

Rynek **piwa** w Polsce, 2021

Konferencja ZPPP Browary Polskie

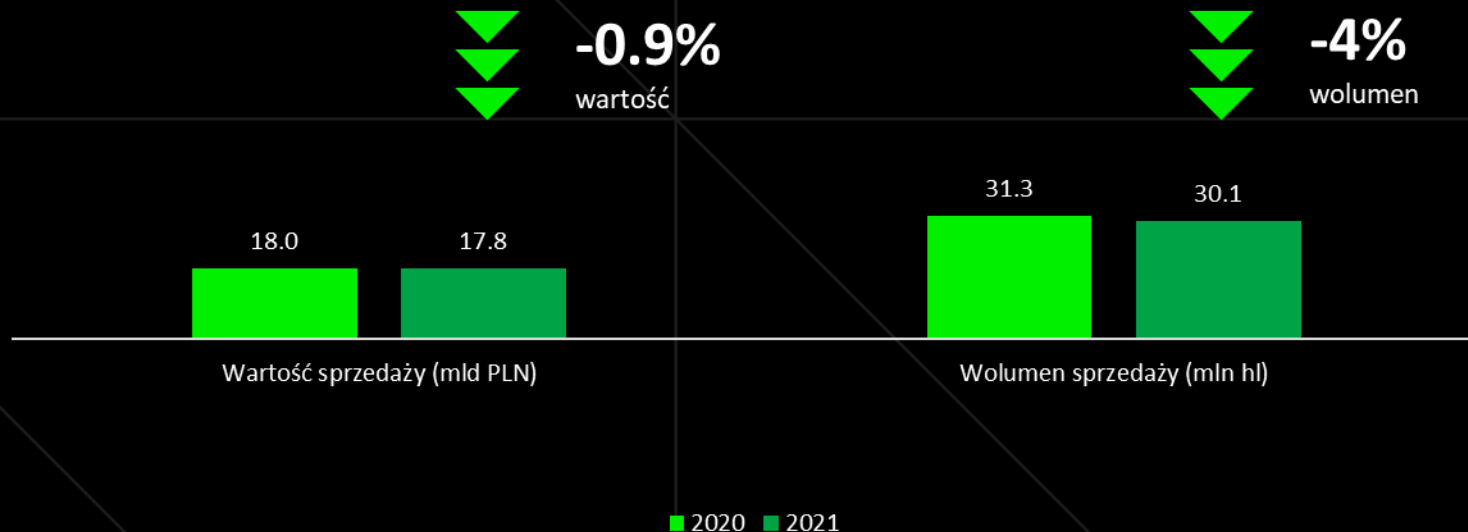
Marcin Cyganiak
Dyrektor komercyjny NielsenIQ

24 marca 2022



2021 – odwrócenie trendu - pierwszy rok spadku wartościowego!

