

Browary rzemieślnicze stanowią ok. 2 proc. rynku. Ich udział w ciągu kilku lat może wzrosnąć do 10 proc.

Piwowarstwo rzemieślnicze stanowi obecnie ok. 2 proc. rynku piwa. W ciągu dekady może jednak sięgnąć 10 proc. udziału w konsumpcji – przekonuje prezes Polskiego Stowarzyszenia Piwowarów Domowych. Kwotowo może to być znacznie większy udział. Takich browarów szybko przybywa, a często pierwszym krokiem do ich powstania jest warzenie piwa w domu.

– Piwowarzy domowi to kuźnia browarów rzemieślniczych. Prawie wszystkie browary rzemieślnicze wywodzą się z piwowarów domowych, czyli ludzi, którzy najpierw warzyli w domu i postanowili wybudować swój prawdziwy duży browar. Obecnie takie browary mają coraz większy udział w rynku – podkreśla w rozmowie z agencją Newseria Biznes Michał Jaskólski, prezes Polskiego Stowarzyszenia Piwowarów Domowych.

Z szacunków PSPD wynika, że piwo domowe w Polsce na własne potrzeby warzy od kilku do nawet kilkunastu tysięcy osób. Część zajmuje się już seryjnym warzeniem, a to – zdaniem Jaskólskiego – już cienka granica od warzenia kontraktowego, gdzie nie ma się własnych urządzeń, a wynajmuje się moce produkcyjne w zakładach piwowarskich.

Z raportu „Browary rzemieślnicze i kontraktowe. Nowy trend na rynku polskim. Perspektywy rozwoju” wynika, że łączny udział browarów rzemieślniczych i kontraktowych w rynku sprzedaży wynosi ok. 1,6 proc. Z kolei KPMG w raporcie na temat rynku alkoholi wskazuje, że segment browarów rzemieślniczych i lokalnych w 2013 roku miał 4,7 proc. udziału w rynku. Pięć lat wcześniej było to 3,1 proc.

– Takie inicjatywy rozwijają się bardzo dynamicznie i zdobywają rynek. Obecnie udział piwowarstwa rzemieślniczego w rynku jest raczej nieduży, może 2 proc. rynku, choć trudno to oszacować. Dążymy do uzyskania poziomu 10 proc. udziału w rynku ogólnym sprzedaży piwa, jak w Stanach Zjednoczonych – ocenia prezes PSPD.

Jak podkreśla Jaskólski, rocznie pojawia się nawet kilkadziesiąt browarów rzemieślniczych. Coraz większa świadomość Polaków sprawi, że osiągnięcie dużego wzrostu w najbliższych kilku latach jest możliwe do osiągnięcia.

– Warto zauważyć, że 10-proc. udział w konsumpcji może kwotowo zrównoważyć pozostałe 90 proc. produkcji. Koncerny wytwarzają znacznie tańsze piwo. Rzemieślnicy produkują piwo droższe i wyższej jakości. Dlatego kwotowy udział w rynku może wynieść 50–60 proc., natomiast hektolitry spożycia sięgną maksymalnie do 10 proc. – przekonuje ekspert.

W ubiegłym roku polskie browary sprzedały prawie 40 mln hektolitrów piwa. Średnio Polacy konsumują 98 litrów złocistego trunku rocznie.

– Poza koncernami piwowarskimi najlepiej sprzedają się piwa wykorzystujące amerykańskie chmiel. Wciąż jeszcze jest w Polsce zapotrzebowanie na piwa, które pachną cytrusowo, z wyraźną goryczką. Przebojem wchodzi też piwa kwaśne – mówi prezes PSPD.

Jeszcze niedawno kwaśne piwa były dla konsumentów egzotyką, teraz nie tylko ich próbują, ale przybywa też fanów nowych smaków. Dlatego w ciągu najbliższych dwóch lat kwaśnych piw może być na rynku coraz więcej.

– Przyjdzie również moment na piwa prawdziwie owocowe, czyli warzone z użyciem owoców, a nie soków zagęszczonych. Tego w Polsce jeszcze w tej chwili praktycznie nie mamy, oprócz pojedynczych przypadków, a rynek bardzo tego oczekuje. To widać doskonale po multitalach i imporcie takich piw – zaznacza Jaskólski.

Z analizy firmy Nielsen wynika, że najszybciej rozwijającą się kategorią są tzw. piwne specjalności, czyli radlery, piwa smakowe, pszeniczne, niepasteryzowane oraz niskoalkoholowe.