

KANCELARIA SEJMU  
BIURO STUDIÓW  
I EKSPERTYZ



WYDZIAŁ ANALIZ  
EKONOMICZNYCH  
I SPOŁECZNYCH

## Sytuacja branży piwnej w Polsce

Wrzesień 2002

Dorota Stankiewicz

**Informacja**

W opracowaniu przedstawiono podstawowe dane o rozmiarach produkcji, handlu zagranicznego i konsumpcji piwa w Polsce. Opracowanie zawiera również informacje o zapleczu surowcowym i głównych producentach piwa w naszym kraju, z uwzględnieniem perspektyw rozwoju tej branży.

**Nr 917**

## 1. Skala produkcji

Polska zajmuje w produkcji piwa szóste miejsce w Europie (5,2% produkcji piwa europejskiego pochodzi z Polski) a jej udział w produkcji światowej szacowany jest na około 2%.

Dzięki szybkiemu urynkowieniu browarnictwa produkcja piwa w Polsce w latach 1990-1999 rosła blisko 7 razy szybciej niż na świecie. W roku 1990 w Polsce wyprodukowano 11,3 mln hektolitrów piwa, co odpowiadało 1,03% produkcji światowej. W roku 1995 polska produkcja piwa wynosiła już 15,3 mln hektolitrów (1,31% produkcji światowej). W latach 1996-2000 produkcja piwa w Polsce nadal rosła i w roku 2000 osiągnęła poziom 25,2 mln hektolitrów. Jednakże w roku 2001 odnotowano pewien spadek tej produkcji - do 24,9 mln hektolitrów. Powyższy spadek związany był ze zmniejszeniem się sprzedaży piwa wynikającym z osłabienia koniunktury w polskiej gospodarce i ograniczenia popytu wewnętrznego.

Na spadek popytu na piwo w roku 2001 wpłynęło także dość chłodne lato (zdaniem przedstawicieli branży długie, upalne lato może zwiększyć sprzedaż piwa nawet o 5-8%).<sup>1</sup>

## 2. Spożycie krajowe

W latach 1990-2001 spożycie piwa w Polsce uległo podwojeniu - z 30 do około 66 litrów rocznie na mieszkańca. W tym okresie dwukrotnie (do około 50%) wzrósł również udział piwa w strukturze spożycia napojów alkoholowych. Obecnie Polska zajmuje 6 miejsce w Europie i dwunaste miejsce w świecie pod względem łącznej konsumpcji piwa. Jednakże w roku 2001 sprzedano w Polsce 24,1 mln hektolitrów piwa, czyli niemal dokładnie tyle co rok wcześniej, co oznacza, że po raz pierwszy od ośmiu lat spożycie tego napoju uległo zahamowaniu.

Piwo w Polsce pije 18,5 mln osób (63% dorosłych), z czego 2/3 to mężczyźni, wypijający ponad 80% tego napoju. Ponad 75% konsumentów preferuje rodzime marki piwa. Największy udział w krajowym rynku mają marki „Tyskie” (17,1%), „Żywiec” (10,7%), „Warka” (9,4%), „Lech” (7,5%) oraz „Okocim” (6,5%).

Spożycie piwa jest zróżnicowane regionalnie; najwięcej piwa jest konsumowane na Śląsku (34% ogólnej konsumpcji w Polsce).<sup>2</sup>

## 3. Handel zagraniczny

Import piwa ma niewielkie znaczenie dla krajowego przemysłu piwowarskiego. W roku 2001 do Polski sprowadzono 411,8 tys. hektolitrów piwa o wartości 17,8 mln USD. W roku 2001 piwa sprowadzono do Polski głównie z Danii, Czech, Niemiec i Holandii. Niewielki import piwa jest również związany z tym, że krajowe browary obok własnych marek często produkują piwo na licencji swoich zagranicznych właścicieli. Koncerny - zagraniczni inwestorzy w polskie browary - wykorzystują kanały dystrybucyjne polskich browarów również do sprzedaży własnych produktów.