PIWO, wartość i wolumen sprzedaży, 2021 vs 2020, Polska

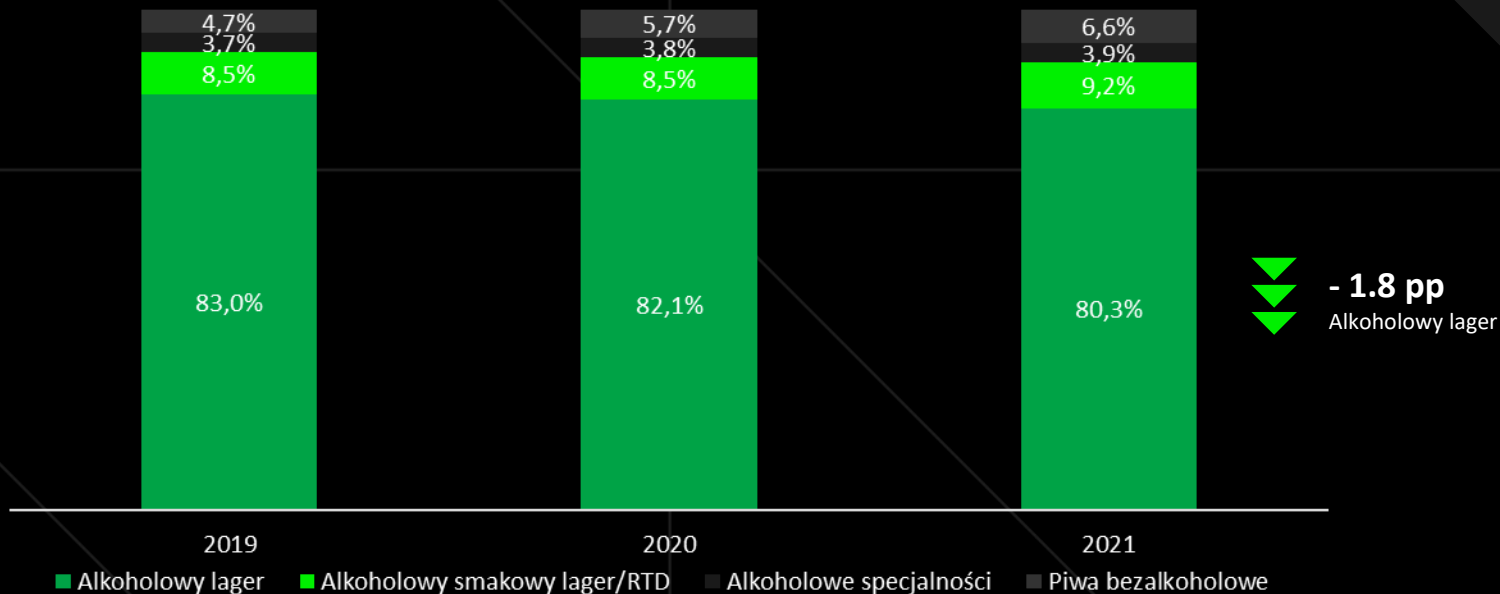


Za branżą bardzo trudny sezon



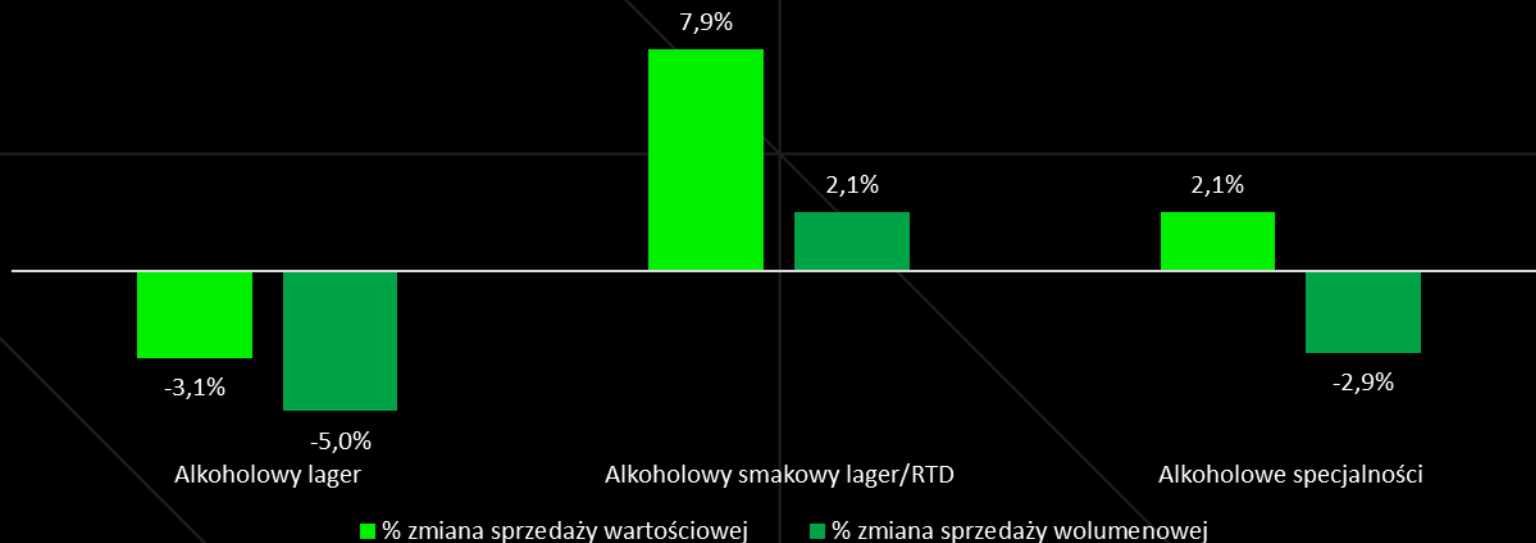
Największy segment kategorii – alkoholowe lagery – znów na minusie

