA W POSZCZEGÓLNYCH RODZAJACH NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH

ŹRÓDŁO: OBLICZENIA WŁASNE NA PODSTAWIE DANYCH GUS I MINISTERSTWA FINANSÓW



Akcyzą obciążone są wszelkie wyroby o rzeczywistej objętościowej mocy alkoholu przekraczającej 1,2% objętości, objęte pozycjami CN 2207 i 2208, nawet jeżeli są to wyroby stanowiące część wyrobu należącego do innego działu Nomenklatury Scalonej, wyroby objęte pozycjami CN 2204, 2205 i 2206 00, o rzeczywistej objętościowej mocy alkoholu przekraczającej 22% objętości oraz napoje zawierające rozcieńczony lub nierozcieńczony alkohol etylowy. Należy wspomnieć, że produkcja wyrobów spirytusowych jest jedynym segmentem branży produkcji alkoholu, w której opodatkowaniu akcyzą podlegają również ubytki produkcyjne. Podstawą opodatkowania akcyzą napojów spirytusowych jest liczba hektolitrów alkoholu etylowego 100% vol. w temperaturze 20°C zawartego w gotowym wyrobie. Innymi słowy akcyzą nie jest opodatkowany gotowy wyrób jako taki, ale zawarty w nim alkohol etylowy. W 2024 r. stawka akcyzy od alkoholu etylowego wynosiła 7610,00 zł od 1 hektolitra alkoholu etylowego 100% vol. i będzie rosła w 2026 r. do 8391,00 zł, a w 2027 r. do 8811,00 zł.

Podatek akcyzowy od napojów alkoholowych jest podatkiem zharmonizowanym w prawie unijnym, tj. w dyrektywie Rady 92/83/EWG z 19 października 1992 r. w sprawie harmonizacji struktury podatków akcyzowych od alkoholu i napojów alkoholowych (Dz. Urz. L 316 z 31.10.1992 r., s. 21, z późn. zm.) oraz w dyrektywie Rady 92/84/EWG z 19.10.1992 r. w sprawie zbliżenia stawek podatku akcyzowego dla alkoholu i napojów alkoholowych (Dz. Urz. L z 31.10.1992 r., str. 29). Z tego względu polski ustawodawca nie dysponuje pełną swobodą określania struktury i stawek podatku akcyzowego od napojów alkoholowych. Zgodnie z przepisami Dyrektywy, podstawą opodatkowania wina oraz produktów pośrednich są hektolitry wyrobu gotowego a w przypadku wyrobów spirytusowych – hektolitr czystego alkoholu zawartego w produktach. Natomiast w odniesieniu do piwa, państwa członkowskie UE mają możliwość określenia jako podstawę wymiaru hektolitr na 1% czystego alkoholu lub hektolitr na 1 stopień Plato (to drugie rozwiązanie stosowane jest obecnie w Polsce). Dopuszczenie możliwości ustalania podatku akcyzowego na piwo w relacji do liczby stopni Plato stanowi usankcjonowanie historycznych regulacji funkcjonujących w niektórych państwach Unii Europejskiej.

Jednak z punktu widzenia przejrzystości systemu oraz potrzeby redukowania dysproporcji w poziomie opodatkowania alkoholu zawartego w różnych rodzajach produktów, zasadne byłoby wprowadzenie w Polsce opodatkowania opartego na procentowej zawartości alkoholu w piwie. Jest to tym bardziej racjonalne, że ponad połowa czystego alkoholu konsumowanego przez Polaków pochodzi z piwa i to od końca lat 90. ubiegłego wieku. Co więcej, z punktu widzenia ustawodawcy, tylko mechanizm naliczania akcyzy oparty na procentowej zawartości alkoholu w produkcie może mieć realny wpływ na zdrowie publiczne. Zasada jest bowiem prosta – im mniejsza zawartość alkoholu, tym niższa wartość akcyzy.

Ze stawki akcyzy obniżonej o połowę mogą korzystać małe gorzelnie, czyli gorzelnie, które są prawnie i ekonomicznie niezależne od innych gorzeln, nie produkują alkoholu etylowego na podstawie licencji uzyskanych od innych przedsiębiorców, a wielkość produkcji alkoholu etylowego w poprzednim roku kalendarzowym nie przekroczyła 10 hektolitrów 100% vol. Tak obniżona stawka akcyzy ma zastosowanie także do alkoholu etylowego wyprodukowanego z owoców dostarczanych im przez producentów owoców pochodzących z ich upraw.

EWOLUCJA STAWEK AKCYZY NA WYROBY ALKOHOLOWE W LATACH 2007-2027

(W PRZELICZENIU NA 1 LITR CZYSTEGO ALKOHOLU W PRODUKCIE)

ROK	PIWO	WYROBY SPIRYTUSOWE	WINO
2007	13,82 Zł	45,50 Zł	12,32 Zł
2008	13,82 Zł	45,50 Zł	12,32 Zł
2009	15,70 Zł	46,90 Zł	14,31 Zł
2010	15,70 Zł	46,90 Zł	14,31 Zł
2011	15,70 Zł	46,90 Zł	14,31 Zł
2012	15,70 Zł	46,90 Zł	14,31 Zł
2013	15,70 Zł	46,90 Zł	14,31 Zł
2014	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2015	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2016	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2017	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2018	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2019	15,70 Zł	57,04 Zł	14,31 Zł
2020	17,27 Zł	62,75 Zł	15,76 Zł
2021	17,27 Zł	62,75 Zł	15,76 Zł
2022	19,00 Zł	69,03 Zł	17,30 Zł
2023	19,95 Zł	72,48 Zł	18,21 Zł
2024	20,95 Zł	76,10 Zł	19,11 Zł
2025	22,00 Zł	79,91 Zł	20,11 Zł
2026	23,11 Zł (25,30 Zł)*	83,91 Zł (91,90 Zł)*	21,10 Zł (23,12 Zł)*
2027	24,26 Zł (27,83 Zł)*	88,11 Zł (101,09 Zł)*	22,19 Zł (25,44 Zł)*

*stawki wynikające z propozycji zmiany mapy drogowej akcyzy przedstawionej przez MF

Wzrost stawek akcyzy od 2022 r. do 2027 r. wynika z przepisów ustawy o podatku akcyzowym, wprowadzających tzw. mapę drogową akcyzy, w ramach której stawki na wyroby alkoholowe są corocznie podnoszone o 5%. Uwzględniając planowane w kolejnych latach podwyżki podatku akcyzowego, skumulowany wzrost akcyzy w latach 2007-2027 w przypadku wyrobów spirytusowych wyniesie 94% i będzie wyższy niż w przypadku wina (wzrost o 80%) oraz piwa (wzrost o 76%). W sierpniu 2025 r. Ministerstwo Finansów przedstawiło w wykazie prac legislacyjnych Rady Ministrów założenia projektu kolejnej nowelizacji ustawy akcyzowej, zgodnie z którą nastąpiłoby odejście od mapy drogowej akcyzy, poprzez podwyższenie akcyzy na wyroby alkoholowe o 15% w 2026 r. oraz o 10% w 2027 r.

