

Rynek piwa kurczy się

2 lipca 2025

Pierwsze półrocze br. to kolejny okres spadku rynku piwa w Polsce. I to mimo dynamicznego wzrostu produkcji i sprzedaży piwa bezalkoholowego. Zdaniem przedstawicieli Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie miały na to wpływ m.in. niesprzyjająca pogoda i negatywna narracja wokół branży piwnej. Ponadto wśród wyzwań, z jakimi musi się mierzyć rynek, są rosnące koszty prowadzenia działalności oraz przygotowania do systemu kaucyjnego, który zacznie obowiązywać już za trzy miesiące – wskazuje prezes Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”.



„Branża piwowarska mierzy się z wieloma wyzwaniami. Najważniejszym jest oczywiście spadek wolumenu. Od początku tego roku to jest 6 proc. spadku. Sam maj to zatrważające 12 proc. wolumenu mniej rok do roku. Jest to kolejny rok spadków w całej kategorii piwa” – mówi agencji Newseria Mieszko Musiał, prezes zarządu ZPP „Browary Polskie”. W 2024 roku Polacy kupili o 100 mln butelek i puszek piwa mniej niż w 2023 roku – wynika z danych NielsenIQ. Był to najniższy wynik od 20 lat. Najmocniej kurczy się sprzedaż alkoholowych lagerów (-3,1 proc.) oraz piw mocnych (-3,8 proc.). Mają na to wpływ zarówno

trendy prozdrowotne, jak i spadająca ekonomiczna dostępność piwa. W tym roku tendencja spadkowa się utrzymuje.

Bartłomiej Morzycki, dyrektor generalny ZPPP „Browary Polskie”, wskazuje, że od początku roku obserwujemy spadek produkcji piwa w Polsce. Według danych GUS na koniec kwietnia br. wyniósł on blisko 4 proc. r/r. Wpływ na to miała m.in. niesprzyjająca pogoda. „W okresie, kiedy sezon piwny powinien się rozkręcać, kiedy następuje jego otwarcie, mieliśmy bardzo kiepską pogodę. A mówi się w branży, że to właśnie pogoda najlepiej sprzedaje piwo. Dlatego spodziewamy się, że w I półroczu br. spadek się pogłębi i zbliży nawet do 10 proc. całego rynku” – prognozuje Bartłomiej Morzycki. „To jest dosyć poważny spadek, który tylko częściowo jest rekompensowany wzrostem piw bezalkoholowych”.

Według raportu „Zerówki zmieniają rynek piwa. Rewolucja 0,0% trwa” przygotowanego przez ZPPP – Browary Polskie jesteśmy świadkami rewolucji i zmian zachowań Polaków wobec piwa bezalkoholowego. Kategoria ta wolumenowo urosła dziesięciokrotnie na przestrzeni ostatniej dekady i osiągnęła już blisko 6,5-proc. udział w całym rynku piwnym. „O ile piwo alkoholowe spada na rynku w granicach kilku procent w każdym kwartale, o tyle piwo bezalkoholowe notuje dwucyfrowe wzrosty. W pierwszym kwartale było to plus 18 proc., a w samym kwietniu odnotowaliśmy wzrost o ponad 30 proc., jeśli chodzi o produkcję piwa bezalkoholowego. To pokazuje, że rzeczywiście jest to segment, który intensywnie się rozwija i który pomimo niedobrej koniunktury na całym rynku piwa jednak idzie w górę i tym samym częściowo rekompensuje ubytki wolumenowe piw alkoholowych” – mówi Bartłomiej Morzycki.

Według prognoz ZPPP – Browary Polskie przy obecnym tempie rozwoju do końca dekady segment piw 0,0% może zyskać dwucyfrowy udział w rynku. Mieszko Musiał, który właśnie objął stery w związku, wskazuje jednak, że dynamicznemu rozwojowi tej kategorii towarzyszy negatywna narracja. Dotyczy ona m.in. reklam produktów 0,0%. „Wszyscy słyszymy w przestrzeni

publicznej, ataki na branżę piwną, w tym, co naprawdę trudne do zrozumienia, ataki na piwa bezalkoholowe” – mówi prezes ZPPP. „Mierzmy się z negatywną narracją, bardzo często suflowaną przez branżę spirytusową, której bardzo zależy na tym, żeby znów w Polsce dominującym rodzajem alkoholu były produkty wysokoalkoholowe i spirytusowe. Ewentualną konsekwencją takiej narracji może być to, że wszystkie wysiłki, które branża piwowarska podejmuje na rzecz budowy trendu NoLo »no alco, low alco«, a której przedstawicielem jest bardzo dynamicznie się rozwijający podsegment piw bezalkoholowych, nie przyniosą efektu. Istnieje ryzyko, że społecznie moglibyśmy z tej drogi zawrócić i wrócić do mniej odpowiedzialnego spożycia alkoholu”. Jak podkreśla, promocja odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu to istotny element działalności związku i strategii ESG producentów piwa. „Dlatego też branża podejmuje bardzo wiele działań na rzecz kształtowania odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, m.in. poprzez samoregulacje czy akcje społeczne” – tłumaczy Mieszko Musiał.

Przykładem działań są m.in. znaki odpowiedzialnościowe na opakowaniach czy też szkolenie przeznaczone dla sprzedawców alkoholu oraz pracowników gastronomii, które uczy jego odpowiedzialnej sprzedaży, w tym odmowy sprzedaży alkoholu niepełnoletnim. Od 2024 roku w programie „Zostań OSA – Odpowiedzialnym Sprzedawcą Alkoholu” uczestniczyło ponad 10 tys. osób.

Przedstawiciele związku wyliczają szereg innych wyzwań, z którymi mierzy się rynek piwny w Polsce. Część partnerów gastronomicznych i dystrybutorów wciąż odczuwa skutki pandemii, wybuchu wojny i następującej po niej inflacji. To doprowadziło także do drastycznego wzrostu kosztów produkcji piwa. Dodatkowo na branżę nakładane są kolejne obowiązki, również finansowe – wśród nich te związane z wdrożeniem systemu kaucyjnego.

„Olbrzymim wyzwaniem jest zbliżający się system kaucyjny,

który rusza po wakacjach. Nasz operator i inni operatorzy dopiero co otrzymali zezwolenia na działalność, więc ten termin staje się olbrzymim wyzwaniem, żeby nie powiedzieć niemożliwym do zrealizowania. A jak rozmawiamy o systemie kaucyjnym, to też trzeba podkreślić, że mierzymy się tam z olbrzymią nadregulacją. Została do niego zaliczona szklana butelka zwrotna, która w przypadku piwa już dziś wraca w 92 proc. Więc mierzymy się z sytuacją, w której koszty rosną niebotycznie, natomiast efekt pozytywny dla środowiska właściwie się nie zmienia. Co więcej, jesteśmy jedyną kategorią alkoholową w Polsce, która tym systemem kaucyjnym jest objęta. Tak że naprawdę jest wiele powodów, które mogą przyprawić o ból głowy” – mówi Mieszko Musiał.

Zdjęcie: [spooky_kid](#) (CC0)

Źródło: [Newseria.pl](#)