

# RYNEK PIWA

RAPORT



# Malbork

## 13-14 marca 2024

Aleksandra Wojnarowska  
biuro@agroindustry.pl



Honorowy Gospodarz



Organizator



Piwo to napój szczęśliwych ludzi – tym hasłem podsumowaliśmy ubiegłoroczny Polski Kongres Browarniczy w Krynicy. W tym roku szczęśliwi, pełni pasji browarnicy spotykają się w Łochowie pod auspicjami wareckiego browaru, należącego do Grupy Żywiec. Tematów do rozmów będzie mnóstwo, gdyż przed branżą szereg nowych wyzwań, związanych chociażby z legislacją, rosnącymi kosztami czy oczekiwaniami konsumenta. Z wielką przyjemnością również, w imieniu swoim i Browaru Elbląg w roli Honorowego Gospodarza, pragnę Państwa zaprosić do udziału w Wiosennych Warsztatach Piwowskich w Malborku w marcu 2024. Browarnictwo to zaawansowana technologicznie branża, pełna jednocześnie magii. Dziękujemy, że obdarzacie nas zaufaniem i pozwalacie nam w części tej magii uczestniczyć.

### spis treści

- 4 **Tracą wszystkie kategorie piwa**  
Aleksandra Gębarowska
- 6 **Brak stabilności w funkcjonowaniu to największe zagrożenie branży**  
Andrzej Olkowski
- 8 **Nowe rozwiązania na nowe wyzwania**  
Maciej Głogowski
- 10 **Rynek piwa – ceny w górę, konsumpcja w dół**  
Bartłomiej Morzycki
- 11 **Polski rynek piwa z perspektywy browarów rzemieślniczych**  
Marek Kamiński
- 12 **Konsumpcja z lekką tendencją wzrostową**  
Tomasz Wiatrowski
- 13 **Browarnicy z Pomorza trzymają się obranego kursu**  
Marek Skrzętny
- 14 **Trendy na rynku detalicznym w roku 2023**  
Joanna Stankiewicz
- 15 **Czas na fit piwo w niestabilnych czasach**  
Robert Polok

# Tracą wszystkie kategorie piwa

W ostatnich latach na polskim rynku kategoria piwa rosła głównie wartościowo, osiągając na koniec 2022 roku sprzedaż na poziomie 21,1 mld złotych, przy jednocześnie dosyć stabilnym wolumenie sprzedaży. Jednak w ramach segmentów piwnych przez kilka ostatnich lat obserwowaliśmy dynamiczny rozwój piw bezalkoholowych, których sprzedaż w 2022 roku przekroczyła 1,3 mld złotych, generując wartość wyższą niż takie kategorie jak serki homogenizowane, ryby w puszkach czy mąka. Wśród wariantów bezalkoholowych dynamicznie rosła sprzedaż szczególnie piw smakowych – w 2022 roku segment piw smakowych bez alkoholu odnotował wzrost wolumenu o 7,5% w porównaniu z poprzednim rokiem. Jednak w obecnym sezonie sprzedaż zarówno piw alkoholowych, jak i tych 0% zwołniała.



**Aleksandra Gębarowska**  
Senior Customer Consultant  
NielsenIQ

**W** pierwszym półroczu 2023 wolumen sprzedaży piw alkoholowych, porównując z analogicznym okresem rok wcześniej, był niższy o 8,2%; a tych bez alkoholu o 6,5%. Jednocześnie wolumen sprzedaży był jeszcze niższy niż w pierwszym półroczu 2021. Również piwa smakowe straciły znacząco na polskim rynku spadając na wolumenie 15,2% w odniesieniu do pierwszego półrocza ubiegłego roku.

Najważniejszym kanałem sprzedaży dla piwa nadal pozostają sklepy małego formatu, odpowiedzialne za około 2/3 obrotu kategorią. Kanał ten jednak traci na znaczeniu, podczas gdy dyskonty budują coraz mocniejszą

pozycję również w sprzedaży tej kategorii, będąc jednocześnie jedynym kanałem, który w 2022 roku miał pozytywny wpływ na sprzedaż kategorii pod względem wolumenu. Jednak w obecnym półroczu niższą sprzedaż wolumenową obserwujemy zarówno w kanale sklepów małego formatu jak i w hiper- i supermarketach, a także w dyskontach, które odnotowały spadek o 3,4% w porównaniu do pierwszych 6 miesięcy 2022.