OBCIĄŻENIA ADMINISTRACYJNE

Podleganie obowiązkom zapłaty podatku akcyzowego wiąże się z podleganiem licznym i złożonym obowiązkom administracyjnym. Wśród nich należy wymienić w szczególności obowiązek uzyskania stosownych zezwoleń takich, jak zezwolenie na prowadzenie składu podatkowego oraz obowiązek prowadzenia ewidencji składu podatkowego, ewidencji banderol oraz ksiąg kontroli. Jako jedyna grupa podmiotów branży alkoholowej, producenci wyrobów spirytusowych podlegają ponadto stałej kontroli ze strony Krajowej Administracji Skarbowej w zakresie produkcji, oczyszczania lub skażania alkoholu etylowego (obowiązek stałej kontroli został zniesiony kilkanaście lat temu w odniesieniu do pozostałych producentów alkoholu). Wskazane powyżej obowiązki stanowią istotne obciążenie administracyjne po stronie podmiotów prowadzących działalność w branży spirytusowej, głównie wśród przedsiębiorstw produkujących, importujących oraz wewnątrzwspólnotowo nabywających wyroby spirytusowe.

Dodatkowo, producenci napojów spirytusowych są zobowiązani do oznaczania swoich wyrobów znakami akcyzy w formie banderol, które z uwagi na formę ich produkcji – na płachcie, muszą być aplikowane na szyjkę butelki przy pomocy kleju. Ten archaiczny sposób aplikacji jest pracochłonny i czasochłonny. Producenci piwa są całkowicie zwolnieni z tego obowiązku. Natomiast od 1 lipca 2021 r. obowiązują nowe banderole winiarskie, które są łatwe w aplikacji – produkowane na rolce z klejem i mogą być aplikowane poza szyjką butelki, co sprawia, że są bardziej estetyczne.

REKLAMA NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH

Przepisy polskiego prawa przewidują zakaz publicznej reklamy i promocji napojów alkoholowych, oprócz reklamy piwa, która jest dopuszczalna w szerokim zakresie. Różne traktowanie prawne reklamy piwa oraz pozostałych napojów alkoholowych budzi istotne wątpliwości z punktu widzenia konstytucyjnej zasady równości, czego nie da się uzasadnić koniecznością realizacji celów związanych z ochroną zdrowia. Podobnie, jak w przypadku akcyzy dodatkowe wątpliwości budzi korzystniejsze uregulowanie reklamy i promocji piwa względem napojów spirytusowych o porównywalnej lub niższej zawartości alkoholu, prawo dopuszcza bowiem reklamę piwa o mocy np. 10% i jednocześnie zakazuje reklamy napoju spirytusowego zawierającego np. 5% alkoholu lub cydru o zawartości alkoholu 4,5%.

OBRÓT NAPOJAMI SPIRYTUSOWYMI

Dla branży spirytusowej kluczowe znaczenie ma ustawa z 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 165, z późn. zm.). Ogólnym celem ustawy jest ograniczanie spożycia napojów alkoholowych oraz zmiana struktury ich spożywania. Jednym ze sposobów jest ograniczenie dostępności alkoholu. W ustawie przewidziany jest nawet przepis, który zawiera wytyczną dla ustawodawcy, którą powinien kierować się przy przyjmowaniu innych ustaw. Mianowicie akty prawne wpływające na strukturę cen napojów alkoholowych powinny służyć ograniczaniu spożycia tych napojów oraz zmianie struktury ich spożycia na rzecz napojów o niskiej zawartości procentowej alkoholu. Ten zapis jest interpretowany przez polskiego ustawodawcę jako sprzyjający wyłącznie konsumpcji

piwa, natomiast produkty o niskiej zawartości alkoholu, w tym niższej niż piwa, są w każdej kategorii, np. cydr, perry czy RTD. Ustawa niezwykle rygorystycznie reguluje obrót napojami spirytusowymi o zawartości alkoholu powyżej 18%. Poniżej przedstawiono rozwiązania najważniejsze z perspektywy branży napojów spirytusowych.



OBRÓT HURTOWY NAPOJAMI SPIRYTUSOWYMI

Obrót hurtowy napojami alkoholowymi o zawartości alkoholu powyżej 18% wymaga zezwolenia ministra właściwego do spraw gospodarki (obecnie Ministra Rozwoju i Technologii). Obrót hurtowy można wykonywać tylko w imieniu własnym. Do uzyskania zezwolenia obowiązani są także producenci, którzy zbywają swoje wyroby sprzedawcom detalicznym. Należy zauważyć, że zezwolenie na obrót hurtowy wydawane jest co najwyżej na jeden rok. W zezwoleniu minister określa limit obrotu tymi napojami. Limit obrotu takimi napojami alkoholowymi dla jednego podmiotu rocznie wynosi co najmniej 250 tys. litrów 100% alkoholu. Zmiany zezwolenia wymaga także podniesienie limitu. Należy dodać, że zezwolenie podlega opłacie w zależności od zgłoszonej we wniosku liczby litrów napojów alkoholowych o zawartości powyżej 18% alkoholu, przy czym za 250 tys. litrów pobierana jest opłata w wysokości 22 500 zł. Opłata w wysokości aż 50% opłaty od pierwotnego zezwolenia pobierana jest od decyzji wprowadzającej nowe miejsca prowadzenia działalności gospodarczej. Dodatkowo opłacie w wysokości 25 zł za każdy litr 100% alkoholu podlega sprzedaż alkoholu sprzedawcom detalicznym napojów w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml.

