

RYNEK UŻYWEK CZ.I RYNEK ALKOHOLU I NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH

stan i perspektywy

R O C Z N I K

CZASOPISMO UKAZUJE SIĘ OD 2013 ROKU

ISSN 2300-4800

**ANALIZY
RYNKOWE**

Redaktor naczelny
Jadwiga Seremak-Bulge



CZERWIEC 2013

RADA PROGRAMOWA ROLNICZYCH ANALIZ EKONOMICZNYCH:

Maria Zwolińska (przewodnicząca)
Stanisław Stańko (wiceprzewodniczący)
Jadwiga Seremak-Bulge (redaktor naczelny)
Piotr Szajner (sekretarz redakcji)
Tadeusz Chrościcki
Bogumiła Kasperowicz
Krystyna Świetlik
Iwona Szczepaniak
Marzena Trajer
Barbara Domaszewicz

KOMITET REDAKCYJNY:

Maria Zwolińska, Andrzej Kowalski, Jadwiga Seremak-Bulge, Piotr Szajner, Marzena Trajer,
Ewa Machowina

REDAKTOR RYNKU UŻYWEK CZ. I:

Marcin Krzemiński

Czasopismo przygotowano w Zakładzie Badań Rynkowych IERiGŻ-PIB
Świętokrzyska 20, 00-002 Warszawa
Kierownik Zakładu – Piotr Szajner
SKŁAD I DRUK: Dział Wydawnictw IERiGŻ-PIB
NAKŁAD: 500 egz. Ark. wyd. 8,50

Przy publikowaniu fragmentów analizy oraz informacji i danych liczbowych prosimy o podanie źródła

Spis treści

Reasumpcja	3
Summary	4
I. Uwarunkowania makroekonomiczne <i>Tadeusz Chrościcki</i>	6
II. Regulacje na rynku alkoholi i tytoniu <i>mgr Marcin Krzemiński</i>	7
III. Rynek wyrobów alkoholowych	9
1. Produkcja alkoholi <i>mgr Marcin Krzemiński</i>	9
2. Handel zagraniczny alkoholami <i>mgr Marcin Krzemiński</i>	36
3. Stan ekonomiczno-finansowy przemysłu alkoholowego <i>mgr Paweł Wyrzykowski</i>	51
4. Ceny i spożycie napojów alkoholowych <i>mgr Marcin Krzemiński, mgr Paweł Wyrzykowski</i>	55
Aneks	64

Krajowy rynek alkoholu i napojów alkoholowych rozwijał się intensywnie w latach 2001-2012. Szacuje się, że wartość krajowego rynku alkoholu wzrosła z 17,3 mld zł w 2000 r. do 28,3 mld zł w 2012 r. Jednocześnie rynek ten podlegał istotnym zmianom strukturalnym. Największy wpływ na funkcjonowanie rynku alkoholu i napojów alkoholowych miała integracja z Unią Europejską oraz wzrost założeń społeczzeństwa postępujący wraz z rozwojem gospodarczym kraju. Istotny wpływ wywarło także wprowadzenie w 2010 r. nowej polityki energetycznej w ramach strategii Unia Europejska 2020. Nie bez znaczenia były też wpływy zmian zachodzących na światowym i wspólnotowym rynku napojów alkoholowych, w tym skutków reformy Wspólnej Polityki Rolnej na rynku wina, ograniczającej bezpośrednio wsparcie produkcji na rzecz przywracania równowagi rynkowej oraz poprawy efektywności i konkurencyjności produkcji unijnej.

Rosnący popyt krajowy oraz eksportowy spowodował, że produkcja piwa wzrosła w tym okresie ilościowo o 58%, alkoholu etylowego o 52%, a napojów spirytusowych o 56%. Jedyną grupą alkoholi, których produkcja w Polsce zmalała były artykuły winiarskie. Zarówno produkcja wina gronowego, jak i fermentowanych napojów winiarskich zmalała w latach 2000-2011 o 75-85%, przede wszystkim pod wpływem zmian w modelu konsumpcji, który upodabnia się do modeli istniejących w krajach wysoko rozwiniętych, a także zmian poziomu cen alkoholi oraz zmian ich wzajemnych relacji.