Na spowolnienie sprzedaży na całym rynku mogą mieć wpływ znaczące podwyżki cen piwa, widoczne zarówno wśród piw ekonomicznych, jak i tych pozycjonowanych jako premium. Porównując ceny piw z kwietnia 2023 rok do roku widzimy, że inflacja dla całej kategorii piwa wyniosła 18,3%, co widocznie przełożyło się na sprzedaż różnych rodzajów piwa.

W pierwszym półroczu niższy wolumen odnotowały zarówno mniejsze segmenty typu: pszeniczne, pale ale czy portery, jak i średnio najtańsze i najpopularniejsze na rynku – lagery, których jednak dynamika spadku w tym półroczu była wolniejsza niż dla całej kategorii piwa.

*Inflacja dla całej kategorii piwa wyniosła 18,3%, co widocznie przełożyło się na sprzedaż różnych jego rodzajów*

W obliczu rosnących kosztów życia, a także wyższych cen innych kategorii spożywczych często jesteśmy zmuszeni do zmiany naszych zachowań

zakupowych oraz do oszczędzania na produktach, które nie są niezbędne w naszych koszykach. Również z deklaracji shopperów wynika, że 46% Polaków planuje w tym roku wydawać mniej na zakupy napojów alkoholowych, co ma swoje odzwierciedlenie w niższej sprzedaży piwa, jak też mocniejszych alkoholi. □

## Źródła

- [1] Panel Handlu Detalicznego, rynek: Cała Polska (Food), Dyskonty, Hipermarkety, Supermarkety, Sklepy małego formatu; fakty: wolumen, wartość; okres skumulowany: tydzień 1-52 2021, tydzień 1-52 2022, tydzień 1-26 2022, tydzień 1-26 2023; kategoria: piwo (definicja NielsenIQ)
- [2] NielsenIQ Inflation Tracker, kategoria: piwo, kwiecień 2023 vs kwiecień 2022
- [3] NielsenIQ 2023 Consumer Outlook Survey, Poland, grudzień 2022

reklama



UNIWERSYTET  
PRZYRODNICZY  
WE WROCŁAWIU

## Technologia piwowarstwa

STUDIA PODYPLOMOWE

### Z nami poznasz:

- » surowce stosowane w browarnictwie
- » technologię produkcji piw górnej i dolnej fermentacji
- » sposoby oceny jakości surowców oraz produktów finalnych
- » prawne i ekonomiczne aspekty produkcji piwa w Polsce i krajach UE
- » podstawy projektowania, organizacji i funkcjonowania minibrowaru

Studia trwają 2 semestry. Liczba miejsc ograniczona!

Kontakt: [piwowarstwo@upwr.edu.pl](mailto:piwowarstwo@upwr.edu.pl)

# Brak stabilności w funkcjonowaniu to największe zagrożenie branży



Mija już pięć lat od momentu, gdy poproszony o scharakteryzowanie sytuacji branży piwowarskiej powiedziałem, że nad polskim piwem gromadzą się czarne chmury. Niestety z bólem serca muszę przyznać, że słowa o kryzysie okazały się prorocze. Od 2018 roku produkcja i konsumpcja piwa 'per capita' spada, a branża – każdego roku – zmuszona jest borykać się z nowymi, nieprzewidywalnymi problemami. Sytuacja przypomina walkę bokserską, a browarnictwo pięściarza przyciśniętego w narożniku, na którego raz po raz spadają silne i niespodziewane ciosy... Niestety obawiam się, że podobnie jak w przypadku bokserskiego starcia, przedłużanie się tej negatywnej sytuacji może doprowadzić do nokautu branży, którą w pocie czoła budowaliśmy przez ostatnie trzy dekady.



**Andrzej Olkowski**  
prezes  
Stowarzyszenie Regionalnych Browarów Polskich

Pierwsze symptomy nadciągającego kryzysu zostały zakryte pandemiczną kurazawą i przez część rynku wrzucone do jednego worka z korektą rynku wywołaną izolacją ludzi w domach czy lockdownem gastronomi. Podobnie kolejna

fala kryzysu naszej branży bardzo często – i moim zdaniem zbyt łatwo – identyfikowana jest z kryzysem geopolitycznym wywołanym przez napaść Rosji na Ukrainę.

Oczywiście nie mam zamiaru twierdzić, że oba te wydarzenia nie pozostały bez znaczenia dla branży. Bo pamiętam dobrze, jak zamknięcie gastronomii i odwołanie całej gamy imprez plenerowych (poczawszy od wielkich koncertów, na lokalnych festiwalach piwnych skończywszy) negatywnie odbiło się na kondycji branży. W tym starciu nie było wśród nas podmiotów, które wyszły z tego bez szwanku. Cierpiały zarówno browary wielkie, jak te mniejsze. Jednak najbardziej odczuły to podmioty najmniejsze, mocno związane z lokalnym rynkiem, gdzie rola piwa sprzedawanego w beczkach jest kluczową jeżeli chodzi o rentowność.

Równie dużym wstrząsem był wybuch wojny na Ukrainie. Co prawda konflikt za naszą wschodnią granicą dotknął bezpośrednio przede wszystkim te podmioty, które na Ukrainie czy Białorusi szukały dostępnego i tańszego szkła opakowaniowego lub alternatywnych źródeł tańszych surowców.

Jednak o wiele większe znaczenie dla całej branży miały gospodarcze „konsekwencje” (a może preteksty) konfliktu.

Spekulacyjne wręcz podwyżki cen surowców, a przede wszystkim kryzys energetyczny – zarówno w zakresie cen gazu jak prądu, a pośrednio także cen paliw – to ciosy, które bardzo mocno odczuliśmy wszyscy. Trzeba jednak pamiętać, że podmioty mniejsze: browary regionalne czy kraftowe – ze względu na skalę produkcji, możliwości negocjacji cen, a przede wszystkim koszty produkcji znów ucierpiały najmocniej, przyjmując drugi potężny cios w bardzo krótkim czasie.

Potężny wzrost kosztów prowadzenia działalności szybko odbił się na cenach, co w zestawieniu z rosnącą inflacją i wzrostem kosztów utrzymania przewartościowało decyzje zakupowe Polaków. Siła nabywcza spadła a złe nastroje konsumenckie dodatkowo spotęgowały „konsumencką panikę”. I tu kolejny raz możemy mówić o ciosie, który – niestety - najmniejszych dotknął mocniej. Stało się tak dlatego, że piwa z browarów mniejszych zawsze były produktami droższymi, a więc mniej dostępnymi dla „Kowalskiego”. Jednak w przypadku piw jakościowych do wzrostu cen dołączyły się także decyzje największych graczy handlowych o zamykaniu półek dla drogich ale jakościowych produktów, na rzecz tańszych, ale lepiej rotujących. Były także propozycje wchodzenia w drapieżne promocje x+x gratis lub oczekiwania tak wielkich upustów, które stawiałyby rentowność produkcji pod znakiem zapytania, a precyzyjniej pod kreską teje rentowności. I tu także najmniejsi producenci nie dysponują mocami, zapleczem technicznym, a przede wszystkim ekonomicznym, aby brać udział w tej rynkowej wojnie na wyniszczenie.

Skomplikowana sytuacja geopolityczna, która w sposób bezpośredni negatywnie wpływa na gospodarkę, a co za tym idzie odbija się na kondycji naszych firm to niejedyny problem z jakim musimy się borykać. Równie poważnymi problemami są zagadnienia związane z legislacją oraz branżą jako taką. Moim zdaniem te obszary mogą być równie dużym zagrożeniem dla branży, co czynniki zewnętrzne. Pamiętam jak bez żadnych zapowiedzi i konsultacji, a co gorsza już po negocjacjach cen na kolejny rok, rząd wprowadził 10% podwyżkę podatku akcyzowego. Wywołało to poważne konsekwencje i destabilizację rynku. Kolejna podwyżka obciążeń fiskalnych miała więc odmienny charakter. Rząd zapowiedział bowiem cykliczne 5% podwyżki, ale za to stabilnie do 2027 roku. Cóż, moglibyśmy uznać to za pyrrusowe zwycięstwo – co prawda uderzono nas kolejnymi podwyżkami, ale rządzący obiecali stabilizację na pięć trudnych lat. Niestety bez echa przeszły zarówno apele o zawieszenie wprowadzania kolejnych podwyżek akcyzy w tak trudnej sytuacji gospodarczej, jak też obietnice niemałstrowania przy akcyzie. Tylko w ostatnich dniach

media obieły informacje, że pojawią się alkohole zwolnione z akcyzy, jak też mogą się pojawić nowe nie zapowiadane podwyżki podatku akcyzowego. Znaleźliśmy się zatem w momencie, gdzie widać dobitnie, że kształt oraz wysokość obciążeń podatkowych – wbrew zapewnieniom rządzących – nie jest uznawane za pewnik na najbliższe lata.

*Skomplikowana sytuacja geopolityczna, która w sposób bezpośredni negatywnie wpływa na gospodarkę, a co za tym idzie odbija się na kondycji naszych firm to niejedyny problem z jakim musimy się borykać. Równie poważnymi problemami są zagadnienia związane z legislacją oraz branżą jako taką.*

Drugim bardzo niepokojącym zjawiskiem jest początkowa opieszałość, a następnie bezrefleksyjne wprowadzanie rozwiązań w zakresie tzw. opłat kaucyjnych. Sam kształt ustawy w tym zakresie zmieniał się w czasie prac legislacyjnych wielokrotnie i nie mógł „urodzić się” w sejmowej komisji. Branża piwna dzieliła się swoimi dobrymi praktykami w zakresie wypracowanego modelu. Niestety przyjęte rozwiązania oraz czas na ich wprowadzenie w życie spowodował, że najwięksi producenci (do tej pory zainteresowani opakowaniami zwrotnymi) wpadli w popłoch i grożą wycofaniem się z opakowań kaucyjnych. Ten fakt natomiast spowoduje drastyczne przebudowanie modelu obrotu szkłem browarnym, a co za tym idzie wywoła potrzebę ponownego szukania rozwiązań. Mieliśmy zatem sytuację, gdzie duże browary korzystały z możliwości rotowania opakowaniem, a browary małe pozbawione tej możliwości brały na siebie opłaty związane z recyklingiem, a teraz na rok do wprowadzenia nowego systemu nikt nie wie na czym w zakresie kaucji i recyklingu stoi. To też nie jest dobre dla całej branży...

Podsumowując można powiedzieć, że trudny czas za nami. Niestety sztorm na morzu rynku, po którym płynie polskie browarnictwo nie wydaje się cichnąć, a nabiera rozpędu. Cóż, jedyne co nam pozostaje to walka na wszystkie możliwe sposoby z czynnikami od nas niezależnymi, wspólne stanowisko całej branży i zgodny lobbying w zakresie legislacji, a przede wszystkim branżowa samodyscyplina oraz dbanie o dobre imię i wielowiekową tradycję naszego rzemiosła. □

# Nowe rozwiązania na nowe wyzwania



Polska branża piwowarska to lider innowacyjności. Dzięki licznym inwestycjom, zarówno międzynarodowego jak i rodzimego kapitału, polskie browary od lat są w stanie spełniać coraz wyższe oczekiwania polskich konsumentów. Mimo to ostatni rok był dla branży trudnym okresem: z badań NielsenIQ wynika, że w 2022r. koszty produkcji piwa wzrosły o ok. 25 proc., a jego ceny o ok. 12 proc.



**Maciej Głogowski**  
Key Account Manager Brewery  
Alfa Laval

Dodatkowo polski rynek w ostatnich latach osiągnął wysoki stopień nasycenia. W 2022 r. jego wartość wzrosła o 10,1 proc. bez zmiany wolumenu sprzedaży. Za ten stan odpowiadają zmieniające się gusta Polaków: wzrost znaczenia segmentu premium, piw specjalnych i smakowych, a także rosnąca popularność piw bezalkoholowych, napędzana przywiązaniem do zdrowego trybu życia. Branża browarnicza staje przed wyzwaniem – jak dostosować

swoją produkcję zarówno do zachodzących zmian w nawykach konsumentów, jak i do rosnących kosztów.

Alfa Laval odpowiadając na potrzeby biznesu w tych trudnych czasach pomaga browarom obniżyć straty produktu dostarczając wirówki do piwa na różnych etapach procesu. Obecnie wirówki Brew 80, Brew 250 oraz Brew 750 to najpopularniejsze modele na rynku polskim. Wspieramy także browarników w kreowaniu nowych gatunków piw na rynku – nasze moduły DeAlc pozwalają na dealkoholizację piwa w możliwie najniższej temperaturze. Dla miłośników piw chmielonych na zimno, Alfa Laval wprowadziła na rynek w pełni automatyczny system Alhop pozwalający zoptymalizować ten proces oraz zapewnić optymalne wykorzystanie chmielu.

W ostatnich latach branża przechodzi rewolucję pod względem zmian upodobań i coraz większej ilości klientów szukających piw smakowych oraz niskoalkoholowych. Z tego powodu Alfa Laval wprowadziła na rynek gamę urządzeń pozwalających na wytwarzanie tego rodzaju produktów tzn. moduł AlfaDose umożliwiający mieszanie piwa z dodatkami oraz moduł Aldox do

produkcji wody odtlenionej. Pamięamy także o browarach rzemieślniczych, dla których jakość produktu jest kluczowa. Wprowadziliśmy dla nich grupę modułów w wersji Mini: Aldox Mini do produkcji wody odtlenionej, Carboset Mini do karbonizacji piwa oraz Flexitherm Mini do pasteryzacji piwa przed rozlewem. W ostatnim roku do naszych rozwiązań modułowych dołączył system REVOS, który pozwala na zagęszczenie piwa na etapie browaru, a następnie uwodnienie go przed procesem rozlewu lub nalewania w kufel w barze czy restauracji. Pozwala to obniżyć koszty transportu nawet pięciokrotnie.

Alfa Laval jest światowym dostawcą produktów w dziedzinie wymiany ciepła, separacji i transportu płynów w różnych branżach na całym świecie – energetyce, ochronie środowiska, przemyśle spożywczym i morskim. Browarnictwo jest dla nas ważną częścią portfolio produktowego. Oferujemy szeroką gamę rozwiązań dla browarów, które umożliwiają osiąganie większej efektywności, a także pomagają im zwiększyć moce produkcyjne oraz zapewniają szybką reakcję na zmieniające się wzorce popytu. □

## Rozwiązania dla każdej wielkości browarów

Alfa Laval ma kilkudziesięcioletnie doświadczenie w dostarczaniu urządzeń procesowych zarówno dla małych i średnich producentów piwa, jak i dla międzynarodowych koncernów. Nasze rozwiązania, od modułów po kompletne bloki procesowe, mają na celu zwiększenie wydajności przy jednoczesnym minimalizowaniu zużycia energii i wody, a także zmniejszaniu odpadów i emisji.

Wszystkie systemy Alfa Laval są objęte pełną obsługą serwisową. Nasze usługi obejmują zestawy serwisowe, audyty wydajności i modernizacje w celu zwiększenia wydajności zainstalowanych systemów.



**Alfa Laval Alhop**

Dzięki infuzji na zimno wzmacnia smak i aromat bez zwiększania goryczy w piwach tradycyjnych oraz smakowych.



**Wirówka Brew 20**

Kompaktowa wirówka. Umożliwia zwiększenie wydajności browaru przy utrzymaniu wysokiej jakości produktu bez zwiększania kosztów.



**Alfa Laval DeAlc Moduł dealkoholizujący**

Produkcja piwa bezalkoholowego w niskiej temperaturze i pod niskim ciśnieniem – wysoka jakość produktu oraz minimalne koszty operacyjne.



**Wirówki Brew 450 i Brew 750**

Najnowszej generacji wirówki: większa wydajność, wysokiej jakości piwo z niemal zerowym poborem tlenu i znacznie niższe zużycie energii i wody.



**Alfa Laval Revos system**

Kompaktowy energooszczędny system odwróconej osmozy pozwala na zagęszczanie piwa do 22-24% bez utraty smaku – 5-krotnie niższe koszty transportu.

# Rynek piwa

ceny w górę,  
konsumpcja w dół



Od 2019 roku rynek piwa w Polsce znajduje się w trendzie spadkowym. Było to widoczne przede wszystkim w okresie pandemii. Niestety, pomimo końca obostrzeń rynek nie odbił się, ponieważ pojawiły się nowe wyzwania – wojna w Ukrainie oraz wysoka inflacja, która spowodowała wzrost kosztów produkcji. To z kolei przełożyło się na wzrost średniej ceny piwa, który znacząco przyspieszył w 2023 roku. Po pierwszym półroczu średnia cena była wyższa od tej z końca 2022 r. o ponad 12%. To w konsekwencji ograniczyło popyt – rynek piwa od początku 2023 r. zmalał o ponad 8% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego.



**Bartłomiej Morzycki**  
dyrektor generalny  
ZPPP – Browary Polskie

Dzisiaj konsumpcja wynosi około 92 litry piwa na osobę rocznie, podczas gdy w 2018 roku było to ponad 100 litrów. W ciągu tych pięciu lat rynek zmalał już o ponad trzy mln hektolitrow, co stawia wiele browarów w trudnym położeniu.

Spadkowi wolumenu towarzyszy wprawdzie wzrost wartości, jednak wynika on wyłącznie z wyższych cen, a nie z przesuwania się popytu w kierunku segmentów premium, jak to było w latach wcześniejszych. Teraz Polacy wydają na piwo więcej, ale piją go mniej. Rosnące ceny piwa hamują popyt, a przy hamującym popycie rynek nie ma szans na rozwój.

Jeśli chodzi o zmiany w poszczególnych segmentach rynku - już od kilku lat widoczne jest przesunięcie między nimi – tradycyjne lagery powoli tracą na rzecz piw smakowych i piw 0,0 proc. Spodziewamy się, że w tym roku ten trend będzie kontynuowany i zwłaszcza piwa 0,0 proc. będą powiększać swoje rynkowe udziały.