Ustawa wyraźnie wskazuje, że przedsiębiorcy mogą sprzedawać napoje alkoholowe wyłącznie wymienione w zezwoleniu oraz wyłącznie przedsiębiorcom posiadającym zezwolenie na obrót hurtowy lub sprzedaż detaliczną takich napojów. Również zaopatrywać się mogą tylko u przedsiębiorców posiadających zezwolenie. Naturalnie, przedmiotem obrotu mogą być wyłącznie napoje alkoholowe oznaczone znakami akcyzy, jeżeli podlegają banderolowaniu. Innym wymogiem jest obowiązek wskazania we wniosku o wydanie zezwolenia magazynów stacjonarnych, o ile przedsiębiorca z nich korzysta.

SPRZEDAŻ DETALICZNA NAPOJÓW SPIRYTUSOWYCH ZGODNIE Z USTAWĄ Z 1982 R.

Sprzedaż detaliczna napojów spirytusowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, wymaga zezwolenia. Zgodnie z przepisami ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, zezwolenie na sprzedaż detaliczną wydaje wójt (burmistrz, prezydent miasta) właściwy ze względu na lokalizację punktu sprzedaży. We wniosku należy wskazać adres punktu sprzedaży napojów alkoholowych, a jeżeli przedsiębiorca posługuje się magazynem, także adres tego magazynu. Ponadto, konieczne jest przedstawienie decyzji państwowego inspektora sanitarnego o zatwierdzeniu zakładu, czyli punktu sprzedaży, zgodnie z ustawą o bezpieczeństwie żywności i żywienia. Przedsiębiorca prowadzący sprzedaż detaliczną może zaopatrywać się w napoje spirytusowe wyłącznie u przedsiębiorców posiadających zezwolenie na sprzedaż hurtową. Detalista podobnie jak hurtownik nie może zlecać sprzedaży innemu podmiotowi. Zezwolenia wydaje się na okres nie krótszy niż 4 lata, a w przypadku sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży nie krótszy niż 2 lata. Ustawa szczegółowo reguluje także przesłanki cofnięcia zezwolenia. Przedsiębiorca może stracić zezwolenie m.in., gdy dwukrotnie w ciągu 6 miesięcy nie zawiadomi właściwych organów (przede wszystkim policji) o zakłóceniu porządku publicznego w związku ze sprzedażą napojów alkoholowych w prowadzonym przez siebie punkcie lub popełnieniu przestępstwa w celu osiągnięcia korzyści majątkowej przez osobę odpowiedzialną za działalność przedsiębiorcy posiadającego zezwolenie. Po cofnięciu zezwolenia, o kolejne zezwolenie można ubiegać się po upływie 3 lat od daty cofnięcia. Zezwolenie wygasa natomiast m.in. w razie zmiany składu osobowego wspólników spółki cywilnej. Przed wydaniem zezwolenia na sprzedaż detaliczną napojów spirytusowych zawierających powyżej 18% alkoholu pobierana jest opłata na rzecz gminy w wysokości 2 100 zł. W kolejnych latach pobierana jest też opłata „za korzystanie z zezwolenia” w wysokości 2 100 zł, chyba że wartość sprzedanych napojów przekroczyła 77 000 zł. W takim przypadku pobierana jest opłata w wysokości 2,7% wartości sprzedaży tych napojów.



SPOSÓB SPRZEDAŻY DETALICZNEJ ZGODNIE Z USTAWĄ

Ustawa z 1982 r. przewiduje rozbudowane regulacje dotyczące sprzedaży detalicznej. Przede wszystkim, w każdej gminie liczba zezwoleń jest ustalana odrębnie dla poszczególnych rodzajów napojów (wg zawartości alkoholu) oraz sprzedaż napojów przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży i poza tym miejscem. Co więcej, rada gminy ustala zasady sytuowania miejsc sprzedaży i podawania tych napojów. Kolejnym ograniczeniem może być wprowadzenie gminnych zakazów sprzedaży napojów w godzinach wieczornych i nocnych (od godz. 22 do godz. 6). Ma to służyć ograniczeniu dostępności alkoholu przeznaczonego do natychmiastowej konsumpcji. Nie może być jednak wątpliwości, że te regulacje w żaden sposób nie ingerują w czas i ilość jednorazowo spożywanych napojów. Oczywisty cel ma zakaz sprzedaży alkoholu osobom do lat 18 oraz uprawnienie sprzedającego żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy. Przepisy ustawy obejmują jednak tylko sam akt sprzedaży, w tym wydania napojów. Kwestię udostępnienia napojów alkoholowych młodzieży i dzieciom reguluje przepis art. 208 Kodeksu Karnego (Kto rozpija małoletniego, dostarczając mu napoju alkoholowego, ułatwiając jego spożycie lub nakłaniając go do spożycia takiego napoju, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2). Przepis Kodeksu karnego nie jest zatem adresowany tylko do sprzedawców, ale do wszystkich, którzy dopuszczają się opisanego w nim czynu. Ustawa stanowi, że napoje spirytusowe mogą być sprzedawane w określonych rodzajach placówek: w sklepach branżowych ze sprzedażą napojów alkoholowych, wydzielonych stoiskach w samoobsługowych, placówkach handlowych o powierzchni sprzedażowej powyżej 200 m² oraz placówkach handlowych, w których sprzedawca prowadzi bezpośrednią sprzedaż napojów alkoholowych. Jest jasne, że podstawowy sens tego przepisu wskazuje ostatni punkt, którzy akcentuje prowadzenie „bezpośredniej” sprzedaży napojów alkoholowych. Ten przepis jest interpretowany przez organy władzy publicznej jako zakaz sprzedaży

zdalnej. Oceniając te przepisy należy zwrócić uwagę, że wspomniane regulacje zostały po raz pierwszy przyjęte jeszcze w 2001 r., a więc w zupełnie innych realiach społecznych, gospodarczych i technologicznych (ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłacie skarbowej, Dz.U. 2001 nr 60 poz. 610). W tamtym okresie zamożność polskiego społeczeństwa była wyraźnie niższa, usługi doręczania przesyłek dla osób prywatnych, także ze względu na regulacje prawa pocztowego przed akcesją do Unii Europejskiej, były właściwie niedostępne, a nadto nie było możliwości technologicznych, które przyniosła epoka Internetu. Przemiany handlu detalicznego w kierunku wzrostu znaczenia i popularności handlu elektronicznego przyspieszyły zwłaszcza w ostatnich latach, m.in. wskutek pandemii koronawirusa i postępu w dziedzinie uwierzytelniania i płatności online.

