



Rewolucja

0,0%

na rynku piwowarskim



Rewolucja

0,0%

na rynku piwowarskim

SPIS TREŚCI

Wstęp: Rewolucja 0,0%, która wyznaczyła trendy na wiele lat	5
1. PIWO BEZALKOHOLOWE – CHARAKTERYSTYKA	6
1.1 Co to jest piwo bezalkoholowe?	6
1.2 Rewolucja w piwach bezalkoholowych	6
1.3 Jak się warzy piwo bezalkoholowe?	8
1.4. Co jest w piwie bezalkoholowym?	10
1.5. Fakty i mity	12
2. RYNEK PIW BEZALKOHOLOWYCH W POLSCE I EUROPIE	13
2.1 Charakterystyka i wielkość polskiego rynku piwa bezalkoholowego	13
2.2 Hiszpania i Niemcy	14
2.3 Piwa 0,0% odpowiedzią na najważniejszy trend: <i>better for you</i>	16
3. POLSCY KONSUMENCI PIWA 0,0%	18
3.1 Kto pije piwo bezalkoholowe?	18
3.2 Piwa bezalkoholowe – wybór z rozsądku i dla przyjemności	22
3.3 Piwa 0,0% dla świadomych, dorosłych konsumentów	25
4. WIZERUNEK PIWA BEZALKOHOLOWEGO	26
5. PRZYSZŁOŚĆ RYNKU PIWA	28
Źródła danych - przypisy	31



Rewolucja 0,0%

która wyznaczyła trendy na wiele lat

Niegdyś piwo bezalkoholowe w Polsce to było „piwo z oczkiem”. Pod koniec lat 90. większość Polaków rozpoznawała „piwo (oczko) bezalkoholowe”, tylko nie miała ochoty po nie sięgnąć. Konsumentów narzekali na kiepski smak ówczesnych piw bezalkoholowych, mało przypominający piwo. 30 lat po tym, jak Paweł Wilczak z ekranu telewizora puszczał oko do widzów opowiadając, jak goście jego klubu świetnie bawią się przy piwie bezalkoholowym, Polacy uznali, że piwo „0” doskonale sprawdza się podczas spotkań towarzyskich, imprez i wypoczynku.

W 2018 roku nastąpił pierwszy skokowy - ponad 80-procentowy - wzrost wolumenu i wartości segmentu piw bezalkoholowych w Polsce. Było to możliwe dzięki udoskonaleniu technologii warzenia piw 0,0%, która pozwoliła zachować smak i aromat tradycyjnego piwa. Konsumentów nie szukają bowiem w piwie „procentów”, ale właśnie smaku i orzeźwienia.

Od 5 lat kategoria piw bezalkoholowych w Polsce rośnie w dwucyfrowym tempie rok do roku. Jednocześnie spadki notują alkoholowe lagery, a szczególnie segment piw mocnych. Te dwa równoległe trendy, charakterystyczne dla nowoczesnych społeczeństw o prozdrowotnym stylu życia, powodują, że zmniejsza się średnia zawartość alkoholu w piwie i udział piwa w spożyciu alkoholu w Polsce. Warzeniem piwa bezalkoholowego zajmują się dzisiaj wszystkie rodzaje browarów – duże, regionalne i rzemieślnicze.

Na koniec 2021 roku wartość sprzedaży piw bezalkoholowych przekroczyła 1,17 mld zł, co stanowi 6,5 proc. rynku piwnego i czterokrotny wzrost w ciągu 5 lat. **Polska to 12 proc. unijnego rynku piw bezalkoholowych. Wraz z Niemcami, Hiszpanią i Holandią należy do grupy czterech państw, które razem produkują 74 proc. wolumenu piw bezalkoholowych w Unii Europejskiej.**

Rewolucja 0,0% to nie tylko polski fenomen. Odzwierciedla ona globalne trendy zmian zachowań konsumentów wobec wyboru produktów żywnościowych. Coraz więcej odbiorców wybiera zdrowsze produkty, lepiej współgrające z ich stylem życia. Szczególną rolę odgrywa pokolenie Zet, którego pierwsze roczniki usamodzielnili się i podejmują decyzje zakupowe. Zetki, jak żadne inne z dotychczasowych pokoleń, są zdeterminowane, by ograniczać spożycie produktów, które uznają za szkodliwe dla zdrowia lub planety, w tym ograniczać ilość wypijanego alkoholu¹.

Piwo 0,0% odpowiada na potrzeby współczesnych, wymagających konsumentów – dostarcza orzeźwienia i smaku bez alkoholu, którego nie chcą lub nie mogą pić. W ten sposób piwa bezalkoholowe realnie przyczyniają się do zmniejszenia ilości konsumowanego alkoholu. Stały się jednym z kluczowych kierunków rozwoju nowoczesnego sektora piwowarskiego.

1 Piwo bezalkoholowe

- charakterystyka

1.1 Co to jest piwo bezalkoholowe?

Definicja w polskim ustawodawstwie

Polskie prawo jasno definiuje, czym jest napój alkoholowy i zgodnie z art. 46 ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości: *napojem alkoholowym jest produkt przeznaczony do spożycia, zawierający alkohol etylowy pochodzenia rolniczego w stężeniu przekraczającym 0,5% objętościowych alkoholu.*

Dlatego **piwem bezalkoholowym nazywamy piwo, w którym zawartość alkoholu nie przekracza 0,5% całkowitej objętości. Obejmuje to zarówno piwa o minimalnej dawce alkoholu (0,01% - 0,5%), jak również te całkowicie pozbawione (0,0%).**

Piwo bezalkoholowe smakiem i zapachem przypomina tradycyjne piwo, ale różni się od niego minimalną zawartością alkoholu bądź jego całkowitym brakiem. Browary używają różnych nazw dla piw bezalkoholowych, np.: „zero”, „free”, „light” czy „low/non alcohol”. Szukając złotego trunku całkowicie pozbawionego „procentów”, powinniśmy szukać na etykiecie oznaczenia 0,0%.

1.2 Rewolucja w piwach bezalkoholowych

Transformacja kategorii od 0,5% do 0,0% alkoholu

Do roku 2016 kategoria piw bezalkoholowych praktycznie w Polsce nie istniała. Poszczególne browary miały w swojej ofercie pojedyncze produkty, zwykle nie 0,0%, ale zawierające do 0,5% alkoholu. Jednym z najstarszych piw tej kategorii jest powszechnie znana marka Karmi, której pierwszą warkę uwarzono w Browarze Okocim w 1993 roku.

Pierwsze bezalkoholowe piwa rzemieślnicze weszły na rynek w 2016 roku, ale to rok 2017 symbolizuje początek rozkwitu piw bezalkoholowych. Wartość ich sprzedaży osiągnęła wówczas 287 mln złotych, co przełożyło się na blisko 2 proc. udziału w rynku piwa (wartościowo)². W segmencie dominowały jednak piwa o zawartości alkoholu do 0,5% (77 proc.), zaś piwa 0,0% stanowiły tylko 23 proc.³.

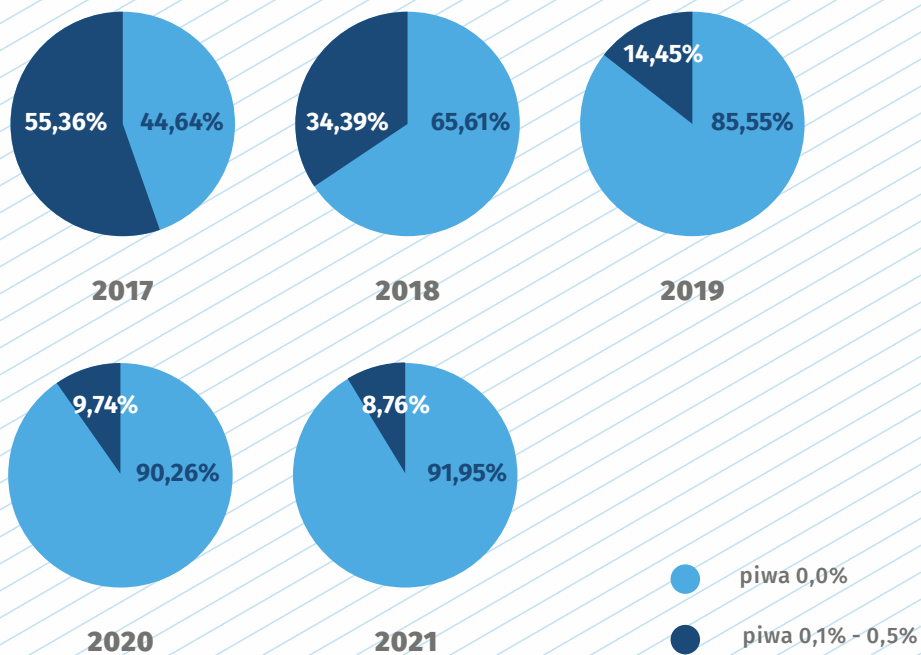
Rok później zaczęła się prawdziwa rewolucja 0,0%. W 2018 roku kategoria wzrosła o 85 proc. wolumenowo i prawie podwoiła swoją wartość. Na rynku pojawiło się aż 30 nowych piw bezalkoholowych, przy czym ponad 46 proc. segmentu stanowiły piwa 0,0%⁴.

Po raz pierwszy wprowadzono różne style piwne w wersji bezalkoholowej. O ile wcześniej dominowały w segmencie lagery i radlery, w 2018 oferta browarów poszerzyła się o bezalkoholowe IPA, India Pale Ale, American Pale Ale, Sour Ale, Witbier i inne.

Obecnie kategoria piw bezalkoholowych to w ponad 90 proc. piwa 0,0%, a wielkość segmentu wzrosła ponad 3,5-krotnie, osiągając wartość 4 razy większą niż w 2017 roku (1,17 mld złotych w 2021 roku).

Segment piw bezalkoholowych w ciągu ostatnich 5 lat rozwijał się dzięki piwu 0,0%. W 2017 roku „zerówki” stanowiły mniej niż połowę wolumenu kategorii, a od dwóch lat to ponad 90 proc. tego segmentu.

Zmiana struktury segmentu piw bezalkoholowych (wolumen) 2017 - 2021



1.3 Jak się warzy piwo bezalkoholowe? Metody wytwarzania i postęp technologiczny

Piwo bezalkoholowe powstaje z tych samych składników, co piwo z alkoholem – srodu, chmielu, drożdży i wody. Proces jego warzenia jest prawie identyczny, jak piwa zawierającego alkohol. Różni się tylko na jednym etapie, w zależności od zastosowanej technologii. W każdej z metod produkcji piwa bezalkoholowego chodzi o to, żeby nie dopuścić do wytworzenia alkoholu w piwie albo go z piwa usunąć. Są trzy najbardziej popularne metody wytwarzania piwa bezalkoholowego – pierwsze dwie to metody biologiczne, trzecia – metoda fizyczna, którą można zastosować na dwa sposoby.



1

Stodowanie

Zboże używane do produkcji piwa – zwykle jęczmień lub pszenica, musi najpierw zostać poddane stodowaniu.

Kiełkowanie ziaren zostaje zatrzymane poprzez suszenie, a powstały w ten sposób sód przesiewa się i mieli. Zmielony sód trafia do zacierania.

Poddany wysokim temperaturom wytwarza cukry potrzebne do fermentacji, czyli tzw. ekstrakt.



2

Filtrowanie

Gotowy zacier srodowy jest następnie filtrowany, a w efekcie tego procesu powstaje tzw. brzezka.



3

Warzenie

Brzezka trafia teraz do kotłów warzelnych, gdzie jest gotowana przez przynajmniej kilkadziesiąt minut z dodatkiem chmielu.

Chmiel na tym etapie dodaje przysztemu piwu goryczki. Po uwarzeniu piwo będzie wystudzone i doprawione drożdżami.

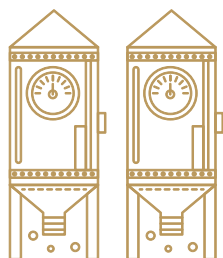


4

Fermentacja

Przez następne kilkanaście dni piwo fermentuje pod wpływem drożdży, które „nasycają” je alkoholem. Teraz tworzy się też charakterystyczny smak i zapach piwa.

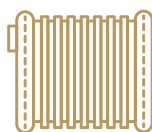
PIWO BEZALKOHOLOWE
fermentacja
przerywana
lub
ograniczenie
fermentacji



5

Dojrzewanie

Gotowe piwo musi jeszcze trochę odczekać: przez ok. tydzień leżakuje i dojrzewa smakowo w specjalnym tanku, w temperaturze bliskiej zeru.



6

Filtracja

To już prawie finał – aby piwo było klarowne, należy je jeszcze dobrze przefiltrować i oczyścić z drożdży.



7

Rozlew

Przefiltrowane piwo można już rozlać do butelek, puszek, kegów i wypuścić w świat, gdzie czekają na nie rzesze wiernych wielbicieli.



8

Uwarzenie dobrego piwa bezalkoholowego wymaga dużej wiedzy i doświadczenia piwowara. Niezależnie od wybranej metody „pozbywania się alkoholu”, potrzebna jest odpowiednia znajomość sztuki piwowarstwa, aby w całym procesie produkcji trunku 0,0% zachować charakterystyczne aromaty i smak piwa.

