

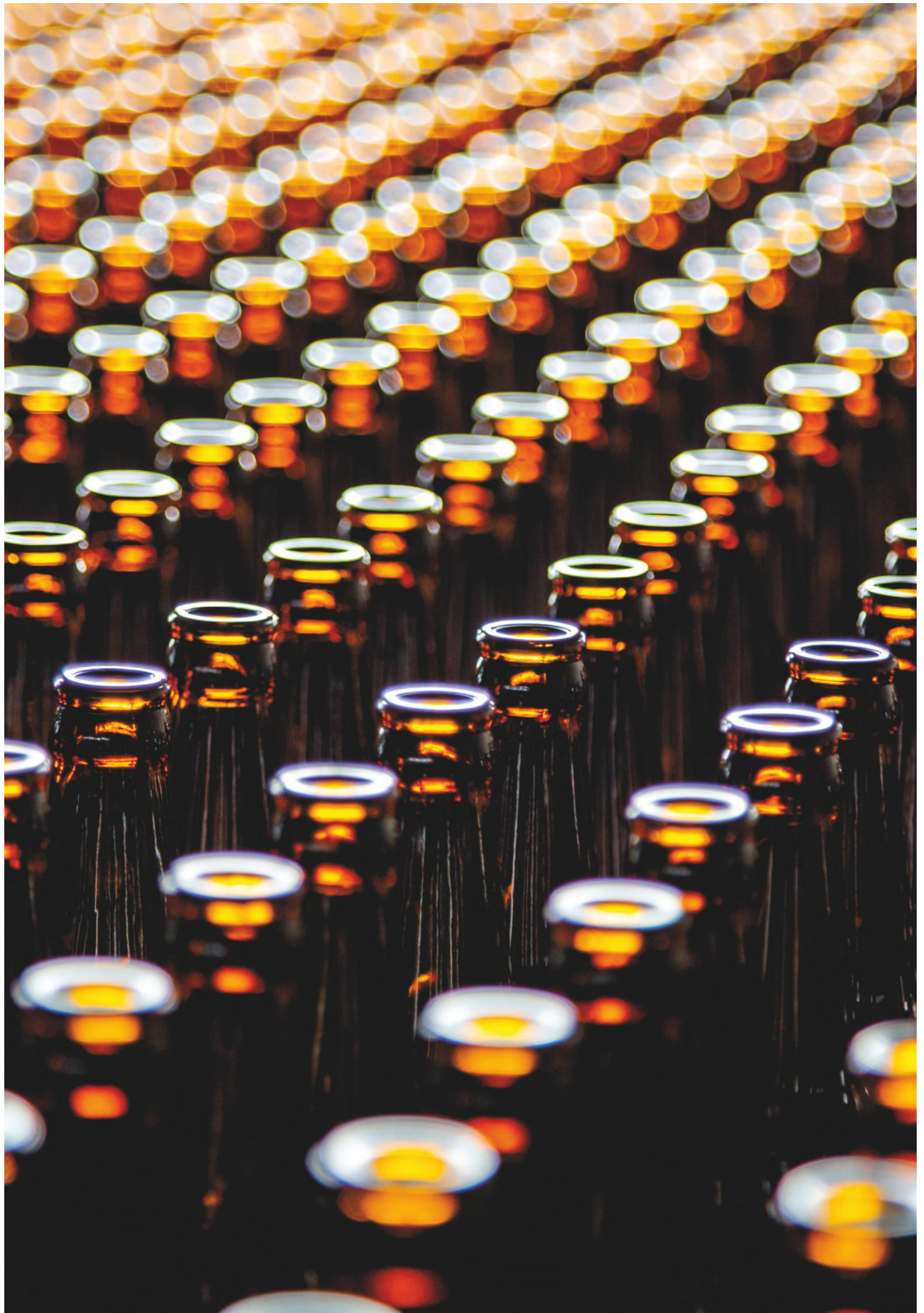


**Podsumowanie analizy  
wybranych wskaźników wpływu  
przemysłu piwowarskiego  
na polską gospodarkę i otoczenie**

**Deloitte.**

Warszawa, październik 2021

  
**Browary  
Polskie**





# Podsumowanie analizy wybranych wskaźników wpływu przemysłu piwowarskiego na polską gospodarkę i otoczenie

**Deloitte.**

## Spis treści

<b>Wprowadzenie</b> .....	5
<b>Rozdział 1: Branża piwowarska w Polsce</b> .....	5
1.1 Charakterystyka branży piwowarskiej w Polsce – kluczowe liczby (2019 i 2020) .....	5
1.2 Historia rozwoju branży w Polsce .....	8
1.3 Wpływ pandemii na branżę piwowarską w Polsce .....	17
1.4 Podsumowanie .....	20
<b>Rozdział 2: Wpływ ekonomiczny branży piwowarskiej</b> .....	21
<b>Rozdział 3: Wpływ branży na realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju</b> .....	27
<b>Rozdział 4: Notka metodyczna</b> .....	33
4.1 Metodologia – model Input-Output .....	33
<b>Bibliografia</b> .....	34
<b>Przypisy</b> .....	34

## Wprowadzenie

Raport został przygotowany przez Deloitte Advisory Sp. z o.o. sp. k. na zlecenie **Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie** i sfinansowany przez Zlecającego. Stanowi on próbę niezależnego oszacowania wpływu branży piwowarskiej na polską gospodarkę i otoczenie w wybranych aspektach.

Raport powstał przy współpracy ze **Stowarzyszeniem Regionalnych Browarów Polskich**.



W publikacji zdefiniowano „polską branżę piwowarską” jako podmioty zajmujące się wg. Polskiej Klasyfikacji Działalności produkcją oraz sprzedażą hurtową i detaliczną piwa w Polsce<sup>1</sup>. Przedsiębiorstwa objęte analizą posiadają kapitał polski jak i zagraniczny.

### Zakres raportu

W niniejszym opracowaniu przedstawiono kontekst funkcjonowania branży piwowarskiej w Polsce, historię jej rozwoju, strukturę oraz powiązania pomiędzy podmiotami działającymi w sektorze i branżami powiązanymi.

Raport ukazuje rolę ekonomiczną, jaką branża piwowarska odgrywa w polskiej gospodarce, a także w jaki sposób wpływa na rozwój gospodarek lokalnych w obszarach ekonomicznym, społecznym i środowiskowym.

### Metody Badawcze

#### • Analiza literatury

Krytyczna analiza badań empirycznych w zakresie wpływu przemysłu piwowarskiego na wybrane obszary polskiej gospodarki na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat.

#### • Wywiady

Wywiady indywidualne z ekspertami branżowymi mające na celu pogłębienie analiz dotyczących omawianych zagadnień.

#### • Model ekonomiczny

Model przygotowany w oparciu o tablice przepływów międzygałęziowych dla gospodarki polskiej, umożliwiający oszacowanie wpływu branży w efekcie bezpośrednim, pośrednim oraz indukowanym, z perspektywy wytworzonej wartości dodanej, utrzymanych miejsc pracy, wypłaconych wynagrodzeń oraz odprowadzonych podatków i opłat.

#### • Konsultacje z ekspertami

Analiza otrzymanych wyników oraz uzupełnienie otrzymanych rezultatów elementami jakościowymi i ilościowymi.

# 1. Branża piwowarska w Polsce

## 1.1

### Charakterystyka branży piwowarskiej w Polsce – kluczowe liczby (2019 i 2020):

#### Wolumen produkcji piwa w Polsce [mln hl]



#### Wolumen sprzedaży<sup>3</sup> [mln hl]



#### Wartość rynku [mld zł]



#### Wielkość zatrudnienia w branży piwowarskiej



ok. 9,5 tys.

2019



ok. 9,5 tys.

2020



Źródła: dane GUS, Brewers of Europe oraz obliczenia własne Deloitte

### Wysokość płaconych danin publicznych przez branżę piwowarską<sup>2</sup>



2019



2020

### Wysokość akcyzy zapłaconej przez branżę piwowarską



2019

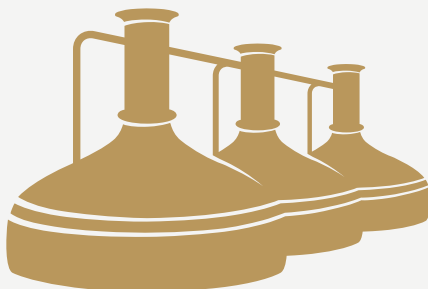


2020

### Liczba browarów

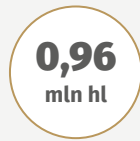
2019 **331**

2020 **363**



### Handel zagraniczny

#### Import [mln hl]



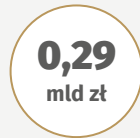
2019



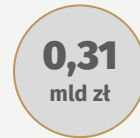
2020



#### Import [mld zł]



2019

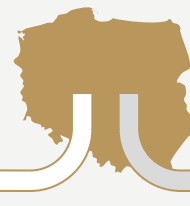


2020

#### Eksport [mln hl]



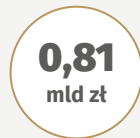
2019



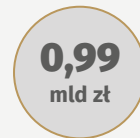
2020



#### Eksport [mld zł]



2019



2020

lub = 1 mln hl piwa

Inwestycje międzynarodowych grup piwowarskich w Polsce oraz inicjowana przez nie konsolidacja rynku, zapewniły im wyraźnie dominującą pozycję.

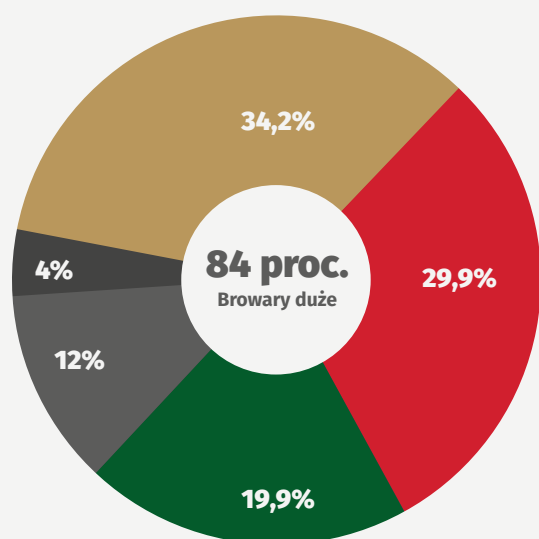
W latach 90., a szczególnie w pierwszej połowie tej dekady małe, nieefektywne i pozbawione kapitału polskie browary miały duże problemy finansowe, które w wielu przypadkach doprowadziły do zaprzestania produkcji.<sup>4</sup>

Jednak w ostatnich latach polski rynek piwowarski rozwija się w dużej mierze dzięki małym browarom, których liczba i znaczenie rośnie wraz z rozwojem rynku. Nie chodzi tu o wolumen produkcji, który nadal pozostaje niewielki w skali kraju, ale o różnorodność gatunków piwa.

Rynek, po okresie silnej koncentracji, dywersyfikuje się. Małe browary wznowiają działalność, powstają także liczne nowe zakłady.

## Struktura rynku piwa

(produkcja sprzedana w hektolitrach, dane w proc., stan na VI 2021)



### Browary duże, w tym:

- 34,2 proc.** Kompania Piwowarska
- 29,9 proc.** Grupa Żywiec
- 19,9 proc.** Carlsberg Polska

**84 proc.**  
łącznie

### Browary średnie

- 12 proc.**

### Browary regionalne i rzemieślnicze

- 4 proc.**

źródła: dane GUS, ZPPP



**265** browarów stacyjnych

**98** browarów kontraktowych



**58** browarów w budowie



**2071** premier piwnych

W 2020 r. w Polsce działało łącznie **265 browarów stacyjnych** oraz **98 browarów kontraktowych**. W budowie oraz planach na dzień 19 września 2020 r. **było 58 browarów**.

W 2020 roku miało miejsce **2071 premier piw** z browarów rzemieślniczych, regionalnych, restauracyjnych, koncernowych, a także kontraktowych.



## Bartłomiej Morzycki Dyrektor Generalny ZPPP Browary Polskie

Branża piwowarska w Polsce jest niezwykle zdywersyfikowana – piwo warzą zarówno duzi producenci jak i browary regionalne, rzemieślnicze, kraftowe a także powiększające się grono piwowarów domowych. Każdy z podmiotów wnosi cenny wkład w rozwój polskiego piwowarstwa oraz kultury piwnej. Polacy są wymagającymi konsumentami, którzy cenią możliwość wyboru stylów i smaków chmielowego trunku i, jak wskazują badania, piją piwo właśnie ze względu na smak. Konsekwentnie, od lat wybierają piwa z niższą zawartością alkoholu lub ich bezalkoholowe warianty.

# 1.2

## Historia rozwoju branży w Polsce

### Tradycja od Piasta Kołodzieja

Europę często dzieli się na kraje „piwne” (przede wszystkim niemieckojęzyczne, państwa Beneluksu, Skandynawię, Wielką Brytanię oraz Irlandię), „winne” (kraje śródziemnomorskie) oraz „wódczane”, gdzie tradycyjnie pije się alkohole mocne (Europa Wschodnia). Polska należy do pierwszej z tych grup – historycznie piwo było podstawowym napojem alkoholowym pitym w kraju.

Choć w okresie PRL napoje spirytusowe, przede wszystkim wódka, stały się najczęściej spożywanymi alkoholami w Polsce, to od transformacji ustrojowej proporcje te odwróciły się. Obecnie Polacy najchętniej sięgają po piwo.

Tradycje browarnicze w Polsce są tak samo stare jak państwo. Już Gall Anonim opisał piwo lejące się na legendarnej uczcie na postrzyżynach Ziemowita. O piwie na ziemiach polskich pisali też Jan Długosz i Thietmar. W średniowieczu browarnictwo kwitło w klasztorach, choć piwo warzono również w miastach. Rozwojowi sprzyjały duże uprawy chmielu w Polsce. Piwnica Świdnicka, której tradycja sięga XIV wieku, uchodzi za jedną z najstarszych pijalni piwa w Europie.

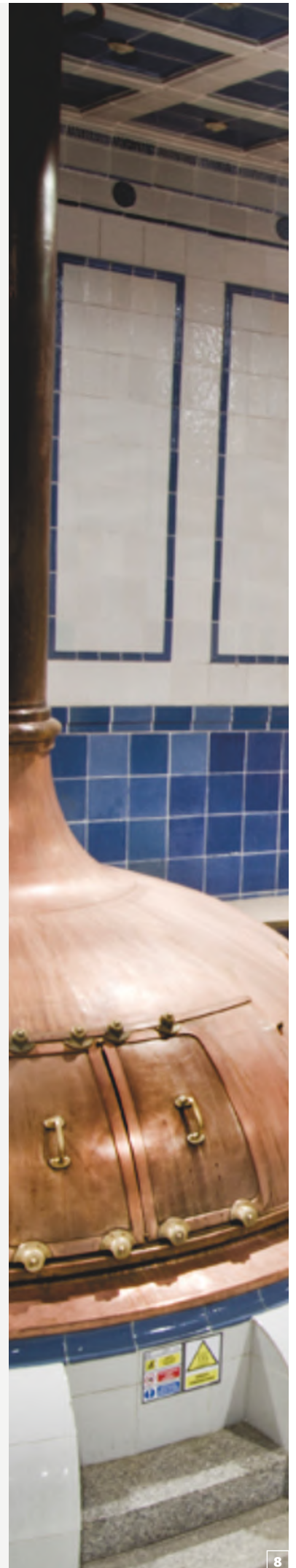
### Najstarsze działające polskie browary:

- **Lwówek Śląski** (przywilej warzenia piwa od 1209 r.)
- **Grodzisk Wielkopolski** (produkcja lokalnego rodzaju piwa od 1301 r.)
- **Leżajsk** (od 1565 r.)
- **Namysłów** (tradycje sięgają XIV w., choć browar formalnie powstał w 1862 r.)
- **Racibórz** (co najmniej od 1567 r.)
- **Warka** (od XV w.)
- **Tychy** (pierwsze wzmianki z 1613 r., potwierdzona data powstania to 1629 r.)



W XVII i XVIII w. produkcja piwa w folwarkach wzrosła, bo była najprostszą i najbardziej efektywną metodą wykorzystania zbieranych zbóż.

Rozwój i modernizacja browarnictwa nastąpiły po rozbiórce Polski, szczególnie na terenach zaborów pruskiego i austriackiego – państwa te same miały rozwiniętą kulturę piwowarstwa. W Galicji pod wpływem austriackim i czeskim powstały trzy najstarsze, wciąż czynne browary przemysłowe – w Okocimiu (zaczął działać w 1845 roku), w Cieszynie (uruchomiony w 1846 r.) i w Żywcu (1856 r.). W XIX w. działalność rozpoczęła Żywiecka Szkoła Piwowarska, która aż do wybuchu II wojny światowej była unikalną w tamtych czasach platformą wymiany wiedzy, receptur i doświadczeń piwowarów działających na ziemiach polskich.



W okresie PRL polskie browary zostały znacjonalizowane i nadal funkcjonowały, a nawet się rozwijały. Przeprowadziły wówczas szereg inwestycji i rozwinęły produkcję na skalę przemysłową. W drugiej połowie XX w. rozpoczął się też eksport piwa z Polski, choć do 1990 r. miał on niewielką skalę. Stosowane wówczas technologie były jednak nienowoczesne i słabo utrzymywane, co doprowadziło do tego, że w 1989 r. sektor był wprawdzie duży, ale mało wydajny, niedokapitalizowany i wymagający inwestycji. Równocześnie istniał wyraźny przerost zatrudnienia, a produktywność pracy była bardzo niska.

### 30 lat rozwoju polskiego browarnictwa

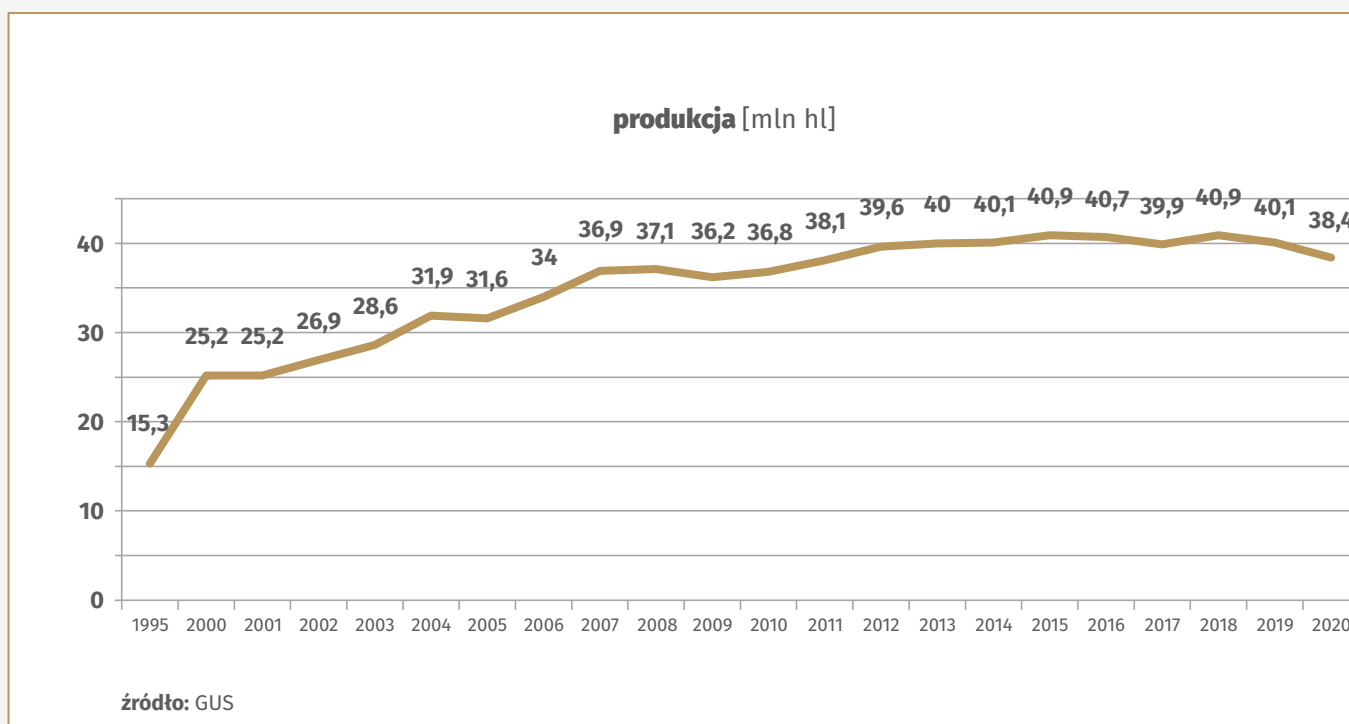
Po 1989 r. polska branża browarnicza przeszła gwałtowną modernizację. Dzięki niej sektor należy dziś do liderów pod względem innowacyjności, zarówno na tle innych branż w Polsce, jak i w rywalizacji z zagranicznymi konkurentami. Najważniejsze inwestycje, zwłaszcza w pierwszych latach po transformacji, były finansowane przez międzynarodowe grupy piwowarskie, ale sektor nie zatracił narodowego charakteru i do dziś jest oparty przede wszystkim o polskie marki piwa. Dzięki zmianom, browarnictwo stało się jeszcze ważniejsze dla polskiej gospodarki, a jego rozwój jest przykładem obustronnie korzystnego mariażu polskiej tradycji i zagranicznego kapitału.

Okres od początku lat 90. był czasem gwałtownego rozwoju produkcji i spożycia piwa w Polsce, a także rozpoczęcia eksportu na większą skalę, szczególnie po 2000 r. Po kilkuletnim okresie na przetomie wieków, kiedy saldo handlowe branży było ujemne, od 2003 r. sektor piwowarski ma nieprzerwanie dodatni bilans handlowy, a udział tego produktu w całości eksportu rośnie.

Mimo wzrostu produkcji i udziału eksportu, zdecydowana większość piwa warzonego w Polsce nadal trafia na rynek krajowy. To kolejny dowód na utrzymujący się polski charakter branży.

Import również rośnie, ale jego udział utrzymuje się na niewielkim poziomie. Polacy piją przede wszystkim polskie piwo. Nawet produkowane w Polsce zagraniczne marki międzynarodowych grup nie mogą równać się pod względem popularności z rodzimymi, znanymi od dziesiątek lat krajowymi markami.

### Produkcja i spożycie piwa w Polsce



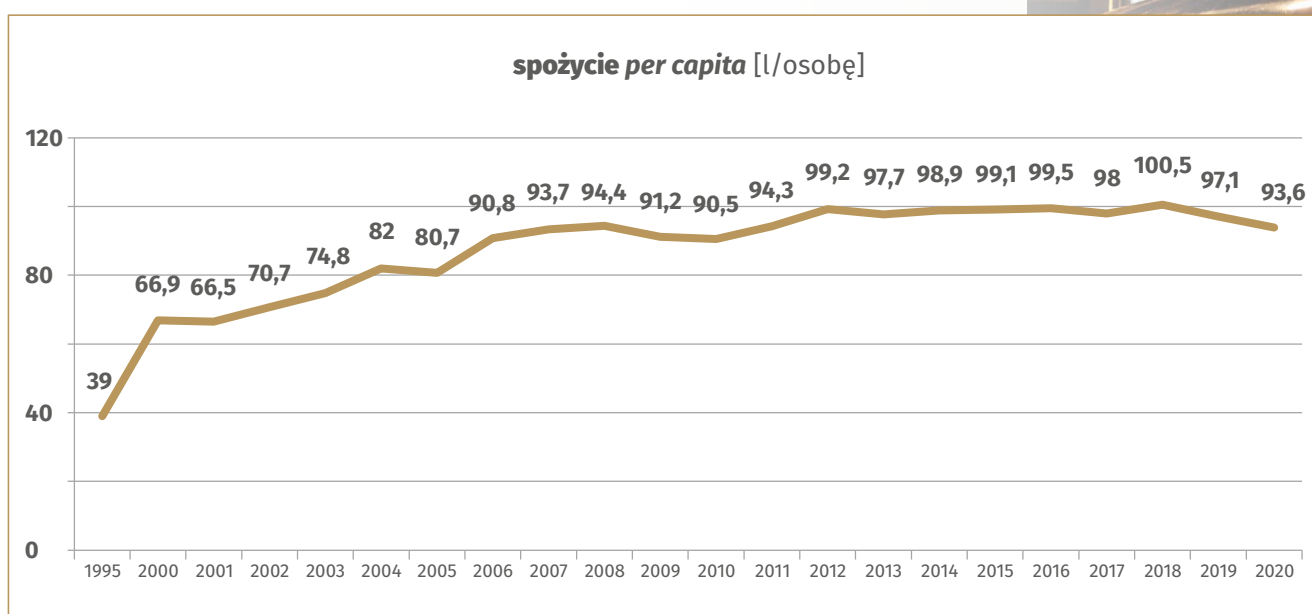


Tak szybki rozwój polskiego browarnictwa w warunkach gospodarki wolnorynkowej był możliwy dzięki zaangażowaniu międzynarodowych grup piwowarskich. Przejmując krajowych producentów, zapewniły im one kapitał niezbędny do przeprowadzania modernizacji. W 1994 r. holenderski **Heineken International** został głównym udziałowcem **Browarów Żywiec**. W 1996 r. duński **Carlsberg Breweries** został strategicznym akcjonariuszem browaru **Okocim w Brzesku**, a w 2001 r. firma połączyła browary **Okocim, Bosman, Kasztelan i Piast** w jedną grupę **Carlsberg Okocim (obecnie Carlsberg Polska)**. W 2009 r. 100-procentowym właścicielem **Kompanii Piwowarskiej** został koncern **SABMiller**, który już wcześniej był strategicznym udziałowcem polskiej firmy. W 2017 r., wskutek sprzedaży aktywów **SABMiller, Kompania Piwowarska** stała się częścią japońskiej grupy **Asahi**.