Małe znaczenie dla branży browarniczej ma także eksport piwa. W roku 2001 wyeksportowano z Polski tylko 143,8 tys. hektolitrów piwa o wartości 9 mln USD. Głównymi odbiorcami piwa z Polski są Stany Zjednoczone (50% eksportu) oraz Kanada, a poza tym - Rosja, Niemcy i Wielka Brytania.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza*, "BOSS-Rolnictwo" nr 27 (650) z 6 lipca 2002 r. oraz J. Okrzesik: *Przemysł browarniczy w Polsce*, "BOSS-Rolnictwo" nr 2 (573) z 13 stycznia 2001 r.

<sup>2</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza*, "BOSS-Rolnictwo" nr 27 (650) z 6 lipca 2002 r.

<sup>3</sup> Tamże.

## 4. Charakterystyka branży browarniczej w Polsce

### 4.1. Zaplecze surowcowe

Podstawę do produkcji piwa stanowi **woda**. Jej jakość musi być wysoka, pożądane są zatem np. ujęcia wody oligoceńskiej w browarze. Takim ujęciem dysponują np. Browary Warszawskie, które do wyprodukowania 1 litra piwa zużywają około 6-7 litrów wody.<sup>4</sup>

Charakterystyczny goryczkowy smak nadaje piwu **chmiel**. W latach dziewięćdziesiątych powierzchnia uprawy chmielu w Polsce zmniejszyła się i w latach 2000-2001 według GUS wyniosła 1,9 tys. ha (w roku 1990 - 2,1 tys. ha). W roku 1990 zbiory chmielu wyniosły 2 tys. ton, w roku 2000 - 2,5 tys. ton, a w roku 2001 uległy obniżeniu do 2,4 tys. ton. Liczba producentów chmielu w Polsce wynosi (szacunkowo) około 2 tysiące osób. Około 85% produkowanego w Polsce chmielu uprawia się na Lubelszczyźnie, poza tym - na Opolszczyźnie i w Wielkopolsce.

Polskie browary, które zostały przejęte przez zachodnie przedsiębiorstwa, zaczęły produkować piwo według tych samych technologii, co na Zachodzie, a więc - stosować do produkcji głównie chmiel przetworzony, tj. nie w postaci szyszek, ale w formie ekstraktu i granulatu. W Polsce natomiast nie było ekstraktowni chmielu. Zmiana technologii spowodowała zatem spadek popytu na polski chmiel.

W wytwarzaniu piwa duże znaczenie ma ilość alfa-kwasów zużytych w procesie produkcyjnym. W roku 2002, przy założeniu produkcji piwa w wysokości 25 mln hektolitrow, szacuje się zużycie alfa-kwasów na poziomie 187,5 ton. W Polsce uprawiany jest głównie tzw. chmiel lubelski (jego odmiana aromatyczna), w której za mało jest alfa-kwasów (wyjątek stanowi polska odmiana chmielu "Marynka", łącząca zalety chmielu aromatycznego i goryczkowego).

W 2000 roku w Instytucie Nawozów Sztucznych w Puławach rozpoczęła pracę pierwsza w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej instalacja prowadząca ekstrakcję substancji goryczkowych i aromatycznych z chmielu. Wydajność urządzeń pozwala na przerobienie całego zbioru polskiego chmielu goryczkowego (około 1 tys. ton). Jednakże, według przedstawiciela Krajowego Związku Plantatorów Chmielu (ocena z końca 2001 r.) polskie browary wykorzystywały polski chmiel tylko w 30 procentach, a reszta pochodziła z importu.<sup>5</sup>

Barwa i gatunek piwa zależą od sposobu kiełkowania i suszenia nasion **jęczmienia**. Dla uzyskania jasnego piwa sład jęczmienny suszy się w temperaturze 80<sup>0</sup>C, a dla ciemnego - w 100<sup>0</sup>C. Polskie browary zużywają rocznie około 400 tys. ton sład z jęczmienia, z czego 300 tys. ton pochodzi z krajowych sładowni, a 100 tys. ton - z importu (Polska importuje zarówno ziarno jęczmienia browarnego, jak i gotowy sład).