PIWO BEZALKOHOLOWE
dealkoholizacja

Najbardziej popularne metody wytwarzania piwa bezalkoholowego to:

1. Fermentacja przerywana – proces warzenia odbywa się tak, jak w przypadku tradycyjnego piwa, ale fermentacja zostaje przerwana, gdy tylko drożdże zaczną wytwarzać alkohol. Przerwanie pracy drożdży odbywa się np. poprzez usunięcie drożdży z brzezki piwnej czy też silne ich schłodzenie, aby przestały przetwarzać cukier na alkohol.

2. Ograniczenie fermentacji – z wykorzystaniem szczepów drożdży piwowskich, które nie przerabiają cukru na alkohol, ale pozwalają zachować smak i aromat piwa.

3. Dealkoholizacja – alkohol z piwa jest usuwany pod koniec warzenia na dwa możliwe sposoby: poprzez odparowanie w niskiej temperaturze (destylacja próżniowa) lub filtrację przez specjalną membranę (odwrócona osmoza).

Wyróżniamy dwa główne podejścia do uzyskania piw bezalkoholowych: z jednej strony - modyfikacja technologii produkcji, np. zmiana profilu zacierania czy zmiany parametrów procesu fermentacji (niskie stężenie ekstraktu brzezki, profil temperaturowy czy dobór odpowiednich drożdży), z drugiej strony - usunięcie etanolu z piwa wytworzonego w sposób standardowy, dzięki wykorzystaniu odparowania czy technik membranowych.

Dynamiczny wzrost rynku piw nisko- i bezalkoholowych na świecie w ostatnich latach w znacznej mierze przyczynił się do intensyfikacji prac badawczo-rozwojowych i udoskonalenia stosowanych metod. Wykorzystanie drożdży niefermentujących maltozy, optymalizacja procesu usuwania alkoholu z piwa, wykorzystanie potencjału chmieli aromatycznych i wiele innych rozwiązań powodują, że obecnie jakość sensoryczna piw bezalkoholowych znajduje coraz większe uznanie wśród konsumentów.



dr hab. inż. Aleksander Poreda
prof. URK
Krakowska Szkoła Browarnicza

1.4 Co jest w piwie bezalkoholowym?

Skład i wartości odżywcze

W piwach bezalkoholowych wykorzystuje się różne odmiany słodu, chmielu i olejków chmielowych, dzięki czemu tworzy się napoje o bogatych aromatach, jak karmel, biszkopt czy też pachnące cytrusami lub kwiatami. Z kolei wśród najczęściej występujących dodatków w bezalkoholowych piwach smakowych np. typu radler znajdziemy soki i pulpy owocowe oraz liście herbaty.

Piwo bezalkoholowe ma mniej kalorii niż piwo z alkoholem, ponieważ nie zawiera alkoholu, a to właśnie on jest głównym „źródłem” kalorii. Szczegółowy skład, wartość odżywcza i energetyczna znajdują się na etykiecie każdego piwa oraz na stronach producentów.

Przykładowe wartości odżywcze dla piwa 0,0%

	BEZALKOHOLOWY LAGER	BEZALKOHOLOWY RADLER
rodzaj piwa	lager	radler cytrynowy
zawartość alkoholu	0,0%	0,0%
wartość energetyczna w 100 ml	82 kJ / 19 kcal	106 kJ / 26 kcal
wartość odżywcza w 100 ml	tłuszcz – 0 g w tym tłuszcze nasycone – 0 g węglowodany – 4,5 g w tym cukry – 2,2 g białko – 0,3 g sól < 0,01 g	tłuszcz – 0 g w tym tłuszcze nasycone – 0 g węglowodany – 6,4 g w tym cukry – 4,5 g białko – 0 g sól – 0 g

Warto też podkreślić, że **piwo bezalkoholowe**, podobnie jak i piwo zawierające alkohol, **jest źródłem witamin z grupy B, mikroelementów, jak wapń, potas i fosfor oraz polifenoli.**

Te ostatnie nauka określa jako jedne z najważniejszych w diecie przeciwutleniaczy, które zwalczają wolne rodniki. Niska kaloryczność, zawartość składników mineralnych i witamin, czynią z piwa bezalkoholowego napój o walorach izotonicznych, który doskonale nawadnia. Jest więc dobrą alternatywą dla osób aktywnych, uprawiających sporty i będących na diecie.





dr Patrycja Kupnicka
Pomorski Uniwersytet
Medyczny

Właściwości izotoniczne piwa bezalkoholowego wynikają z obecności w nim jonów soli nieorganicznych, m.in. sodu czy potasu, a także odpowiedniej ilości węglowodanów. Nadają one piwu odpowiednią osmolalność¹, dzięki czemu jego spożycie pomaga utrzymać równowagę wodno-elektrolitową.

Zawarte w piwie makroelementy takie, jak magnez, potas czy fosfor oraz witaminy z grupy B regulują przewodnictwo nerwowo-mięśniowe, uczestniczą w produkcji energii, przyczyniając się do zachowania homeostazy. Krzem wraz z innymi składowymi piwa wykazują działanie neuroprotektyjne, a mikroelementy takie, jak mangan będący kofaktorem² wielu enzymów, bierze udział między innymi w metabolizmie węglowodanów, obronie antyoksydacyjnej oraz jest niezbędny do prawidłowego rozwoju i funkcjonowania układu nerwowego.

Polifenole zawarte w piwie mają silny potencjał antyoksydacyjny, dzięki czemu zmiatają wolne rodniki i obniżają poziom stresu oksydacyjnego, zabezpieczając nasze komórki przed uszkodzeniem. Na szczególne uznanie zasługują tutaj kwas ferulowy³ i kwas kumarowy⁴, które wykazują silne działanie neuroprotektyjne. Pochodzące z chmielu izohumulony⁵, mogą korzystnie wpływać na gospodarkę lipidową oraz węglowodanową organizmu, natomiast obecność ksantohumolu⁶ i myrcenolu⁷ w piwie bezalkoholowym, sprawia, że jego regularne spożycie przyczynia się do poprawy jakości i długości snu, obniżenia poziomu stresu i poprawy komfortu psychicznego. Polifenole zawarte w piwie mają także działanie kardioprotektyjne, zwiększając ilość krążących progenitorowych komórek śródbłonna, których obniżenie jest ryzykiem rozwoju chorób układu sercowo-naczyniowego.

SŁOWNICZEK POJĘĆ

1. osmolalność - liczba moli substancji osmotycznie czynnych osmotycznie rozpuszczonych w jednym kilogramie rozpuszczalnika
2. kofaktor - niebiałkowa składowa enzymu niezbędna do jego katalitycznej aktywności
3. kwas ferulowy - związek fenolowy, pochodna kwasu cynamonowego
4. kwas kumarowy - związek fenolowy, pochodna kwasu cynamonowego
5. izohumulony - izo-alfa-kwasy nadające piwu gorzki smak
6. ksantohumol - flawonoid, chalkon nadający piwu gorzki smak
7. myrcenol - terpenoid obecny w chmielu



1.5 Fakty i mity

Czyli co się niektórym wydaje na temat piw bezalkoholowych

Mit: *Piwem 0,0% można się upić.*

Fakt: Nie można, bo piwo 0,0% nie zawiera alkoholu. Ze względu na brak alkoholu piwo 0,0% mogą pić osoby, które z jakichś przyczyn nie chcą lub nie mogą sięgać po napoje z alkoholem.

Mit: *Piwo 0,0% powoduje odwodnienie*

Fakt: Piwo 0,0% dostarcza do organizmu wodę, mikroelementy oraz elektrolity, nie wykazuje przy tym właściwości diuretycznych (ze względu na brak alkoholu), dlatego może służyć jako napój nawadniający – np. po wyczerpującym biegu.

Mit: *Piwo bezalkoholowe nie jest odpowiednie dla osób uprawiających sport.*

Fakt: Wręcz przeciwnie – z uwagi na niską kaloryczność oraz zawarte w piwie składniki mineralne i witaminy, piwo 0,0% ma właściwości izotoniczne i może pomóc w nawodnieniu organizmu po treningu.

Mit:

Piwo bezalkoholowe, które zawiera do 0,5% alkoholu, to taki sam napój alkoholowy, jak „zwykłe” piwo.

Fakt:

Branża piwowarska zdecydowanie postawiła na piwo 0,0%. Nie ma tu mowy o alkoholu! Rzeczywiście według polskiego ustawodawstwa piwo bezalkoholowe to nie tylko piwo 0,0%, ale też i piwo, które zawiera od 0,1% do 0,5% alkoholu. Jednak zawsze jest to ilość minimalna. Podobną, a nawet czasem większą zawartość alkoholu mają produkty, które spożywamy na co dzień: kiszonki, przetwory z octem, kefir czy niektóre rodzaje chleba na zakwasie. W słodyczach typu trufle, praliny, kremy etc. alkohol jest dodawany jako składnik smakowy.

Rodzaj produktu	Zawartość alkoholu na 100 ml lub 100 g
Kefir	0,5%
Kiszonki (ogórki, kapusta i inne)	kapusta 0,5%
Ocet	od 0,2% do 1,5%
Chleb żytni	0,3%
Sok jabłkowy	0,2%
Sok winogronowy	0,4%
Dojrzałe banany	0,6%
Słodycze	od 0,2% do 0,5%

Mit: *Piwo bezalkoholowe jest tak samo kaloryczne, jak tradycyjne piwo.*

Fakt: Piwa bezalkoholowe co do zasady dostarczają najmniej kalorii ze wszystkich piw. Nie zawierają alkoholu, którego każdy gram to 7 kcal. 100 ml lagera 0,0% zawiera ok. 20 kcal, a jego alkoholowy odpowiednik ok. 40 kcal. Bezalkoholowe piwa smakowe mają nieco więcej kalorii niż lager 0,0% z uwagi na dodatki smakowe – ok. 26 kcal w 100 ml.

Mit: *Piwo bezalkoholowe nie ma smaku.*

Fakt: Szeroki wybór piw bezalkoholowych odzwierciedla urozmaicone style o charakterystycznych dla nich smakach i aromatach. Różnorodność piw bezalkoholowych dorównuje piwom alkoholowym. Browarnicy udoskonaliли metody warzenia piwa bezalkoholowego, dzięki czemu oferowane na rynku produkty w wersji 0,0% zachowują unikalny dla piwa smak.

2 Rynek piw bezalkoholowych w Polsce i Europie

2.1 Charakterystyka i wielkość polskiego rynku piwa bezalkoholowego

Jak w ciągu 5 lat Polska stała się czwartym, największym producentem w UE

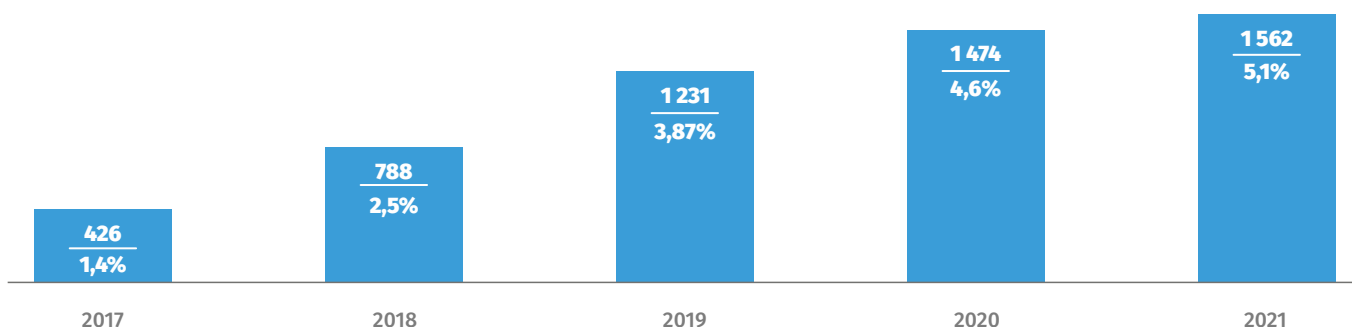
Według danych Eurostatu za 2020 rok, w krajach Unii Europejskiej wyprodukowano 1,4 mld litrów piwa bezalkoholowego. Największy udział w unijnym rynku piw bezalkoholowych mają Niemcy (30,5 proc.), Hiszpania (16,8 proc.), Holandia (14,4 proc.) i Polska (12 proc.). Razem te cztery kraje warzą blisko 74 proc. całego wolumenu piw bezalkoholowych w UE.