W modernizacji polskiego rynku udział miały też mniejsze międzynarodowe grupy, takie jak **Brau Union, Holsten-Brauerei, Royal Unibrew** czy **Binding-Brauerei**. Ich zaangażowanie było kluczowe dla małych browarów, które bez zagranicznych inwestorów mogłyby nie przetrwać pierwszych lat po transformacji.

W ostatnich latach sektor piwowarski rozwija się jednak również dzięki zaangażowaniu rodzimego kapitału. Polskimi firmami są m.in. **Browary Regionalne Jakubiak, Browar Fortuna, Browar Kormoran, Browar Amber** i dziesiątki innych, mniejszych – niektóre z nich mają historię sięgającą średniowiecza, inne to zakłady wybudowane już po okresie transformacji ustrojowej.

**W efekcie tych inwestycji branża piwowarska stała się jedną z najbardziej dokapitalizowanych w kraju.**



źródło: PARPA

## Modernizacja polskiej branży piwowskiej w liczbach:

W latach 1995-2019  
całkowita wartość  
inwestycji wyniosła  
**13 mld zł.<sup>5</sup>**



**80 proc.** nakładów w piwowarstwo  
było związanych z zakupem nowych  
maszyn i urządzeń.  
**20 proc.** nakładów inwestycyjnych  
przypadło na budynki i lokale.

Inwestycje zagraniczne w branży browarniczej stanowiły  
**niemal jedną piątą całego napływu kapitału do przemysłu spożywczego**  
– większe inwestycje przyciągnął jedynie przemysł tytoniowy.

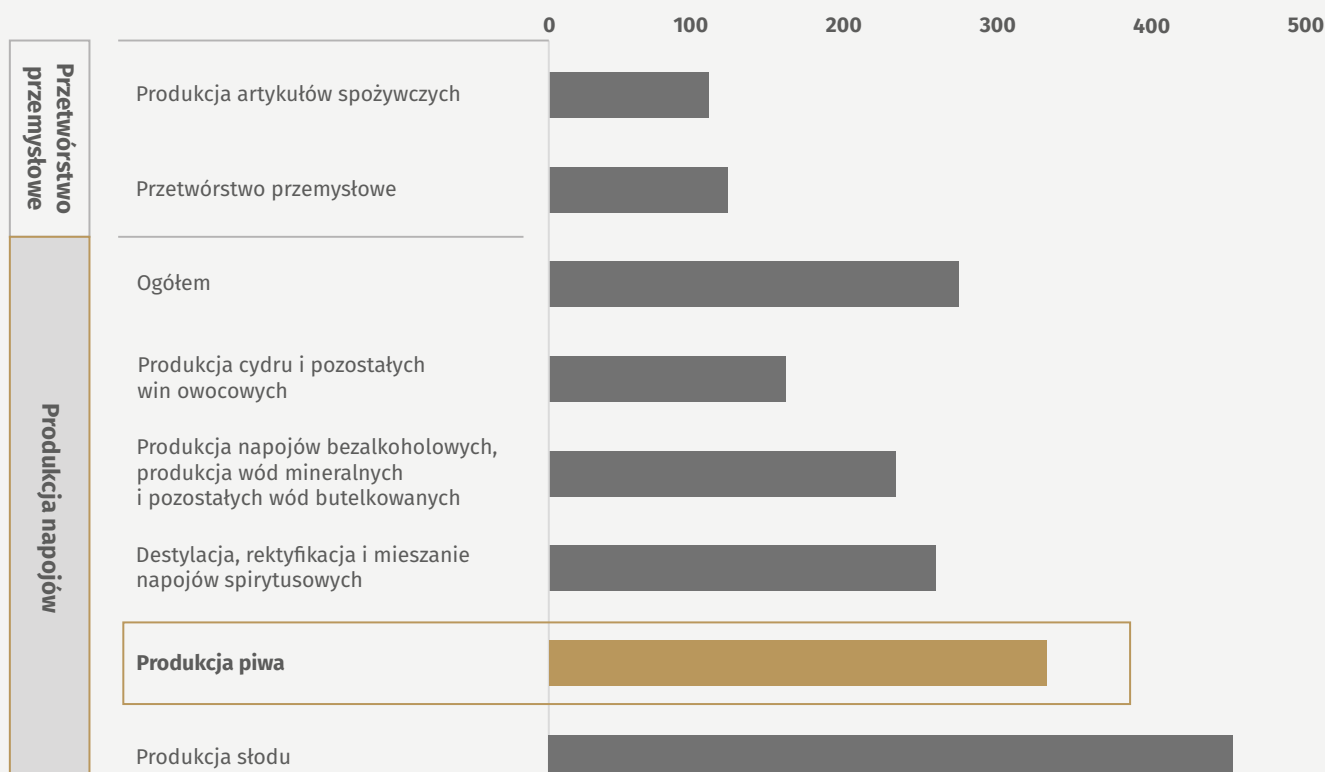
Jak widać inwestycje w branży były związane, w przeważającej większości, z modernizacją i poprawą efektywności procesu produkcyjnego, a nie z prostą rozbudową browarów, czy budową nowych zakładów.

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w piwowarstwo spowolniły po wejściu Polski do Unii, co jednak nie oznacza, że firmy wstrzymały modernizacje. Od tego czasu dominującą rolę odgrywają reinwestycje zysków polskich spółek globalnych grup. To wskazuje, że międzynarodowe koncerny nie transferują zysków z Polski do centrali czy na inne rynki. To, co polskie browary wypracują, zostaje w Polsce, wspiera polską gospodarkę i polskie społeczeństwo oraz umożliwia dalszą modernizację polskich zakładów.

## Wysoka wydajność pracy w branży piwowskiej

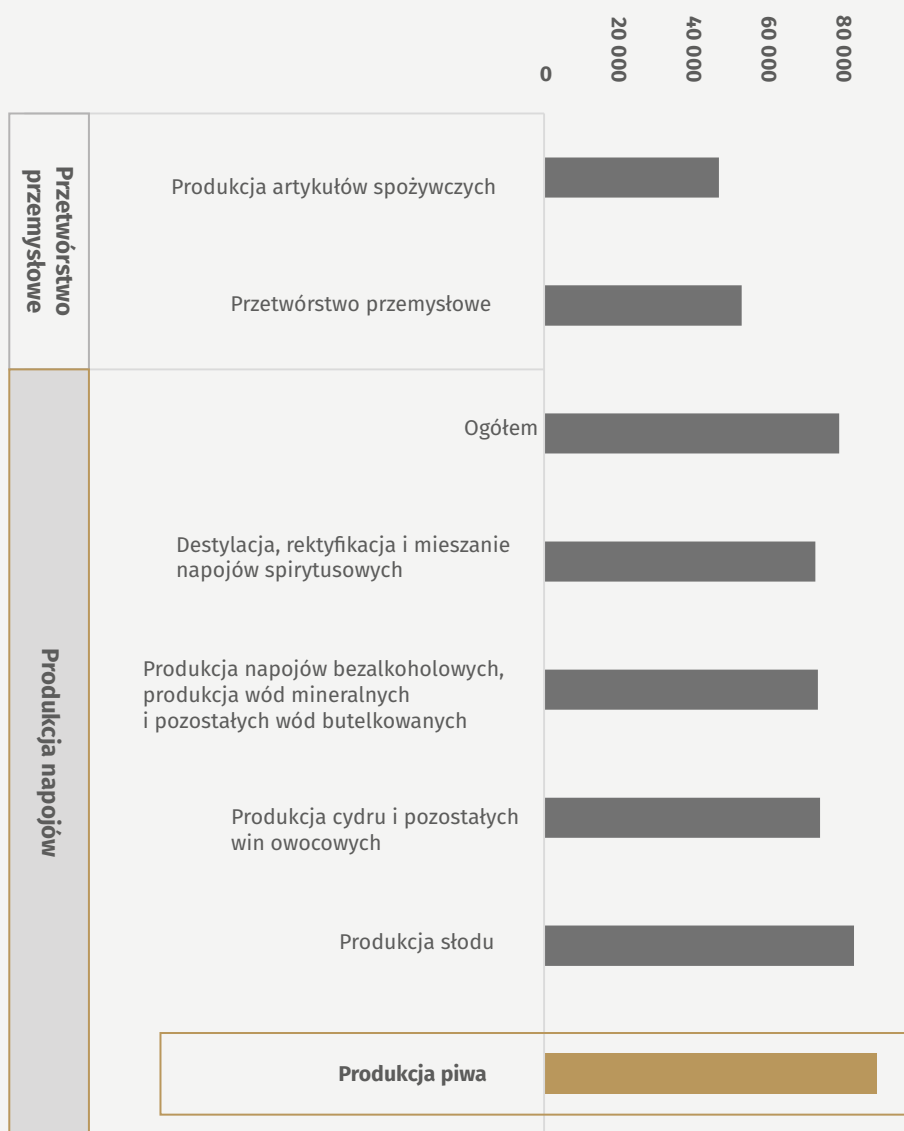
Wskutek inwestycji, wydajność pracy w branży piwowskiej **wzrosła prawie czterokrotnie z 1,1 tysięcy hektolitrów na zatrudnionego pracownika w 1995 r. do 4,2 tysięcy w 2019 r.<sup>6</sup>**

### Wydajność pracy (wartość dodana/zatrudniony) w tysiącach PLN, 2018



Produkcja piwa pozytywnie wyróżnia się wysoką wydajnością pracy, nie tylko na tle przemysłu spożywczego, ale również całego przetwórstwa przemysłowego. W 2018 roku wydajność pracy w branży produkcyjnej wynosiła **119 tys. zł na osobę**, a w produkcji artykułów spożywczych kształtowała się na poziomie nieco niższym – **106 tys. zł na osobę**. Natomiast w branży piwowarskiej ta wartość jest wyraźnie wyższa. Dla samej produkcji piwa jest to aż **329 tys. zł na osobę**. Wysoka wydajność pracy w branży piwowarskiej przekłada się również na korzyści dla pracowników, w tym wysokie płace.

### Roczne płace (PLN/osoba), 2018



Branża piwowarska charakteryzuje się stosunkowo wysokimi płacami, zarówno na tle przemysłu spożywczego, ale również w porównaniu do całego przetwórstwa przemysłowego. Roczne zarobki w przetwórstwie przemysłowym to około **53 tys. zł brutto**, a w sektorze produkcji napojów średnie roczne zarobki to około **79 tys. zł brutto**. Natomiast sektor piwowarski charakteryzuje się wysokimi rocznymi płacami na tym tle. W branży piwowarskiej roczne zarobki wynoszą około **90 tys. zł brutto**.



## Polska wiodącym producentem piwa w Europie

Przekształcenia własnościowe i kapitałowe w latach 90. XX wieku i na początku XXI wieku nie pozbawiły branży narodowego charakteru. Produkcja piwa, także przez browary przejęte przez międzynarodowe grupy odbywa się w Polsce, w zakładach pracują polscy pracownicy, a krajowe marki nie tylko nie zniknęły z oferty, lecz zyskują coraz silniejszą pozycję na rynkach eksportowych.

Na półkach, w polskich sklepach zdecydowaną większość stanowią rodzime marki. Dla konsumentów ważne jest to, aby piwo było warzone w kraju. W 2014 r. 57 proc. przedstawicieli branży wskazywało lokalność, czyli podkreślanie miejscowego charakteru piwa oraz produkcję blisko konsumenta, jako ważny trend rynkowy na kolejne lata<sup>7</sup>.

Dzięki napływowi kapitału zagranicznego produkcja piwa w Polsce mogła bardzo szybko wzrosnąć, a przez to, w ciągu zaledwie 30 lat, rynek przekształcił się z niedojrzałego w nasycony.