W tym kontekście należy zwrócić uwagę na wyrok WSA w Krakowie z 8 sierpnia 2018 r. (sygn. III SA/Kr 493/18). W tym wyroku sąd trafnie zwrócił uwagę na poważną wadę obecnego stanu prawnego. Zdaniem sądu „Skoro w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi brak jest wyraźnego zakazu sprzedaży przez Internet, to nie można go wyprowadzać z celów i zasad tej ustawy, bo nie wynika z nich, że właśnie owe cele w postaci ograniczenia dostępności do napojów alkoholowych obejmowały ten rodzaj sprzedaży”. WSA w Krakowie słusznie przy tym konkluduje, że „ustawa ta jest zupełnie niedostosowana do obecnych realiów rynkowych, co powinno być postulatem de lege ferenda do jej zmian w tym zakresie”. Brak wyraźnego uregulowania sprzedaży elektronicznej sprawia, że obecna ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi jest anachroniczna i nie odpowiada potrzebom współczesnego obrotu i zachowaniem współczesnych konsumentów, zwłaszcza konsumentów asortymentu niszowego i premium.

BRAK UREGULOWANIA SPRZEDAŻY NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH PRZEZ INTERNET

Polska powinna rozważyć formalne uregulowanie sprzedaży alkoholu przez Internet, aby dać skuteczne zabezpieczenia przed potencjalnym ryzykiem sprzedaży i dostawy alkoholu osobom nieletnim. Polski rynek alkoholowy jest już nasycony, a regulacja sprzedaży napojów alkoholowych online nie zwiększy liczby sklepów ogółem, lecz jedynie przeniesie część sprzedaży z tradycyjnych sklepów do kanałów internetowych. Sprzedaż alkoholu przez Internet oferuje znaczący potencjał dla wdrożenia cyfrowych rozwiązań, umożliwiających identyfikację tożsamości i wieku kupującego. Systemy tego typu są już stosowane w wielu krajach, co podkreśla potrzebę opracowania i implementacji podobnych rozwiązań w Polsce. W większości krajów UE sprzedaż alkoholu przez Internet jest prawnie uregulowana. Francja, Hiszpania, Niemcy, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy oraz kraje sąsiadujące z Polską już wdrożyły takie regulacje, a Polska i Finlandia pozostają jedynym krajem w UE bez odpowiednich przepisów w tej kwestii. Jednoznaczne przepisy dostosowane do współczesnych realiów pozwoliłyby na bezpieczną sprzedaż alkoholu przez Internet, ograniczając dostęp nieletnich do tych produktów.

Wprowadzenie sprzedaży alkoholu online w Polsce wymagałoby zastosowania bezpiecznych mechanizmów weryfikacji wieku kupującego. Aktualnie dostępne technologie umożliwiają takie weryfikacje, zapewniając przekazywanie danych potwierdzających pełnoletność.



Proponowane mechanizmy weryfikacji obejmują:

1. e-dowód, czyli dowód osobisty z warstwą cyfrową (smartfon z funkcją NFC oraz aplikacja eDO App, komputer z czytnikiem NFC oraz oprogramowaniem do e-dowodu),
2. platformę Moje ID (system Krajowej Izby Rozliczeniowej),
3. mObywatel 2.0. – skanowanie kodu QR (mDowód, mPrawo jazdy, mLegitymacja studencka)



%%%

Przedstawione metody weryfikacji użytkownika są elastyczne i gotowe do natychmiastowego zastosowania, wspierając kontrolowaną i bezpieczną sprzedaż alkoholu osobom pełnoletnim przez Internet. Integracja tych rozwiązań z komercyjnymi platformami handlowymi umożliwia bezpieczną realizację transakcji i dostawy. Proponowane mechanizmy weryfikacji opierają się głównie na numerze PESEL, którego przetwarzanie jest zgodne z przepisami RODO (art. 5 ust. 1 RODO). Zidentyfikowane mechanizmy mogą skutecznie zapewnić weryfikację wieku i tożsamości kupującego, często przewyższając skuteczność weryfikacji stosowanej w sprzedaży stacjonarnej, zarówno na etapie transakcji, jak i dostawy zamówionych produktów alkoholowych.

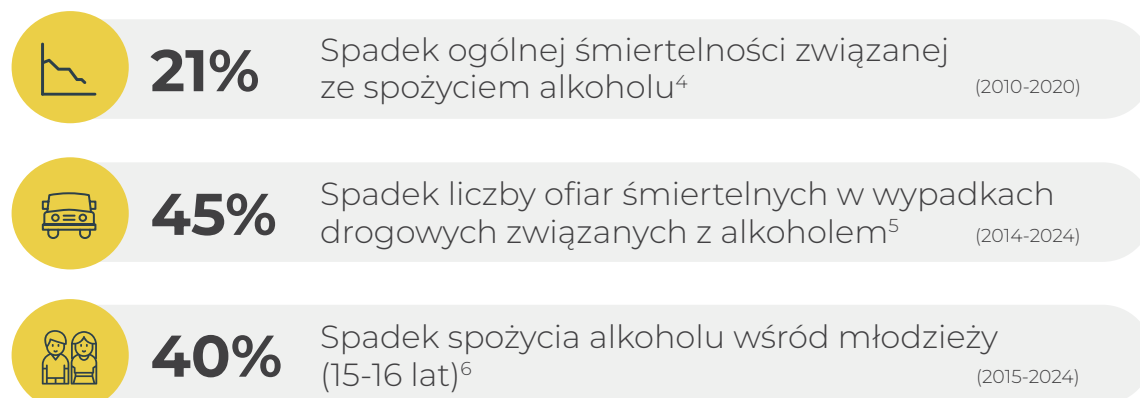
W przypadku wdrożenia tych rozwiązań, rolę firm zajmujących się sprzedażą alkoholi mocnych przez Internet powinno być zaangażowanie się w działania edukacyjne, a także systematyczne monitorowanie przestrzegania przepisów dotyczących sprzedaży alkoholu nieletnim oraz raportowanie wszelkich incydentów związane z naruszeniem tych regulacji. Branża jest otwarta na inwestowanie w innowacyjne rozwiązania technologiczne umożliwiające skuteczną weryfikację wieku i tożsamości kupujących online oraz zapobiegające nielegalnej sprzedaży alkoholu nieletnim. Współpraca z instytucjami i podmiotami zagranicznymi pozwala na wykorzystanie najlepszych praktyk stosowanych w innych krajach, dotyczących zapewnienia bezpieczeństwa nieletnich w obszarze sprzedaży alkoholu przez Internet. Dodatkowo, na tle wdrażania unijnego systemu eIDAS 2.0 szczególnego znaczenia nabiera kwestia sprzedaży alkoholu w internecie. Wprowadzenie europejskich portfeli tożsamości cyfrowej, które od 2027 r. mają być obowiązkowo akceptowane w całej Unii, stwarza realną możliwość wiarygodnej i bezpiecznej weryfikacji pełnoletności kupujących. Dzięki temu Polska mogłaby uregulować sprzedaż alkoholu online w sposób zgodny z prawem unijnym, jednocześnie chroniąc osoby nieletnie przed dostępem do napojów alkoholowych i wspierając rozwój odpowiedzialnego handlu cyfrowego.