PIWO, udziały wartościowe segmentów w kategorii, 2019 – 2021, Polska



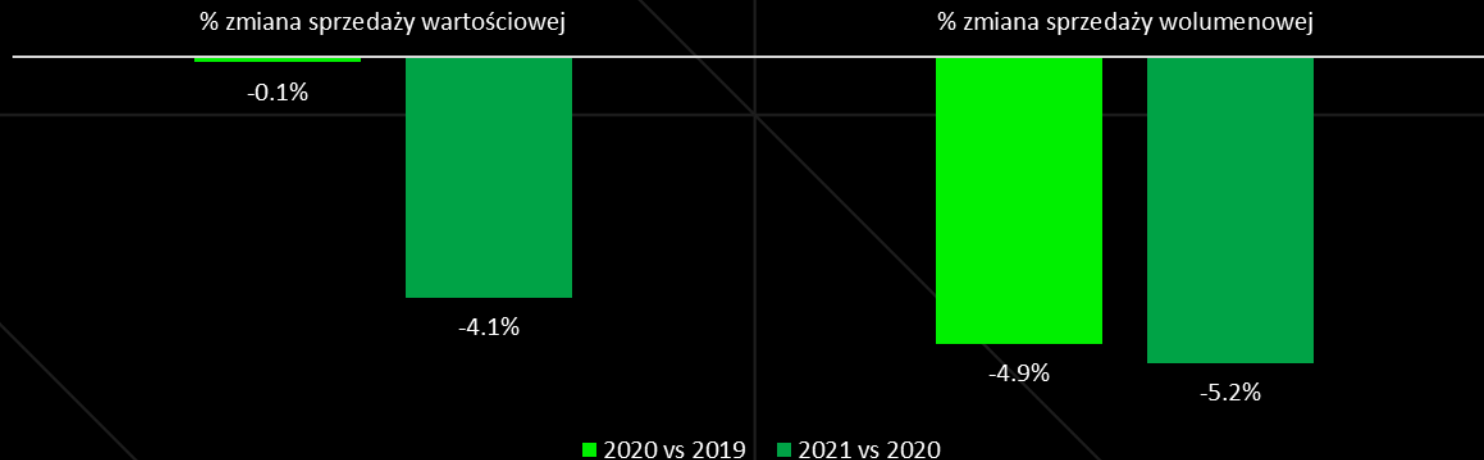
Alkoholowy lager jest największym czynnikiem spadku całego piwa