Wysoka pozycja Polski w tym zestawieniu to efekt rozwoju segmentu piw bezalkoholowych w ostatnich pięciu latach. W 2018 nastąpił dynamiczny wzrost kategorii zarówno pod względem wolumenu (o 85 proc.), jak i wartości (o 80 proc.)⁵. **To głównie zastęga piw 0,0% - ich udział w segmencie zwiększył się wówczas do ponad 66 proc.**

W kolejnych latach piwa zero wypierały stopniowo piwa o zawartości alkoholu do 0,5%, osiągając w 2021 roku dominującą pozycję w segmencie. **Dzisiaj 9 na 10 sprzedawanych piw bezalkoholowych to piwa z zerową zawartością alkoholu.**

Wzrost wolumenu piw bezalkoholowych [w 1000 hl] w latach 2017 - 2021 oraz udział piw bezalkoholowych w całym rynku piwa (ilościowo)

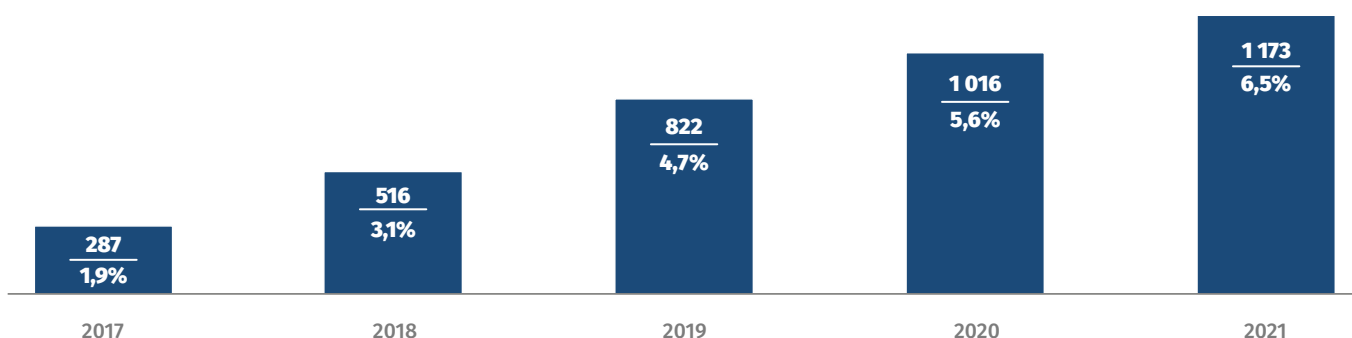
Źródło danych: NielsenIQ



Pod względem wartości, segment piw bezalkoholowych rośnie co roku w tempie dwucyfrowym i już w 2020 r. przekroczył barierę 1 miliarda złotych. Rok później osiągnął wartość 1,17 mld zł – większą niż cały rynek płatków śniadaniowych czy rynek gumy do żucia. Jeżeli tempo wzrostu będzie utrzymane, to w perspektywie roku piwa bezalkoholowe będą większą kategorią na rynku spożywczym niż herbata.

Wzrost wartościowy kategorii piw bezalkoholowych [w mln pln] w latach 2017 - 2021 oraz udział piw bezalkoholowych w całym rynku piwa (wartościowo)

Źródło danych: NielsenIQ



Kategoria piw bezalkoholowych w Polsce dzieli się na trzy segmenty: lager, piwa smakowe (głównie radlery/shandy) oraz piwne specjalności. Najpopularniejszą wśród konsumentów kategorią piw zero są zdecydowanie piwa smakowe i to one w największym stopniu stymulują wzrost tego segmentu.



Marcin Cyganiak
dyrektor komercyjny,
NielsenIQ

W ostatnich latach widzimy spadek największego segmentu w piwie, jakim jest alkoholowy lager. To popularne „jasne, pełne”, stanowiące 80 proc. rynku piwa, przyczynia się do spadku całej kategorii piwa. Wśród alkoholowych lagerów najbardziej tracą piwa mocne, zmniejszając udział wolumenowy o kilka procent z roku na rok.

Pozytywną dynamikę wykazują za to piwa smakowe i specjalności z półki premium (w 2021 roku zanotowały wzrost o ponad 20 proc.) oraz właśnie piwa bezalkoholowe. W przypadku tych ostatnich tempo rozwoju jest bezprecedensowe. Co prawda wzrost wartości sprzedaży w 2021 roku nie był już tak intensywny jak we wcześniejszych kilku latach, ale trzeba przyznać, że zwiększenie udziału w rynku r/r o 157 mln zł jest niebagatelne. Kwotę tę możemy porównać do całkowitej wartości sprzedaży tak solidnie ugruntowanych w polskich gospodarstwach produktów jak musztardy czy krakersy (ok. 200 mln zł). Dodać należy, że całkowita wartość sprzedaży piw bezalkoholowych przekracza już 1 mld zł.

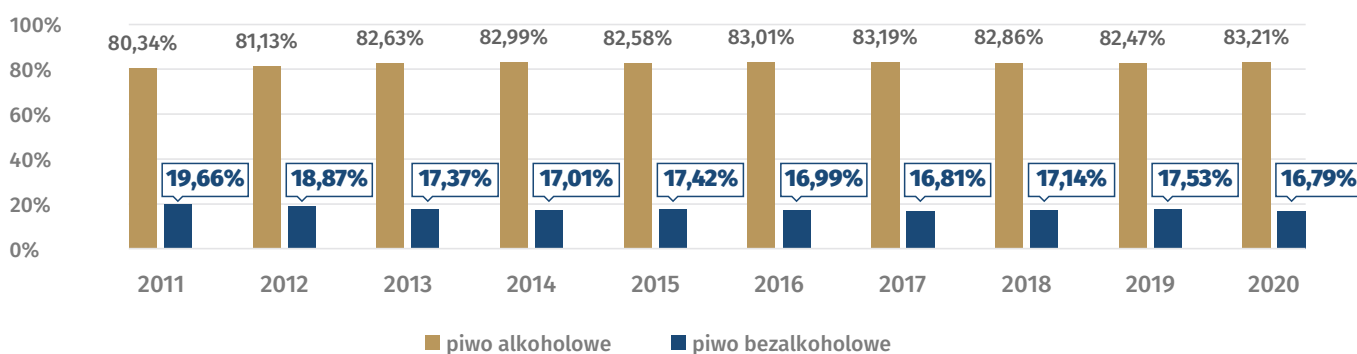
Jest to więc odrębna kategoria rynkowa z własnymi, dynamicznie rozwijającymi się segmentami, jak bezalkoholowe lagery, specjalności i piwa smakowe 0,0%, która przyczynia się – i to długofalowo – do budowania wartości całego rynku piwa.

2.2 Hiszpania i Niemcy

Piwo 0,0% warzą od ponad 40 lat

W Hiszpanii, segment piw bezalkoholowych rozwija się od wielu lat, a w 2020 roku osiągnął wartość 247,92 mln euro (1,19 mld zł)⁶. Hiszpanie wypijają najwięcej piwa bezalkoholowego spośród wszystkich nacji europejskich. Pierwsze produkty 0,0% pojawiły się na tamtejszym rynku już 46 lat temu – były to piwa Cruzcampo Sin oraz Ambar Sin⁷. Od ponad dekady wolumenowy udział kategorii piw bezalkoholowych utrzymuje się na poziomie 17-19 proc.⁸. **Co szóste piwo wypijane w Hiszpanii to piwo bezalkoholowe.**

Hiszpania: Udziały piw bezalkoholowych w rynku piwa (wolumen) 2011 - 2020



Źródło danych: Statista dla Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Światowym liderem w produkcji piw z zerową zawartością alkoholu są **Niemcy, gdzie warzy się ponad 30 proc. piwa bezalkoholowego w UE**. I chociaż pierwsze piwa bezalkoholowe pojawiły się tam ponad 50 lat temu, ich sprzedaż rosła powoli. Dopiero w 2008 roku zanotowano skokowy wzrost zainteresowania konsumentów piwami 0,0% i ten trend trwa do dzisiaj. Produkcja piw bezalkoholowych osiągnęła **6,8 mln hektolitrow w 2021 roku, stanowią one 8 proc. całego rynku piwnego w Niemczech**⁹. Prognozy analityków wskazują, że już wkrótce co 10. piwo warzone w Niemczech nie będzie zawierać alkoholu. Obecnie niemieccy konsumenci mają do wyboru ok. 800 różnych marek piwa bezalkoholowego (10 proc. marek na rynku). Badanie przeprowadzone przez Niemieckie Stowarzyszenie Browarników (Deutscher Brauer-Bund) wykazało, że Niemcy w piwie bezalkoholowym cenią sobie dobry smak, niską kaloryczność i naturalne składniki. Piwo 0,0% cieszy się szczególnym zainteresowaniem osób uprawiających sport, w tym zawodowych sportowców – cenią jego właściwości izotoniczne, naturalne składniki i niską kaloryczność. Oprócz klasycznych stylów piwa bezalkoholowego, takich jak Pilsner, piwo pszeniczne czy shandy, w Niemczech warzy się coraz więcej bezalkoholowych, regionalnych specjałów, takich jak Kölsch i Alt oraz popularne warianty rzemieślnicze.



Pierre-Olivier Bergeron
Sekretarz Generalny,
The Brewers of Europe



The Brewers of Europe

Od kilku lat obserwujemy dynamiczny rozwój segmentu piw bezalkoholowych na wszystkich rynkach europejskich, zarówno pod względem wzrostu wolumenu, jak i coraz bogatszego wyboru stylów i marek w ofercie. Browarnicy odpowiadają w ten sposób na zmieniające się potrzeby konsumentów, a trend ten należy oceniać pozytywnie, ponieważ wspiera odpowiedzialną konsumpcję i przyczynia się do zmniejszenia ilości wypijanego alkoholu. Możemy bezpiecznie przewidywać, że popularność piw bezalkoholowych będzie nadal rosła, a wiele krajów będzie podążać śladami Hiszpanii, gdzie rok do roku piwa bezalkoholowe stanowią ponad 15 proc. ogółu piwa spożywanego przez Hiszpanów i są dostępne w wielu barach, bezpośrednio z nalewaków. Wierzę, że Polska, ze swoim innowacyjnym piwnym rynkiem i zorientowanymi na zdrowy styl życia konsumentami, będzie jednym z nowych liderów „bezalkoholowej piwnej rewolucji”.



2.3 Piwa 0,0% odpowiedzią na najważniejszy trend: *better for you* Ograniczamy spożycie alkoholu i zmniejszamy ilość kalorii

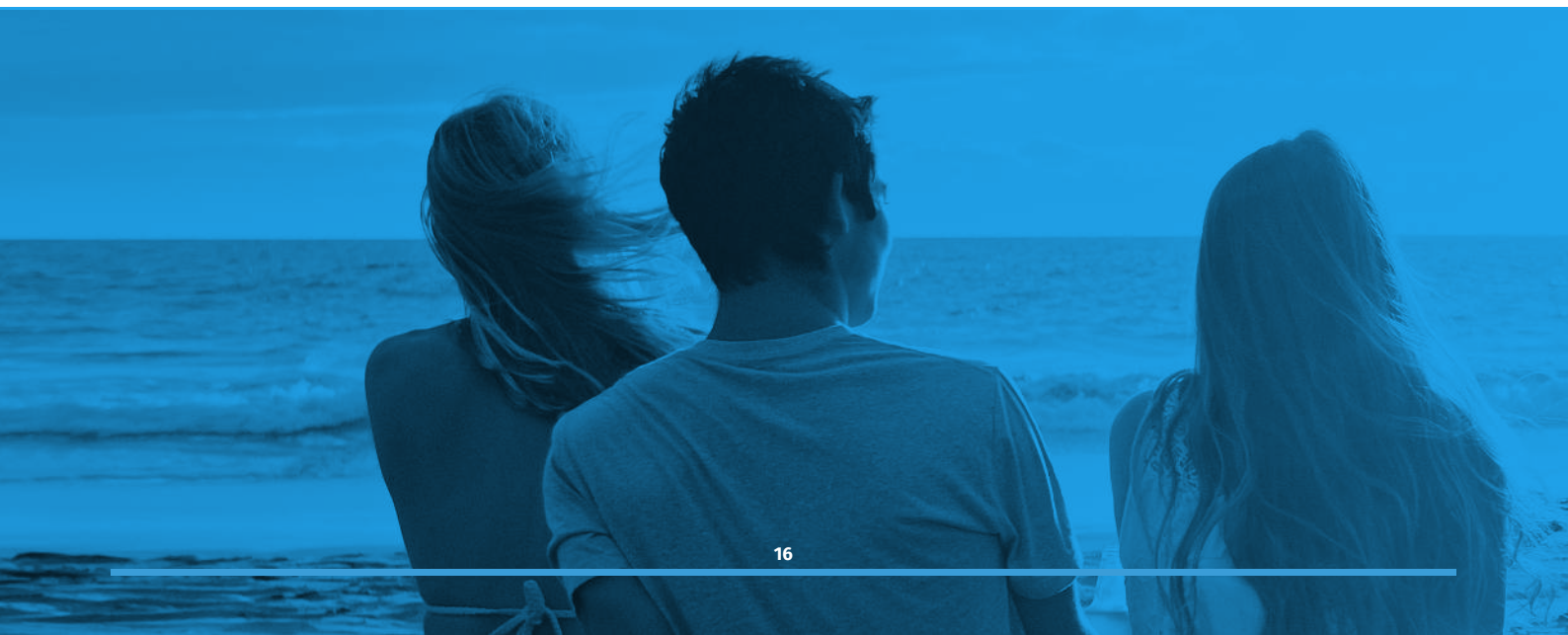
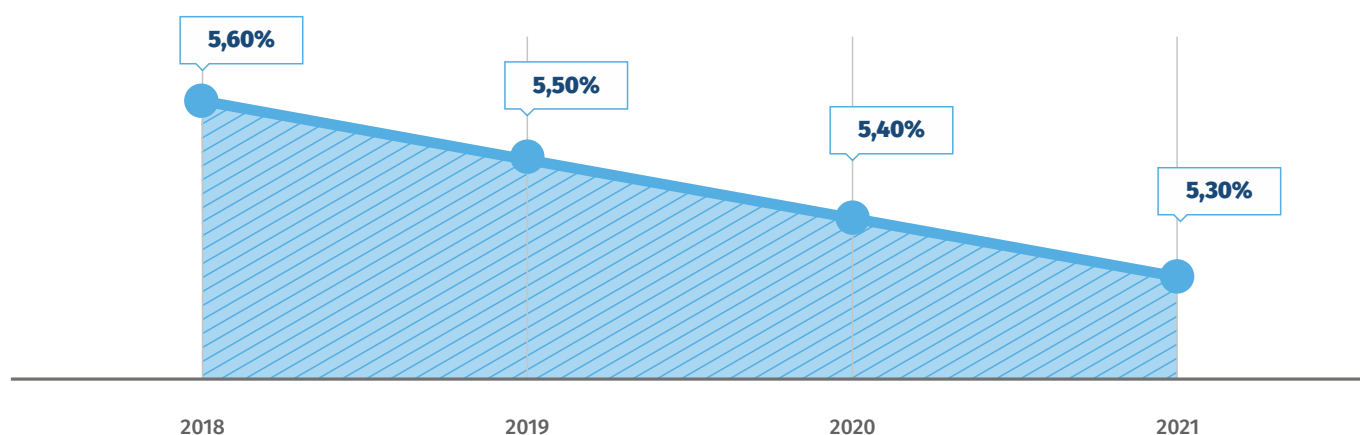
Imponujący rozwój kategorii piw bezalkoholowych jest bezpośrednią odpowiedzią na jeden z dominujących na globalnym rynku żywności trendów konsumenckich: **poszukiwania produktów BFY (ang. Better For You – Lepsze dla Ciebie)**. Chcemy jeść zdrowo, bo wierzymy, że dobre pożywienie jest podstawą zdrowego życia. W 2021 roku prawie trzy czwarte zapytanych przez IPSOS polskich konsumentów stwierdziło, że jedzenie ma duży, bardzo duży albo nawet decydujący wpływ na ich zdrowie. W 2008 roku podobnego zdania była tylko jedna trzecia badanych.

