

Pivo má v piatok svoj sviatok

Na prvý augustový piatok pripadá Medzinárodný deň piva. Tento rok môžu mať však oslavy dňa piva omnoho väčší význam, ako len ísť s priateľmi na jedno. Milovníci piva môžu jedným „točeným“ vo svojom obľúbenom podniku pomôcť roztočiť ekonomiku.



Dobre rozbehnutý trend rastu trhu piva významne ovplyvnila pandémia

„Pivo je na Slovensku obľúbený nápoj. Pred niekoľkými rokmi sa zastavil pokles spotreby piva a odvtedy postupne každoročne rastie. Nedávne predbežné údaje Štatistického úradu SR dokonca hovoria, že v roku 2019 spotreba piva poskočila na 77,9 litra na obyvateľa, čo znamená medziročný nárast o 7 %. Avšak obdobie pandemických obmedzení, počas ktorého bola väčšina gastro prevádzok zatvorená viac ako dva mesiace, spolu s neskorým nástupom letnej sezóny, s nižším medziročným počtom slnečných dní, sa určite negatívne odrazia v tohoročnej spotrebe a výrobe,“ hodnotí vývoj trhu piva na Slovensku Jana Shepperd, prezidentka Slovenského združenia výrobcov piva a sladu.

„Posedením s kamarátmi či najbližšími pri dobrom pive a chutnom jedle podporíme svoj obľúbený podnik, ktorý zamestnáva ľudí a nakupuje potraviny a služby od dodávateľov. My podporíme krčmára, krčmár pivovar, farmára či iného dodávateľa do gastro sektora. Výrobca potravín bude môcť posilniť výrobu, udržať zamestnanosť, prípadne vytvoriť ďalšie pracovné miesta, a prispievať cez dane a odvody do štátneho rozpočtu, ktorý tiež potrebuje príjmy,“ poukazuje na dôležitosť podpory gastro sektora a ekonomickú prepojenosť jednotlivých článkov dodávateľsko-odberateľského reťazca Jana Shepperd a dodáva: „Viac ako inokedy sa v poslednej dobe skloňuje aj význam potravinovej sebestačnosti. Náš „oslávenec“, pivo, patrí k potravinám, ktoré naši pivovarníci vyrábajú z lokálnych surovín. Naše pivo je produkt, v ktorom sú Slováci sebestační, na čo môžeme byť pyšní.“

Ako sa zmenilo správanie pivárov?

Vysoká popularita piva sa u Slovákov nemení. Podľa viacerých prieskumov[1] združenia, majú Slováci najradšej svetlé čapované pivo, hlavne ležiaky. Vysokú obľúbenosť u nás majú aj radlery, predovšetkým nealkoholické. Pomaly rastie tiež skupina zákazníkov, ktorí si radi vychutnávajú rôzne špeciály, predovšetkým piva typu Ale. „Obdobie pandémie sa však ovplyvnilo to, kde si Slováci vychutnávajú pivo. Dramaticky klesla spotreba piva v gastro sektore (on trade), ktorá sa len čiastočne presunula do maloobchodu (off trade),“ spresňuje Jana Shepperd: „Po opätovnom otvorení prevádzok sa podľa nášho posledného prieskumu[2] len 60 % ľudí vrátilo k svojim zvykom pred karanténou a opäť chodia na pivo von. 30 % respondentov pije teraz pivo častejšie doma, lebo je to pre nich pohodlnejšie. Návrat zákazníkov späť do svojich obľúbených pivární, kaviarní či reštaurácií považujeme za nesmierne dôležité pre oživenie sektora gastro služieb, ich dodávateľov a celej ekonomiky.“



Prezidentka Slovenského združenia výrobcov piva a sladu Jana Shepperd hovorí, že pred niekoľkými rokmi sa zastavil pokles spotreby piva a odvtedy postupne každoročne rastie.