Napoje alkoholowe należały do najwolniej drożących artykułów konsumpcyjnych w ostatnich kilku latach. Przeciętny wzrost cen detalicznych alkoholi w latach 2001-2012 wyniósł zaledwie 16,5%, podczas gdy ceny i usługi konsumpcyjne wzrosły w tym czasie o prawie 42%, żywność i napoje bezalkoholowe o ponad 47%, a wyroby tytoniowe o ponad 142%. Łączny wzrost cen detalicznych alkoholi i wyrobów tytoniowych wyniósł więc w tym czasie 52,7%. Ceny alkoholi rosły też znacznie wolniej niż wynagrodzenia. Na realny spadek cen alkoholi wpływ miał przede wszystkim bezwzględny spadek cen napojów spirytusowych w latach 2001-2008. Wprawdzie w latach następnych dynamika wzrostu tych cen wzrosła, ale w całym okresie 2001-2012 zwiększyły się

one tylko o 1,7%. Znacznie dynamiczniej rosły ceny piwa i wyrobów winiarskich (o 22-28% w latach 2001-2012), ale i tak wolniej niż inflacja oraz ceny żywności i napojów bezalkoholowych.

Bilansowe spożycie alkoholu wzrosło więc o prawie 30% z około 7,12 litrów 100% alkoholu w 2000 r. do 9,25 l w 2011 r. W strukturze spożycia alkoholi w Polsce nadal dominuje piwo z ponad 56% udziałem w 2011 r. i spożyciem ponad 94 l piwa w przeliczeniu na mieszkańca. Udział napojów spirytusowych wzrósł o 7,4 pkt. proc. do prawie 36% całkowitego spożycia alkoholi (prawie 8,3 l napoju spirytusowego o zawartości 40% czystego alkoholu), a udział artykułów winiarskich zmalał o 11,9 pkt. proc. do nieco ponad 8% ze spożyciem 6,4 l / mieszkańca. Ten spadek konsumpcji dotyczył przede wszystkim fermentowanych napojów winiarskich (głównie tzw. najtańszego „jabcoka”). Rośnie natomiast w Polsce w ostatnich latach spożycie wina gronowego, pod wpływem coraz bogatszej oferty oraz niskiej dynamiki cen win, coraz częściej importowanych spoza krajów europejskich. Całkowite spożycie alkoholi (wraz z szarą strefą, którą szacuje się na około 10% w napojach spirytusowych i 15% w fermentowanych napojach winiarskich) szacować można na około 9,7 l 100% alkoholu. Według danych WHO i OECD konsumpcja alkoholu w Polsce w 2010 r. wyniosła 10,1 l czystego alkoholu w przeliczeniu na mieszkańca powyżej 15 roku życia i była mniejsza niż średnio w Unii Europejskiej (10,7 l), a jego struktura jest podobna do konsumpcji alkoholu w krajach niedysponujących korzystnymi warunkami dla uprawy winorośli.

Przy rosnących obrotach handlowych wszystkimi napojami alkoholowymi z roku na rok pogłębia się ujemne saldo handlu zagranicznego sektora alkoholowego. W 2012 r. wartość importu sektora alkoholowego przekroczyła 465 mln EUR, a eksport wzrósł do prawie 272 mln EUR. Ujemne saldo pogłębiło się więc do 193,5 mln EUR. Decyduje o tym przede wszystkim ujemny bilans handlu zagranicznego winem i fermentowanymi napojami winiarskimi (-179 mln EUR) oraz spirytusem (-61 mln EUR). W handlu napojami spirytusowymi osiągamy niewielką nadwyżkę ilościową, przy niezbyt wysokim deficycie wartościowym, eksportujemy bowiem tańsze wód-

ki, a importujemy głównie droższe alkohole takie jak whisky, brandy, koniaki. Jedynie w przypadku piwa dodatnie saldo systematycznie rośnie (do prawie 52 mln EUR w 2012 r.). Znaczenie handlu zagranicznego dla krajowego rynku piwa nie jest jednak duże. Import bowiem z 1-1,5 procentowym udziałem w zużyciu poszerza ofertę krajową, a udział eksportu w krajowej produkcji piwa waha się w ostatnich latach wokół 5%. Rezultaty branży piwowarskiej są znacznie gorsze jeśli uwzględnić wyniki handlu zagranicznego słodem oraz chmielem. Łączna wartość salda obrotów handlowych piwem, słodem i chmielem wahała się w latach 2010-2012 od plus 3,3 do minus 12 mln EUR rocznie. W 2000 r. ujemne saldo obrotów handlowych branży piwowarskiej wynosiło 56 mln EUR.