W przypadku napojów, w tym alkoholowych, produkty BFY to takie, dzięki którym można przede wszystkim ograniczyć spożycie alkoholu oraz zmniejszyć ilość kalorii. Piwa 0,0% idealnie wpisują się w trend BFY i *de facto* są największą kategorią spośród napojów alkoholowych, która w tak szerokim stopniu zaspokaja potrzeby konsumentów na produkty, które nie mają alkoholu, są niskokaloryczne i do tego smakują jak piwo. Analitycy światowego rynku napojów alkoholowych (Mintel, IWSR) prognozują, że **piwa 0,0% będą najważniejszym czynnikiem rozwoju kategorii piwa przez następne lata**.

W Polsce, poza dużym wzrostem segmentu piw 0,0%, od kilku lat obserwujemy równoległe spadki konsumpcji piwa alkoholowego, głównie lagera. Najszybciej malejącym segmentem rynku są piwa mocne. Jest to trend konsumencki, ale także świadoma polityka wiodących piwowarów. To wszystko powoduje, że **rok do roku zmniejsza się średnia zawartość alkoholu w piwie i udział piwa w strukturze spożycia alkoholu w Polsce**.

Średnia zawartość alkoholu w piwie 2018-2021

Źródło danych: NielsenIQ





prof. dr hab. Andrzej M. Fal
Lekarz, ekonomista,
specjalista chorób
wewnętrznych, alergologii
i zdrowia publicznego.
Prezes Zarządu
Polskiego Towarzystwa
Zdrowia Publicznego.

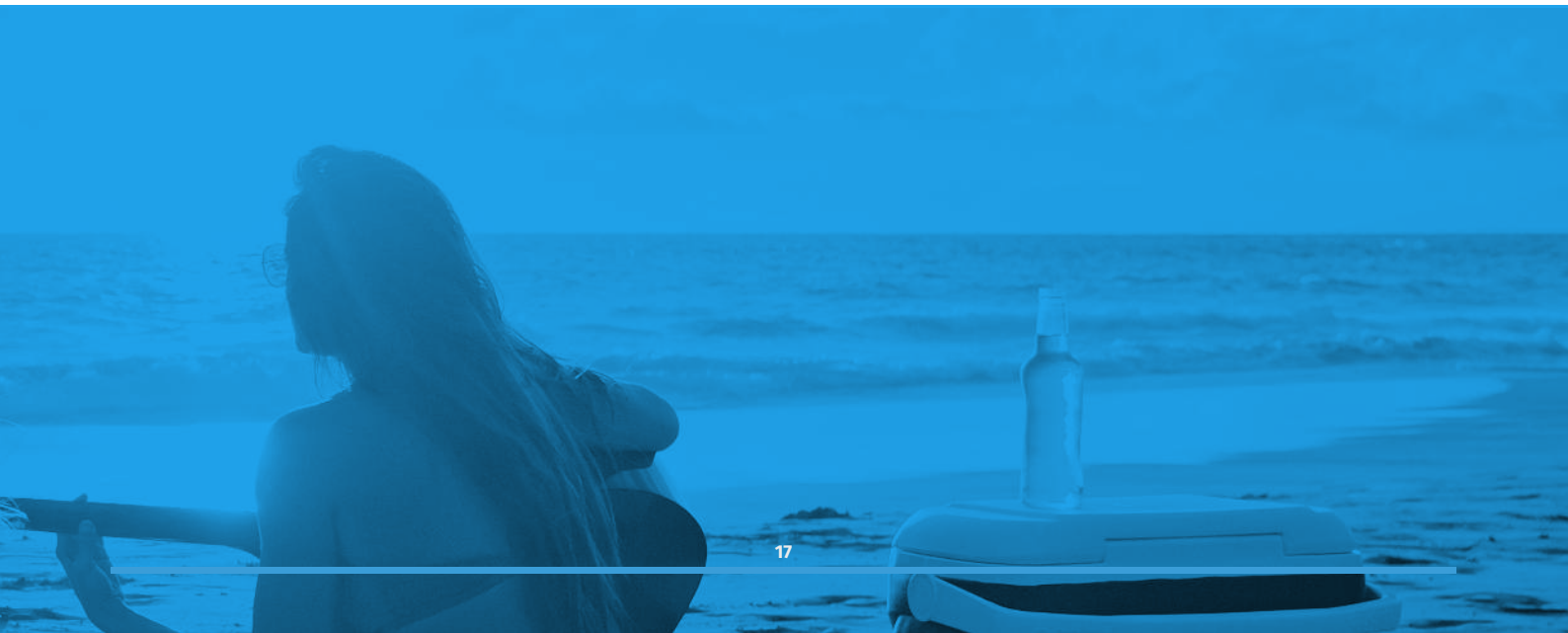
Czy Szekspir powiedziałby „wiele hałasu o nic...”?

Piwo bezalkoholowe, mając już ponad 40-letnią historię, od kilku lat jest coraz bardziej istotnym ilościowo, odsetkowo i już także kulturowo napojem na wszystkich rynkach europejskich. Jest to wynikiem rozwoju niezbędnych technologii, ale także istotnej ewolucji stylu życia i stylu zabawy.

W początkowym okresie dominowały piwa „niskoalkoholowe”, to znaczy spełniające kryterium ustawowe, ale zawierające ok. 0,5% alkoholu. Czyli jednak... Obecnie w tej grupie dominują piwa 0,0%, czyli całkowicie bezalkoholowe. Co to znaczy? Między innymi jest to dobry sygnał świadomości społecznej – piwa chcemy napić się dla jego smaku, a nie działania alkoholu. Piwo – na ziemiach polskich napój o tradycjach dłuższych niż wódka – pozostanie bez elementu alkoholowego, który jest w każdej ilości zagrożeniem bezpieczeństwa w krótkim horyzoncie czasowym i zagrożeniem zdrowia w horyzoncie długim. Prawdopodobnie dla wielu pijących piwo 0,0% istotna jest również jego niska kaloryczność. Tak jeden z historycznych wręcz atrybutów – brzuch piwosza – może odejść w zapomnienie. Z punktu widzenia zdrowia publicznego, szczególnie rozwoju nieinfekcyjnych chorób przewlekłych (ang. NCD – noncommunicable diseases), zmniejszenie spożycia alkoholu i uniknięcie otyłości to są bardzo dobre wiadomości.

Powszechna akceptacja piwa 0,0% i jego szybszy rozwój niż sektora piwa tradycyjnego jest zmianą na wiele lat, kolejnym krokiem po spadku spożycia w Polsce napojów o wysokiej zawartości alkoholu na rzecz napojów niskoalkoholowych: piwa, wina, cydru.

Warto więc wokół tego zrobić „trochę hałasu”.
Na zdrowie!



3 Polscy konsumenci piwa 0,0%

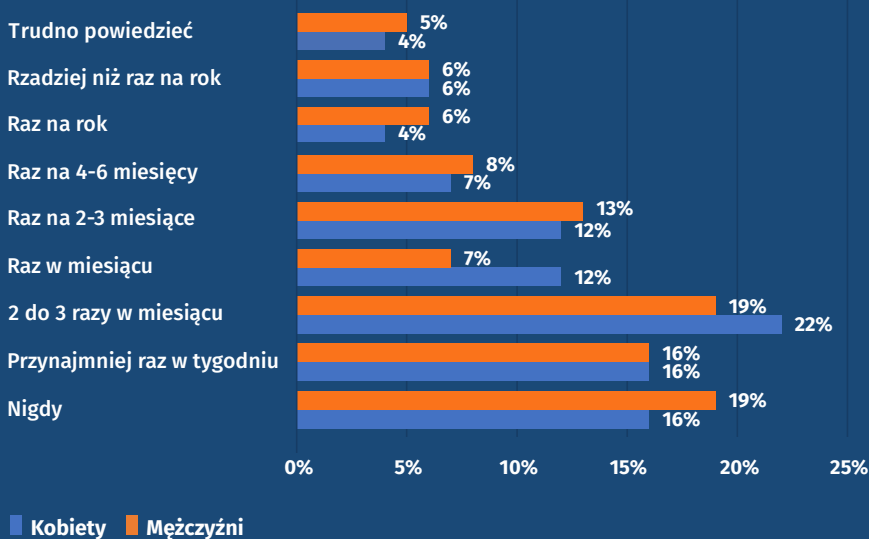
3.1 Kto pije piwo bezalkoholowe?

Profil konsumenta i modele konsumpcji piw 0,0%

Blisko połowa Polaków sięga po piwo 0,0% co najmniej raz w miesiącu

Z badań zrealizowanych w lipcu 2022 roku przez IQS¹⁰ dla Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce wynika, że 78 proc. konsumentów w wieku 18-64 lata z różną częstotliwością sięga po piwa bezalkoholowe. 46 proc. pije piwa 0,0% co najmniej raz na miesiąc, a 16 proc. co najmniej raz na tydzień. Kobiety chętniej sięgają po „zerówki” niż panowie – połowa z nich pije piwa 0,0% co najmniej raz w miesiącu (vs. 42 proc. mężczyźni). Kobiety deklarują również, w przeciwieństwie do mężczyzn, że częściej wybierają piwo bezalkoholowe niż alkoholowe.

Jak często pijesz piwo bezalkoholowe? (kobiety vs. mężczyźni)

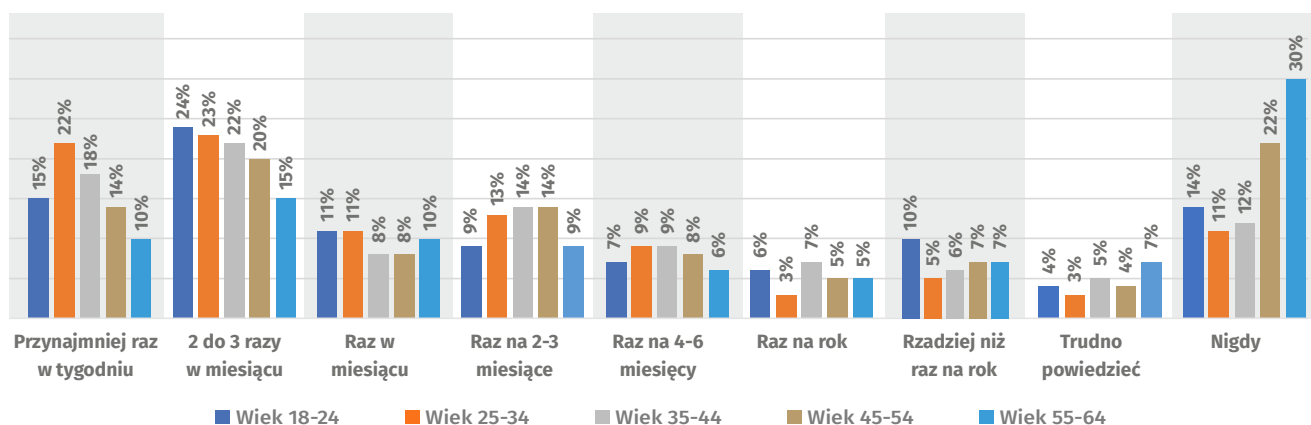


Źródło danych: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022



Różnice w częstotliwości spożycia piw bezalkoholowych widoczne są także w poszczególnych grupach wiekowych – piwa zero cieszą się największą popularnością wśród konsumentów między 18. a 44. rokiem życia. Co najmniej raz w miesiącu sięga po nie 50 proc. osób w wieku 18-24 lata, 56 proc. w wieku 25-34 lata i 48 proc. konsumentów w wieku 35-44 lata.

