

Warszawa, 19 października 2017 r.

Piwo pod specjalnym nadzorem

Na ograniczeniu reklamy i sprzedaży piwa straci nie tylko branża piwowarska

Ministerstwo Zdrowia chce walczyć z nadmiernym spożyciem alkoholu poprzez ograniczenie reklamy i sprzedaży piwa. Według ekspertów nie zmniejszy to konsumpcji alkoholu, wręcz przeciwnie – może sprawić, że Polacy znów chętniej zaczną sięgać po trunki wysokoprocentowe. Głównym skutkiem proponowanych przez resort zdrowia zmian będzie pogorszenie warunków działalności gospodarczej branży piwowarskiej oraz branż z nią powiązanych.

Zmniejszenie konsumpcji alkoholu w Polsce to cel rozwiązań, nad którymi pracuje Ministerstwo Zdrowia. Resort zamierza walczyć z problemami spowodowanymi ryzykownym i szkodliwym pićm alkoholu za pomocą szeregu ograniczeń, m.in. przesuwając reklamę piwa na godz. 23:00 czy limitując liczbę sklepów oraz godziny sprzedaży alkoholu.

Zdaniem ekspertów, konsekwencje nowelizacji Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi dotkną nie tylko producentów piwa. Uderzą również w sektor handlu oraz branżę reklamową. Dlatego na debatę poświęconą kwestiom nowych regulacji, zorganizowaną przez Pracodawców RP, zostało zaproszone szerokie grono podmiotów zainteresowanych skutkami rozwiązań proponowanych przez resort zdrowia. Przy okrągłym stole usiedli przedstawiciele związków zawodowych, organizacji z sektora handlu, paliw, branży reklamowej, a także reprezentanci dużych i małych browarów.

Pod względem konsumpcji alkoholu Polsce bliżej do Francji niż do Rosji

Wyjaśniając propozycje nowelizacji ustawy Ministerstwo Zdrowia powołuje się na dane i szacunki Światowej Organizacji Zdrowia, w opinii której konsumpcja alkoholu w Polsce jest wysoka i będzie rosta. – *Tymczasem Polska z roczną konsumpcją wynoszącą wg WHO 12,3 litra czystego alkoholu na mieszkańca plasuje się mniej więcej w połowie europejskiej stawki. Polacy piją mniej niż obywatele krajów Europy Wschodniej takich jak Rosja, Litwa, Estonia, Białoruś czy Ukraina, ale także mniej niż mieszkańcy niektórych państw Europy Zachodniej np. Belgowie czy Brytyjczycy* – mówi Bartłomiej Morzycki, Dyrektor Generalny Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego - Browary Polskie. Co więcej, struktura konsumpcji alkoholu zmienia się w kierunku założonym przez ustawodawcę. Coraz mniejszy udział w niej mają napoje spirytusowe, coraz większy – lżejsze trunki, zwłaszcza piwo. Zdaniem Morzyckiego, zmiany proponowane przez Ministerstwo Zdrowia mogą zahamować ten pozytywny trend i spowodować, że Polacy ponownie zwrócą się ku mocnym alkoholom.

Dyrektor Związku Browary Polskie zwraca również uwagę, że wg danych Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych tylko 7 proc. konsumentów spożywa alkohol w sposób ryzykowny i szkodliwy. Grupa ta odpowiada za konsumpcję blisko połowy (46 proc.) alkoholu wypijanego każdego roku w Polsce. Jak pokazało tegoroczne badanie CBOS poświęcone modelom konsumpcji napojów alkoholowych, szkodliwy wzorec picia wiąże się przede wszystkim ze spożywaniem trunków wysokoprocentowych. – *Trudno więc oczekiwać, że ograniczenie reklamy piwa przyczyni się do rozwiązania problemów osób nadużywających alkoholu. Ta grupa powinna zostać objęta specjalistyczną pomocą terapeutyczną. W projekcie przedstawionym przez Ministerstwo Zdrowia takie propozycje nie zostały jednak uwzględnione* – komentuje Morzycki.