W Polsce przeważa uprawa jęczmienia na paszę. Zbiory jęczmienia jarego (uprawa jęczmienia ozimego ma marginalne znaczenie) w roku 2001 były szacowane na około 2,7 mln ton, jednak w przeważającej ilości było to ziarno paszowe. Roczna produkcja jęczmienia browarnego w Polsce jest oceniana na około 200 tys. ton. Jęczmień do produkcji sład musi spełniać określone wymagania: charakteryzować się niską zawartością białka, nie większą niż 11% w suchej masie, wysoką czystością - nie więcej niż 5% zanieczyszczeń i wilgotnością nie przekraczającą 15%. Uprawa takiego jęczmienia powinna być prowadzona na urodzajnych glebach wysokich klas bonitacyjnych.

<sup>4</sup> Z. Leśniewska: *Jasne z komputera*, „Profit” nr 7/2001 z 19 czerwca 2001 r. (dane z sieci INTERNET).

<sup>5</sup> E. Szot: *Polski chmiel naszą szansą*, "BOSS-Rolnictwo", nr 42 (613) z 20 października 2001 r., *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2001*, GUS, Warszawa, grudzień 2001 r. oraz *Wyniki produkcji roślinnej w 2001 r.*, GUS, Warszawa, luty 2002 r.

Cena jęczmienia browarnego jest zwykle o 20-30% wyższa od płaconej za jęczmień pastewny i o 10% - wyższa od płaconej za pszenicę. Jednakże niskie nawożenie azotowe, wymagane przy uprawie jęczmienia browarnego (wpływa na utrzymanie relatywnie niskiego poziomu białka w ziarnie) powoduje jednocześnie, że plony jęczmienia browarnego są stosunkowo niskie w porównaniu z plonami zbóż konsumpcyjnych, których uprawy można prowadzić na tak dobrych glebach, jakich wymaga uprawa jęczmienia browarnego. To sprawia, że nawet o 10% wyższa cena tego jęczmienia w stosunku do pszenicy nie zawsze może zrekompensować różnice w plonach, jakie można uzyskać, prowadząc na tych samych glebach intensywną uprawę pszenicy konsumpcyjnej.

W roku 2001 skupiono w kraju 160-200 tys. ton jęczmienia browarnego. Jednakże powierzchnia krajowych upraw jęczmienia browarnego wzrasta; niektóre słodownie nawiązały już bowiem z rolnikami współpracę, organizują szkolenia, zapewniają kwalifikowane nasiona jęczmienia, środki pielęgnacyjne i nadzór agrotechniczny. Zdaniem przedstawicieli branży browarniczej, z uwagi na to, że w Polsce powstał już i rozwija się rynek słodu, nasz kraj może za kilka lat stać się nawet eksporterem tego komponentu w produkcji piwa. Pamiętać jednak jednocześnie należy, że unijny rynek jęczmienia browarnego działa obecnie w warunkach nadpodaży. Jeśli zatem w ciągu najbliższych 2-3 lat nie wzrośnie istotnie krajowa produkcja jęczmienia browarnego, to po integracji Polski z UE nasi producenci tego jęczmienia zostaną wyeliminowani z rynku przez dostawy unijnego ziarna.<sup>6</sup>

#### 4.2. Producenci piwa w Polsce

Produkcję piwa w Polsce prowadzi około 80 browarów, o zdolności produkcyjnej 28-30 mln hektolitrów piwa rocznie. Większość z nich to małe zakłady o znaczeniu lokalnym. Do 1998 roku na polskim rynku liczyło się pięciu niezależnych producentów: Elbrewery, Żywiec, Browary Tyskie, Lech BW oraz Okocim. Łączny udział w rynku tych podmiotów, wraz z podmiotami zależnymi wynosił około 67%.

W latach 1999-2001 doszło do szeregu fuzji i przejęć browarów, w wyniku czego, według stanu z roku 2001, krajowy rynek piwa zdominowało dwóch producentów: „Grupa Żywca” należąca do holenderskiego koncernu Heineken oraz „Kompania Piwowarska” utworzona przez konsorcjum South African Breweries i Euro Agro Centrum (SAB-EAC). Trzecie miejsce w skali produkcji piwa w Polsce zajmuje Carlsberg Okocim.