W 1990 r. w Polsce uwarzono niecałe 11 milionów hektolitrów piwa. Tylko w ciągu pierwszych dziesięciu lat po transformacji produkcja piwa wzrosła ponad dwukrotnie i już w 2000 r. sięgnęła 25,2 mln hektolitrów. Dynamika wzrostu produkcji w tym okresie była dwukrotnie szybsza niż światowa średnia<sup>8</sup>. W okresie od 1990 do 2020 r. produkcja piwa w Polsce wzrosła niemal czterokrotnie.

W ostatnich latach rynek krajowy osiągnął wysoki stopień nasycenia. Od 2012 r. zarówno całkowita produkcja piwa jak i jego spożycie na mieszkańca utrzymują się na podobnym poziomie. W 2020 roku produkcja piwa spadła do 38,4 mln hektolitrów, co jest związane z pandemią koronawirusa.

Patrząc w przyszłość, zamiast wzrostu produkcji, należy raczej oczekiwać zmian w strukturze konsumpcji piwa, podczas gdy polskie browary będą zwiększały orientację na eksport. Polacy już teraz są w unijnej czołówce pod względem spożycia piwa na mieszkańca i ta wartość istotnie nie urośnie.

Także pod względem produkcji, po ponad 20 latach ciągłego wzrostu Polska dołączyła do unijnych liderów. W 2019 r. miała 11-procentowy udział w całej produkcji tego napoju we Wspólnocie. Więcej piwa warzą jedynie Niemcy, które są wyraźnym liderem w Europie (80 mln hektolitrów). Po Brexicie Polska jest drugim największym producentem piwa w Unii Europejskiej, nieznacznie wyprzedzając Hiszpanię. Browary w Polsce produkują zdecydowanie więcej niż w mniejszych krajach o tradycjach piwowskich, takich jak Holandia, Belgia, Czechy czy Austria.



## Produkcja piwa w 2019 roku w UE

w mln hektolitrow (z wyłączeniem piw bezalkoholowych oraz niskoalkoholowych)



## Polacy piją polskie, ale eksport rośnie

Dla polskiej branży piwowarskiej kluczowy jest rynek krajowy – Polacy piją 92% krajowej produkcji piwa. Ale to nie znaczy, że handel zagraniczny nie ma znaczenia. Wpływa on korzystnie nie tylko na kondycję finansową branży i całej polskiej gospodarki, ale ma też istotny i pozytywny wpływ na promocję Polski na świecie. Za granicę trafiają bowiem przede wszystkim rodzime marki piwa. Choć eksport piwa miał miejsce już w czasach PRL (przodował w tym Okocim), to rozpowszechnienie polskiego napoju za granicami kraju nastąpiło głównie w ciągu ostatnich kilkunastu lat.

Do 2000 r. udział eksportu w całkowitej produkcji piwa w Polsce był marginalny. Na przetłomie wieków ponad 99 proc. piwa uwarzonego w polskich browarach trafiało na rynek krajowy, a wolumen eksportu wynosił zaledwie 0,1 mln hektolitrów. Od tego czasu jednak obydwa wskaźniki szybko wzrosły – w 2010 r. wolumen eksportu wyniósł już 2,1 mln hektolitrów, a udział w produkcji 5,7 proc. W 2018 r. polskie browary wyeksportowały 3,8 mln hektolitrów piwa, czyli prawie tyle, ile wyniosła całkowita produkcja piwa w Finlandii w tym samym roku. Oznacza to, że co ósme piwo z Polski trafiło do konsumentów za granicą. W 2019 roku eksport piwa przekroczył już wartość 800 mln zł, najwięcej wyeksportowano go do Holandii (ok. 90 mln złotych), Włoch (ok. 85,5 mln złotych), Niemiec (ok. 74 mln złotych), Korei Południowej (ok. 70 mln złotych) oraz Węgier (18,2 mln USD). Dzięki temu Polska była w 2019 r. 14. największym eksporterem piwa na świecie<sup>10</sup>.

Równocześnie import, choć też rośnie, ma znacznie mniejsze znaczenie. Udział produkcji zagranicznej w krajowej sprzedaży od początku lat 90. nie przekracza 2 proc., a wolumen utrzymuje się poniżej 1 mln hektolitrów rocznie. Niemal 90 proc. piwa sprowadzanego do Polski jest produkowane w Unii Europejskiej. Import piwa do Polski jest czterokrotnie mniejszy niż eksport. Największymi eksporterami do naszego kraju są Czechy (36% całości dostaw), Niemcy (29%) oraz Meksyk (14%).

Łącznie od 2004 r., gdy Polska wstąpiła do Unii Europejskiej, eksport (denominowany w złotych) wzrósł po korekcie o inflację o 344,3 proc., import – o 302,7 proc., a nadwyżka handlowa branży wzrosła ponad sześciokrotnie. Dla producentów, których rozwój w Polsce jest ograniczony wysokim stopniem nasycenia rynku, eksport staje się coraz istotniejszy. Równocześnie rośnie jednak import, a nadwyżka handlowa, po osiągnięciu rekordowego poziomu 527,2 mln zł w 2015 r., stopniowo maleje, co wynika głównie z rosnącego zainteresowania nowymi markami piw zza granicy.

Polские browary eksportują przede wszystkim do Unii, choć ważnymi rynkami są też Stany Zjednoczone i Kanada – co wynika głównie z licznej w tych krajach Polonii. Piwo generuje dodatni bilans handlowy, gdyż eksport przekracza pięciokrotnie import.

W 2018 r. browary zrzeszone w ZPPP wprowadziły na swoje marki eksportowe oznaczenie „Proudly made in Poland”. Ma ono promować polskie piwo za granicą i umacniać wizerunek Polski, jako kraju pochodzenia produktów spożywczych najwyższej jakości oraz wiarygodnego i wartościowego partnera handlowego.

## Branża, która warzy z lokalnych surowców



Na lokalność produktu wpływa wiele czynników: lokalizacja zakładów, liczba zatrudnianych osób, sposób reinwestowania zysków czy miejsce płacenia podatków. Pod każdym z tych względów nasze piwowarstwo to całkowicie polska branża. Ale w sensie najbardziej dosłownym polskie piwo oznacza piwo robione z polskiej wody, polskiego chmielu i polskich zbóż, a potem pakowane w polskie opakowanie. Pod tym względem polskie browary także są bardzo „narodowe” – 90 proc. wykorzystywanych przez nie materiałów i usług jest dostarczane przez rodzime firmy.

Branża piwowarska jest istotnym nabywcą surowców od polskiego rolnictwa. W 2020 r. browary zrzeszone w ZPPP zakupiły od polskich rolników 203 tys. ton słodu oraz 713 ton chmielu o łącznej wartości 343 mln złotych. W przypadku surowców importowanych, zdecydowana większość pochodzi z krajów ościennych, przede wszystkim Czech i Słowacji.

## Branża, która podąża za trendami

Dzięki wysokiemu poziomowi technologicznemu browarów i „piwnej rewolucji”, polska branża piwowarska jest bardzo innowacyjna. Co roku na rynek trafia kilkaset piwnych premier, które mogą zaspokoić gust nawet najbardziej wymagającego konsumenta. Jednym z trendów obserwowanych w ostatnich latach jest wzrost popularności piw niski- i bezalkoholowych. Piwosze docenili je za jakość, różnorodność stylów, ale przede wszystkim za to, że pozwalają cieszyć się piwem, wtedy, kiedy nie chcemy lub nie możemy spożywać alkoholu.

**Dynamika wzrostu spożycia piw bezalkoholowych w Polsce nie hamuje,** jest to już osobna kategoria z własnymi segmentami. W przypadku bezalkoholowych smakowych lagerów w latach 2018-2019 nastąpił wzrost wolumenu sprzedaży o 64,2% (34% w 2020), w przypadku bezalkoholowych lagerów jest to wzrost o 34,7% (13% w 2020), natomiast sprzedaż bezalkoholowych specjalności wzrosła aż o 611,9%.

W 2019 roku piwo bezalkoholowe stanowiło już 4,7% sprzedaży kategorii w ujęciu wartościowym, a w 2020 – 5,7%. Wartość sprzedaży w 2020 r. przekroczyła miliard złotych. Rosnącej popularności piw bezalkoholowych towarzyszy spadek sprzedaży mocnego lagera.

W efekcie zmniejsza się średnia zawartość alkoholu w piwie. W 2018 r. (ważona wolumenem, z wyłączeniem marek własnych) wynosiła ona 5,6%, rok później – 5,5%, a w 2020 – 5,4%.

**Kolejnym zauważalnym trendem są zmiany wolumenu sprzedaży poszczególnych segmentów cenowych.** W 2020 roku segmenty Economy i Mainstream (cena poniżej 2,95 zł/0,5 l) zanotowały spadki, podczas gdy segment Premium, a zwłaszcza Top i Ultra Premium (cena powyżej 4,64 zł/0,5 l) cieszyły się wzrostem wolumenu sprzedaży, który dla najdroższych piw wyniósł aż 15,9%.

**Wyraźnie widoczne jest sięganie przez konsumentów po produkty z kategorii premium i wyższych.** Polacy przykładają coraz większą wagę do jakości kupowanych produktów i dotyczy to również piwa. Browary odpowiadają na oczekiwania klientów rozszerzając swoją ofertę produktową, w której coraz większą rolę pełnią gatunki piw inne, niż dominujący dotychczas jasny lager. Ta kategoria piwa w dalszym ciągu jest pierwszym wyborem konsumentów w Polsce i stanowi ponad 82% całego rynku, jednak jej udział zmniejszył się w porównaniu do 2019 o 1 p.p. i było to kontynuacją trendu z poprzednich lat. W tym czasie wzrósł udział innych gatunków piwa, a w szczególności różnych rodzajów piwa bezalkoholowego. Popularność zyskują takie gatunki jak: IPA, stout, piwa belgijskie i różne rodzaje piw pszenicznych.

**Z powodu pandemii** wiele trendów spowolniło na pewien czas, w szczególności tych związanych z gastronomią i wydarzeniami takimi jak koncerty, festiwale i inne imprezy o charakterze publicznym. Mimo to, rynek piwowarski dalej się rozwijał. W 2020 roku utrzymywało się zainteresowanie piwami bezalkoholowymi, które cieszą się rosnącą popularnością od 2018 roku. Nowe browary powstawały w wolniejszym tempie niż rok wcześniej, z powodu spowolnienia gospodarczego. Część z nich jednak rozpoczęła działalność i zaczęła się rozwijać.



# 1.3

## Wpływ pandemii na branżę piwowarską w Polsce

Rok 2020 rozpoczął się dla piwowarów podwyżką akcyzy o 10%, czyli trzykrotnie większą niż zapowiadano. W marcu do Polski dotarła pandemia COVID-19. Wraz ze wzrostem obciążeń podatkowych i kosztów produkcji, przyniosła ona duże wyzwania dla branży i przedsiębiorców.

Przed pandemią piwowarstwo było sektorem, który działał stymulująco na gospodarkę kraju, na poziomie ogólnokrajowym i regionalnym. Browary są często kluczowymi pracodawcami w małych miejscowościach, gdzie oferują zatrudnienie także osobom o najniższych kwalifikacjach i starszym, które zagrożone są bezrobociem strukturalnym. Dzięki długiej historii i dynamicznemu rozwojowi, sektor ten notował stabilne wzrosty i istotnie przyczyniał się do rozwoju gospodarki. W 2020 roku pomimo sytuacji na świecie, eksport piwa wzrósł aż o 13,1% w porównaniu do 2019 r.

Od 10 marca 2020 branża mierzyła się z restrykcjami nakładanymi przez rząd. Od marca do grudnia 2020 wprowadzono od 5 do nawet 12<sup>11</sup> restrykcji dotyczących branży związane bezpośrednio i pośrednio z piwowarstwem. Tylko 6 krajów w UE oraz Wielkiej Brytanii, w porównywalnym okresie, nałożyło tak dużo restrykcji.

W związku z wprowadzaniem ograniczeń związanych z koronawirusem, branża piwowarska oraz sektory powiązane stanęły przed poważnymi wyzwaniami. W 2019 roku rynek wzrósł o 3,4% (wartościowo), a kategoria piw smakowych i specjalności (także piw bezalkoholowych) stanowiła 5% rynku, dzięki wzrostowi o 52% r/r. Tymczasem, w 2020 r. spadek wolumenowy sprzedaży piwa w Polsce wyniósł 1,6 proc. według NielsenIQ i aż 4,1 proc. według GUS. W najtrudniejszej sytuacji znalazły się browary rzemieślnicze i restauracyjne, w szczególności najmniejsze podmioty, opierające swój model biznesowy na dystrybucji piwa w gastronomii - tam spadek sprzedaży wyniósł nawet 90%. Mimo tak istotnych strat, branża piwowarska zasadniczo zachowała swój łańcuch wartości i może stanowić impuls do pobudzenia gospodarki i powrotu na ścieżkę wzrostu.