PIWO ALKOHOLOWE, zmiana sprzedaży, 2021 vs 2020, Polska



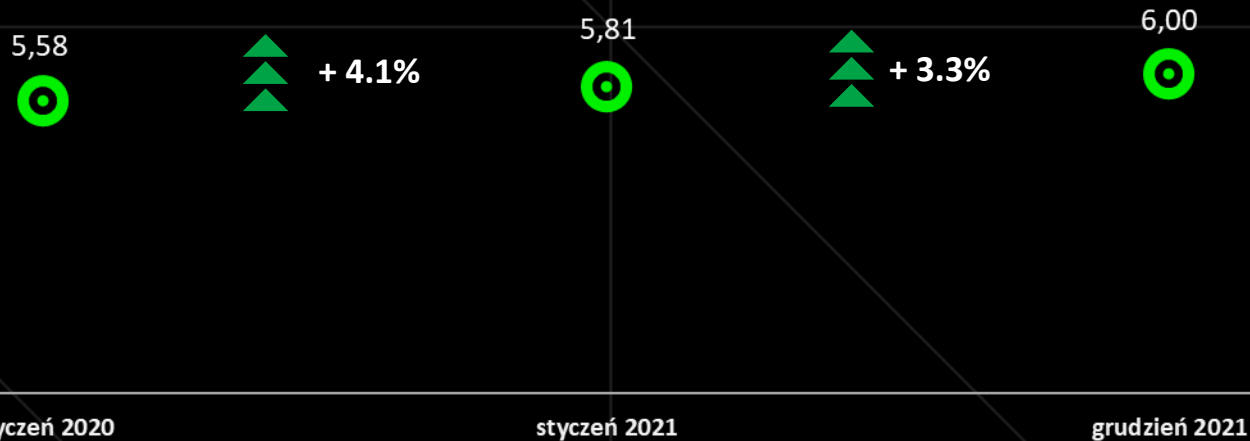
Lagery alkoholowe mocno tracą mocnymi

MOCNY LAGER, zmiana sprzedaży, 2020 vs 2019 i 2021 vs 2020, Polska



Kategoria traci wartościowo, pomimo rosnących cen

PIWO, średnia cena (w PLN za litr produktu), Polska
wybrane miesiące



Zyskują tylko segmenty cenowe Top i Ultra premium