4. BRANŻA SPIRYTUSOWA W OBSZARZE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Świadomość Polaków w zakresie odpowiedzialnego podejścia do alkoholu systematycznie wzrasta, co jest bezpośrednim rezultatem działań edukacyjnych prowadzonych między innymi przez producentów alkoholu. Przez dekadę spożycie alkoholu per capita utrzymywało się w Polsce na poziomie około 9,5 litra (w przeliczeniu na 100% alkoholu), a w ostatnich latach odnotowano spadek konsumpcji – w 2024 r. na statystycznego Polaka przypadało 8,77 litra, 6%² mniej niż dwa lata wcześniej. Szacuje się, że aż 78% Polaków³ spożywa alkohol w sposób odpowiedzialny.

Na poprawę wskaźników wpływają zarówno działania legislacyjne, jak i szeroko zakrojone programy edukacyjne. Efekty są widoczne w statystykach:



Dane te pokazują, że Polska zmierza w dobrym kierunku ograniczania szkód zdrowotnych i społecznych wynikających z nadmiernego spożycia alkoholu.

EDUKACJA - TO DZIAŁA!

Polacy dostrzegają wagę działań edukacyjnych - aż 74% społeczeństwa uważa⁷, że to właśnie edukacja, a nie restrykcje prawne, jest najlepszym sposobem walki z nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu. Dlatego Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy (ZP PPS) od 18 lat realizuje kampanie edukacyjne, takie jak „Piłeś, nie jedź” czy „Lepszy start dla Twojego dziecka”.

² Dane GUS i KCPU

³ Wzorce konsumpcji 2020, PARPA

⁴ WHO Global Burden of Diseases 2021

⁵ Komenda Główna Policji

⁶ ESPAD

⁷ Kultura picia w Polsce – co o sobie myślimy? 2024

KAMPANIE ZWIĄZKU PRACODAWCÓW POLSKI PRZEMYSŁ SPIRYTUSOWY OD 2008 R:

- “Piłeś? Nie jedź”
- “Lepszy start dla Twojego dziecka”
- “Domówka”
- “Stop nielegalnemu alkoholowi”
- “Tu się sprawdza dorosłość”
- “Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie”
- “Jeśli % to tylko kulturalnie”
- “Alkomity”

Zasięg kampanii realizowanych przez ZP PPS

ok. **3 mln**
osób rocznie

*Od 2016 r. wszystkie działania komunikacyjne Związku prowadzone są pod wspólnym hasłem „Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie”.



