

Jak co roku stajemy przed dylematem – jaki prezent kupić? Wiele osób ucieszy się, jeśli wśród świątecznych podarunków znajdzie się butelka dobrego alkoholu. Niekoniecznie muszą to być importowane trunki – równie dobrze wyglądają i smakują krajowe wódki z segmentu premium oraz super-premium.

Uważa się, że butelka luksusowego alkoholu to idealny prezent dla mężczyzny. Do tego celu najbardziej nadają się marki z najwyższej półki cenowej (z segmentu premium oraz super-premium). Nad projektami butelek i etykiet alkoholi z tej kategorii pracują całe sztaby specjalistów od designu. Co prawda napoje te kosztują znacznie więcej, niż alkohole z kategorii mainstream, czyli średniej półki cenowej, ale wysoką cenę rekompensuje ich bardzo dobra jakość oraz atrakcyjne opakowanie. Nic więc dziwnego, że często są kupowane jako podarunki. Chętnie sięgają po nie obcokrajowcy, dla których ciekawie wyglądająca i smaczna „vodka from Poland” jest doskonałą pamiątką z naszego kraju.

Powodzenie krajowej wódki wśród turystów jest tym bardziej zrozumiałe, że „Polish Vodka” jest jednym z naszych niewielu produktów rozpoznawalnych na całym świecie. To właśnie z tym napojem jesteśmy, i to pozytywnie, kojarzeni w wielu krajach. Dzięki staraniom producentów polską wódkę można kupić w wielu zakątkach świata. Jak jednak twierdzi Leszek Wiwala, prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, polska wódka nadal nie wykorzystuje swojego całego potencjału eksportowego. Międzynarodowy rynek jest niesamowicie konkurencyjny, a polskie wódki muszą rywalizować o miejsce na sklepowych półkach z produktami z Rosji, Ukrainy, Finlandii czy Szwecji. Dalsze zwiększanie eksportu będzie bardzo trudne bez wsparcia państwa. O tym, jak duże są jeszcze możliwości wzrostu, świadczą liczby. W 2009 r. wyeksportowaliśmy 42 miliony litrów mocnych alkoholi. W tym samym czasie Szwedzi sprzedali ich ponad trzykrotnie więcej.

Pomimo kilkuletniej tendencji wzrostowej, polscy producenci nadal nie odbudowali pozycji z połowy lat osiemdziesiątych, kiedy to na eksport przeznaczano prawie 80 mln litrów wódek. Szansą na poprawę sytuacji jest rosnące spożycie wódki na całym świecie, a zwłaszcza w krajach takich jak Stany Zjednoczone, Brazylia, Chiny i Indie. Zagraniczna ekspansja jest jednak bardzo kosztowna, co jest sporą przeszkodą dla polskich firm, zmagających się z recesją na polskim rynku mocnych alkoholi. Dlatego producenci apelują o wsparcie rządowe.

Wódka jest rozpoznawalnym symbolem Polski, tak samo jak whisky kojarzona jest ze Szkocją, koniak – z Francją, a sznaps – z Niemcami. Nie mamy zbyt wielu takich „eksportowych perełek”, tym bardziej powinniśmy dbać o jedną silną markę pochodzącą z naszego kraju - powiedział Leszek Wiwala - W Polsce wytwarza się mnóstwo doskonałej jakości towarów, nie są one jednak kojarzone z naszym krajem. Bardzo często firmy wręcz unikają podawania informacji o Polsce jako o miejscu produkcji. Zupełnie inaczej jest z wódką. Jest ona jednym z niewielu produktów, które na całym świecie są kojarzone z Polską, a firmy wręcz chlubią się tym, że ich wódka została wyprodukowana w naszym kraju. Promując wódkę, możemy jednocześnie promować Polskę, a zwłaszcza jej walory turystyczne

Prezes ZP PPS wskazuje na Szkocję, jako na przykład doskonałej promocji narodowego alkoholu, dzięki czemu zyskuje cała gospodarka. W zeszłym roku szkockie destylarnie kupiły zboże o wartości 240 mln euro. 10 tys. osób bezpośrednio zawdzięcza swoją pracę whisky, a 35 tys. - pośrednio (np. w turystyce, w znacznej mierze opartej na zwiedzaniu destylarni). Eksport sięga 3 miliardów funtów, a łączna wartość dodana dla szkockiej gospodarki - 3,9 miliarda funtów. To olbrzymie sumy dla kraju liczącego zaledwie 5 milionów mieszkańców. Zwiększenie eksportu to nie tylko zyski samych producentów, ale i dodatkowe dochody dla rolników, gorzelni, producentów opakowań czy etykiet, a także nowe miejsca pracy. Przykład szkockiej whisky pokazuje, jak dużo może zyskać krajowa gospodarka dzięki konsekwentnej i wieloletniej promocji narodowego trunku – podsumowuje Leszek Wiwala.

Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy