

Witold Włodarczyk: Spożywamy coraz mniej alkoholu, ale coraz
wyższej jakości

Rozmowa z Witoldem Włodarczykiem, prezesem Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, rozmawia Marcin Prynda



Witold Włodarczyk, prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy

Czy polskie wyroby spirytusowe są rozpoznawalne na świecie? Jaka jest ich pozycja na globalnych rynkach?

Polskie wyroby spirytusowe – a zwłaszcza wódka, posiadają silną pozycję i ogromną rozpoznawalność nie tylko w Unii Europejskiej ale i w wielu innych państwach świata. Jesteśmy największym producentem wódki w Unii Europejskiej oraz jej czwartym (po Rosji,

Witold Włodarczyk: Spożywamy coraz mniej alkoholu, ale coraz
wyższej jakości

USA oraz Ukrainie) producentem na świecie. Można powiedzieć, że nasza wódka jest praktycznie jedyną polską marką globalną, produktem kojarzonym jednoznacznie z Polską w najbardziej odległych krańcach świata. Co niezwykle ważne – jest to produkt w pełni przetworzony i zapakowany a na – z reguły ciekawie zaprojektowanym – opakowaniu, dumnie widnieje napis „made in Poland” czy wręcz „Polish Vodka”.

Warto ten fakt podkreślić, bo nie zawsze jest to takie oczywiste – produkujemy znakomite meble, ale wiele z nich sprzedawanych jest pod marką szwedzkiej sieci sklepów, podobnie jak nowoczesne jachty produkowane w Polsce sprzedawane są przez niemieckiego diler – w obu przypadkach finalny odbiorca nie ma świadomości, że kupuje towar wyprodukowany w Polsce.

Z tej „polskości wódki” wynikają zresztą różne praktyczne korzyści zarówno w skali makro jak i mikro. W przypadku tych pierwszych, światowa rozpoznawalność polskich wyrobów spirytusowych pozwala im stać się lokomotywą sprzedaży dla innych wyrobów rolno-spożywczych z naszego kraju. Skoro macie znakomitą wódkę – o czym już wiemy – to musicie mieć równie znakomite inne produkty rolno spożywcze – choćby te, z których tą wódkę wytwarzacie – takie stwierdzenia niejednokrotnie słyszą przedstawiciele polskiego przemysłu spirytusowego, przy okazji różnego rodzaju targów czy kongresów. To duży, nie do końca wykorzystany jeszcze potencjał. Natomiast w skali mikro – przy okazji odwiedzin naszych krewnych czy znajomych za granicą – to polska wódka lub nalewka stanowi tradycyjny i pewny prezent – bez cienia wątpliwości kojarzący się zarówno z Polską jak i najwyższą jakością.

Jakie jest znaczenie przemysłu spirytusowego dla polskiej gospodarki?

Wkład przemysłu spirytusowego do polskiej gospodarki jest bardzo istotny – w tym zwłaszcza do rolnictwa. Branża każdego roku skupuje od polskich rolników około 1 mln ton zbóż i ponad 50 tys ton ziemniaków. Przemysł spirytusowy to ważny pracodawca. W

Witold Włodarczyk: Spożywamy coraz mniej alkoholu, ale coraz
wyższej jakości

naszym kraju funkcjonuje 124 producentów – z czego 81 to małe i średnie firmy. Bezpośrednio w branży zatrudnionych jest ponad 4 500 osób. Każde miejsce pracy kreuje 14,5 kolejnych w branżach związanych z przemysłem, transportem, rolnictwem, handlem czy HoReCa. Pośrednio branża spirytusowa generuje w Polsce 65 tys. miejsc pracy.

Trudne do przecenienia jest znaczenie branży spirytusowej dla budżetu państwa. Już ponad 13% krajowych dochodów z podatku akcyzowego pochodzi wyłącznie z tej branży, co stanowiło wartość 9,27 mld zł w 2021 roku. Jednocześnie branża spirytusowa dostarcza do budżetu państwa aż 71,3 % wartości akcyzy całej branży alkoholowej w Polsce, choć jej udział w rynku w przeliczeniu na czysty alkohol wynosi jedynie 39%.

Jednak ubiegły rok był chyba dla rynku alkoholi w Polsce dosyć trudny?

Ceny wyrobów spirytusowych wzrosły, a sprzedaż spadła o 5 proc. Największy 10-proc. spadek odnotowaliśmy w sprzedaży wódek czystych. Podobna sytuacja może mieć miejsce w najbliższych miesiącach. Ceny wódek będą piąć się w górę. Dotyczy to wszystkich gatunków wódek, a zwłaszcza alkoholi z kategorii economic.

Firmy działały w warunkach wysokiej inflacji, wysokich kosztów produkcji, wynikających z bardzo istotnego wzrostu cen energii elektrycznej oraz surowców. Na spadek sprzedaży wyrobów spirytusowych miało też wpływ wprowadzenie w zeszłym roku tzw. mapy akcyzowej. W 2022 roku akcyza na wyroby spirytusowe wzrosła o 10 proc., w kolejnych czterech latach będzie rosła o 5 proc. rocznie.