Co do prognoz na najbliższą przyszłość: obawiamy się, że sprzedaż piwa liczona wolumenowo będzie nadal spadać. Obniżenie popytu to tylko jedno z wyzwań stojących obecnie przed naszą branżą.

Wzrost średniej ceny piwa nie pokrywa bezprecedensowego wzrostu kosztów produkcji, więc marże producentów się kurczą.

*Rosnące ceny piwa hamują popyt, a przy hamującym popycie rynek nie ma szans na rozwój*

W tych trudnych dla browarów warunkach musimy mierzyć się z kolejnymi wyzwaniami. Do najważniejszych z nich należy z pewnością wprowadzenie systemu kaucyjnego, niestety w wersji powodującej poważne zakłócenia w funkcjonowaniu dotychczasowych systemów butelek zwrotnych na piwo. Chcielibyśmy patrzeć w przyszłość z większym optymizmem, ale jak na razie nie mamy ku temu wyraźnych powodów. □

## Polski rynek piwa z perspektywy browarów rzemieślniczych

Bieżąca trudna sytuacja na rynku piwa dotyka wszystkie segmenty wytwórców, od najmniejszych do największych browarów. Browary rzemieślnicze borykają się z rosnącymi kosztami w sposób z pewnością zdecydowanie bardziej dotkliwy niż duże browary. Sytuacja zmusza do oszczędności i elastyczności działania. Siłą i wartością browarów rzemieślniczych jest najwyższa jakość produktów, więc w żadnym wypadku oszczędności nie mogą i nie dotyczą samych piw. Dużo więcej wysiłku wkładamy obecnie w organizację odpowiedniej dystrybucji dla naszych piw - tutaj najpierw pandemia a potem rosnące koszty i ceny spowodowały zauważalne zmiany. Spowolniły też inwestycje i generalnie browary rzemieślnicze planują obecnie na dużo krótszy okres niż przed pandemią.



**Marek Kamiński**  
współzałożyciel i prezes zarządu  
Polskiego Stowarzyszenia Browarów  
Rzemieślniczych

Od paru lat działamy na kurczącym się rynku piwa ogółem w Polsce, jednakże browary rzemieślnicze w tym czasie rosną, rozwijają się i zdobywają nowe rynki i nowych odbiorców. Na malejącym rynku piwa browary rzemieślnicze przez lata odnotowywały wzrosty. Jeśli w ostatnich paru latach te wzrosty były i są niższe, co jest zrozumiałe biorąc pod uwagę pandemię i znaczącą inflację, to na tle branży segment browarów rzemieślniczych ma się co najmniej nie najgorzej.

Wraz z powstawaniem kolejnych nowoczesnych browarów rzemieślniczych i rozwojem segmentu piw kraftowych w ostatnich kilkunastu latach, dobre piwo stopniowo odzyskuje swoje miejsce w kulturze alkoholowej Polski. Ten trend z pewnością będzie kontynuowany, a oferta i dostępność piw kraftowych będą coraz lepsze. Całość wpisuje się w szerokie zjawisko premiumizacji piwa, czyli wzrostu zarówno świadomości, jak i oczekiwań i upodobań miłośników piwa, przejawiającym się coraz bardziej widocznym odejściem od piwa niskiej jakości na rzecz wysokiej jakości piw premium. Ten trend będzie się wzmacniał, nawet mimo obecnej sytuacji ekonomicznej i kurczących się portfeli konsumentów.

W pełni obecnym na rynku piwnym trendem w tym sezonie będzie kontynuacja różnorodności marek i stylów piwa. Zjawisko, które pojawiło się wraz z rewolucją piw kraftowych w Polsce, a u podstaw którego leży znudzenie jednakowymi masowymi piwami koncernowymi, rozgościło się na dobre na sklepowych półkach, a różnorodna oferta oczekiwana jest już nie tylko przez najbardziej zaawansowanych piwnych geeków.

Z szerokiej oferty piwnej chcą korzystać wszyscy ci, dla których ma znaczenie jakość, aromat i smak wybranego piwa. Stąd tyle pojawiających się corocznie nowości i premier piwnych. W ślad za nowościami prezentowanymi przez browary kraftowe podąża również coraz większa różnorodność w portfolio piw koncernowych. Tutaj mamy jednakże większy nacisk na piwa aromatyzowane w różnych smakach, a dużo mniejszy na różnorodność oferowanych stylów.