Jak często pijesz piwo bezalkoholowe? (grupy wiekowe)

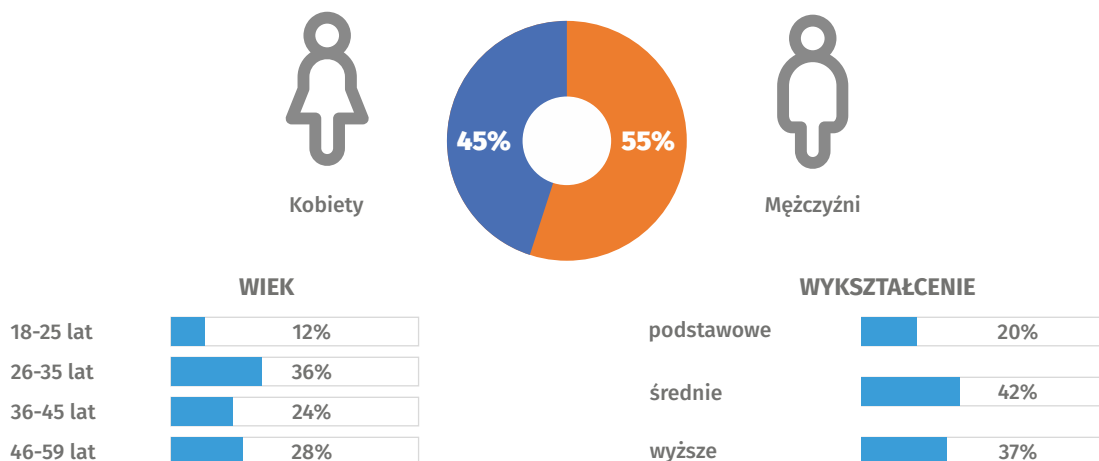


Źródło danych: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022

Panowie: lager 0,0%, panie: bezalkoholowe piwa z sokiem

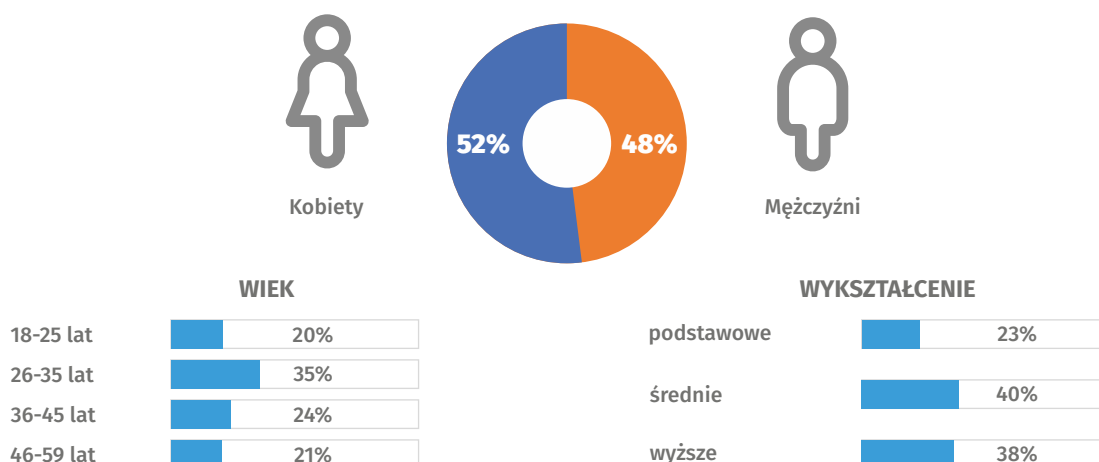
W kategorii piw 0,0% wyróżniamy dwa główne segmenty: **bezalkoholowe lagery** oraz **piwa smakowe 0,0%**. Według badań IPSOS z 2021¹¹ wśród konsumentów lagerów 0,0% przeważają mężczyźni (55 proc.). Struktura wiekowa tego segmentu jest starsza niż całej kategorii piw zero.

Profil demograficzny konsumentów lagerów 0,0%



Inną grupę odbiorców ma segment bezalkoholowych piw smakowych (typu radler i shandy). Według wspomnianych wyżej badań IPSOS przeważają w nim kobiety (52 proc.), ponad połowę stanowią konsumenci 18-35 lat, 78 proc. ma wykształcenie średnie lub wyższe.

Profil demograficzny konsumentów piw smakowych 0,0%



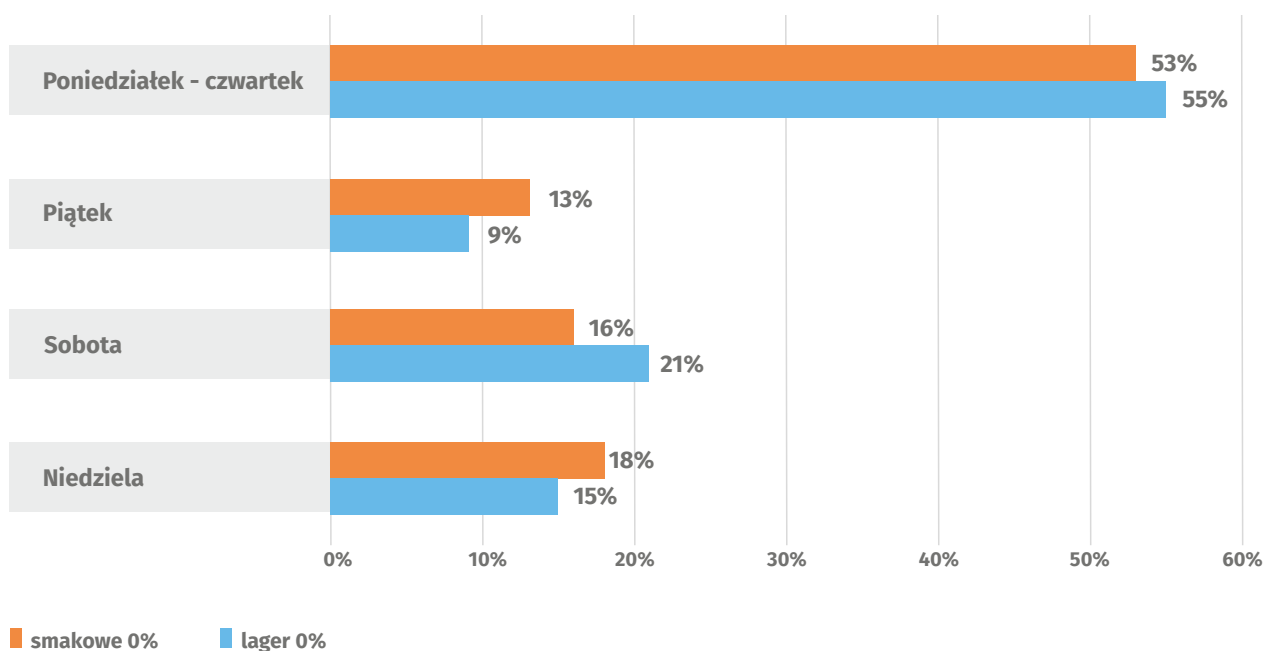
W domu, z przyjaciółmi i po pracy

Konsumenci piwa lager 0,0% najczęściej piją je w swoim domu (57 proc.) lub w domu kogoś znajomego (26 proc.), samotnie (42 proc.), w towarzystwie bliskich (33 proc.) lub z przyjaciółmi w niewielkich grupach (10 proc.). Bezalkoholowy lager odpowiada na ich potrzeby orzeźwienia (24 proc.), miłego spędzenia wolnego czasu (21 proc.), relaksu i rozluźnienia (16 proc.)¹².

Bezalkoholowe piwa smakowe zdecydowanie bardziej kojarzą się z byciem w towarzystwie i ze wspólnym spędzaniem wolnego czasu niż lagery 0,0%. Konsumenci tych piw rzadziej decydują się je pić w samotności (30 proc.), zwykle towarzyszy im partner (34 proc), przyjaciel (12 proc.) lub grupa przyjaciół (17 proc.). Częściej też niż pijący lagery 0,0% spożywają smakowe „zerówki” na wolnym powietrzu (8 proc.) i na działce (6 proc.), choć nadal głównym miejscem konsumpcji pozostaje własny dom lub dom kogoś znajomego (56 i 17 proc.). Bezalkoholowe piwa smakowe odpowiadają na ich potrzeby miłego spędzenia wolnego czasu (22 proc.), orzeźwienia (21 proc.), nagrody i dogadzania sobie (15 proc.)¹³.

Wcześniejsze badanie profilu konsumentów piw smakowych 0,0%, realizowane przez IQS w ramach projektu NeedforBeer w 2020 roku¹⁴ pokazuje jeszcze bardziej kobiecy obraz tej kategorii piw bezalkoholowych (58 proc. konsumentów to panie), z dominującą grupą użytkowników w wieku 18-24 lata (28 proc.). Z badania tego dowiadujemy się również, że ponad połowa okazji do picia piwa bezalkoholowego przypada na dni od poniedziałku do czwartku (dla lagerów 0,0% jest to 55 proc. okazji, a dla piw smakowych 0,0% - 53 proc.). Konsumenci sięgają po piwa zero zdecydowanie po godzinach pracy – ponad 90 proc. sytuacji spożycia piw bezalkoholowych przypada na godziny 16.00 – 23.00, przy czym piwa smakowe 0,0% są najczęściej pite w godzinach wieczornych (60 proc.).

Picie piwa bezalkoholowego - dni tygodnia



Źródło danych: IQS NeedforBeer 2020

Model konsumpcji piw bezalkoholowych pokazuje, że konsumenci mają odpowiedzialne podejście do alkoholu. W ciągu tygodnia pracy wybierają piwa 0,0%, aby być w pełnej gotowości do realizowania zawodowych obowiązków. Dopiero podczas weekendu mogą sobie pozwolić na alkoholowe warianty złotego trunku, a spożycie piw 0,0% spada.

Dynamicznie rozwijająca się od kilku lat kategoria piw bezalkoholowych znalazła już sobie trwałe miejsce w świecie piwa. Coraz częściej widzimy też, że z pozycji napoju „zamiast”, „kiedy nie mogę pić alkoholu”, (najczęściej w sytuacji prowadzenia samochodu), piwa bezalkoholowe stały się dla części konsumentów głównym wyborem, a dla pewnej, rosnącej grupy - wręcz jedynym, zwłaszcza w przypadku bezalkoholowych piw smakowych. Warto zwrócić uwagę na różnice w konsumpcji poszczególnych typów piw bezalkoholowych: osoby młodsze i kobiety częściej sięgają po bezalkoholowe piwa smakowe, mężczyźni – po bezalkoholowe lagery. Różne są również motywy wyboru tego typu piw- młodzi częściej piją je z powodu aktywnego, sportowego trybu życia, starsi – z przyczyn zawodowych (praca, obowiązki) lub zdrowotnych.



Radosław Soszka
Business Unit Director,

badacz zajmujący się tematyką piwa od blisko 20 lat, twórca syndykowego badania NeedforBeer - opracowania opisującego konsumpcję i zakup różnych gatunków piwa, którego szósta już edycja będzie dostępna w 2022 roku.

3.2 Piwa bezalkoholowe – wybór z rozsądku i dla przyjemności

Potrzeby i motywacje konsumentów

Powody, dla których konsumenci sięgają po piwa 0,0% są racjonalne i świadczą o rosnącym poczuciu odpowiedzialności za swoje zdrowie i działania. **W licznych badaniach przeprowadzonych zarówno w Polsce, jak i na świecie znajdziemy jedną prostą odpowiedź na pytanie „dlaczego wybieramy piwo bezalkoholowe?” - bo lubimy smakować piwo, ale nie chcemy być pod wpływem alkoholu.**

Powody ograniczania spożycia alkoholu, czy też całkowitej rezygnacji z niego, wynikają ze zmian stylu życia, większej dbałości o zdrowie. Piwo 0,0% idealnie wpisuje się w trend wybierania produktów Better For You. Ponadto, konsumenci rezygnują z alkoholu w wielu sytuacjach – bycie kierowcą, opieka nad dziećmi czy wypoczynek nad wodą. Nadal są one wymieniane przez respondentów jako te, które najczęściej motywują ich do wyboru piwa 0,0%.

Dawniej piwo bezalkoholowe było postrzegane jako gorszy zamiennik „prawdziwego piwa”, przede wszystkim dla kierowców. Dzisiaj jest to cała kategoria produktów, w której znajdziemy różnorodność gatunków, smaków i aromatów. Zaspokajają oczekiwania konsumentów wobec piwa jako orzeźwiającego napoju, który lubimy pić w towarzystwie i dla przyjemności. Jednocześnie brak alkoholu w piwie 0,0% czyni je napojem uniwersalnym dla pełnoletnich odbiorców, który pasuje do wielu sytuacji i okazji. Przede wszystkim są to okazje na świeżym powietrzu: grill, piknik, plaża oraz typowe piwne okazje, jak impreza, spokojny relaks czy po pracy. Kobiety częściej niż mężczyźni są skłonne sięgać po piwo 0,0% w czasie grillowania, relaksu, plażowania, ale też na imprezie, po pracy i na spotkaniu rodzinnym. Z kolei mężczyźni chętniej sięgają po piwa zero w czasie aktywnego wypoczynku, podczas podróży, aktywności fizycznej i w pracy.