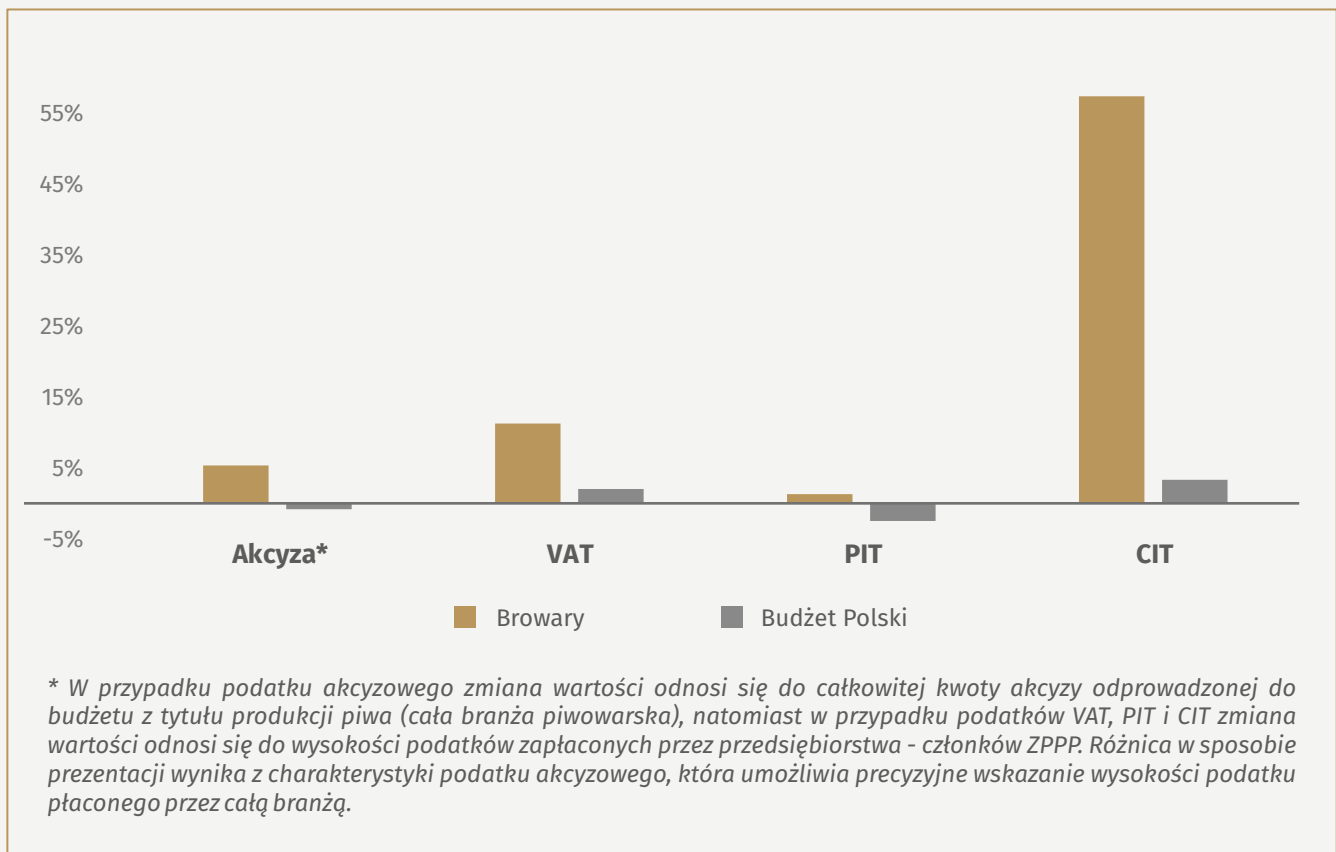
W Europie z powodu pandemii i działań podjętych przez rządzących nastąpił spadek sprzedaż piwa w gastronomii aż o 42%. Funkcjonowanie sektora było konsekwentnie ograniczane – najwcześniej w Grecji, bo już 27 lutego 2020 roku, a najpóźniej na Łotwie i w Chorwacji (17 marca 2020) zamknięto bary i restauracje. W Polsce skala strat dla branży piwowarskiej z tytułu zamknięcia gastronomii była znacząco mniejsza, z uwagi na inny model dystrybucji, w którym dominuje sprzedaż piwa w sklepach, a nie w barach i restauracjach.

Mimo własnych problemów, wiele browarów podjęło działania wspierające inne podmioty z ekosystemu piwowarskiego. Wszyscy producenci zrzeszeni w ZPPP niemal natychmiast zdecydowali o odbiorze niewykorzystanego piwa z zamkniętych barów i restauracji, w których znalazło się aż 60-70 tysięcy KEG-ów – stalowych beczek z piwem, z krótkim terminem przydatności do spożycia. Wartość udzielonego w ten sposób wsparcia wyniosła 12 mln zł. Wydłużono również terminy płatności w celu poprawy płynności finansowej partnerów oraz zapewniono profesjonalny serwis instalacji do piwa beczkowego, umożliwiając bezpieczne uruchomienie i podłączenie beczek ze świeżym piwem w momencie ponownego otwarcia lokali.

Pomimo wyzwań związanych z rokiem 2020, branża piwowarska stabilizowała finanse publiczne oraz gospodarkę narodową dzięki wzrostowi wpływów podatkowych. W porównaniu do 2019 roku, wpływy z podatków płaconych przez same browary (z wyłączeniem poddostawców oraz kontrahentów) były wyższe. Łączna suma wpływów z branży piwowarskiej i jej kontrahentów do budżetu państwa w 2020 roku wyniosła aż 11,14 mld zł.



## Procentowa zmiana wpływów podatkowych w 2020 roku (w porównaniu do 2019 r.)



W sytuacji, gdy szereg dochodów budżetowych w pandemii spadł, wpływy z browarów rosną. Zapłacony przez browary podatek akcyzowy wzrósł o 5,31% r/r, przy całkowitym spadku wpływów do budżetu państwa o prawie 1%.

W przypadku VAT-u, wpływy te wzrosły o 11%, a całkowite wpływy do budżetu zwiększyły się o 2%. Również w przypadku podatku PIT, browary przyczyniły się do stabilizacji finansów publicznych – zapłaciły o 1,3% więcej niż w 2019 roku, przy łącznych wpływach, które spadły o 2,5%. Szczególnie silny wzrost nastąpił w przypadku podatku CIT, co wynikało m. in. z uregulowania dodatkowych zobowiązań za wcześniejsze lata. Niezależnie jednak od zdarzeń jednorazowych, również w przypadku CIT nastąpił silny wzrost, silniejszy niż w przypadku całkowitych wpływów z CIT do budżetu.





**Bartłomiej Morzycki**  
**Dyrektor Generalny ZPPP Browary Polskie**

Przed koronakryzysem branża piwowarska znajdowała się na stabilnej ścieżce rozwoju. Dokładaliśmy swoją cegiełkę do rozwoju gospodarczego, generowaliśmy kolejne miejsca pracy i wpływy podatkowe w wysokości ponad 11 mld zł rocznie. Coraz więcej produktów eksportowaliśmy. W marcu 2020, z dnia na dzień, nastąpiło tąpnięcie – destabilizacja w zakładach pracy, zamknięcie dużych kanałów sprzedaży, takich jak restauracje czy hotele, dystansowanie społeczne oraz załamanie optymizmu konsumenckiego. Zamknięci w domach Polacy rzadziej sięgali po piwo. Odwołane zostały wszystkie imprezy masowe i wydarzenia plenerowe: koncerty, festiwale piwne czy rozgrywki sportowe, które są naturalnymi kontekstami do konsumpcji chmielowego trunku. Branża piwowarska znalazła się w najgorszej od 30 lat sytuacji. Mimo wszystko, polskie browary utrzymały swój łańcuch wartości oraz miejsca pracy, stanowiąc impuls do pobudzenia gospodarki i powrotu na ścieżkę wzrostu.



**Marcin Cyganiak**  
**Dyrektor komercyjny NielsenIQ**

Rok 2020 zdestabilizował branżę piwowarską. Dane pokazują, że spadek wolumenowy sprzedaży piwa w Polsce w 2020 r. wyniósł 1,6% r/r. Przy czym nie obejmują one sektora HoReCa. Najwięcej – 2,6% - stracił alkoholowy lager, co pociągnęło za sobą spadek całej kategorii. O 4,7% spadła sprzedaż piw mocnych. Jednocześnie odnotowano wartościowy wzrost kategorii piwa na poziomie 3%, który jest efektem wzrostu ceny piwa spowodowanego wyższą o 10% akcyzą, obowiązującą od początku 2020 r. oraz wzrostem kosztów produkcji. Średnia cena piwa była na koniec 2020 r. o 8% wyższa niż na początku roku 2019.



**Andrzej Olkowski**  
**Prezes Stowarzyszenia Regionalnych Browarów Polskich**

Niewątpliwie branża piwowarska znalazła się w najtrudniejszej od lat sytuacji. I nie mam tu na myśli jedynie pandemii koronawirusa, która spowodowała, że sprzedaż piwa spadła. Na naszą branżę negatywny wpływ ma wiele innych czynników, w tym rosnące koszty pracy, energii, surowców czy pogorszenie nastrojów konsumenckich. Piwo jest napojem, który wiąże się z zadowoleniem z dnia codziennego. Pijemy je w towarzystwie, w atmosferze radości, relaksu, dla odprężenia (a nie procentów). Tymczasem nastroje społeczne od dawna spadają. Optymizm konsumencki, który zachęcał do zakupów, został gwałtownie zahamowany i nic nie wskazuje na to, byśmy byli w stanie wrócić do poziomów sprzedaży, które notowaliśmy do 2019 r. Z tego powodu wielokrotnie apelowaliśmy do rządzących o spokój regulacyjny. Dwa lata bez zmian, szczególnie w polityce akcyzowej, to okres, który pozwoliłby piwowarom powrócić na ścieżkę wzrostu.



**Marek Kamiński**  
**Prezes Polskiego Stowarzyszenia Browarów Rzemieślniczych**

Browary rzemieślnicze kierują średnio około 30% produkcji do lokali gastronomicznych. Niektóre z nich funkcjonują wyłącznie w oparciu o współpracę z gastronomią. Innym, ważnym źródłem zysku jest dla nich turystyka oraz udział w imprezach i festiwalach piwnych. Okresy lockdownu oznaczają dla browarów rzemieślniczych likwidację kluczowych źródeł przychodów. U niektórych z naszych członków spadki sprzedaży sięgnęły 80 – 90%. Ponieważ nie wiemy, jak będzie rozwijała się pandemia, ogromne znaczenie miałyby dla nas umożliwienie sprzedaży piwa na odległość. Uregulowanie tej kwestii wyeliminowałoby niepewność prawną w tym zakresie i zapobiegłoby upadkowi wielu biznesów. Takie rozwiązania istnieją z powodzeniem w innych krajach europejskich. Polska jest wyjątkiem pod tym względem.



## 1.4

### Podsumowanie

Polski charakter branży piwowarskiej jest niepodważalny, zarówno pod względem tradycji i siły lokalnych marek, jak i w aspekcie ekonomicznym. To, że piwo jest warzone w Polsce, przez polskich pracowników i przede wszystkim z polskich surowców, a zyski są reinwestowane w kraju, odgrywa istotną rolę we wzmacnianiu polskiej gospodarki. Dodatkowo rosnący eksport polskich marek piw tworzy pozytywny obraz kraju za granicą.

Równocześnie branża jest przykładem pozytywnego wpływu zaangażowania kapitału zagranicznego. Bez inwestycji międzynarodowych grup nie byłby możliwy rozwój produkcji w latach 90. i modernizacja polskich zakładów. Polskie marki jednak nie zniknęły, a nawet wzmocniły się i zaistniały również na rynkach eksportowych. W oparciu o fundament, którym są trzy największe grupy, rynek rozwinął się, odtworzyła się kultura picia piwa, a konsumenci stali się coraz bardziej wymagający. To wpłynęło na ponowną dywersyfikację rynku, na którym dziś dobrze radzą sobie zarówno duzi producenci, jak i niewielkie browary rzemieślnicze. Mimo nasycenia pod względem ilości piwa spożywanego przez Polaków, zmiany będą postępować, ponieważ coraz więcej osób będzie sięgało po nowe jego typy (w tym nisko- i bezalkoholowe), a produkty polskich browarów będą coraz częściej eksportowane.