Udział głównych producentów w rynku piwa w Polsce w roku 2001 przedstawia się zatem następująco:

- **Heineken („Grupa Żywca”**: Żywiec, Elbrewery, Leżajsk, Warka) - 31,8% udziału w rynku, produkcja piwa: 7,97 mln hektolitrów,
- **SAB-EAC („Kompania Piwowarska”**: Lech, Tychy) - 31,3% udziału w rynku, produkcja piwa 7,56 mln hektolitrów,
- **Carlsberg Okocim** (Okocim, Kasztelan, Bosman, Piast) - 15,4% udziału w rynku, produkcja piwa 3,61 mln hektolitrów,
- **Brau Union** (Van Pur, Kujawiak, Browary Warszawskie) 6,2% udziału w rynku, produkcja piwa 1,5 mln hektolitrów,
- **Strzelec i Brok** - 4,3% udziału w rynku,
- **Perła** - 2,4% udziału w rynku,

<sup>6</sup> Wg Z. Leśniewska: *Jasne z komputera*, „Profit” nr 7/2001 z 19 czerwca 2001 r. (dane z sieci INTERNET); L. Oktaba: *Powrót do słodowej potęgi*, „Rzeczpospolita” z 17-18 sierpnia 2002 r. oraz E. Obidzińska, I. Łukasik: *Za mało jęczmienia browarnego w Polsce, za dużo w UE*, „BOSS-Rolnictwo” nr 10 (633) z 9 marca 2002 r.

- **pozostałe browary** - 8,6% udziału w rynku.

Najwyższe przychody ze sprzedaży piwa (2,6 mld zł w roku 2001 wobec 2,3 mld zł w roku 2000) osiągnęła „**Grupa Żywca**”, Ujemny wpływ na kondycję „Grupy Żywca” mają jednak wysokie koszty restrukturyzacji grupy oraz obsługi zadłużenia, a także - słaba sprzedaż piwa marki EB. Te niekorzystne czynniki spowodowały, że pomimo wysokich przychodów bilans „Grupy Żywca” zamknął się stratą w wysokości ponad 105 mln zł (jednakże straty te były mniejsze niż w roku 2000, kiedy to wyniosły 463 mln zł).

Natomiast „**Kompania Piwowarska**”, jako jedyna z pierwszej trójki producentów systematycznie osiąga zysk; w roku 2001 firma ta osiągnęła około 397 mln zł zysku netto (w roku 2001 „Kompania Piwowarska” osiągnęła przychody netto w wysokości 2,5 mld zł).

**Carlsberg Okocim** w roku 2001 osiągnął przychody w wysokości 463,4 mln zł, jednakże mimo tego firma ta poniosła ponad 5 mln zł straty (rok wcześniej straty były jednak znacznie mniejsze bo wynosiły ponad 31 mln zł). Na wysoki poziom strat wpłynęły koszty akwizycji trzech browarów oraz ich wielomilionowe zadłużenie, które firma musiała wykazać w raporcie skonsolidowanym; kosztowna okazała się także konsolidacja i restrukturyzacja grupy.<sup>7</sup>

### 4.3. Główne problemy branży<sup>8</sup>

Charakterystyczną cechą produkcji piwa jest **sezonowość**. Niekorzystnym efektem sezonowości produkcji piwa są znaczne wahania przychodów ze sprzedaży. Browary wykorzystują bowiem w pełni swoje możliwości produkcyjne w ciągu kilku cieplejszych miesięcy w roku (od maja do sierpnia), ponieważ w tym okresie odnotowuje się największy popyt na piwo. Niezbędne jest jednak utrzymywanie znacznych nadwyżek mocy produkcyjnych przez pozostałą część roku.

Na pewne wyhamowanie produkcji piwa w Polsce, obserwowane w roku 2001, obok ogólnej trudnej sytuacji ekonomicznej w kraju, miały wpływ także:

- wzrost akcyzy,
- ograniczenia w reklamie piwa.