Powiązany z powyższymi obserwacjami i widocznym od paru lat trendem jest pozyskiwanie coraz szerszych rzesz fanów przez piwa kraftowe z nowofalowych browarów rzemieślniczych. Pomimo, że piwa kraftowe nadal stanowią niewielki procent całego rynku piwa w Polsce, już od paru lat nie są niewielką niszą dla najbardziej wtajemniczonych i można śmiało powiedzieć, że to piwa adresowane do wszystkich. Różnorodność stylów i ich indywidualnych interpretacji sprawia, że pośród piw kraftowych każdy znajdzie coś dla siebie. Wraz z dążeniem browarów rzemieślniczych do dalszego poszerzania rynku i kręgu swoich odbiorców, to również kierunek, który będzie nabierał na sile w tym i kolejnych latach. □



# Konsumpcja z lekką tendencją wzrostową



**Tomasz Wiatrowski**  
Browar Turek

Podsumowując ostatnie dwa lata uważamy, że konsumpcja piwa w przypadku małego browaru jak nasz pozostała na poziomie niezmiennym (constans) z lekką tendencją wzrostową (piwo bezalkoholowe), pomimo spadków sprzedaży w sektorze duży browarów koncernowych i regionalnych.

Dobrze prowadzone małe podmioty i inicjatywy browarnicze (browary kontraktowe) w dobie kryzysu mają większą elastyczność i łatwość zachowania stabilności finansowej. Myślimy tu o pracy na wysokiej marży i mniejszych zatorach z płatnościami kontrahentów.

Na naszym przykładzie widać, że browar poszerza sieć dystrybucji poza swój dotychczasowy promień działania



ok. 100 km (rozbudowa powierzchni magazynowej w 2023), powiększa asortyment o piwa bezalkoholowe oraz piwa z własnym brandem (piwa dla hoteli, restauracji i hurtowni z dedykowanymi etykietami). W obecnej sytuacji rynkowej (koszty surowców, media, koszty pracy), biorąc pod uwagę portfel konsumenta oraz trendy, szanse rynkowe upatrujemy w piwach klasycznych (niewymagają-

cych dużych nakładów surowcowych - zachowując wysoką marżę) oraz piwach i napojach bezalkoholowych.

Uważamy, że szerokopojęta branża browarnicza do końca 2023 przejdzie dość mocną restrukturyzację i szczególnie koniec roku będzie bardzo trudny. Zamknięcie niektórych browarów rozłoży obecny wolumen sprzedaży na mniejszą ilość producentów w 2024. □

# Browarnicy z Pomorza trzymają się obranego kursu

Ostatnie lata stanęły dla nas pod znakiem nowych wyzwań. Co szczególnie istotne, najwięcej uwagi i energii pochłaniała ta część z nich, która właśnie jest ściśle powiązana z naszym sektorem – branża piwna. W tych specyficznych warunkach i atmosferze zawirowań związanych z zerwaniem łańcuchów dostaw, wzrostem cen energii oraz często nieuzasadnioną presją cenową na produkt, łatwo jest stracić z oczu długofalowe cele i założenia biznesowe.



**Marek Skrzętny**  
Browar Amber

Z dumą obserwujemy wzrost lojalności naszych klientów, która nie tylko nie zmalała a nawet umocniła się w ostatnich dwóch latach. Nie zawiesiliśmy zaplanowanych inwestycji i wszystkie zostały w ostatnich latach zrealizowane.

*Z dumą obserwujemy  
wzrost lojalności  
naszych klientów*

W Browarze Amber przykładamy olbrzymią wagę do tego, aby nie reagować zbyt pochopnie i realizować założoną strategię pamiętając o naszej tożsamości. Jako browar z Pomorza czujemy silny związek z naszym regionem i jest on dla nas kluczowy.

Oczywiście zdarzały się sytuacje, w których nasze plany musieliśmy dopasować do zmieniających się szybko warunków funkcjonowania. Nie uważamy jednak, aby trendy rynkowe pod wpływem ostatnich wydarzeń diametralnie się zmieniły. Trzymamy się więc naszego kursu i dbamy o to, aby każda butelka piwa opuszczająca Browar Amber spełniała oczekiwania naszych Klientów, a nam dawała poczucie dobrze wykonanej pracy. □



## Trendy na rynku detalicznym w roku 2023



Piwo jest czołową kategorią alkoholową, w której lubuje się niejedyn Polak. Zamiłowanie do tego chmielowego trunku ma swoje odzwierciedlenie w sprzedaży, bowiem kategoria odpowiada za znaczną część obrotów. W przeciętnym sklepie małaformatowym co piąty klient sięga po piwo, generując około 10% wartości sprzedaży. W większym formacie jest to natomiast około co 10-14 klient, odpowiadając za około 2-3% całkowitej wartości sprzedaży supermarketów czy dyskontów. Jednakże we wszystkich czołowych kanałach dystrybucji rynku detalicznego waga piwa w całkowitej sprzedaży cechuje się tendencją spadkową.