Zmiana wolumenu sprzedaży
segmentów cenowych w kategorii, Polska

ECONOMY -11.1%

MAINSTREAM -4.4%

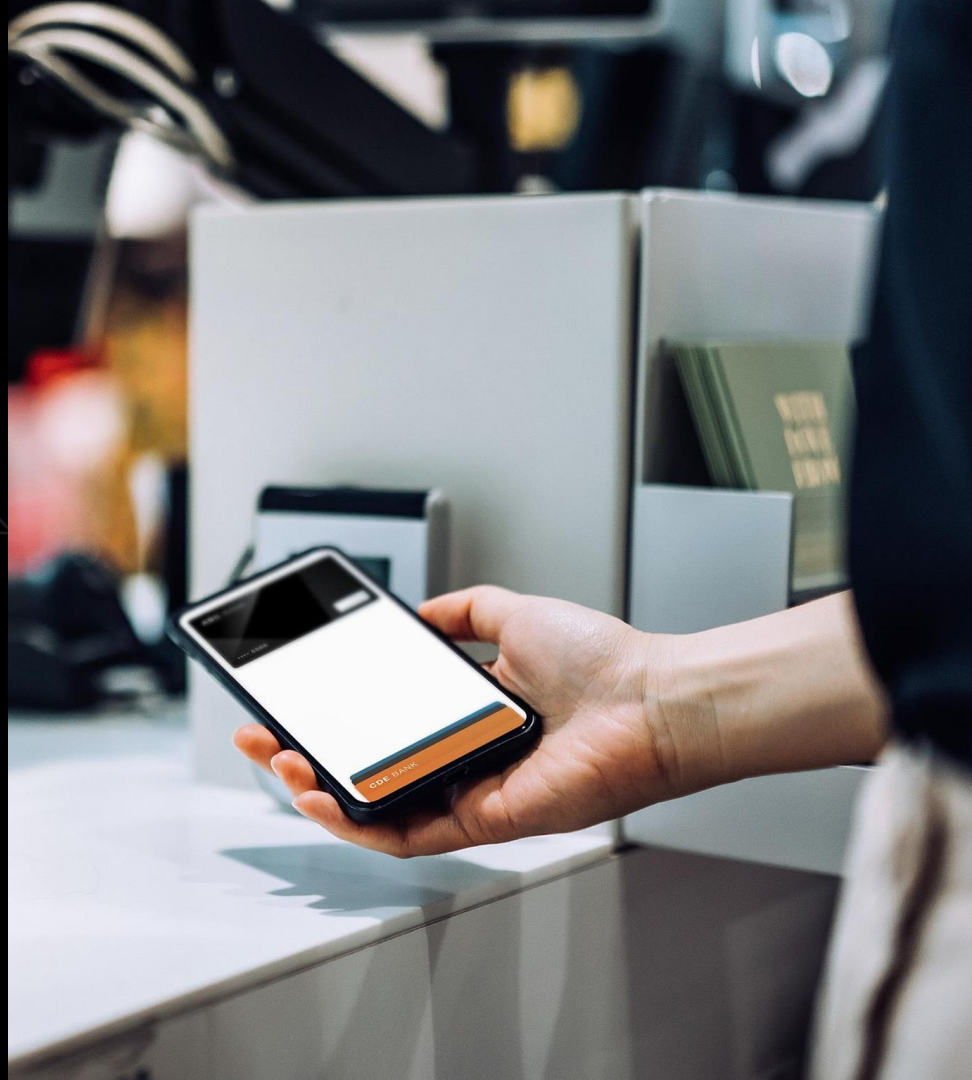
PREMIUM -0.6%



TOP & ULTRA PREMIUM +20.7%

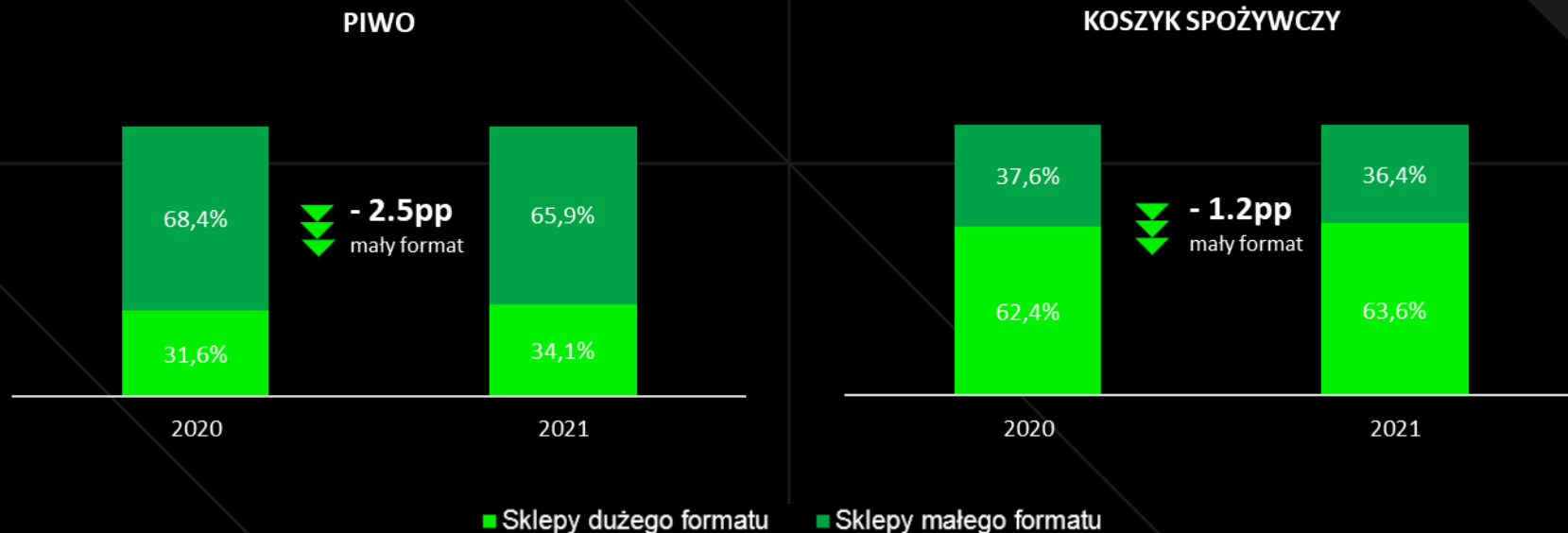
Źródło: NielsenIQ, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Beer), sprzedaży wolumenowej,
skumulowane okresy: I - XII 2020, I - XII 2021, kategoria: Piwo