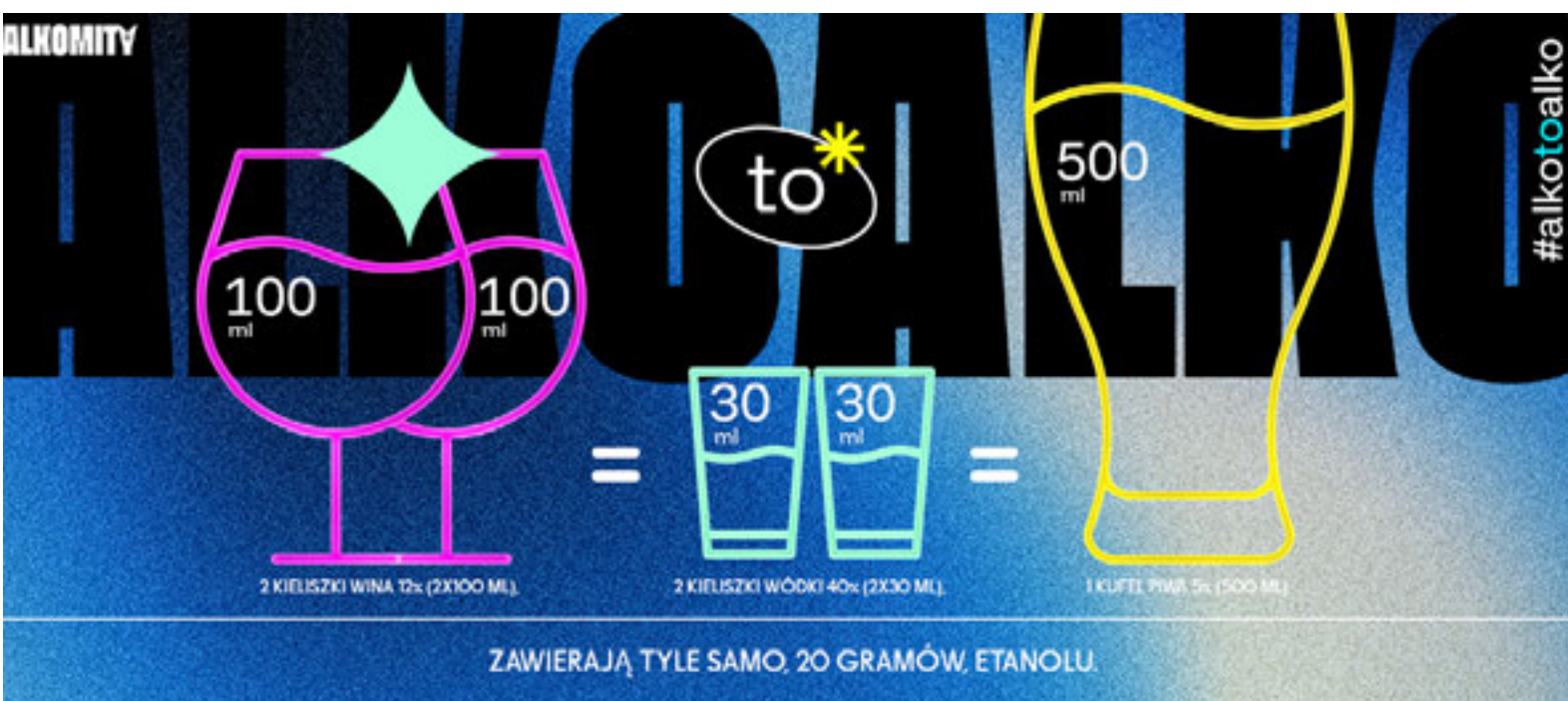
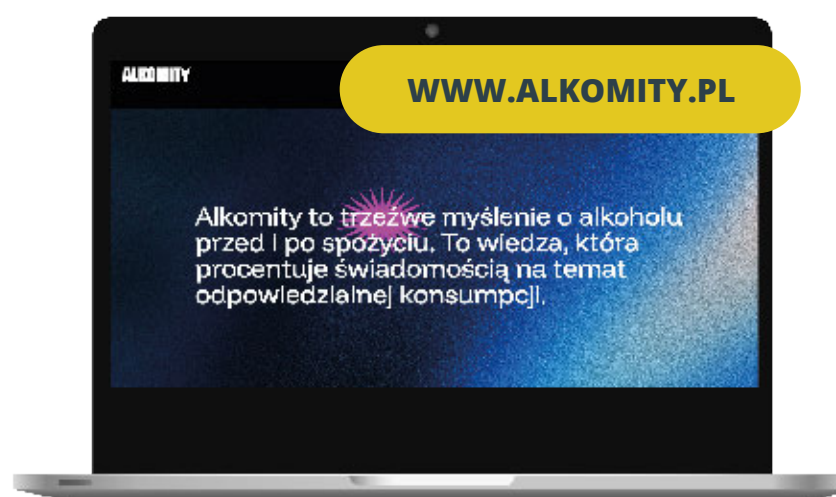
#AlkotoAlko

Tegoroczna edycja kampanii edukacyjnej - „Alkomity” (alkomity.pl) to projekt obalający powszechne mity na temat alkoholu i jego konsumpcji. Jego celem jest dostarczenie wielu przydatnych faktów, które pomogą konsumentom w podejmowaniu świadomych decyzji.

Ponad 85%⁸ Polaków uważa, że alkohol można spożywać odpowiedzialnie, jeśli jest się osobą pełnoletnią, podkreślają jednocześnie konieczność zachowania umiaru. Badania opinii pokazują jednak, że wielu dorosłych wciąż nie wie, ile czystego alkoholu zawierają poszczególne napoje. Stereotypy dotyczące „mocy” piwa, wina czy wódki mogą prowadzić do nieświadomej nadmiernej konsumpcji. Inicjatywa „Alkomity” wskazuje, że aż 40% Polaków nie potrafi poprawnie oszacować ilości alkoholu w trunkach, a część młodych dorosłych nie traktuje piwa jako napoju alkoholowego.

Kampania podkreśla, że wszystkie napoje procentowe zawierają tę samą substancję – etanol, a standardowe porcje piwa, wina i wódki mogą zawierać podobną ilość czystego alkoholu. Hasło #AlkoToAlko przypomina, że to nie forma, lecz ilość etanolu decyduje o wpływie trunku na organizm.

Kampania zwraca też uwagę na rozpowszechnione, błędne przekonania dotyczące alkoholu. Wciąż popularne są mity o „mocnej głowie” czy domowych sposobach na szybsze trzeźwienie. Autorzy przypominają, że metabolizmu alkoholu nie da się przyspieszyć, a łączenie alkoholu z napojami energetycznymi może dawać złudne poczucie trzeźwości i prowadzić do niebezpiecznych decyzji.

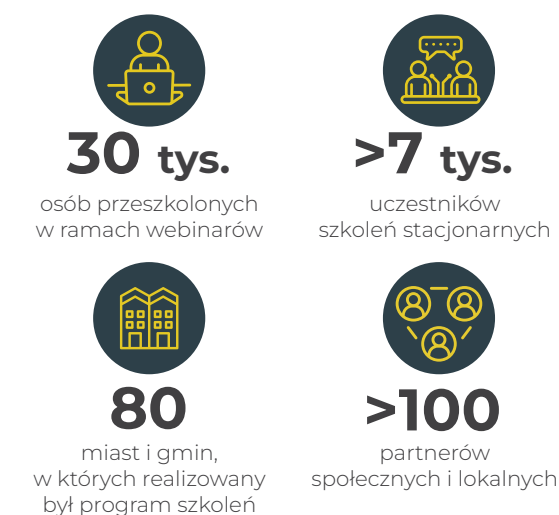


⁸ Kultura picia w Polsce – co o sobie myślimy? 2024

%%%

ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA ŁADĄ I BAREM

Ochrona nieletnich jest jednym z najważniejszych celów branży spirytusowej w obszarze społecznej odpowiedzialności. Pomimo, że obowiązuje w Polsce zakaz sprzedaży napojów alkoholowych osobom poniżej 18. roku życia, niepełnoletnia młodzież wciąż ma do nich zbyt łatwy dostęp. Dlatego ZP PPS od 16 lat realizuje systematyczny program szkoleń dla sprzedawców i osób serwujących alkohol w punktach HoReCa. Obejmuje on najważniejsze zagadnienia związane z odpowiedzialną sprzedażą alkoholu, m.in. przepisy prawne dotyczące sprzedaży napojów alkoholowych, skuteczną weryfikację wieku klientów, rozpoznawanie sytuacji, w których należy odmówić sprzedaży oraz dobre praktyki i narzędzia wspierające sprzedawców. Szkolenia skierowane są do pracowników sklepów detalicznych, sprzedawców w punktach gastronomicznych, na stacjach benzynowych oraz menedżerów placówek handlowych. Prowadzone są zarówno stacjonarnie, jak i w formie webinarów.