Letná pivná sezóna je viac než dôležitá

Počas letnej sezóny vypijú Slováci približne dve tretiny celkovej ročnej spotreby piva. „Hoci sa len jedna tretina slovenského piva predá v pohostinstvách, pre naše pivovary to predstavuje dve tretiny ich celoročného zisku. Aj gastro prevádzky, ktoré primárne žijú z predaja čapovaného piva, zarobia väčšinu svojich celoročných príjmov práve počas letnej sezóny. Aktuálna letná sezóna, ktorá je poznačená neskorým začiatkom a chladným júnom, zatiaľ straty spôsobené karanténnymi opatreniami nekompenzuje ani výrobcovi, ani gastro sektoru. Spotrebitelia sú stále opatrní pri návšteve pohostinstiev a reštaurácií. Pivovarníci a sladovníci sa snažia o návrat zákazníkov do gastro sektora, pretože neustále potrebuje pomoc. Oživovanie gastro sektora a cestovného ruchu však môžu trvať niekoľko rokov,“ dodáva Jana Shepperd.

Čo pomôže pivovarníkom a sladovníkom?

Pivovarníci, rovnako ako iní potravinári, a celý sektor ubytovacích a stravovacích služieb (HORECA),

potrebujú systematickú pomoc štátu na podporu ich konkurencieschopnosti na jednotnom EÚ trhu. „Na Slovensku nebola k dnešnému dňu prijatá žiadna špecifická pomoc pre najviac postihnutý sektor, akým je cestovný ruch, kam gastro jednoznačne patrí. Apelujeme preto na predstaviteľov rezortných ministerstiev a snažíme presadiť účinné nástroje, ktorými sú napríklad zníženie DPH na stravovacie služby, nealkoholické nápoje a čapované pivo,“ hovorí Jana Shepperd.



Naši poľnohospodári očakávajú v tomto roku dobrú úrodu jačmeňa. Vzhľadom však na nepomer osevných plôch výrazne v neprospech jačmeňa jarného, ktorý je kľúčový pre výrobu sladu a piva, budú naši sladovníci opäť čeliť jeho nedostatku. Poľnohospodári váhajú s vysievaním jačmeňa jarného pre vysoké riziko nedosiahnutia sladovníckej kvality. Ak by poľnohospodári našli pre jačmeň, ktorý nedosiahne sladovnícku kvalitu odbyt, napríklad v živočíšnej výrobe, neváhali by jarný jačmeň vysievať na väčších plochách. Preto by obnova predovšetkým chovu ošípaných na Slovensku bola pomocou aj pre pestovateľov jačmeňa a sladovne.

Výzva: Nesedte doma, podte von na jedno a podprite svoj pub

Krízu v gastro sektore počas karantény si uvedomilo až 71 % milovníkov piva. Z nich 60 % sa rozhodlo aj pomôcť, napr. predplatením budúcej konzumácie a až 31 % využilo donášku čapovaného piva domov.³ Pivovarníci vnímajú potrebnú pomoc gastro segmentu v dvoch rovinách. Jednou je obnovenie dôvery zákazníkov a ich ochoty „ísť von“ bez toho, aby si ohrozili zdravie či porušili hygienické usmernenia. Druhou sú rôzne riešenia, ktoré pomôžu zredukovať straty pre pivárne, reštaurácie i pivovary a zároveň neohrozia zdravie spotrebiteľov či zamestnancov. „Aj výrobcovia piva sa po karanténe snažili gastro prevádzkam pomôcť prostredníctvom rôznych štartovacích balíčkov, marketingovou podporou, či ústretovosťou v oblasti platieb a fakturácie. Spolu s ďalšími dodávateľmi pre gastro sektor spojili na jar sily aj v online iniciatíve #PodporSvojPub,“ menuje rozsah pomoci Jana Shepperd: „Každý milovník piva však môže tiež podať pomocnú ruku tým, že navštívi svoj oblúbený podnik. Ísť na pivo von tak dostáva aj „dobročinný“ rozmer. Radi by sme preto vyzvali spoločne ľudí, aby nesedeli na Deň piva doma - pozývame ich von, na jedno a pomôžeme tak reštauráciám, pivovarníkom, a celej slovenskej ekonomike.“

[1] Prieskum KATNAR 2018 a Online prieskum agentúry Kakadu (júl 2020) pre SZVPZ o spotrebitelskom správaní konzumentov piva pod vplyvom COVID-19 (vzorka 317, 18+ FB populácia so záujmom o pivo)

2, ³ Online prieskum agentúry Kakadu (júl 2020) pre SZVPZ