Czy konieczne są zmiany w polityce akcyzowej państwa?

Producenci piw, powinni, podobnie jak producenci alkoholi mocnych, płacić akcyzę od zawartości alkoholu. Alkohol to alkohol – jest zawsze ten sam, niezależnie od tego, czy znajduje się w piwie, koniaku czy nalewce. Dziś producenci piwa są uprzywilejowani, nie

Witold Włodarczyk: Spożywamy coraz mniej alkoholu, ale coraz
wyższej jakości

płacąc akcyzy proporcjonalnie do zawartości alkoholu. Mówimy wyraźnie o luce akcyzowej, bo o ile luka VAT-owska jest wszystkim znana, o tyle sytuacja w akcyzie wygląda tak, że jedne branże są uprzywilejowane, a inne dyskryminowane. Najlepiej ilustruje to relacja pomiędzy udziałami rynkowymi, a wartością akcyzy wpłacanej do budżetu państwa. W przeliczeniu na czysty alkohol, branża piwna posiada ponad 50% udział w sprzedaży na polskim rynku, zaś branża spirytusowa poniżej 40%. W przypadku dochodów z akcyzy te proporcje zmieniają się w sposób diametralny – blisko 70% akcyzy trafia do budżetu państwa od producentów alkoholi wysokoprocentowych, a tylko 28% od producentów piwa. Dla przykładu – jeden, wiodący producent w branży spirytusowej wpłaca kwotowo do polskiego skarbu państwa więcej pieniędzy z tytułu podatku akcyzowego niż cała branża piwna w Polsce.

Gdyby akcyza została uporządkowana, z tytułu samego tego podatku budżet państwa mógłby zyskać dodatkowe 5 mld zł rocznie. Trudna do zrozumienia jest sytuacja, w której branża dostarczająca najwięcej czystego alkoholu polskim konsumentom (branża piwna) posiada przywileje podatkowe. To kłóci się zarówno z polityką zdrowotną jak i finansową.

Czy są jakieś korzystne dla branży trendy rynkowe?

W branży alkoholi mocnych w ostatnich latach obserwowany jest wyraźny trend w zakresie premiunizacji. Oznacza to, że Polacy spożywają coraz mniej alkoholu, ale jednocześnie coraz wyższej jakości. Jest to związane z jednej strony z częstszym podróżowaniem naszych obywateli i poznawaniem przez nich nowych smaków (stąd trend wzrostowy w sprzedaży takich rodzajów alkoholi jak: whisky, gin, brandy, rum), z drugiej zaś z pojawieniem się w naszym kraju rzemieślniczych producentów alkoholi premium, wytwarzających lokalnie krótkie serie: okowit, nalewek, wódek regionalnych oraz innych destylatów.

Polski rynek wyrobów spirytusowych, jest rynkiem nasyconym. Z roku na rok obserwujemy

Witold Włodarczyk: Spożywamy coraz mniej alkoholu, ale coraz
wyższej jakości

stopniowy spadek wolumenu sprzedaży w najważniejszych kategoriach. Główną szansą dla polskich producentów wyrobów spirytusowych – szczególnie tych SME – jest eksport oraz legalizacja kanału e-commerce.

Polskie wyroby spirytusowe słyną za granicą z bardzo wysokiej jakości i są powszechnie rozpoznawalne. W 2021 wyeksportowaliśmy ponad 100 mln litrów wyrobów spirytusowych (w przeliczeniu na 100% spirytus) o wartości 965 mln zł w porównaniu do 69 mln l za kwotę 760 mln zł w 2020 roku. Ten wzrost bardzo cieszy, jednak należy pamiętać, że to wciąż jedynie około 20% naszej produkcji. Porównując to z eksportem wyrobów spirytusowych w Szkocji (whisky) czy Francja (koniak) w których eksport przekracza znacznie 90% produkcji, należy przyznać, że mamy jeszcze bardzo dużo do zrobienia. Aby utrzymać pozytywny trend wzrostowy w eksporcie i próbować zbliżyć się do najlepszych w tym obszarze, niezbędne jest wsparcie rządu i regulacje przyjazne dla rozwoju branży. Jednym z obszarów, który wymaga natychmiastowego uregulowania, jest legalizacja sprzedaży alkoholu przez internet. Pozwoli to na znacznie lepszy dostęp do rynku krajowego i zagranicznego małym producentom. Polska jest ostatnim krajem w Unii Europejskiej w którym kwestia e-commerce w branży alkoholowej nie została uregulowana. Rozwiązania regulacyjne, które zaproponował Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, pozwalają na pełne zabezpieczenie osób niepełnoletnich przed zakupem alkoholu przez internet.