**Joanna Stankiewicz**  
Advanced Analytics Manager  
Centrum Monitorowania Rynku

(9,90 zł w 2023 roku vs 7,79 w 2019). W roku 2023 względem zeszłego roku litr piwa jest średnio droższy o około 17%, a względem roku 2021 o około 26%. Obecnie w wielu sklepach nawet za najtańszego lagera musimy zapłacić ponad 3 zł, a w przypadku piwa smakowego często napotkamy cenę powyżej 6 zł.

Jednakże to nie piwo rośnie cenowo najbardziej, a przede wszystkim podstawowe produkty żywnościowe typu cukier czy mleko, które podrożały w ciągu ostatnich dwóch lat o 50-100%. Wyższa cena podstawowych artykułów spożywczych ogranicza cały budżet gospodarstwa domowego, co może wpływać negatywnie na sprzedaż produktów dodatkowych czy też przyjemnościowych, do których możemy zaliczyć piwo.

Powyzsze zmiany doprowadziły do wyhamowania pozytywnego trendu premumizacji obserwowanego na rynku piwnym w kilku latach poprzednich.

Wcześniej coraz większą część sprzedaży stanowiły warianty droższe, piwa bezalkoholowe czy specjalności, a na półkach sklepowych cały czas pojawiały się innowacje, po które Polacy chętnie sięgali.

*We wszystkich czołowych kanałach dystrybucji rynku detalicznego waga piwa w całkowitej sprzedaży cechuje się tendencją spadkową*

Niestety jednak od roku 2022 udział droższych segmentów w sprzedaży piwa jest stabilny bądź nawet notuje delikatny spadek, a nowości nie napędzają już popytu tak wyraźnie jak wcześniej. Cała kategoria w styczniu-czerwcu 2023 odnotowała około 7% wzrost sprzedaży wartościowej w sklepach detalicznych względem zeszłego roku i około 9% spadek sprzedaży wolumenowej, na co wpływ miała również gorsza pogoda. □

Oczywiście najistotniejszym czynnikiem dzisiejszych czasów, który dyktuje zmiany na rynku, są bardzo wysokie wzrosty cenowe. W przypadku alkoholi mamy do czynienia nie tylko z wpływem ogólnie pojętej inflacji, ale także z corocznymi podwyżkami akcyzy

## Czas na fit piwo w niestabilnych czasach

Ostatnie trzy lata okazały się bardzo dużym wyzwaniem dla całej branży piwnej. Myślę, że we wspomnianym okresie kluczowym było stawianie na inwestycje pozwalające na redukcję kosztów produkcji jak np. odnawialne źródła energii. Wiele czynników, zarówno obiektywnych jak i nieobiektywnych, wpłynęło na utratę stabilności rynku piwa w Polsce, co widać choćby po licznych zamknięciach browarów, nawet tych z wieloletnią tradycją warzenia.



**Robert Polok**  
dyrektor do spraw rozwoju  
Browar Zamkowy w Raciborzu

W tym roku postawiliśmy na kompozycję nowofalowego chmielu i suszu konopnego, w efekcie czego powstał Summer Ale Cannabis Edition, do którego użyliśmy amerykańskiej odmiany chmielu Cascade oraz suszu ze szlachetnych odmian Cannabis Sativa. Susz konopny, oprócz niekonwencjonalnego smaku, wzbogacił piwo o naturalne fito składniki.

*Widzimy również stały potencjał w segmencie piw bezalkoholowych, który rozwijamy również u nas*

Oszczędzanie na surowcach lub co gorsza stosowanie zamienników, finalnie zawsze kończy się buntem konsumenta, a ten jest dzisiaj dużo bardziej świadomy i wymagający niż jeszcze 5-10 lat temu. Dla nas jest to akurat pozytywne zjawisko, gdyż zmusza nas do ciągłej kreatywności i umożliwia tworzenie nowych smaków.

Pierwsza partia została sprzedana błyskawicznie i okazała się naszym hitem tego lata. Konsekwentnie budujemy nasze portfolio piw dedykowanych konkretnej porze roku, by jak najlepiej trafić w panujące gusta konsumentów. Widzimy również stały potencjał w segmencie piw bezalkoholowych, który rozwijamy również u nas. □







# KONGRES LIDERZY OPTYMALIZACJI PRODUKCJI

14 -15 marca 2024 MALBORK

Honorowy Gospodarz

Organizator



Browar  
w Elblągu