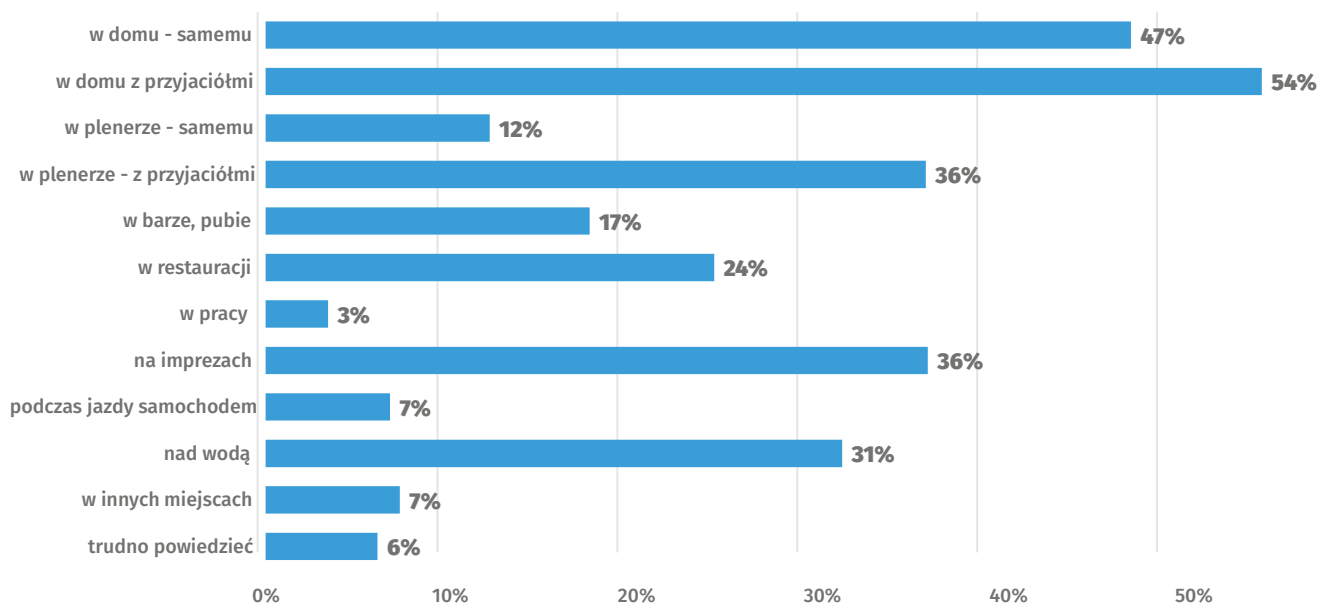
Picie piwa bezalkoholowego – pory dnia

	lager 0%	smakowe 0%
rano (6-10)	0%	0%
przed południem (10-12)	0%	0%
wczesnym popołudniem (12-16)	12%	7%
popołudniu (16-19)	40%	31%
wieczorem (19-23)	45%	60%
nocą (23-6)	2%	2%

Źródło danych: IQS NeedforBeer 2020

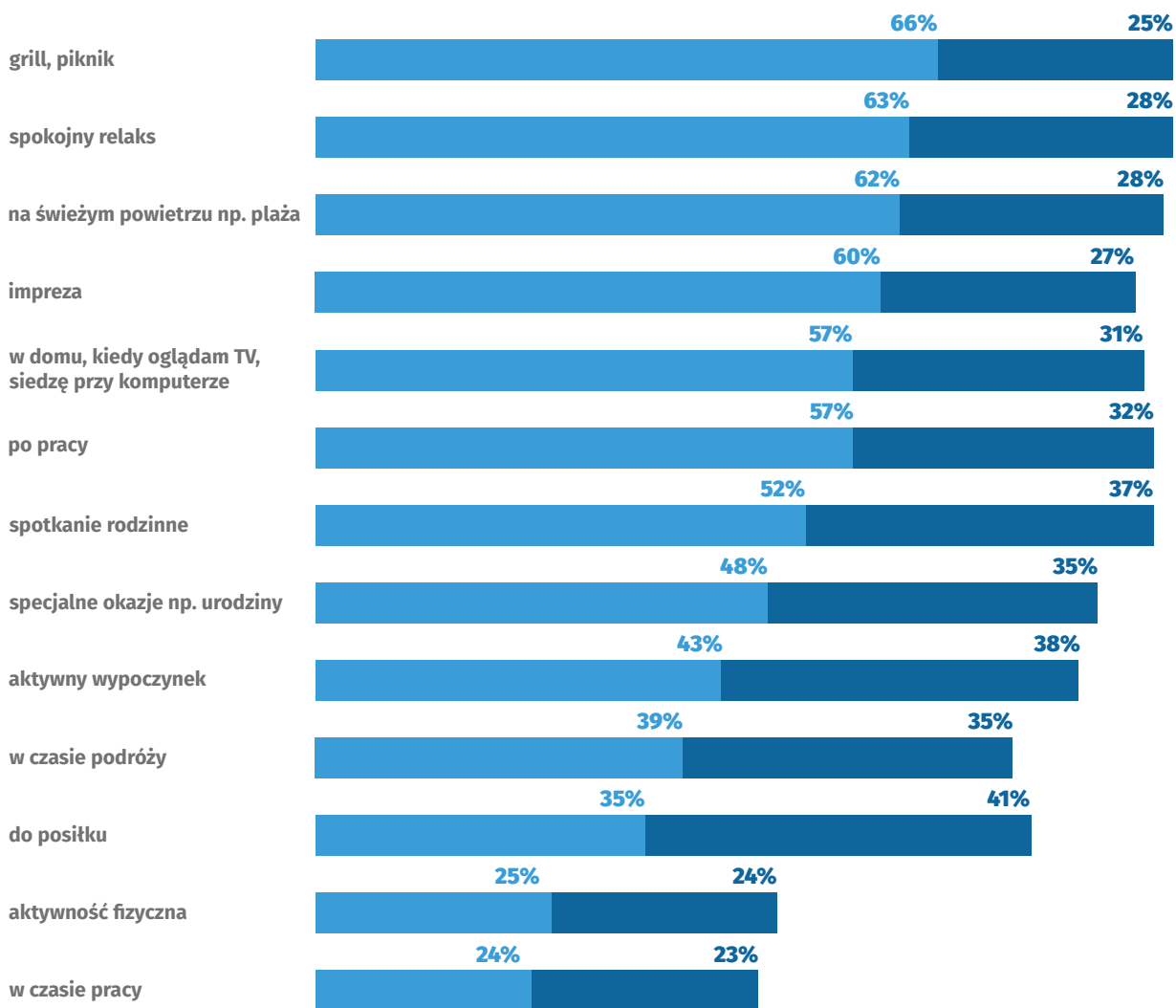
Badanie IQS NeedforBeer z 2020 roku było realizowane w czasie pandemii i ograniczeń, w tym związanych z funkcjonowaniem gastronomii, co nie do końca może oddawać regularne praktyki konsumenckie. Wiedza została zweryfikowana przez ZPPP Browary Polskie w tegorocznym badaniu IQS, przeprowadzonym w lipcu 2022. Nadal własny dom lub dom znajomego jest głównym miejscem, gdzie najczęściej konsumenci piją piwo 0,0%. Respondenci wskazali jednak wiele innych miejsc, w których piją piwo bezalkoholowe, w tym plener, wypoczynek nad wodą, restauracje i bary, a także imprezy.

W jakich miejscach zdarza Ci się pić piwo 0,0%?



Źródło danych: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022

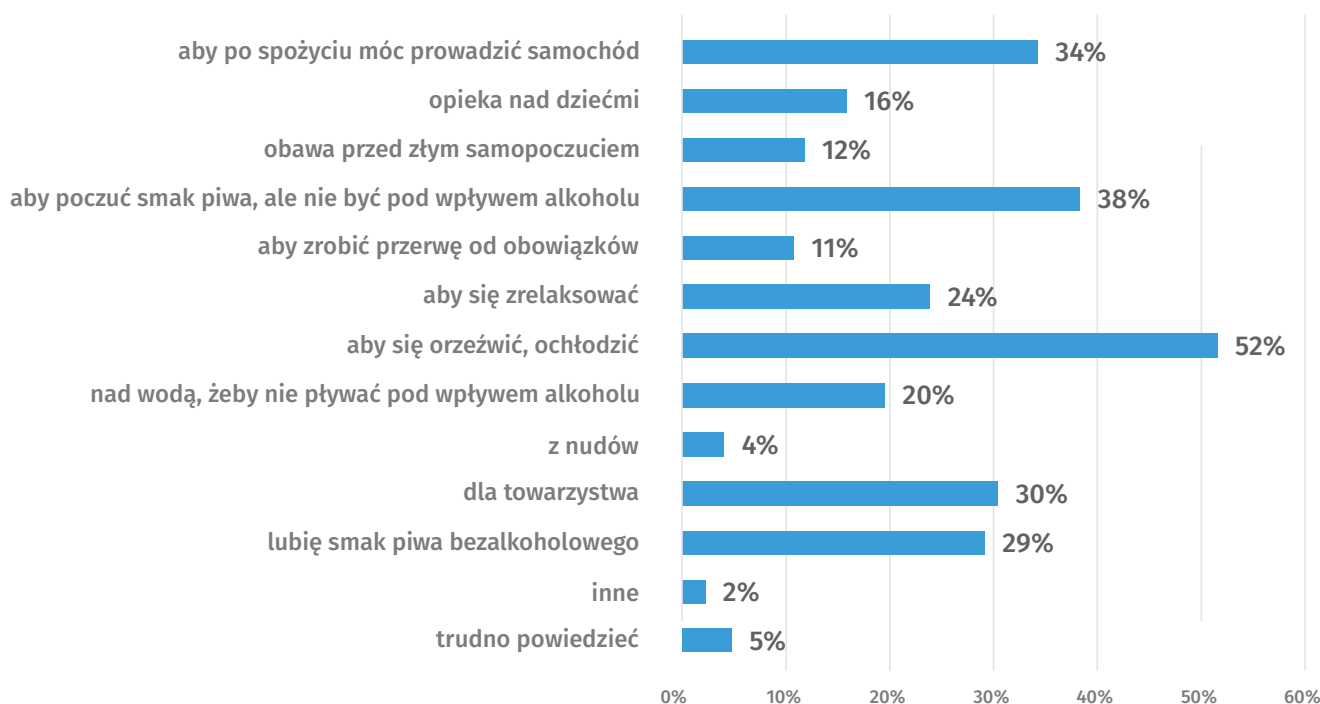
Sytuacje, do których pasuje piwo bezalkoholowe



Źródło danych: IQS dla Kompanii Piwowarskiej, czerwiec 2020.

■ zdecydowanie pasuje ■ raczej pasuje

Jakie są powody, dla których najczęściej wybierasz piwo bezalkoholowe?



Źródło: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022

Badanie jakościowe YELOVERS¹⁵ z kwietnia 2022 wskazuje, że trzy główne motywy sięgania po piwa bezalkoholowe to: przyjemność, konieczność rezygnacji z alkoholu i zdrowszy wybór.

Motywy stojące za wyborem piw bezalkoholowych

przyjemność



konieczność (nie mogę napić się alkoholu)



zdrowszy wybór



zdrowszy wybór, bo:



- zdecydowanie nie
- raczej nie
- ani tak, ani nie
- raczej tak
- zdecydowanie tak

Źródło: YELOVERS, badanie jakościowe dla Kompanii Piwowarskiej kwiecień 2022

„Przyjemność” jako motyw wyboru piwa 0,0% wiąże się z potrzebami orzeźwienia, relaksu i rozluźnienia oraz nagrody. Piwo 0,0% pozwala na przerwę w obowiązkach i relaks, a następnie powrót do obowiązków bez potencjalnych konsekwencji, które wynikają z wypicia napoju alkoholowego.

Konsumenci wybierają piwo bezalkoholowe, aby móc kierować samochodem, zapewnić dziecku bezpieczną opiekę czy też nie ryzykować złym samopoczuciem w pracy po spożyciu alkoholu.



Paweł Zadroga,
Business Unit Manager,
badacz od ponad 20 lat
prowadzący badania
jakościowe na temat piwa

Wiele przeprowadzonych w IQS badań jakościowych w obszarze motywów wyboru piw bezalkoholowych wskazuje na istotne przesłanki społeczne i emocjonalne dotyczące wyboru piwa 0,0%.

Wybór takich piw z jednej strony potwierdza w otoczeniu konsumenta jego wizerunek jako osoby odpowiedzialnej i kontrolującej swoje życie, ale też wskazuje pośrednio na wizerunek osoby współczesnej, będącej w zgodzie z trendami, otwartej i potrafiącej czerpać z różnorodności. Pojawiającym się motywem wyboru piw bezalkoholowych są również trendy żywieniowe związane z potrzebą ograniczania cukru oraz zmniejszania w diecie rzeczy niezdrowych. Dlatego bezalkoholowe piwa smakowe, zwłaszcza radlery, postrzegane są jako zdrowsza, mniej słodka alternatywa gazowanych napojów słodzonych. W tym kontekście to również bardziej „poważna” wersja napojów gazowanych, dla dorosłych konsumentów.

Ponadto, dzięki bardzo dynamicznemu rozwojowi subkategorii bezalkoholowych piw smakowych konsument ma znacznie większą możliwość odkrywania ciekawych smaków owoców oraz połączeń smaków owocowych z innymi dodatkami (w tym względzie brak praktycznie ograniczeń). Dlatego smakowe piwa zero świetnie odpowiadają na potrzebę przełamania nudy, oderwania od codzienności i rutyny, wprowadzając do codzienności powiew świeżości. Taką różnorodność trudno znaleźć w jakiegokolwiek innej kategorii napojów.

3.3 Piwa 0,0% dla świadomych, dorosłych konsumentów

Jak Polacy postrzegają użytkowników piw bezalkoholowych?

W ciekawym badaniu zrealizowanym przez IPSOS dla Kompanii Piwowarskiej w czerwcu 2020 roku, użytkownicy piw 0,0% zostali poproszeni o opisanie dla kogo ich zdaniem jest piwo bezalkoholowe. Z badania wyłania się portret pełnoletniego, dojrzałego, odpowiedzialnego i dokonującego świadomych wyborów konsumenta kategorii piw zero procent¹⁶.