## 2. Wpływ ekonomiczny branży piwowskiej



Ze względu na skalę produkcji i konsumpcji piwa oraz charakterystykę branży piwowskiej w Polsce, jej wpływ na gospodarkę kraju jest bardzo istotny.

Dokonując zakupu materiałów, energii oraz usług niezbędnych zarówno do procesu produkcji, jak i do samego operacyjnego funkcjonowania firm, branża piwowska wspiera rozwój swoich dostawców i poddostawców, generując pozytywne efekty w gospodarce. Równocześnie sprzedaż piwa napędza rozwój handlu, gastronomii i turystyki. Dzięki zwiększonemu popytowi na swoje produkty i usługi, kontrahenci mogą tworzyć wartość dodaną, zatrudniać pracowników i wypłacać wynagrodzenia, a to z kolei zwiększa dochody gospodarstw domowych.



### **Bartłomiej Morzycki** **Dyrektor Generalny ZPPP Browary Polskie**

*Proces produkcji piwa wymaga współdziałania szeregu branż: sektora rolniczego, producentów opakowań, transportu i logistyki, handlu, gastronomii oraz usług. Browary i sektory z nimi powiązane tworzą „system naczyń połączonych” – ekonomiczno – społeczny ekosystem, w którym każde ogniwo ma znaczenie i bezpośrednio oddziałuje na kondycję pozostałych.*

Produkcja piwa ma duży pozytywny wpływ na gospodarkę, wykraczający znacznie poza bramy browarów. Przejawia się on zarówno w generowaniu miejsc pracy, wartości zakupów produktów i usług od krajowych dostawców, a także poprzez podatki odprowadzane w Polsce.

W tabeli poniżej zaprezentowane zostały dane dotyczące branży piwowarskiej. Na łączny efekt w każdej kategorii składają się wpływ: **bezpośredni** (związany z podstawową działalnością browarów zrzeszonych w ZPPP), **pośredni** (poprzez działalność kontrahentów) oraz **indukowany** (poprzez wydatki gospodarstw domowych, których dochody powstały dzięki branży piwowarskiej).

W celu wytworzenia surowców do produkcji piwa kontrahenci sami muszą zakupić niezbędne produkty, materiały czy usługi u innych firm. W efekcie dochodzi do rozwoju tych firm, które dalej tworzą wartość dodaną. Jest to wpływ pośredni.

Kontrahenci branży piwowarskiej zatrudniają pracowników, którym wypłacają wynagrodzenia. Pracownicy otrzymane świadczenia przeznaczają na konsumpcję dóbr dostępnych na rynku, dzięki czemu pobudzają produkcję w gospodarce, co również tworzy wartość dodaną. Jest to wpływ indukowany.

### Kluczowe obszary wpływu ekonomiczno-społecznego branży w 2020 roku

	Bezpośredni efekt działalności branży	Działalność kontrahentów i wydatki pracowników	Łączny efekt
<b>Całkowita wartość dodana</b> wygenerowana dzięki działalności branży w Polsce w 2020 r.	<b>6 672 mln</b>	<b>11 880 mln</b>	<b>18 552 mln</b>
<b>Miejsca pracy</b> utrzymane dzięki działalności branży w Polsce w 2020 r.	<b>9,5 tys.</b>	<b>105 tys.</b>	<b>114,5 tys.</b>
<b>Wartość zakupów dóbr i usług</b> od polskich dostawców w 2020 r.	<b>3 987 mln</b>	-	-
<b>Wartość podatków i opłat</b> opłaconych dzięki działalności branży, jej kontrahentów oraz wydatkom ich pracowników <sup>12</sup>	<b>5 817 mln</b>	<b>5 326 mln</b>	<b>11 143 mln</b>

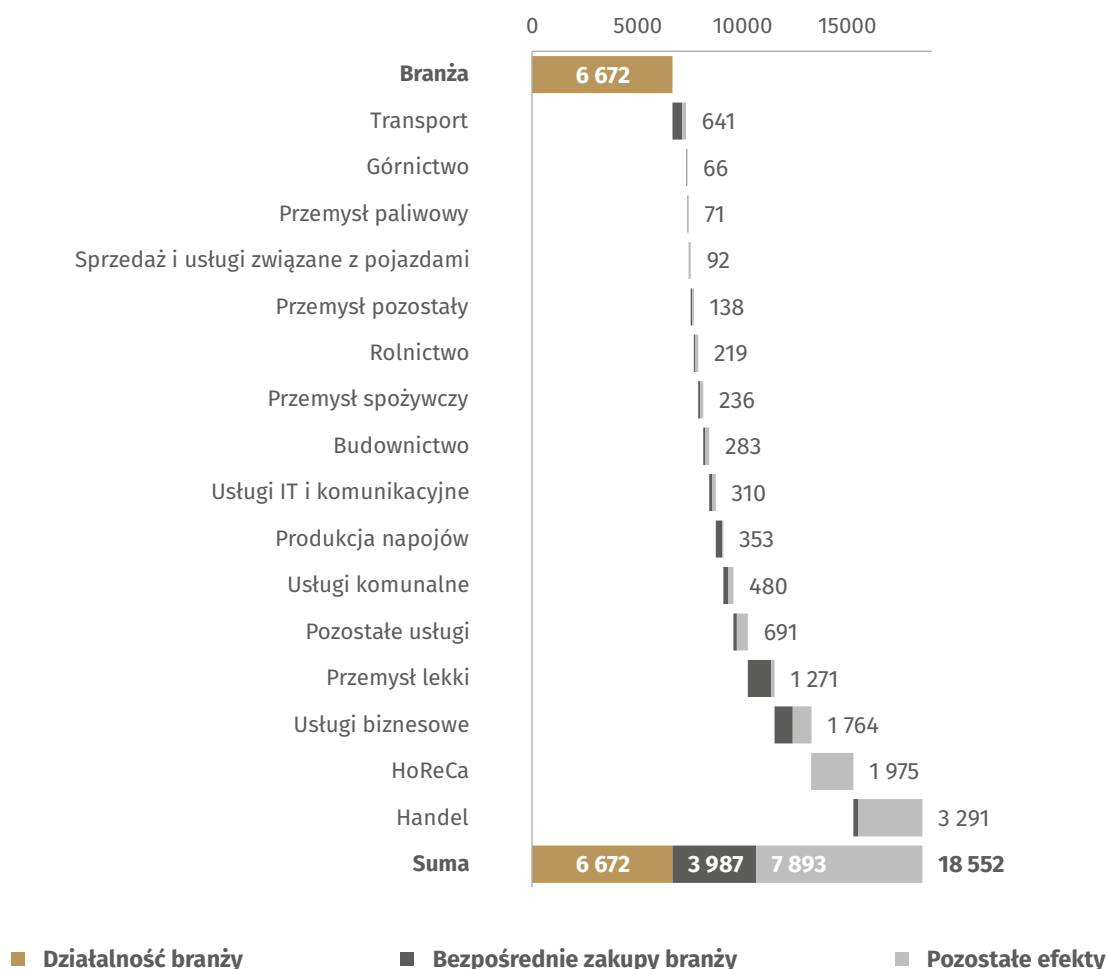
W 2020 roku branża zakupiła od krajowych dostawców towary i usługi za prawie **4 mld złotych**. Dochody krajowych producentów i wynagrodzenia wypłacone ich pracownikom krążyły w gospodarce dalej ją napędzając.

**W 2020 roku w branży wytworzono 6,7 mld złotych wartości dodanej**, czyli najważniejszej części składowej PKB. Wpływ gospodarczy branży wychodzi jednak znacznie poza granice organizacji – wartość dodana powstaje także u poddostawców zaopatrujących firmę, a płace wypłacone pracownikom i poddostawcom dalej krążą w gospodarce. Według szacunków, łącznie te dwa efekty dają **kolejne 5,7 mld wartości dodanej**.

Nie tylko produkcja, ale także późniejsza sprzedaż towarów wpływa na gospodarkę. Zauważalna część obrotu handlu detalicznego, gastronomii i hotelarstwa przypada na sprzedaż produktów branży. Przyjmując, że wartość dodana powiązana ze sprzedażą wyrobów piwowskich jest proporcjonalna do jej udziałów w sprzedaży w tych sektorach, a pieniądze wypłacone ich pracownikom dalej krążą w gospodarce szacuje się, że **w 2020 roku przyniosło to kolejne 6,1 mld zł**.

Działalność kontrahentów zapewniła w sumie 11,9 mld złotych wartości dodanej, natomiast **łącna wartość dodana generowana dzięki działalności branży wynosi 18,5 mld zł**.

**Wartość dodana generowana przez branżę piwowarską w Polsce w 2020 r. w mln PLN**



*Przemysł lekki – jest to przede wszystkim produkcja opakowań, a także m.in. produkcja papieru i wyrobów z papieru, wyrobów chemicznych, wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych oraz pozostałych surowców niemetalicznych, odzieży i tekstyliów.*



Branża piwowarska jest bardzo istotnym pracodawcą, w szczególności w miejscowościach, w których zlokalizowane są browary. Jednak jej wpływ na rynek pracy wykracza daleko poza działalność samych browarów. Wiele miejsc pracy w innych sektorach gospodarki tworzonych jest bezpośrednio lub pośrednio w związku z działalnością branży piwowarskiej. Wpływ bezpośredni to miejsca pracy w browarach. Wpływ pośredni związany jest z działalnością kontrahentów branży piwowarskiej z innych sektorów gospodarki. Liczba miejsc pracy generowanych w ten sposób, dzięki popytowi zgłaszanemu przez branżę piwowarską, to prawie 80 tys. Dodatkowo miejsca pracy tworzone są dzięki wydatkom pracowników browarów i ich kontrahentów na towary i usługi świadczone w innych sektorach – jest to efekt indukowany, szacowany na ponad 25 tys. miejsc pracy.

Pozytywny wpływ browarów na zatrudnienie jest odczuwalny przede wszystkim w takich branżach jak:

- **branża hotelarska i gastronomiczna (HoReCa)**,  
w której ten wpływ sięga prawie 30 tys. miejsc pracy  
– piwo jest obecne w 80% lokali gastronomicznych i generuje 15% obrotów w tym sektorze
- **handel (łącznie ponad 16,5 tys. miejsc pracy)**  
– w szczególności w najmniejszych sklepach piwo jest jednym z kluczowych produktów, a jego udział w koszyku zakupowym produktów spożywczych sięga prawie 23%
- **przemysł lekki (prawie 23,5 tys. miejsc pracy)**  
– browary są dużymi odbiorcami produktów innych branż, takich jak opakowania (przede wszystkim opakowania szklane i puszki), środki czystości, odzież robocza i inne
- **rolnictwo (ponad 6 tys. miejsc pracy)**  
– browary są dużymi odbiorcami surowców rolnych: siodu i chmielu
- **pozostałe usługi (ponad 7 tys. miejsc pracy)**  
– browary są również dużymi klientami przedsiębiorstw usługowych, podobnie jak ich pracownicy.