Zakaz reklamy uderzy nie tylko w browary

W Polsce, podobnie jak w większości państw europejskich, reklama piwa jest dozwolona, jednak ustawodawstwo regulujące reklamę chmielowego trunku w naszym kraju jest jednym z najbardziej restrykcyjnych na Starym Kontynencie. – *W Polsce obowiązują zarówno ograniczenia godzinowe, w których możliwa jest emisja reklam, jak i ograniczenia dotyczące treści przekazów reklamowych. Do tego należy dodać dobrowolne ograniczenia branży piwowarskiej, znacznie wykraczające poza zapisy Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi* – wyjaśnia Bartłomiej Morzycki. Reprezentujący branżę reklamową Jerzy Minorczyk, Dyrektor Generalny IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy, członek zarządu Rady Reklamy zwraca uwagę, że nie ma związku między czasem trwania i nakładami producentów na reklamę piwa a wielkością jego sprzedaży i spożycia. – *Jeśli celem regulacji jest zmniejszenie konsumpcji alkoholu w Polsce, ograniczenie reklamy piwa nie jest dobrym narzędziem do jego realizacji. Sytuacja, z którą mamy do czynienia od kilkunastu lat, czyli zakaz reklamy alkoholi mocnych i ograniczona możliwość reklamowania piwa doprowadziła do tego, że udział alkoholi mocnych w całkowitym spożyciu spadł z ponad 60 proc. do 34 proc. Proponowane przez Ministerstwo Zdrowia działania mogą co najwyżej przyczynić się do odwrócenia tego pozytywnego trendu. Czy o taki efekt chodzi ustawodawcy?* – pyta Minorczyk.

Eksperti z branży reklamowej podkreślają, że planowane restrykcje uderzą w polskie media, także państwowe, pozbawiając je części wpływów z reklam. Pracę może stracić przynajmniej część z kilkunastu tysięcy osób zatrudnionych w branży medialno-reklamowej, które na co dzień zajmują się produkcją i emisją piwnych spotów. Jan Halaś, Przewodniczący Sekcji Krajowej Przemysłu Piwowarskiego NSZZ „Solidarność” jest zdania, że ewentualne zmiany negatywnie wpłyną na zatrudnienie we wszystkich branżach powiązanych z warzeniem, dystrybucją i sprzedażą piwa. Przypomina, że obecnie liczba etatów generowanych przez przemysł piwowarski w Polsce szacowana jest na 200 tysięcy.

Rykoszetem w polski handel

Handel detaliczny, a zwłaszcza małe, tradycyjne sklepy, w których Polacy najczęściej kupują piwo – to w nie w dużym stopniu mogą uderzyć restrykcje planowane przez Ministerstwo Zdrowia. Zdaniem Marioli Roguskiej-Kopańczyk, Dyrektora Naczelnej Rady Zrzeszeń Handlu i Usług ograniczenie godzin sprzedaży piwa pogorszy sytuację małych sklepów spożywczych, których rynkowa pozycja i tak jest osłabiona z powodu rosnącej konkurencji ze strony zagranicznych sieci handlowych. – *Sprzedaż piwa odpowiada za ponad 25 proc. wartości obrotów tradycyjnych sklepów i jest jednym z ich głównych źródeł przychodu. Ograniczenie godzin sprzedaży alkoholu może oznaczać, że wiele małych, rodzinnych biznesów po prostu straci rentowność* – mówi Roguska-Kopańczyk. Jak podkreśla, fakt, że piwo nie będzie dostępne w najbliższym sklepie osiedlowym raczej nie sprawi, że przeciętny Kowalski zrezygnuje z jego konsumpcji. – *Warto pamiętać, że nadmierne restrykcje sprzyjają rozwojowi tzw. szarej strefy, a ta jest zjawiskiem niekorzystnym z punktu widzenia interesu gospodarczego państwa* – dodaje. Potencjalne skutki rozwiązań proponowanych przez resort zdrowia niepokoją również Macieja Ptaszyńskiego, Dyrektora Polskiej Izby Handlu. – *Zależy nam na tym, aby ewentualne zmiany legislacyjne były jak najmniej dotkliwe dla sektora handlu, dlatego jesteśmy gotowi na konstruktywny dialog ze stroną rządową* – mówi. Dyrektor PIH deklaruje jednocześnie pełne poparcie branży dla obowiązku skrupulatnego sprawdzania wieku nabywców alkoholu. – *W tej kwestii jesteśmy, jako branża, jednomyślni. Popieramy wszelkie rozwiązania, które chronią młodych ludzi przed łatwym dostępem do napojów alkoholowych* – dodaje.



Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce

Opiniom przedstawicieli handlu towarzyszą również głosy reprezentantów największych organizacji zrzeszających firmy z sektora paliwowego. – *Dzisiejsze stacje paliw to wyspecjalizowane placówki handlowe, dla których sprzedaż paliwa jest tylko jednym ze źródeł przychodu. Wprowadzenie ograniczeń w zakresie handlu alkoholem na stacjach jest równoznaczne z ograniczeniem ich możliwości zarobkowania, co przełoży się na sytuację tysięcy pracowników i pracodawców z sektora małych i średnich przedsiębiorstw* – mówi Norbert Lenkiewicz reprezentujący Polską Izbę Paliw Płynnych.

Od lagera do konesera

Jeszcze na początku lat 80. w strukturze konsumpcji alkoholu w Polsce dominowały mocne trunki. Dziś ich miejsce zajęło piwo. Szacuje się, że nad Wisłą funkcjonuje obecnie około 200 browarów, które tylko w ubiegłym roku dostarczyły na rynek ponad 1500 piwnych nowości. – *Pod względem liczby browarów rzemieślniczych Polska zajmuje 3. miejsce w Europie, po Włoszech i Wielkiej Brytanii* – mówi Michał Kopik, współwłaściciel Browaru Kingpin, piwny sędzia i autor PiwnyGaraz.pl – *Kilka ostatnich lat to czas prawdziwej piwnej rewolucji, która zmieniła nie tylko rynek, ale i konsumentów. Rosnąca wiedza Polaków o piwie, znajomość piwnych stylów, zainteresowanie beer pairingiem czy sztuką domowego warzenia piwa – to wszystko świadczy o rozwijającej się piwnej kulturze* – dodaje. Choć mniejsze browary nie dysponują środkami na reklamę telewizyjną, to – zdaniem Huberta Buksowicza ze Stowarzyszenia Regionalnych Browarów Polskich – jest ona potrzebna, aby kształtować pozytywną kulturę picia alkoholu oraz utrzymać korzystne trendy. Jakże? Na przykład rosnące zainteresowanie Polaków piwami bezalkoholowymi i niskoalkoholowymi, które w ostatnich latach notują rekordowe wzrosty, jeśli chodzi o sprzedaż. Piwowarzy przyznają, że bez reklamowego wsparcia kariera piw w wariacie „zero procent” nie byłaby tak spektakularna.

Jeśli zmiany, to przemyślane

Branża piwowarska podkreśla, że dostrzega wagę problemu, jakim jest nadmierna i szkodliwa konsumpcja alkoholu i deklaruje otwartość na współpracę w zakresie przeciwdziałania problemom społecznym i zdrowotnym z niej wynikającym. Propozycje ministerstwa budzą jednak wątpliwości piwowarów. – *Uważamy, że propozycje Ministerstwa Zdrowia nie przyniosą pożądanych przez resort rezultatów. Wręcz przeciwnie – mogą utrudnić realizację polityki prozdrowotnej państwa, której jednym z celów jest przesuwanie konsumpcji z alkoholi mocnych w kierunku tych o mniejszej zawartości „procentów”* – mówi Bartłomiej Morzycki. – *Niepokoją nas również potencjalne skutki ekonomiczne proponowanych regulacji. Dlatego pragniemy zaapelować do strony rządowej o przemyślane decyzje, poprzedzone konsultacjami z udziałem wszystkich zainteresowanych stron* – dodaje. Do tych postulatów przychylił się Jakub Jasiński, Dyrektor Centrum Badań i Analiz Pracodawców RP. – *Jeśli propozycje legislacyjne przybiorą konkretny kształt, będziemy dążyć do przeniesienia dyskusji na ich temat na forum Rady Dialogu Społecznego, która jest właściwym miejscem konsultowania takich zmian* – deklaruje.