KOBIETY I MĘŻCZYŹNI

Piwa 0,0% są uniseks, przestały być postrzegane jako mało męskie i głównie dla kobiet.



Ludzie dorośli i dojrzały

Podejmują odpowiedzialne decyzje, nie ulegają presji otoczenia. Wiedzą czego chcą. Nie muszą pić alkoholu, by się poczuć lepiej czy dobrze bawić.



Aktywni, żyjący intensywnie

Żyją szybko, godzą w życiu wiele ról i aktywności. Lubią smak piwa, ale nie chcą i nie mogą sobie pozwolić, by alkohol zepsuł im formę czy zaburzył rytm życia.



Poważni i zaangażowani w pracę

Piwo 0,0% kojarzy się z poważnymi zawodami, które wiążą się z dużą odpowiedzialnością, wymagają skupienia (naukowcy, lekarze).



Aktywni fizycznie

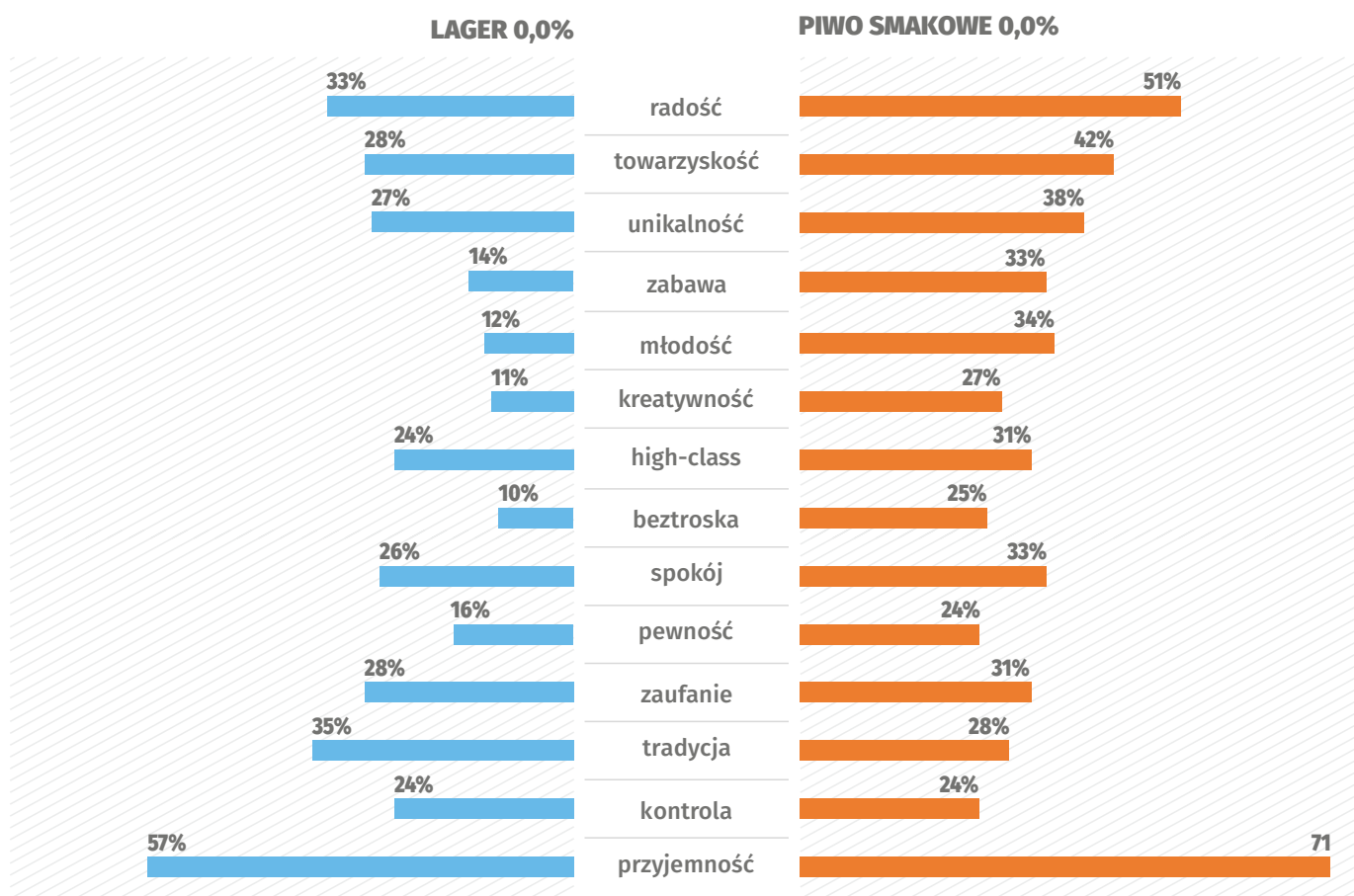
Uprawiający sport i stosujący diety, kiedy alkohol jest niewskazany.

4 Wizerunek piwa bezalkoholowego

Przyjemność + wybór lepszy dla zdrowia

Polacy postrzegają piwa bezalkoholowe z jednej strony przez pryzmat zabawy i przyjemności, z drugiej – dokonywania świadomego, lepszego dla zdrowia wyboru. Piwo 0,0% budzi szereg pozytywnych skojarzeń, które są ogólnie przypisywane kategorii piwa: orzeźwienie, zabawa, relaks, odpoczynek, spędzanie wolnego czasu w gronie przyjaciół, poczucie przynależności do grupy. Jednocześnie w percepcji konsumentów piwo bezalkoholowe to przejaw odpowiedzialnego wyboru, rozsądku i zachowania kontroli.

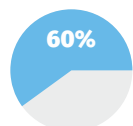
Wizerunek emocjonalny: lager 0,0%, piwo smakowe 0,0%



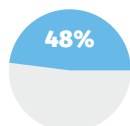
Źródło danych: IQS NeedforBeer 2020 dla Carlsberg

Piwo bezalkoholowe jest...

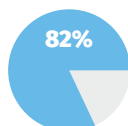
Suma odpowiedzi zgadzam się i raczej się zgadzam



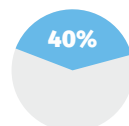
bezpieczne dla zdrowia



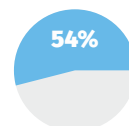
przyzwyczajają do smaku piwa



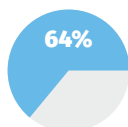
zaspokajają pragnienie



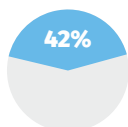
uzupełniają elektrolity



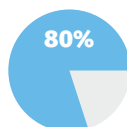
dobre po wysiłku fizycznym



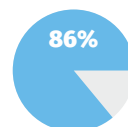
słodkie



zdrowe



smaczne



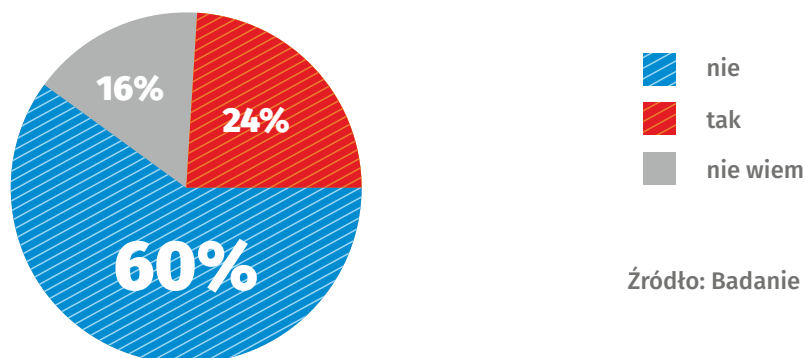
orzeźwia

Źródło danych: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022, N=823 – pijący piwa 0,0%

Piwa zero nie dla osób niepełnoletnich

60 proc. Polaków nie dałoby napić się piwa bezalkoholowego swojemu dziecku lub innej osobie nieletniej. Szczególnie w dwóch grupach wiekowych odsetek odpowiedzi negatywnych jest istotnie większy – 68 proc. w grupie 55-64 lata (prawdopodobnie dziadkowie) oraz 65 proc. w grupie 35-44 lata (prawdopodobnie rodzice niepełnoletnich dzieci). Sytuacją, którą konsumenci uznają za niewłaściwą do spożywania nawet piwa 0,0% przez osobę dorosłą jest czas opieki nad dzieckiem. Zdaniem badanych respondentów, dorosły pijący piwo bezalkoholowe w czasie, gdy zajmuje się dziećmi, daje im zły przykład.

Czy dał(a)byś się napić piwa bezalkoholowego osobie niepełnoletniej/swojemu dziecku?



Źródło: Badanie DIY na platformie Omnisurv by IQS, lipiec 2022

Branża piwowarska w Polsce stosuje najwyższe standardy etyczne w zakresie sprzedaży i promocji wszystkich rodzajów piwa, w tym piwa bezalkoholowego. **Zdaniem producentów piwa, cała kategoria piwna, w tym również piwa 0,0%, jest przeznaczona wyłącznie dla osób dorosłych.** Z tego też względu browary nie informują, ani nie sugerują w swoich działaniach promocyjnych czy sprzedażowych, aby piwo bezalkoholowe mogło być spożywane przez osoby niepełnoletnie. Przeciwnie, prowadzone są dodatkowe akcje informacyjne do sprzedawców w sklepach, aby piwa bezalkoholowego nie sprzedawać osobom poniżej 18. roku życia, pomimo iż przepisy prawa na to pozwalają.



Sławomir Grzegorek
Profilaktyk uzależnień,
specjalista
d.s. promocji zdrowia

Przyczyn wzrostu zainteresowania piwami bezalkoholowymi przedstawiciele branży słusznie upatrują w zmianach kulturowych, szczególnie wśród młodych ludzi. Picie alkoholu przestaje być trendy. Coraz więcej ludzi dba o zdrowszy styl życia. Bycie fit jest modne, podobnie jak i troska o odpowiednią ilość snu, obniżenie poziomu stresu i ograniczenie używek, w tym alkoholu. W konsekwencji poprawie ulega jakość naszej pracy, a także relacje międzyludzkie.

Piwo bezalkoholowe 0,0% alk. to znakomita alternatywa dla wielbicieli złotego trunku, którzy nie chcą lub nie mogą spożywać napojów alkoholowych, a przepadają za smakiem piwa. Każdy człowiek, który żyje zdrowiej i bezpieczniej to realny zysk dla społeczeństwa.

Chciałbym jeszcze zwrócić uwagę, że piwa bezalkoholowe, pomimo braku zawartości alkoholu, nie są wskazane dla dwóch grup społecznych: osób niepełnoletnich oraz osób w trakcie terapii uzależnienia od alkoholu. W przypadku niepełnoletnich, o ile spożywanie przez nich piwa bezalkoholowego - 0,0% alk. jest zgodne z prawem, jest też bardzo niepedagogiczne. Modeluje niekonstruktywne postawy młodych ludzi i przygotowuje ich do przyszłej konsumpcji napojów alkoholowych. Druga grupa, która powinna unikać piw zero, to osoby będące w procesie terapii uzależnień, bo dla nich napoje te mogą być „zapalnikiem” powodującym nawrót choroby alkoholowej.

Podsumowując, rozwój produkcji piw bezalkoholowych 0,0% alk. może uruchomić na większą skalę zmianę modelu spożycia napojów alkoholowych (jego zmniejszenie), co byłoby korzystne i dla producentów, i dla konsumentów.

5 Przyszłość rynku piwa

Trendy

W Polsce trzy główne trendy w istotny sposób wpływają na zmiany w kulturze i modelach konsumpcji piwa. Najważniejszym z nich jest imponujący wzrost segmentu 0,0%, za którym postępuje stałe poszerzanie oferty browarów o kolejne nowości bez procentów – lagery, piwa smakowe i piwne specjalności. Równolegle notujemy spadek zainteresowania, cały czas największym w kategorii piwa, segmentem alkoholowego lagera, którego sprzedaż od kilku lat spada. Duże spadki widoczne są przede wszystkim w segmencie piw mocnych, których wartość i wolumen przez ostatnie dwa lata zmalały o od -4 proc. do -5 proc.

Systematycznie rośnie kategoria piwnych specjalności i produktów premium, konsumenci coraz chętniej sięgają po piwa wyższej jakości, droższe i bardziej wyszukane. Ten segment piwa nadal nie jest duży w porównaniu z lagerami, ale w 2021 roku urósł o 20 proc. i obecnie ma 3,9 proc. udziału w całym rynku piwa (wartościowo).



Iwona Jacaszek-Pruś
Dyrektor ds. korporacyjnych
w Kompanii Piwowarskiej

Kompania Piwowarska ma szczególną rolę w dynamicznym rozwoju piw bezalkoholowych: nasz Lech Free był pionierem kategorii – pojawił się na rynku prawie 20 lat temu, a dzisiaj nasze piwa z zerową zawartością alkoholu to ponad 41% rynku w Polsce.

Fakt, iż segment piw bezalkoholowych wciąż rośnie mimo niesprzyjającej sytuacji rynkowej, świadczy o jego wielkiej sile i atrakcyjności dla konsumentów. Odkryli oni, że piwa bezalkoholowe świetnie odpowiadają na rozmaite potrzeby i warto po nie sięgać w różnych okolicznościach, nie tylko wtedy, gdy muszą zrezygnować z alkoholu. Taka postawa niezwykle nas cieszy, jest zgodna z odpowiedzialnym podejściem do konsumpcji piwa, które promujemy – nie „więcej”, ale „lepiej”. Jest to zgodne z naszą strategią, w ramach której promujemy odpowiedzialne spożywanie naszych produktów i planujemy osiągnąć 20-proc. udział piw bezalkoholowych do roku 2030.