W branży zatrudnione jest

**9,5 tys. osób,**

a w sektorze działalności kontrahentów  
prawie **106 tysięcy.**

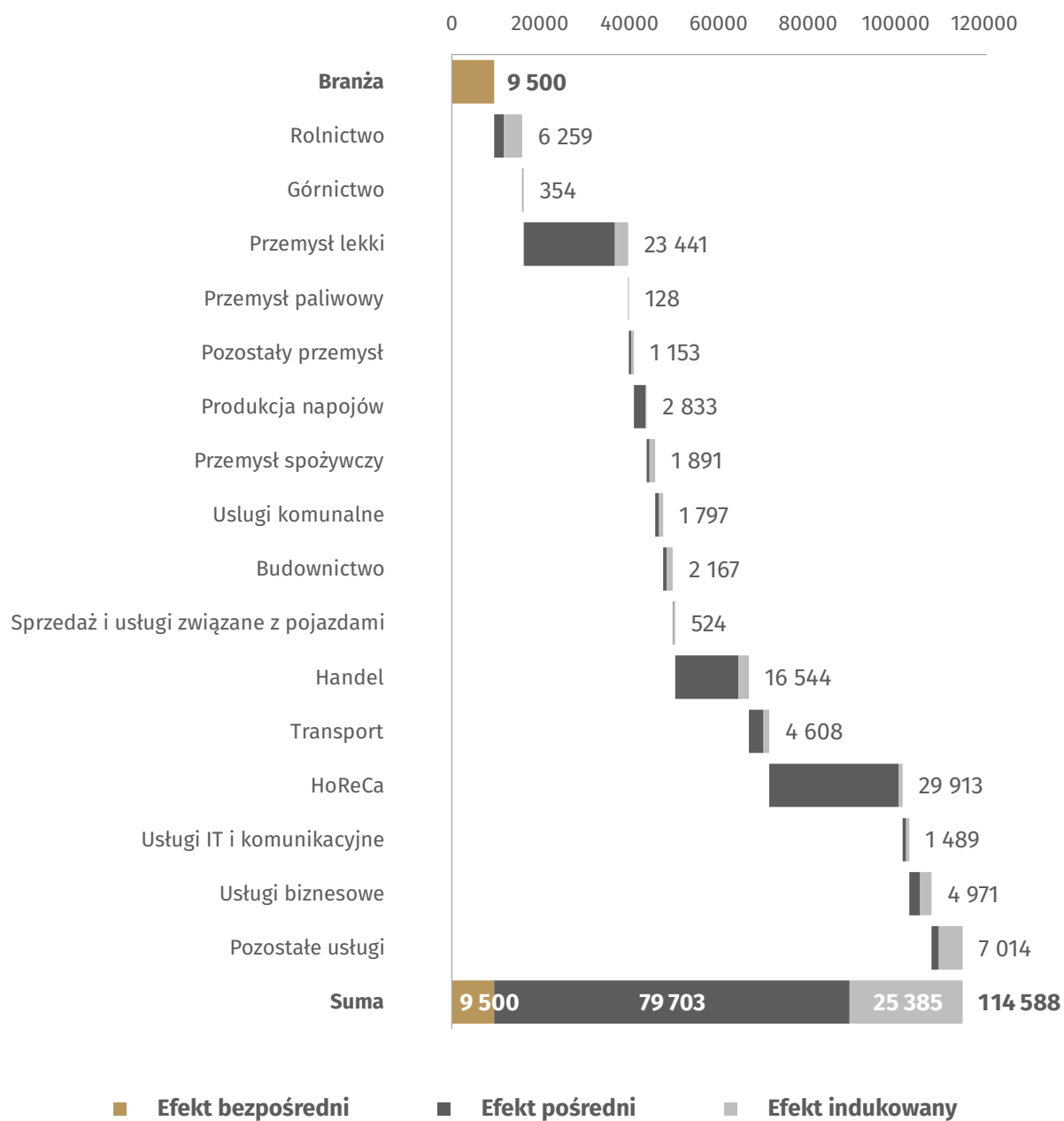
---

Łączne zatrudnienie utrzymane  
dzięki działalności branży w Polsce w 2020 roku  
to prawie **115 tysięcy osób.**





## Liczba miejsc pracy generowanych przez branżę piwowarską w Polsce w 2020 r.



# 3. Wpływ branży na realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie podkreśla wagę przyczyniania się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals) wyznaczonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych. Członkowie Związku deklarują wpływ na przynajmniej dziesięć z siedemnastu Celów i aktywnie podejmują działania w tym zakresie.

W raporcie opisano wpływ branży piwowarskiej na tworzenie wartości dodanej, miejsc pracy i daniny publiczne, co wskazuje na istotną rolę branży dla całej gospodarki. W ten sposób, producenci piwa mają największy wpływ na osiągnięcie Celu 8, którym jest wzrost gospodarczy i poprawianie warunków życia, jednak nie można zapominać o pozytywnym wpływie na pozostałe Cele, który został opisany szczegółowo poniżej.



Jak zostało już wcześniej wspomniane, kluczowym obszarem wpływu branży piwowarskiej jest wsparcie realizacji **Celu 8, czyli Wzrostu gospodarczego i godnej pracy**. Wpływ widoczny jest szczególnie w dwóch zadaniach.

Pierwszym z nich jest **Zadanie 8.5**, którego efektem będzie zapewnienie pełnego i produktywnego zatrudnienia oraz godnej pracy dla wszystkich kobiet i mężczyzn, w tym dla młodych ludzi i osób z niepełnosprawnością oraz zapewnienie jednakowego wynagrodzenia za pracę o jednakowej wartości do 2030 roku.

Drugim Zadaniem z tego obszaru jest **Zadanie 8.8** polegające na ochronie praw pracowniczych oraz promowaniu bezpiecznego środowiska pracy dla wszystkich, w tym pracowników - migrantów, w szczególności dla kobiet migrantek i osób mających niepewne zatrudnienie. O wpływie na ten cel świadczą wartości wyznawane przez członków Związku i wdrożone przez nich polityki (np. bezpieczeństwa i higieny pracy), a także podejmowane działania i realizacja programów równych szans, wspierania różnorodności czy tworzenie inicjatyw lokalnych.



Z powodu charakterystyki branży, z założenia będzie miała ona istotny wpływ na **Cel 3, czyli Dobre zdrowie i jakość życia**, a dokładniej - na **Zadanie 3.5** polegające na wzmocnieniu zapobiegania i leczenia uzależnień od środków odurzających, w tym narkotyków oraz szkodliwego spożycia alkoholu. Browary mogą także wpływać na **Zadanie 3.6**, czyli zmniejszenie o połowę liczby wszystkich rannych i ofiar śmiertelnych w wypadkach drogowych na świecie. W ramach przyczyniania się do realizacji tego Celu, branża podejmuje wiele działań polegających na promowaniu odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, realizowane są liczne kampanie edukacyjne oraz wprowadzane są specjalne oznaczenia na produktach i poszerzana jest oferta produktów bezalkoholowych. Widoczne jest dostosowywanie oferty produktowej, czego efektem jest spadek średniej zawartości alkoholu w piwach sprzedawanych w Polsce w ostatnich latach.



Branża piwowarska wspiera także realizację **Celu 4, czyli Dobrej jakości edukacji**, a szczególnie **Zadanie 4.3** polegające na zapewnieniu wszystkim kobietom i mężczyznom równego, przystępnego cenowo dostępu do wysokiej jakości wykształcenia technicznego, zawodowego i wyższego, w tym do wyższych uczelni.

Wspierane jest także **Zadanie 4.4.** prowadzące do znacznego zwiększenia liczby młodzieży i dorosłych, którzy posiadają odpowiednie umiejętności, w tym techniczne i zawodowe, potrzebne przy uzyskaniu zatrudnienia, znalezieniu godziwej pracy i rozwoju przedsiębiorczości.

Dążenia do osiągnięcia tego celu wspierane są głównie przez organizowane szkolenia dla pracowników, a także programy wspierające naukę języka czy dofinansowanie do studiów.



Niewątpliwie browary wykorzystują do produkcji znaczne ilości wody, dlatego **Cel 6** polegający na **zapewnieniu czystej wody i warunków sanitarnych** jest w obszarze wpływu branży.

Może ona szczególnie przyczynić się do realizacji **Zadań 6.3, 6.4 oraz 6.6**, które zakładają poprawienie jakości wody i poniesienie poziomu jej ponownego wykorzystania, zwiększenie efektywności wykorzystania zasobów wodnych oraz zapewnienie ochrony i odnowienie ekosystemów zależnych od wody.

W zakresie każdego z tych zadań realizowane są inicjatywy przez firmy członkowskie, przede wszystkim polegające na ograniczeniu własnego zużycia, poprawieniu wydajności produkcji, zamykaniu obiegu wody, ale także ochronie zasobów wodnych na obszarach wysokiego ryzyka. Bardzo wysoki poziom technologiczny browarów działających w Polsce oraz ambitne cele stawiane sobie przez największych producentów piwa pozwalają systematycznie obniżać zużycie wody w procesie produkcyjnym.





Kolejnym Celem Zrównoważonego Rozwoju wspieranym przez firmy członkowskie ZPPP jest **Cel 7, czyli czysta i dostępna energia.**

W tym zakresie branża przyczynia się głównie do realizacji **Zadania 7.2**, które ma znacząco zwiększyć udział odnawialnych źródeł energii w globalnym miksie energetycznym. Branża poczyniła duży postęp w działaniach prowadzących do zmiany pochodzenia energii elektrycznej, w niektórych przypadkach osiągając nawet 100% udziału energii pochodzącej z odnawialnych źródeł. Warto również zaznaczyć, że zmiana jest promowana nie tylko w samych browarach, ale w całym łańcuchu wartości.



Branża piwowarska przyczynia się także istotnie do spełnienia **Celu 12, polegającego na odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji.**

Kampanie mające na celu zapobieganie szkodliwemu spożyciu alkoholu zostały już wymienione przy wpływie na **Cel 3**, tutaj więc w tym zakresie najistotniejszy wpływ przejawia się w realizacji **Zadania 12.5**, polegającego na obniżeniu poziomu generowania odpadów poprzez prewencję, redukcję, recykling i ponowne użycie.

Jako jedna z niewielu branż, browary cieszą się wysokim poziomem zwrotu opakowań, jakimi są szklane butelki.

Dodatkowo, podejmowane są działania, aby zmniejszyć wykorzystanie surowców poprzez produkcję cieńszych puszek, które są wykonane z materiału możliwego do wielokrotnego przetwarzania.



Z powodu lokalizacji browarów w mniejszych miastach mają one istotny wpływ na powstawanie zrównoważonych miast i społeczności, czyli **Cel 11 Zrównoważonego Rozwoju.** Szczególny wpływ mają na **Zadanie 11.1** polegające **na zapewnieniu wszystkim ludziom dostępu do odpowiednich mieszkań i podstawowych usług oraz poprawieniu warunków życia.**

Charakteryzuje się to szeregiem inicjatyw skupionych na rozwoju społeczności lokalnych, takich jak: szkolenia dla strażaków, sprzątanie terenów zielonych, czy zbieranie karmy dla zwierząt dla lokalnych schronisk, ale także zapewnienie mieszkańcom zaopatrzenia w wodę, czy ufundowanie potrzebnego sprzętu szpitalom, w miastach, w których browary prowadzą działalność.



Firmy członkowskie ZPPP podejmują także szeroko pojęte działania w dziedzinie klimatu, w ramach realizacji **Celu 13 Zrównoważonego Rozwoju.** Najlepiej odzwierciedla je **Zadanie 13.3** polegające na zwiększeniu poziomu edukacji, potencjału ludzkiego i instytucjonalnego w zakresie wzrostu świadomości na temat łagodzenia zmian klimatycznych, adaptacji do nich oraz łagodzenia ich skutków. Są to działania nie tylko ograniczające emisję dwutlenku węgla do atmosfery poprzez inwestycje i usprawnienia w browarach, ale także współpraca z partnerami handlowymi i podejmowanie wspólnych aktywności w zakresie logistyki i magazynowania.



Podstawą branży piwowarskiej w Polsce jest korzystanie z wysokiej jakości surowców pochodzących z lokalnych źródeł, dlatego ważne jest zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych w ramach **Celu 15, jakim jest życie na lądzie.**

Członkowie ZPPP zgodnie z **Zadaniem 15.9** włączają kwestie bioróżnorodności i ekosystemów do swoich planów i sprawozdań oraz w procesy rozwojowe, szczególnie w zakresie zrównoważonego rolnictwa i pozyskiwania surowców ze zrównoważonych źródeł.



Ostatnim Celem, doskonale wpisującym się w działania Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce jest **Cel 17, czyli partnerstwa na rzecz celów,** a szczególnie **Zadanie 17.17** polegające na zachęcaniu do tworzenia i promowaniu efektywnych partnerstw publicznych, publiczno–prywatnych i z udziałem społeczeństwa obywatelskiego, budowanych na doświadczeniu i niezbędnych strategiach partnerstwa.

Przykładem działań są wspólne akcje i kampanie marketingowe wpisujące się we wcześniej wymienione Cele, a także ogólna współpraca i wymiana doświadczeń rynkowych.

Wymienione powyżej przykłady działań podejmowanych przez członków Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie jasno pokazują, że Związek jako organizacja ma znaczący wpływ na realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju i inicjuje szeroki wachlarz inicjatyw, aby ten wpływ zwiększać. Pokazuje to, jak ważne dla branży jest dążenie do zrównoważonego rozwoju i kontynuacja współpracy w tym zakresie.