W roku 2001 nastąpiły dwie **podwyżki akcyzy** na piwo, w wyniku czego podatek ten wzrósł o blisko 18% - do 21,2 euro/hektolitr. Jest to jeden z najwyższych podatków akcyzowych na piwo w Europie (dla porównania - w Niemczech podatek ten wynosi 9,38 euro/hektolitr, w Słowacji - 8,60 euro/hektolitr, a w Czechach - 8,40 euro/hektolitr). Na piwo w Polsce obowiązuje także 22%-owa stawka VAT, podczas, gdy w Niemczech stawka ta wynosi tylko 16%. W rezultacie powyższe obciążenia podatkowe stanowią ponad 2/3 detalicznej ceny polskiego piwa. Podwyższona akcyza na piwo przyniosła w roku 2001 budżetowi państwa ponad 2 mld zł wpływów, równoległe jednak przyczyniła się do zahamowania wzrostu spożycia piwa, ponieważ wpłynęła na wzrost ceny tego napoju.

Do końca 1999 r. obowiązywała ulga w podatku akcyzowym dla małych browarów, produkujących poniżej 200 tys. hektolitrów piwa rocznie. Ulga ta została jednak zniesiona z początkiem 2000 roku. Stowarzyszenie Małych i Średnich Browarów Polskich zamierza jednak negocjować z resortem finansów przywrócenie tych ulg.

Jesienią roku 2001 weszła w życie nowelizacja *ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi* (Dz. U. z 1982 r. Nr 35, poz. 230 z późn.zm.). Zgodnie z art. 13 ust. 1 tej ustawy<sup>9</sup> **reklama i promocja piwa jest dozwolona ale pod pewnymi warunkami.**

<sup>7</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza...*

<sup>8</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza...*

<sup>9</sup> Art. 13 ust. 1 dodano przez art. 1 pkt. 14 ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. (Dz. U. z 2001 r. Nr 60, poz. 610) zmieniającej niniejszą ustawę z dniem 14 września 2001 r.

Reklama ta nie może bowiem być kierowana do małoletnich lub być prowadzona poprzez budowanie skojarzeń z:

- 1) atrakcyjnością seksualną,
- 2) relaksem lub wypoczynkiem,
- 3) sportem,
- 4) nauką, pracą lub sukcesem zawodowym,
- 5) zdrowiem lub sukcesem życiowym.

Reklama i promocja piwa nie może być prowadzona:

- 1) w telewizji, radiu, kinie i teatrze między godziną 6<sup>00</sup> a 23<sup>00</sup>,
- 2) na kasetach wideo i innych nośnikach,
- 3) w prasie młodzieżowej i dziecięcej,
- 4) na okładkach dzienników i czasopism,
- 5) na słupach, tablicach oraz innych stałych i ruchomych powierzchniach wykorzystywanych do reklamy,
- 6) przy udziale małoletnich.

#### 4.4. Perspektywy rozwoju branży

Jak już wspomniano powyżej w niniejszym opracowaniu, w 2001 r. produkcja i spożycie piwa w Polsce uległo pewnemu **zahamowaniu**. Niemniej jednak należy podkreślić, że w roku bieżącym spożycie piwa wzrasta; według GUS w pierwszych sześciu miesiącach 2002 r. branża piwna wprowadziła na rynek nieco ponad 1,1 mln hektolitrów piwa więcej niż w porównywalnym okresie roku 2001.<sup>10</sup> Z danych Kompanii Piwowarskiej wynika, że w ciągu pierwszych siedmiu miesięcy bieżącego roku Kompania sprzedała o 9% piwa więcej, niż w porównywalnym okresie roku ubiegłego, a według przedstawiciela „Grupy Żywiec” w I półroczu bieżącego roku Grupa ta sprzedała o 10% piwa więcej, niż w I półroczu 2001 r.<sup>11</sup>