Rosnące zapotrzebowanie przemysłu przede wszystkim paliwowego sprawia, że import alkoholu etylowego wzrósł w latach 2010-2012 do około 140-170 mln l rocznie, podczas gdy eksport wahał się w tym czasie od 23 do 105 mln l. W imporcie artykułów winiarskich dominują wina gronowe (ponad 78%), które coraz częściej sprowadzane są z krajów poza europejskich (ponad 3-krotny wzrost), choć nadal dominują wina sprowadzane z UE-15 (ponad 67% udział w 2012 r.).

Wartość produkcji przemysłu alkoholowego wzrosła w latach 2009-2012 w porównaniu z latami 2001-2004 o 51% do ok. 12,5 mld zł rocznie. Przy tym wartość produkcji sprzedanej przemysłu spirytusowego wzrosła o 60% do 3 mld zł, przemysłu piwowarskiego o 56% do 8,8 mld zł, podczas gdy wartość produkcji przemysłu winiarskiego zmalała o 4% do niespełna 0,8 mld zł. We wszystkich branżach nastąpił proces koncentracji, najsilniejszy w przemyśle piwowarskim, gdzie trzy największe koncerny międzynarodowe mają prawie 83% udział w sprzedaży, a współczynnik koncentracji C4 wynosi 88,5%. Dzięki procesom modernizacyjnym przemysł browarniczy stał się jednym z najnowocześniejszych na świecie, w którym zdolność kapitału własnego do generowania zysku wzrosła z prawie 9% w 2001 r. do 49,4% w 2012 r. W dużej mierze efekt ten przemysł piwowarski osiąga dzięki umiejętności korzystania z tzw. dźwigni finansowej, bowiem jego zadłużenie jest najwyższe. Jest to jednak zadłużenie krótkoterminowe, które w dużej mierze finan-

sowane jest wydłużaniem terminów płatności zobowiązań przez podmioty dominujące na rynku.

Niższą rentownością charakteryzuje się branża winiarska, która od 2004 r. nie odnotowuje strat, a jej rentowność netto uległa poprawie do

5,3% w 2010 r. i 4,8% w 2012 r. Opóźnione procesy prywatyzacyjne oraz wysokie obciążenie obsługą zadłużenia długoterminowego, a także wzrost kosztów produkcji i zmiany zachodzące na rynku sprawiły, że w najtrudniejszej sytuacji jest przemysł spirytusowy, którego zdolność do terminowego regulowania zobowiązań fi-

nansowych jest bardzo niska, pomimo zadowalającej rentowności. Kondycja finansowa przemysłu alkoholowego w 2012 r. uległa wyraźnej poprawie. Poprawiły się wszystkie wskaźniki rentowności. Mimo to zdolność przemysłu spirytusowego do obsługi zobowiązań finansowych spadła znacznie poniżej standardów wymaganych przez banki.

SUMMARY

The domestic market of alcohol and alcoholic beverages underwent intensive development in the 2001-2012 period. It is estimated that its value increased from PLN 17.3 billion in 2000, to PLN 28.3 billion in 2012. Over this period the sector also underwent significant structural changes. The factor which had the greatest impact on the functioning of the market of alcohol and alcoholic beverages was the integration with the European Union and the increase in the wealth of the society, coupled with the economic development of the country. The new energy policy, introduced in 2010 under the EU 2020 Strategy, also considerably affected the market. Other factors which contributed to these changes include changes in the global and Community market of alcoholic beverages, including the effects of the Common Agricultural Policy reform for the wine market, which brought reduction in direct support for production and promoted re-establishing the market balance and improvement of effectiveness and competition of the EU production.

With the increasing domestic and export demand, beer production increased in this period by 58% in terms of quantity, while production of ethyl alcohol rose by 52% and production of spirits by 56%. Wine products were the only group of alcoholic beverages in Poland where a drop in production was observed. In 2000-2011, production of both grape wine and fermented wine declined by 75-85%, mainly due to the changes in the consumption model which has started to resemble the model present in the developed countries, and also as a result of the changed level of alcohol prices and the changes in the structure of such prices.