## Cele Zrównoważonego Rozwoju i Zadania, na które branża piwowarska ma największy wpływ

Cel zrównoważonego rozwoju	Zadania
Cel 3: Dobre zdrowie i jakość życia	Wzmocnienie zapobiegania i leczenia uzależnień od środków odurzających, w tym narkotyków oraz szkodliwego spożycia alkoholu (Zadanie 3.5)
	Zmniejszyć o połowę liczbę wszystkich rannych i ofiar śmiertelnych w wypadkach drogowych na świecie (Zadanie 3.6)
Cel 4: Dobra jakość edukacji	Zapewnienie wszystkim kobietom i mężczyznom równego dostępu do przystępnej finansowo i wysokiej jakości edukacji technicznej, zawodowej i wyższej, w tym do uczelni wyższych (Zadanie 4.3)
	Zwiększenie liczby młodzieży i dorosłych, którzy posiadają odpowiednie umiejętności potrzebne do uzyskania zatrudnienia, znalezienia godziwej pracy i rozwoju przedsiębiorczości (Zadanie 4.4)
Cel 6: Czysta woda i warunki sanitarne	Poprawienie jakości wody poprzez redukcję zanieczyszczeń, likwidowanie wysypisk śmieci, ograniczenie stosowania szkodliwych substancji chemicznych i materiałów, a także zmniejszenie o połowę ilości nieoczyszczonych ścieków i podniesienie poziomu recyklingu (Zadanie 6.3)
	Podniesienie efektywności wykorzystywania wody we wszystkich sektorach oraz zapewnienie zrównoważonego poboru wody oraz dostawy wody pitnej (Zadanie 6.4)
	Zapewnienie ochrony i odnawianie ekosystemów zależnych od wody, w tym terenów górskich, lasów, terenów podmokłych, rzek, jezior i wód podziemnych (Zadanie 6.6)
Cel 7: Czysta i dostępna energia	Zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii w globalnym miksie energetycznym (Zadanie 7.2)
Cel 8: Wzrost gospodarczy i godna praca	Zapewnienie pełnego i produktywnego zatrudnienia oraz godnej pracy dla wszystkich oraz zapewnienie jednakowego wynagrodzenia za pracę o takiej samej wartości (Zadanie 8.5)
	Ochrona praw pracowniczych oraz promowanie bezpiecznego środowiska pracy dla wszystkich pracowników (Zadanie 8.8)
Cel 11: Zrównoważone miasta i społeczności	Zapewnienie wszystkim ludziom dostępu do mieszkań oraz podstawowych usług i poprawienie warunków życia (Zadanie 11.1)
Cel 12: Odpowiedzialna produkcja i konsumpcja	Obniżenie poziomu generowania odpadów poprzez prewencję, redukcję, recykling i ponowne użycie (Zadanie 12.5)
Cel 13: Działania w dziedzinie klimatu	Zwiększenie poziomu edukacji oraz potencjału ludzkiego i instytucjonalnego, podniesienie poziomu świadomości na temat łagodzenia zmian klimatycznych, adaptacji i skutków zmian klimatycznych oraz systemów wczesnego ostrzegania przed zagrożeniami (Zadanie 13.3)
Cel 15: Życie na lądzie	Włączenie kwestii bioróżnorodności i ekosystemów do planów i sprawozdań oraz w procesy rozwojowe (Zadanie 15.9)
Cel 17: Partnerstwa na rzecz celów	Zachęcanie do tworzenia i promowanie aktywnych partnerstw publicznych, publiczno-prywatnych i z udziałem społeczeństwa obywatelskiego, budowane na doświadczeniu i niezbędnych strategiach partnerstwa (Zadanie 17.17)



**Andrzej Olkowski**  
**Prezes Stowarzyszenia Regionalnych Browarów Polskich**

*Browary regionalne również stawiają na zrównoważony rozwój – wprowadzana jest energia odnawialna. Dodatkowo odzyskuje się wodę w maksymalnym możliwym stopniu w małym zakładzie, a do ogrzewania wykorzystywany jest gaz ziemny. W szczególności browary regionalne w największym stopniu pozyskują swoje surowce z jak najbliższych źródeł, stawiają na regionalny transport. **Browary pracują w regionie, dla regionu i korzystając z regionu.***

# 4. Notka metodyczna

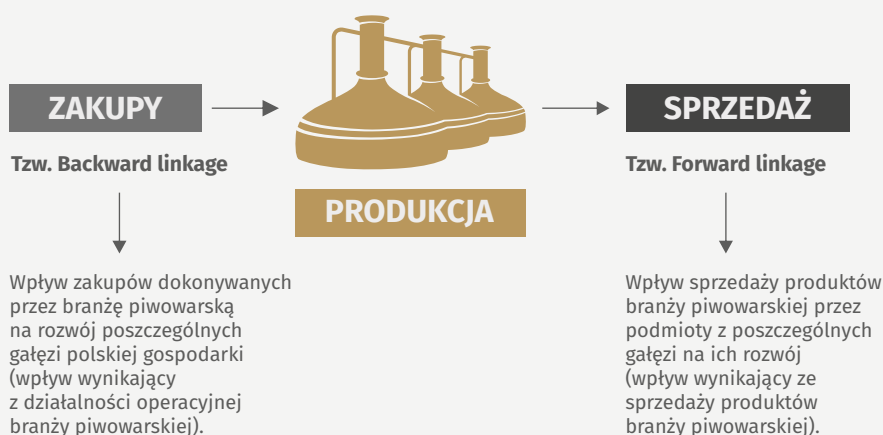
## 4.1 Metodologia – model Input-Output

Wkład branży piwowarskiej (w ujęciu rocznym) został oszacowany za pomocą modelu Wassilego Leontiefa, nazywanego też modelem **Input-Output**. Metoda ta koncentruje się na badaniu zależności między różnymi gałęziami gospodarki oraz przedsiębiorstwami. **Model ten pozwala zbadać, w jaki sposób działalność danego przedsiębiorstwa lub branży wpływa na rozwój swojego otoczenia, z uwzględnieniem dostawców i poddostawców reprezentujących różne gałęzie gospodarki.**

Model został oparty na najbardziej aktualnych tablicach przepływów międzygałęziowych, w bieżących cenach bazowych dla produkcji krajowej w 2010 r., opublikowanych przez GUS w 2019 r.

### Wizualizacja zależności I-O

Wpływ branży piwowarskiej na gospodarkę, model Input-Output



#### Wymiary wpływu:

- Wpływ bezpośredni
- Wpływ pośredni
- Wpływ indukowany



**Wpływ został oceniony w czterech obszarach: wartości dodanej, miejsc pracy, wynagrodzeń oraz finansów publicznych. Na każdy z tych obszarów branża wpływa w sposób bezpośredni, pośredni i indukowany.**

- **Efekt bezpośredni:** związany z tym, że popyt na piwo powoduje zwiększenie produkcji w browarach, które kupują surowce, materiały i usługi od dostawców z innych sektorów gospodarki.
- **Efekt pośredni:** wynika z tego, że większy popyt na piwo tworzy wartość dodaną i miejsca pracy oraz wpływa pozytywnie na wynagrodzenia nie tylko u bezpośrednich dostawców i poddostawców, ale także u współpracujących z nimi przedsiębiorców (np. związany z tym, że producent opakowań kupuje więcej surowców i usług lub gdy większa liczba pracowników generuje większy popyt na usługi transportowe do zakładów pracy).
- **Efekt indukowany:** wzrost dochodów pracowników browarów, jak i osób zatrudnionych przez dostawców i poddostawców, powoduje wzrost popytu i konsumpcji na rynku w różnych, niezwiązanych z produkcją piwa sektorach. Dodatkowo, w wyniku sprzedaży piwa generowane są wartość dodana, miejsca pracy, wynagrodzenia oraz wpływy finansów publicznych w innych branżach, w szczególności w handlu i HoReCa, z uwagi na dodatkowy popyt na inne produkty i usługi.



## Bibliografia

1. Carlsberg Polska, Raport Zrównoważonego Rozwoju 2020.
2. Europe Economics (2021). Economic Report to assess impact of Covid-19 on the brewing sector in Europe in 2020.
3. Grupa Żywiec, Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2020.
4. Klimek, Katarzyna (2014). Ewolucja rynku piwa w Polsce. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, tom XVI, zeszyt 2.
5. Nielsen (2020). Konferencja ZPPP Browary Polskie.
6. NielsenIQ (2021). Rynek piwa w Polsce, 2020. Konferencja ZPPP Browary Polskie.
7. Piwna Zwrotnica (2021). Piwne podsumowanie 2020.
8. Sprawozdanie z wykonania budżetu państwa za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r. Omówienie.
9. The Brewers of Europe (2021). European Beer Trends. Statistics report 2020 Edition.
10. Wnuk, Marcin, Barbara Purandare i Jerzy T. Marcinkowski (2013). Struktura spożycia alkoholu w Polsce w ujęciu historycznym. Problemy Higieny i Epidemiologii, 94 (3), str. 446-450.
11. Związek Przedsiębiorców i Pracodawców (2020). Branża piwowarska i sektory powiązane wobec pandemii Covid-19.
12. The Observatory of Economic Complexity – Beer in Poland.

## Przypisy

- <sup>1</sup> Numer w Polskiej Klasyfikacji Działalności PKD 10.05.Z
- <sup>2</sup> Łączna wartość podatków (m. in. akcyza, VAT, PIT, CIT, podatek od nieruchomości) i innych danin publicznych zapłaconych przez branżę piwowarską
- <sup>3</sup> Różnica w wysokości wolumenu produkcji i sprzedaży wynika ze znaczącej skali eksportu piwa z Polski na rynki innych krajów, istotnie większej niż skala importu piwa zagranicznego.
- <sup>4</sup> Klimek (2014), str. 118
- <sup>5</sup> Spożycie per capita w 2020 r. szacunek własny Deloitte na podstawie danych GUS
- <sup>6</sup> Szacunki Deloitte na podstawie danych IERiGŻ-PIB oraz Eurostat
- <sup>7</sup> W 2020 r. wydajność produkcji nieznacznie spadła, do ok. 4 tys. hektolitrów na 1 pracownika, w wyniku zmniejszenia skali produkcji spowodowanego pandemią.
- <sup>8</sup> KPMG (2014), str. 21
- <sup>9</sup> Klimek (2014), str. 118
- <sup>10</sup> 39,2 mln hektolitrów to wysokość produkcji piwa z wyłączeniem piwa bezalkoholowego i niskoalkoholowego. Całkowita wielkość produkcji w 2019 r. wyniosła 40,1 mln hektolitrów. Wartość wskazana w tabeli przyjęte została w celu porównania z innymi krajami.
- <sup>11</sup> Na podstawie <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/beer/reporter/pol>
- <sup>12</sup> Ograniczenia działalności gospodarczej, takie jak zamknięcia poszczególnych branż, limity osób, zakazy organizacji określonych rodzajów wydarzeń itp.
- <sup>13</sup> Łączna wartość podatków i innych danin publicznych opłaconych dzięki działalności branży uwzględnia zarówno podatki i opłaty zapłacone przez producentów piwa (ok. 5 mld 817 mln złotych), jak i podatki i opłaty pochodzące z innych branż, będących partnerami handlowymi browarów (dostawcy surowców, opakowań, usług biznesowych i inni kooperanci).







## **ZPPP – kim jesteś? Jak działamy? Jaka jest nasza rola na rynku?**

**Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie to organizacja branżowa skupiająca największych producentów piwa w Polsce. W jej skład wchodzi: Kompania Piwowarska, Grupa Żywiec i Carlsberg Polska.**

- ZPPP zajmuje się dbaniem o dobre imię branży piwowarskiej, reprezentuje członków wobec administracji rządowej, samorządowej, organizacji społecznych i innych.
- Jego rola obejmuje także prowadzenie działalności ukierunkowanej na kształtowanie **odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu**, poprzez propagowanie kultury piwnej oraz podejmowanie i wspieranie inicjatyw mających na celu **przeciwdziałanie nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu**, w szczególności spożywaniu alkoholu przez **kobiety w ciąży i nieletnich** oraz **prowadzeniu pojazdów pod wpływem alkoholu**.

### **Dobrowolne znaki odpowiedzialnościowe**

**„Nigdy nie jeżdżę po alkoholu”,  
„Alkohol. Tylko dla pełnoletnich”  
oraz „W ciąży nie piję alkoholu”**

Integralną częścią branżowej samoregulacji jest dobrowolne stosowanie tzw. znaków odpowiedzialnościowych na opakowaniach piwa, stronach www producentów, materiałach promocyjnych oraz w spotach reklamowych. Browary zrzeszone w Związku umieszczają je na swoich produktach od 2008 roku.





**Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce - Browary Polskie**

ul. Zamenhofska 5 lok. 5  
00-165 Warszawa

tel.: (22) 416 70 05  
e-mail: [biuro@browary-polskie.pl](mailto:biuro@browary-polskie.pl)

[www.browary-polskie.pl](http://www.browary-polskie.pl)