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



Sklepy małego formatu niezmiennie pod presją

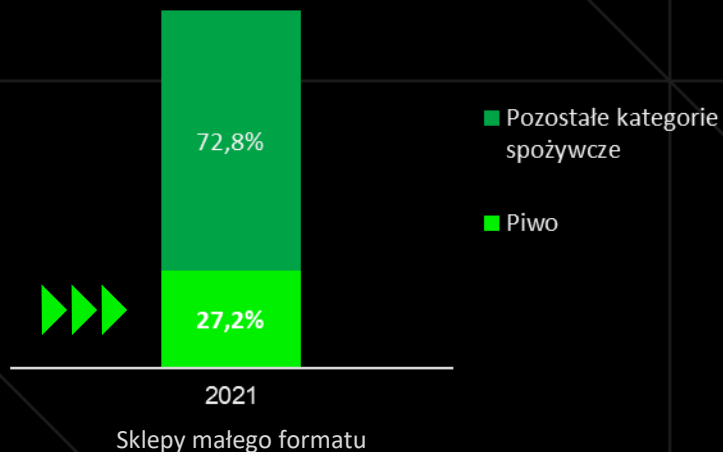
PIWO oraz KATEGORIE SPOŻYWCZE, lokalizacja sprzedaży – udziały wartościowe, 2020 – 2021, Polska



Źródło: NielsenIQ, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Beer), sprzedaż wartościowa, skumulowane okresy: I - XII 2020, I - XII 2021, kategoria: Piwo. Sklepy dużego formatu rozumiane jako: Hipermarkety, Supermarket, Dyskonty. Sklepy małego formatu rozumiane jako: Duże, Średnie i Małe sklepy spożywcze; Sklepy winno-cukiernicze, Stacje paliw.

Biznes małych sklepów opiera się na piwie

PIWO oraz pozostałe GRUPY KATEGORII SPOŻYWCZYCH,
udziały wartościowe w kanale sprzedaży, 2021, Polska



**Sklepy małoformatowe to
najważniejszy kanał sprzedaży dla
piwa i jednocześnie piwo to
podstawa ich biznesu**

Piwo 0% niezmiennie zyskuje

PIWO 0%, wartość sprzedaży, Polska

2021

1.173 mld PLN

Udziały wartościowe

PIWA 0% w kategorii, Polska



2021

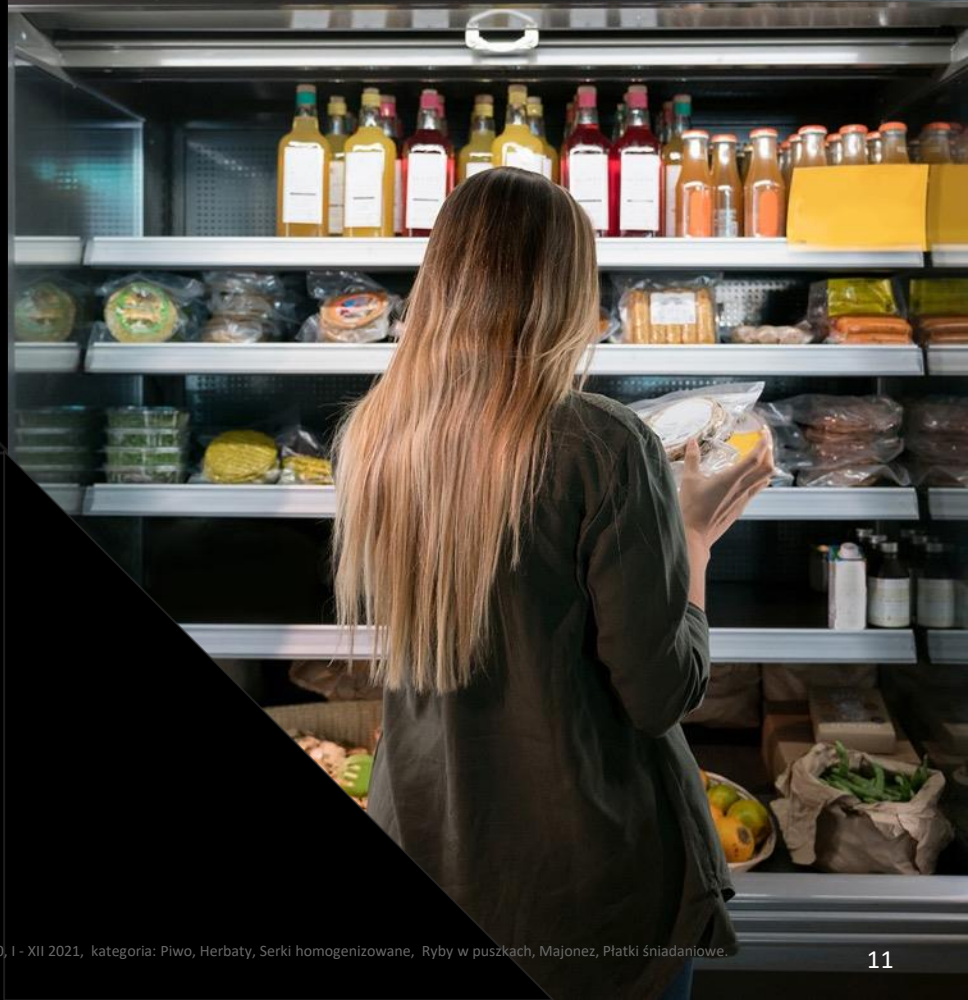
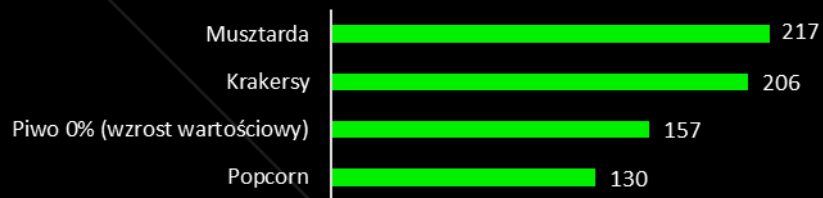
6.6%