Alcoholic beverages were among the consumer goods whose prices grew at the slowest pace during the last decade or so. The average increase in retail prices of alcoholic

beverages in 2001-2012 was only 16.5%, while the prices of consumer services increased in this period by nearly 42%, in the case of food and non-alcoholic beverages the prices went up by over 4%, and by 142% for tobacco products. The total increase in the retail prices of alcohol and tobacco products in this period was thus at the level of 52.7%. The prices of alcohol grew also at a much slower pace than salaries. The relative decrease in the prices of alcohol was caused mainly by the absolute drop in the prices of spirits during the 2001-2008 period. Although the dynamics of the increase in these prices improved in the following years, over the entire 2001-2012 period such prices rose by merely 1.7%. The prices of beer and wine products grew more dynamically (by 22-28% in 2001-2012), however, this was still slower than inflation and the prices of food and non-alcoholic beverages.

The balanced consumption of alcohol grew by nearly 30%, from around 7.12 litres of 100% alcohol in 2000, to 9.25 litres in 2011. The structure of alcohol consumption in Poland is still predominated by beer, with the share of over 56% in 2011 and consumption per person at the level of 94 litres. The share of spirits in the total consumption of alcoholic beverages grew by 7.4 percentage points to nearly 36% (almost 8.3 litres of spirits containing 40% of pure alcohol) and the share of wine products decreased by 11.9 percentage points to little over 8%, with the consumption at the level of 6.4 litres per person. This drop in consumption concerned mainly fermented wine (predominantly the cheapest wines, the so-called 'jabcok'). However, in recent years an increase in the consumption of grape wine has been observed in Poland, as a result of the ever more varied offer and the low dynamics of the prices of wines, which are more and more often imported from non-European countries. The total consumption of alcohol (together with the underground economy which

is estimated to cover around 10% in the case of spirits and 15% in the case of fermented wine products) is estimated to amount to around 9.7 litres of 100% alcohol. According to the data from the WHO and the OECD, consumption of alcohol in Poland in 2010 was 10.1 litres of pure alcohol per person in the group aged above 15, and was lower than the European Union average (10.7 litres), while its structure is similar to the one in the countries with no suitable conditions for wine growing.

With the systematically growing trade turnover for all alcoholic beverages, the negative foreign trade balance in the alcohol sector is increasing as well. In 2012, the value of import in the alcohol sector exceeded the amount of EUR 465 million, while the export in this area grew to almost EUR 272 million. As a result, the negative balance increased to EUR 193.5 million. This is caused mainly by the negative foreign trade balance concerning wine and fermented wine products (EUR -179 million) and spirits (EUR -61 million). In the trade in spirits there is a slight surplus in quantity, with the relatively low quality deficit, as cheaper types of vodka are exported and mainly more expensive alcoholic beverages are imported, such as whisky, brandy and cognac. Only as regards beer the positive foreign trade balance is growing systematically (to almost EUR 52 million in 2012). However, the importance of foreign trade for the domestic beer market is low. Import broadens the domestic offer with a 1-1.5 percentage share in consumption, and the share of export in the domestic production of beer has been in the recent years around 5%. The results for the brewing sector are considerably worse if we take into consideration the results of foreign trade in malt and hops. In 2010-2012 the total value of the trade balance for beer, malt and hops ranged from plus EUR 3.3 million to minus EUR 12 million yearly. In

2000, the negative trade balance in the brewing industry was at the level of EUR 56 million.

The growing demand from industry, mainly the fuel industry, contributed to the increase in the import of ethyl alcohol in 2010-2012, to around 140-170 million litres annually, while the export in this period fluctuated around 23-105 million litres. The import of wine products is dominated by grape wine (over 78%) which is more and more often brought from non-European countries (a 3-fold growth), though the wines imported from EU-15 still prevail (share of over 67% in 2012).

The value of production in the alcohol industry grew in the 2009-2012 period in comparison with the 2001-2004 period by 51%, to ca.