5. TRADYCJA PRODUKCJI WÓDKI W POLSCE

Proces otrzymywania czystego alkoholu przypisuje się Zosimosowi z Panopolis, który podobno przeprowadził pierwszą udokumentowaną destylację alkoholu na przełomie III i IV w. n.e.. Następnie sztukę destylacji usprawnili i udoskonalili Arabowie, którzy wykorzystywali ją początkowo do produkcji perfum a następnie alkoholu. Swoją drogą samo słowo alkohol pochodzi od arabskiego „al-kuhl”, które odnosiło się do proszku używanego przy produkcji perfum i medykamentów. To z zajmowanego przez nich w średniowieczu Półwyspu Iberyjskiego nowa technologia „wędrowała” na wschód i „podbijała” kolejne terytoria. Technologia produkcji alkoholu dotarła do Polski na przełomie XIII i XIV wieku.



Stąd w renesansowych zielnikach i recepturach medycznych znajdziemy wódki lawendowe, jałowcowe czy kapłonowe. Natomiast alkohol otrzymywany w wyniku destylacji nazywano aqua vitae - wodą życia okowitą. Inne określenie alkoholu pozyskiwanego w procesie destylacji, czyli palenia, to „gorzałka”. Nazwa ta pochodzi od czasownika gorzeć, czyli palić, w tym przypadku przepalać substancję, na przykład w alembiku. Już w XV i XVI w. Polska eksportowała gorzałkę na rynki zachodnio-europejskie, a miasta takie jak Kraków, Poznań czy Gdańsk były największymi ośrodkami produkcji. Polski Złoty Wiek, czasy zygmunto-wskie, to dynamiczny rozwój ówczesnej branży spirytusowej, a także – co nie powinno dziwić – produkcji i eksportu zboża, czyli podstawowego surowca dla branży spirytusowej. Od XVII wieku „wódką” zaczęto nazywać również destylaty alkoholowe. Termin ten stosowano zamiennie z gorzałką. Z upływem czasu staropolskie nazwy alkoholu odeszły w niepamięć, a termin „wódka” utracił swoją wieloznaczność. Destylaty zakorzeniły się w zwyczajach, kulturze i w polskiej tradycji. Towarzyszyły biesiadom i ucztom, które wielokrotnie były uwieczniane w literaturze oraz w malarstwie. W naszej tradycji zapisany jest obraz polskiego szlachcica z rogiem w dłoni, wznoszącego toast, a współtowarzysze biesiady, przy suto zastawionym stole, odpowiadają na jego wezwanie również wznosząc dzierżone w rękach rogi. Przenosząc się, tylko na chwilę, do bieżących czasów, należy podkreślić

rozpoznawalność toastu „Na zdrowie!”, który jest kojarzony przez licznych obcokrajowców odwiedzających nasz kraj. Gorzałkę spożywali zarówno królowie, książęta, arystokraci czy szlachta, a także chłopci. Między innymi dzięki przywilejom szlacheckim i prawu do produkcji alkoholu, karczmy stały się istotnymi punktami na mapach wsi, miasteczek i miast, gdzie zarówno miejscowi, jak i przyjezdni, często spędzali czas. Powszechnie uznaje się okres XVIII i XIX w. za złoty czas polskiego gorzelnictwa. W dużej mierze wynika to z wdrożenia – po raz kolejny – zagranicznej technologii, jaką był tzw. aparat Pistoriusa, czyli proste i wydajne narzędzie do destylacji, pozwalające na ciągły obieg produkcji spirytusu. Wcześniej do destylacji wykorzystywano bardziej prymitywne alembiki. Dzięki aparatowi Pistoriusa produkt końcowy był lepiej oczyszczony, a także miał wyższą moc. Dzięki wdrożeniu tego narzędzia polscy producenci weszli na kompletnie inny, wyższy poziom. Produkcja wódki przestała być domeną lokalną, gdzie w zasadzie każdy dworek szlachecki destylował własny alkohol. Zaczęły też powstawać fabryki wódki, co pozwoliło znacząco zwiększyć produkcję. Polska wódka była eksportowana do Anglii, Niemiec, Holandii, krajów skandynawskich, Czech, Węgier oraz do Rosji. Na przełomie XVIII i XIX w. w gorzelnictwie zaczęto wykorzystywać ziemniaki, co – w połączeniu z nową metodą produkcji – sprzyjało także rozwojowi produkcji wódki.

Dwie wojny światowe w istotny sposób wpłynęły na produkcję wódki. W trudnych czasach wojennych wódka stanowiła niejednokrotnie cenną walutę, wykorzystywaną jako napitek, ale też środek dezynfekujący. Na szczególną wzmiankę zasługują działania rosyjskiej administracji w czasie I wojny światowej, która w ramach przygotowań do ewakuacji z Warszawy w sierpniu 1915 r. doprowadziła do zniszczenia zgromadzonych zapasów 10 mln litrów wódki, wylewając je wprost na ulice warszawskiej Pragi.

Państwo polskie również postrzegało branżę spirytusową jako cenne dobro, które może przynosić stałe przychody budżetowe. W 1924 r. powołano państwowe przedsiębiorstwo o nazwie Państwowy Monopol Spirytusowy (PMS). Podmiot ten kontrolował produkcję spirytusu i wódki czystej (bezzmakowej) oraz zajmował się obrotem wyrobami spirytusowymi w należących do PMS lub koncesjonowanych sklepach monopolowych. W rękach prywatnych pozostawiono produkcję wódek gatunkowych. W czasie wojny wytwórnie i fabryki wódek skonfiskowano, a niektóre zostały zniszczone bądź splądrowane. Po wojnie, w 1949 r. zlikwidowano PMS i powołano Centralny Zarząd Przemysłu Spirytusowego, który przekształcono w Państwowe Przedsiębiorstwo Przemysłu Spirytusowego „Polmos” (PPPS „Polmos”). Państwo miało monopol na produkcję wódek i innych napojów spirytusowych. Istotnym wydarzeniem było też wydanie w 1953 r. dekretu uchylającego ograniczenie bazy surowcowej wódek czystych do zbóż i ziemniaków, co negatywnie wpłynęło na jakość produktu.