+ 157 mln PLN

2020

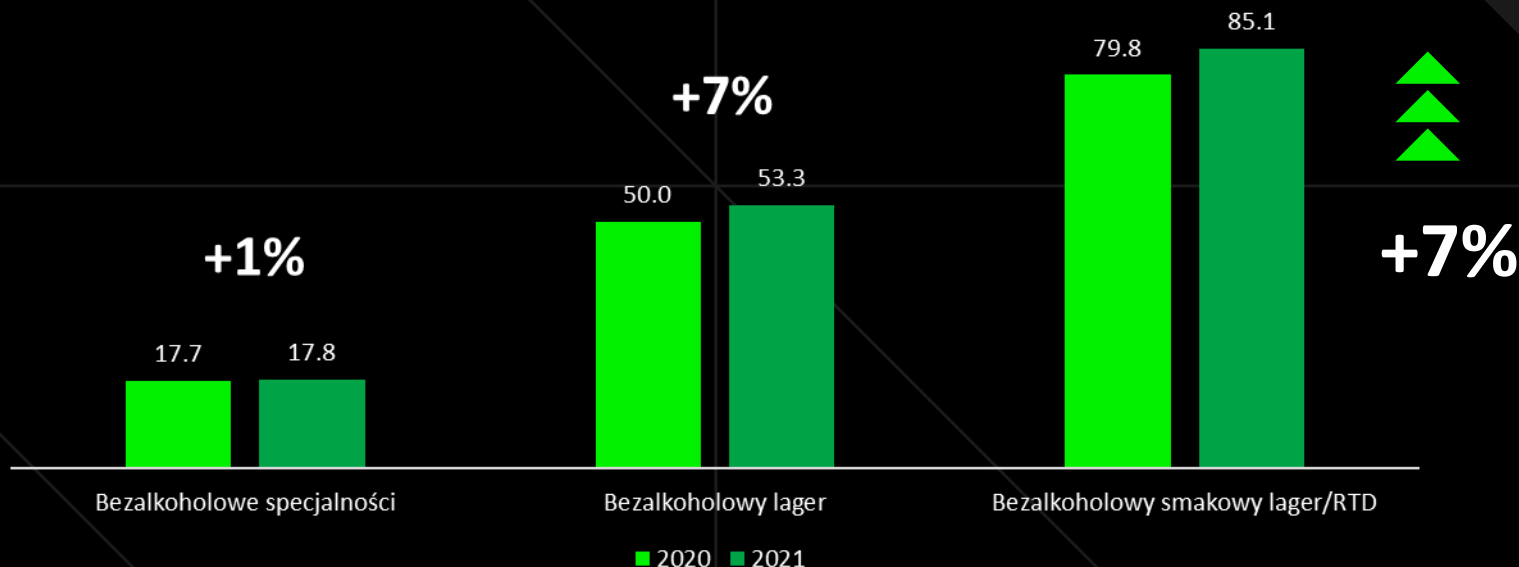
5.7%

Wartość sprzedaży (mln PLN), 2021, Polska



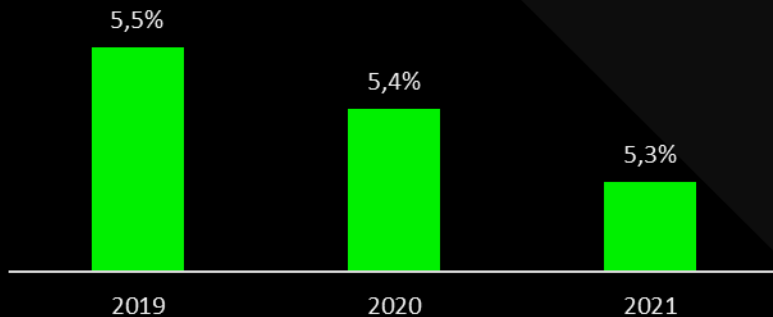
Rosną wszystkie segmenty piw 0%

PIWO 0%, sprzedaż wolumenowa (mln l) i jej zmiana, 2021 vs 2020, Polska



Utrzymuje się trend spadku średniej zawartości alkoholu w piwie

ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ ALKOHOLU W PIWIE, ważona wolumenem, z wyłączeniem marek własnych, 2019 - 2021, Polska

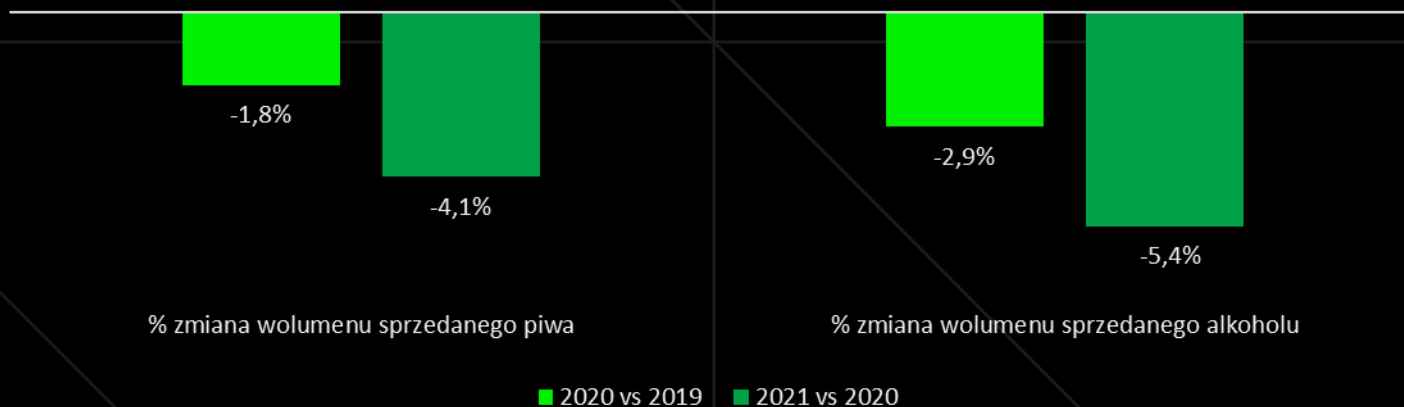


Źródło: NielsenIQ, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Beer), średnia zawartość alkoholu w piwie, ważona wolumenem, z wyłączeniem marek własnych, skumulowane okresy: I - XII 2019, I - XII 2020, I - XII 2021, kategoria: Piwo.

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Wolumen alkoholu z piwa spada jeszcze mocniej niż cała kategoria

PIWO (z wyłączeniem marek własnych), zmiana wolumenu sprzedanego piwa i alkoholu,
2020 vs 2019 i 2021 vs 2020, Polska





Marcin Cyganiak

Dyrektor komercyjny

marcin.cyganiak@nielseniq.com

NielsenIQ.com