PLN 12.5 billion per year. The value of sold production in the spirits sector increased by 60% to PLN 3 billion, in the brewing industry by 56% to PLN 8.8 billion while the value of production in the wine sector decreased by 4% to nearly PLN 0.8 billion. The process of concentration was observed in all sectors, with the most significant changes in the brewing industry where three international corporations hold nearly 83% of all sales, and the C4 concentration indicator is 88.5%. Following the modernisation processes the brewing industry has become one of the most advanced in the world, with the capacity of equity to generate profits increasing from 9% in 2001 to 49.4% in 2012. To a large extent this result has been obtained through a skilled use of the so-called, leverage as the brewing industry has also the highest debts. However, these debts are of short-

term nature and financed mainly by extending the payment deadlines by the entities which dominate the market.

The wine sector has lower profitability rates but it has not reported loss since 2004 and its net profitability improved to 5.3% in 2010 and 4.8% in 2012. Delayed privatisation processes, high burden of long-term debts as well as increased production costs and the changes in the market led to the difficult position of the spirits sector whose ability to timely settle its financial obligations is very low, despite satisfactory profitability. The financial condition of the alcohol industry in 2012 improved visibly. All profitability indicators increased. Nevertheless, the ability of the spirits sector to handle financial obligations decreased significantly, reaching the levels well below the standards required by banks.

WARUNKI PRENUMERATY

Prenumerata realizowana przez Dział Wydawnictw IERiGŻ-PIB.

Zamówienia na prenumeratę w wersji papierowej i na e-wydania można składać bezpośrednio na stronie <http://ierigz.waw.pl/publikacje>.

Ewentualne pytania prosimy kierować na adres e-mail: dw@ierigz.waw.pl lub kontaktując się telefonicznie - Barbara Walkiewicz, tel.: 22 50 54 685 lub faks: 22 50 54 636 w godzinach 8:00-16:00.

Prenumeratę i sprzedaż pojedynczych egzemplarzy prowadzi Dział Wydawnictw IERiGŻ-PIB, 00-002 Warszawa, ul. Świętokrzyska 20 (wejście od ul. Szkolnej 2/4) pokój numer 3.

Prenumerata roczna wersji papierowej lub elektronicznej 1 egz. w 2013 r. (1 numer) wynosi 21 zł.

Zamówienia na prenumeratę wraz z dowodem wpłaty prosimy przysyłać na adres:

- Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, Dział Wydawnictw, ul. Świętokrzyska 20
- e-mail: dw@ierigz.waw.pl

Przedpłaty na prenumeratę należy wpłacać na konto Instytutu:
PEKAO S.A. IV O/Warszawa nr 68 1240 1053 1111 0010 1493 6433

W tytule przelewu prosimy podać tytuł analizy i jej numer.



INSTYTUT EKONOMIKI ROLNICTWA
I GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

Druk i usługi poligraficzne dostosowane do Twoich potrzeb!

Wykorzystujemy nowoczesne systemy druku cyfrowego dające wierne odwzorowanie obrazu, pozwalające w krótkim czasie na druk czarno-białych i barwnych materiałów w najwyższej jakości.

W naszej ofercie znajdują Państwo **usługi drukarni** (wizytówki, ulotki, papiery firmowe, foldery, broszury, książki, gazetki reklamowe, plakaty, materiały szkoleniowe, nadruki na kopertach, widokówki, zaproszenia, identyfikatory, dyplomy, etykiety, naklejki) jak i cały wachlarz **usług introligatorskich**.

Zaproponujemy indywidualną wycenę i dobór najlepszej techniki wydruku, aby otrzymany finalny produkt cechował się najlepszą jakością i atrakcyjną ceną.

Zapraszamy do korzystania z naszych usług

Dział Wydawnictw
ul. Szkolna 2/4

tel. (22) 50 54 520, (22) 50 54 430
fax (22) 50 54 636, e-mail: dw@ierigz.waw.pl

ISSN 2300-4800

CENA 21 ZŁ



Prenumerata Analizy (1 zeszyt) w 2013 roku wynosi 21 zł.
Zamówienia z podaniem tytułu i ilości egzemplarzy prosimy kierować do Działu Wydawnictw Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego, ul. Świętokrzyska 20, 00-002 Warszawa. Tel.: (22) 505-46-85, faks: 505-46-36
e-mail: dw@ierigz.waw.pl <http://www.ierigz.waw.pl>