Wraz z transformacją polskiej gospodarki oraz akcesją Polski do Unii Europejskiej, następował proces przywracania znaczenia polskiej wódki jako silnej marki, kojarzonej na świecie z produktami wysokiej jakości. Miało to związek z restrukturyzacją PPPS „Polmos”, który podzielono na mniejsze przedsiębiorstwa, poddając następnie komercjalizacji oraz prywatyzacji. Dzięki inwestycjom, transferowi technologii oraz nowoczesnemu zarządzaniu, powstał na tej bazie silny i konkurencyjny polski przemysł spirytusowy, który konsekwentnie umacnia pozycję wódki jako naszego hitu eksportowego. Polskie marki wódki zyskują rosnące uznanie na świecie, już teraz będąc w czołówce najlepiej rozpoznawanych polskich produktów, które są jednoznacznie kojarzone z naszym krajem.

ANEKS METODYCZNY

Celem analizy przedstawionej w niniejszym raporcie jest możliwie najpełniejsze przedstawienie ekonomicznego znaczenia polskiej branży spirytusowej. W związku z tym, poza odwołaniem się do wprost raportowanych danych statystycznych dotyczących jej funkcjonowania, podjęto się oszacowania i oceny jej pośredniego oddziaływania na gospodarkę w szerszym ujęciu, poprzez kanały, takie jak zakup surowców, produkcja, zatrudnienie, podatki oraz eksport, uwzględniając przepływy materialne i finansowe z innymi sektorami.

Z uwagi na ograniczenia w dostępności odpowiednio szczegółowych danych z rachunków narodowych, bezpośrednia kontrybucja branży spirytusowej do PKB została oszacowana w oparciu o podejście dochodowe, na podstawie danych finansowych polskiego przemysłu spirytusowego. Na komponent dochodów kapitałowych składa się zysk netto, powiększony o podatki, odsetki oraz amortyzację, wynikające ze sprawozdań finansowych podmiotów z branży. Komponent dochodów z pracy stanowią natomiast pełne koszty wynagrodzeń, obejmujące zarówno dochód pracowników, jak i płacone przez pracodawców składki na ubezpieczenia społeczne. Kontrybucja branży spirytusowej jest określana dla PKB w cenach rynkowych, obejmującego podatki pośrednie. Przyjęcie miary opartej na cenach czynników wytwórczych oznaczałoby konieczność wyłączenia podatków pośrednich, w szczególności akcyzy, co w praktyce istotnie zaniżałoby znaczenie tej branży dla gospodarki. W istocie akcyza oraz VAT stanowią bowiem wartość dodaną generowaną przez przemysł spirytusowy, która jest przechwytywana przez sektor finansów publicznych jako jego dochody.

Ze względu na niedostateczny poziom szczegółowości dostępnych danych, konieczne było określenie przepływów branży spirytusowej jako określonego odsetka przepływów szerszego sektora związanego z produkcją napojów. Konsekwencją takiego założenia jest przyjęcie analogicznej struktury popytu i przepływów, jak przeciętnie rzecz biorąc w przypadku całego sektora producentów napojów – wyskalowanej do poziomu, za który odpowiada branża spirytusowa. W ten sposób określono produkcję globalną oraz wartość dodaną generowaną w polskiej gospodarce dzięki popytowi na produkty krajowego przemysłu spirytusowego. Dla każdej z kooperujących branż założono wzrost kosztów zatrudnienia proporcjonalnie do wartości dodanej powstałej dzięki branży spirytusowej, a następnie w oparciu o wartość przeciętnych kosztów zatrudnienia na pracownika oszacowano liczbę miejsc pracy tworzonych dzięki istnieniu tej współzależności. W przypadku dwóch branż będących zasadniczo odbiorcą produktów przemysłu spirytusowego, tj. sektora handlowego oraz sektora gastronomiczno-hotelarskiego, w oparciu o dostępne dane określono udział wyrobów spirytusowych w ich sprzedaży ogółem. Przyjęto założenie, że proporcjonalnie do tego udziału generowana jest również wartość dodana i zatrudnienie, które są tworzone dzięki kooperacji z branżą spirytusową.

Podstawowym źródłem danych do analizy są publikacje i bazy danych statystyki publicznej – Głównego Urzędu Statystycznego i Eurostatu. W przypadku GUS, podstawowym źródłem są dane z Rocznika Statystycznego Przemysłu za 2024 r., Rachunku Podaży Towarów i Usług za 2021 r. oraz zestawienia danych finansowych przedsiębiorstw ze sprawozdań F-01/I-01. Eurostat jest natomiast źródłem danych dotyczących produkcji i przepływu towarów z bazy PRODCOM oraz bazy danych dotyczącej międzynarodowej wymiany towarowej. Istotnym źródłem danych dotyczących wpływu z podatku akcyzowego, pomagających w oszacowaniu wielkości rynku, jest ponadto Ministerstwo Finansów.

Większość dostępnych danych dotyczy podmiotów zatrudniających 10 i więcej pracowników. Szacunki odnoszące się do pełnej zbiorowości przedsiębiorstw tworzących branżę spirytusową zostały dokonane w oparciu o upraszczające założenie, że struktura kosztów i przychodów tych podmiotów jest analogiczna do struktury obserwowanej w większych podmiotach. Założenie to może zniekształcać uzyskane wyniki, ale podkreślenia wymaga fakt, iż podmioty te stanowią jedynie ok. 13% rynku, natomiast brak założeń w tym zakresie wiązałby się z koniecznością całkowitego pominięcia tego segmentu, a w konsekwencji – niedoszacowaniem realnego znaczenia branży spirytusowej dla gospodarki.



POLSKI
PRZEMYSŁ
SPIRYTUSOWY

Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy

ul. Trębacka 4 lok. 111, 00-074 Warszawa

biuro@zppps.pl | tel. 22 630 98 94