Spadek spożycia piwa w Europie Zachodniej w ostatnich latach wpływa na fakt **zwiększonego zainteresowania zagranicznych koncernów browarniczych polskim rynkiem piwa**. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej naszym rynkiem piwa mogą zainteresować się kolejni zagraniczni producenci. Na uwagę zasługuje fakt, że już obecnie zagraniczni producenci piwa, formalnie nieobecni na polskim rynku starają się wprowadzać swoje wyroby na nasz rynek drogą nawiązywania odpowiednich umów z naszymi browarami. Dzięki temu mogą prowadzić sprzedaż swojego piwa w Polsce bez ponoszenia kosztów inwestycji, akwizycji i budowy sieci dystrybucji. Należy zatem liczyć się z rosnącą konkurencją ze strony takich producentów.<sup>12</sup>

W strukturze udziałów w produkcji krajowej piwa wyodrębnić można trzy przedsiębiorstwa o stosunkowo największym udziale w tym rynku. Procesy **konsolidacji produkcji** piwa będą przebiegać w dalszym ciągu, jednakże - ze zmniejszoną intensywnością, ponieważ dwóm największym producentom piwa („Grupa Żywiec” i „Kompania Piwowarska”) pozostało jeszcze po około 8% rynku do przejęcia. Przekroczenie 40%-owego udziału w rynku stanowi bowiem sygnał dla Urzędu Ochrony Konsumentów i Konkurencji i wywołałoby negatywną reakcję tego Urzędu. Większe prawdopodobieństwo przejęcia dodatkowego browaru istnieje w przypadku „Kompanii Piwowarskiej”, ponieważ w „Grupie Żywca” główny nacisk jest obecnie kładziony na restrukturyzację grupy.

<sup>10</sup> L. Oktaba: *Koniec załamania*, "Rzeczpospolita" z 9 sierpnia 2002 r.

<sup>11</sup> L. Oktaba: *Upalne lato poprawiło wyniki*, "Rzeczpospolita" z 20 sierpnia 2002 r.

<sup>12</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza...*

Poważniejszych zmian własnościowych można natomiast spodziewać się w grupach Carlsberg Okocim oraz Brau Union.

Niezależnie jednak od dalszego scenariusza zmian na polskim rynku piwa pozycja „Grupy Żywca” i „Kompanii Piwowarskiej” na polskim rynku piwa wydaje się niezagrożona.

Browary średniej wielkości (np. Perła, Strzelec, Brok, Browary Łódzkie, browar w Namysłowie) prawdopodobnie nie mają większych szans na niezależność, ponieważ nie są w stanie stawić czoła liderom na rynku piwa, a zarazem - są zbyt duże, aby liderzy ci odstąpili od zamiaru ich przejęcia.<sup>13</sup>

#### **Źródła:**

1. J. Okrzesik: *Branża browarnicza*, "BOSS-Rolnictwo", nr 27 (650) z 6 lipca 2002 r.
2. J. Okrzesik: *Przemysł browarniczy w Polsce*, "BOSS-Rolnictwo" nr 2 (573) z 13 stycznia 2001 r.
3. E. Szot: *Polski chmiel naszą szansą*, "BOSS-Rolnictwo", nr 42 (613) z 20 października 2001 r.,
4. *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2001*, GUS, Warszawa, grudzień 2001 r.
5. *Wyniki produkcji roślinnej w 2001 r.*, GUS, Warszawa, luty 2002 r.
6. Z Leśniewska: *Jasne z komputera*, „Profit”, nr 7/2001 z 19 czerwca 2001 r. (dane z sieci INTERNET).
7. L. Oktaba: *Powrót do słodowej potęgi*, "Rzeczpospolita" z 17-18 sierpnia 2002 r.
8. E. Obidzińska, I. Łukasik: *Za mało jęczmienia browarnego w Polsce, za dużo w UE*, "BOSS-Rolnictwo" nr 10 (633) z 9 marca 2002 r.
9. L. Oktaba: *Koniec załamania*, "Rzeczpospolita" z 9 sierpnia 2002 r.
10. *Ustawa z dnia 26 października 1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi* (Dz. U. z 1982 r. Nr 35, poz. 230 z późn.zm.).

---

<sup>13</sup> J. Okrzesik: *Branża browarnicza...*