W Polsce mamy jeszcze miejsce do wzrostu kategorii piw 0,0%. Konsumenci doceniają ich świetny smak i szeroką ofertę zaspokajającą różne gusta, a sięgają po warianty bez procentów z uwagi na prowadzenie aktywnego życia i odpowiedzialne wybory dotyczące konsumpcji alkoholu. Z drugiej strony producenci piwa, chcąc zaspokoić te potrzeby, inwestują w moce produkcyjne. W Carlsberg Polska, w 2021 roku uruchomiliśmy w Browarze Okocim instalację de-alkoholizującą o wartości 10 mln zł, która pozwoli nam jeszcze bardziej rozwijać ofertę piw 0,0%. W ofercie mamy już 15 wariantów bezalkoholowych.

Co ważne rozwój oferty piw 0,0% i oferowanie konsumentom wyboru jest jednym z celów naszej strategii ESG „Together Towards Zero and Beyond” w obszarze „Zero nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu”, zgodnie z którą 35% naszych piw na świecie będzie niskoalkoholowych lub bezalkoholowych do 2030 r. i zapewnimy 100% dostępności piw 0,0% naszym klientom i partnerom B2B do 2030 roku.



Beata Ptaszyńska-Jedynak
Dyrektor ds. korporacyjnych
Carlsberg Polska



Magdalena Brzezińska
Dyrektor ds. Korporacyjnych
w Grupie Żywiec S. A.

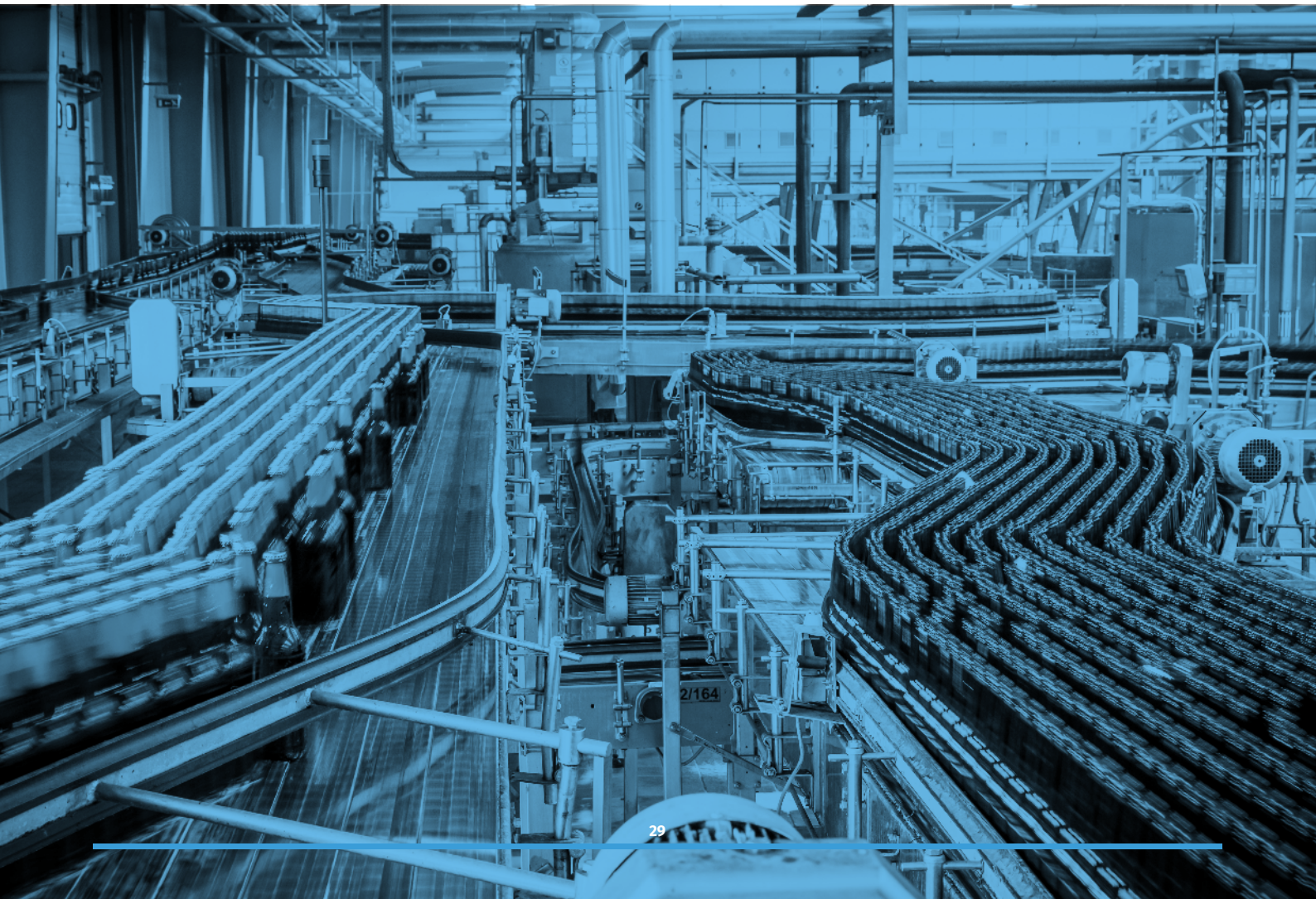
Jesteśmy dumni z tego, że byliśmy pionierem rozwoju na szerszą skalę kategorii piw bezalkoholowych w Polsce. Zainwestowaliśmy w bogatą ofertę produktową i dostępność już w 2018, kiedy piwa 0,0% zmagaly się z wieloma stereotypami. Dziś ten segment stał się już trwałym elementem piwnego krajobrazu i jednym z najbardziej perspektywicznych.

Jestem przekonana, że wraz z kontynuacją trendu na świadomy, aktywny, zrównoważony styl życia piwa bezalkoholowe będą się rozwijać i najlepsze lata mają jeszcze przed sobą.

Transformacja

Konsekwencją trendów i zmian w poszczególnych segmentach rynku piwa jest stopniowe zmniejszanie się ilości alkoholu konsumowanego w piwie. W 2021 roku spadł on o 5,4 proc. Jest to efekt malejącej, średniej zawartości alkoholu w piwie – w 2021 roku wyniosła ona 5,3%. Polacy piją mniej piwa i mniej alkoholu w piwie, bo jego zawartość każdego roku maleje. Z punktu widzenia krajowej polityki alkoholowej są to zjawiska, które mają pozytywny wpływ na zdrowie, edukację i życie społeczne, są też zgodne z założeniami polityki państwa w tym zakresie.

Piwo jest *de facto* jedyną kategorią napojów alkoholowych, w której widać pożądaną społecznie transformację w strukturze i kulturze konsumpcji – im mniej alkoholu w napoju, tym mniejsze ryzyko picia szkodliwego, nadmiernego, które, zwłaszcza w okresie pandemicznym, nasiliło się.





Bartłomiej Morzycki
Dyrektor Generalny
Związku Pracodawców
Przemysłu Piwowarskiego
- Browary Polskie

Rynek browarniczy stale ewoluuje, dostosowując się do zmieniających się preferencji konsumentów, a także odpowiadając na zmiany ich stylu życia. Potwierdzeniem tego jest dynamiczny rozwój segmentu piw 0,0%, przy jednoczesnym spadku sprzedaży piw mocnych. Jeszcze kilka lat temu "zerówki" posiadały znikomy udział w rynku, a dziś mamy do czynienia z prawdziwą rewolucją piwną 0,0%. Obecnie już prawie każdy browar, bez względu na skalę produkcji, posiada w swojej ofercie piwo bez procentów - zaspokojenie oczekiwań konsumentów w tym zakresie zaczęło być rynkową koniecznością. Ze względu na zainteresowanie piwoszy tym segmentem, prognozujemy, że piwna półka z "zerówkami" będzie się nadal rozszerzać. To dobra wiadomość dla wszystkich miłośników piwa, którzy szukają w nim charakterystycznego smaku i orzeźwienia, ale chcą uniknąć spożycia alkoholu. Z badań, którymi dysponujemy wynika, że są to osoby świadome, odpowiedzialne, aktywne zawodowo i fizycznie. Piwo 0,0% wychodzi naprzeciw ich oczekiwaniom.

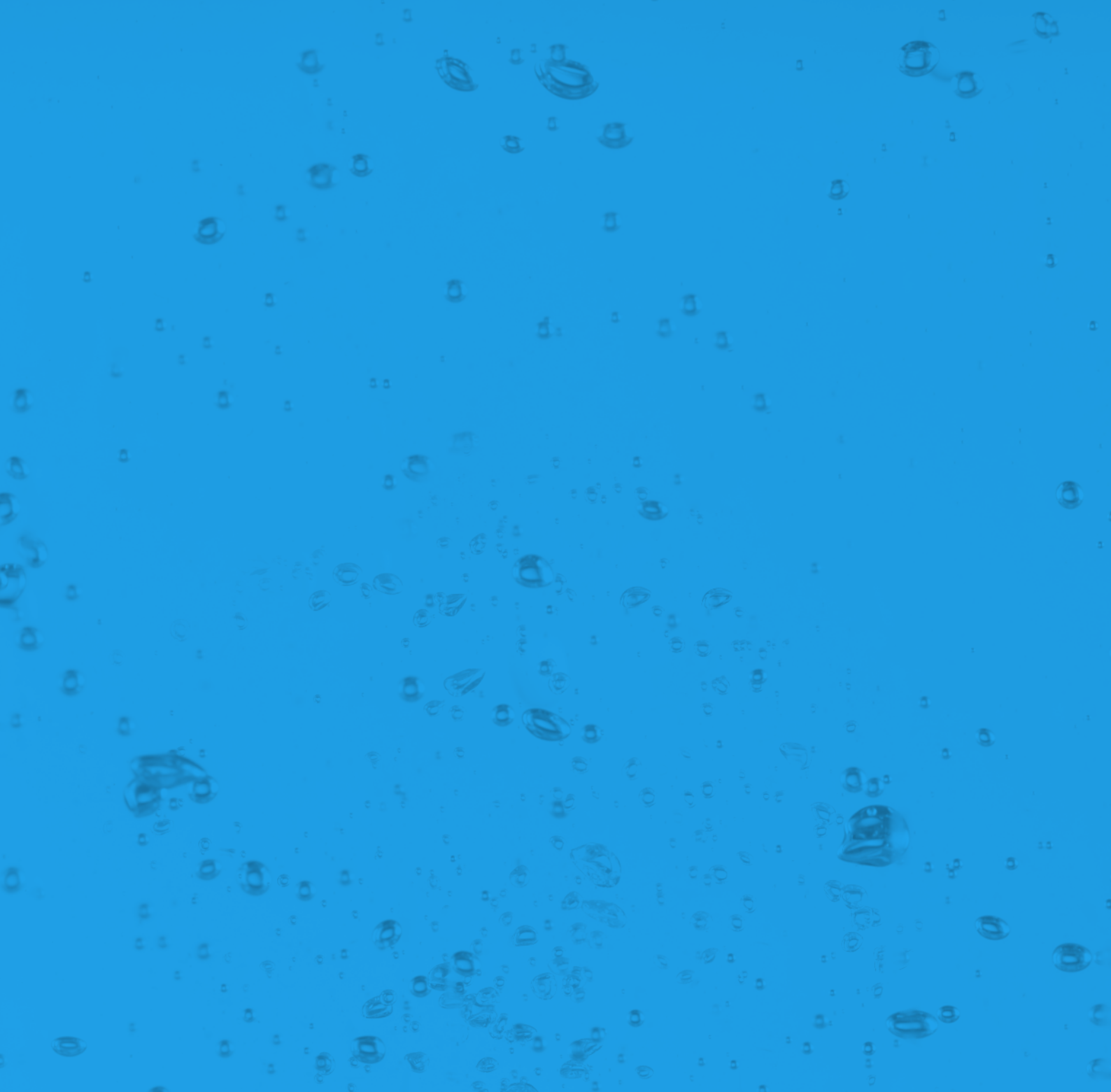
Rewolucja

0,0%

na rynku piwowarskim

Źródła danych – przypisy

1. Innova Market Insights: Gen Z drive demand for alcohol reduction, 2021
2. NielsenIQ
3. NielsenIQ
4. NielsenIQ
5. NielsenIQ
6. Statista dla Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, czerwiec 2021
7. <https://www.elespanol.com/>
8. Statista dla Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, czerwiec 2021
9. Deutsche Welle oraz Deutscher Brauer-Bund
10. Badanie DIY wykonane na platformie Omnisurv by IQS w dniach 10-12.07.2022 r., próba ogólnopolska, wiek: 18-64, N=1000
11. Źródło danych: badania IPSOS – Beverages Deep Dive dla Carlsberg Polska, panel online, N=800, wrzesień 2021
12. Badania IPSOS – Beverages Deep Dive dla Carlsberg Polska, panel online, N=800, wrzesień 2021
13. Badania IPSOS – Beverages Deep Dive dla Carlsberg Polska, panel online, N=800, wrzesień 2021
14. IQS NeedforBeer dla Carlsberg Polska, badania CAWI 2017-2020, TG: 18-65, pijący piwo
15. YELOVERS, badanie jakościowe dla Kompanii Piwowarskiej kwiecień 2022
16. Raport Kompanii Piwowarskiej o piwach bezalkoholowych w 2020 roku „0% Alkoholu, 100% Smaku”.



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

www.browary-polskie.pl
