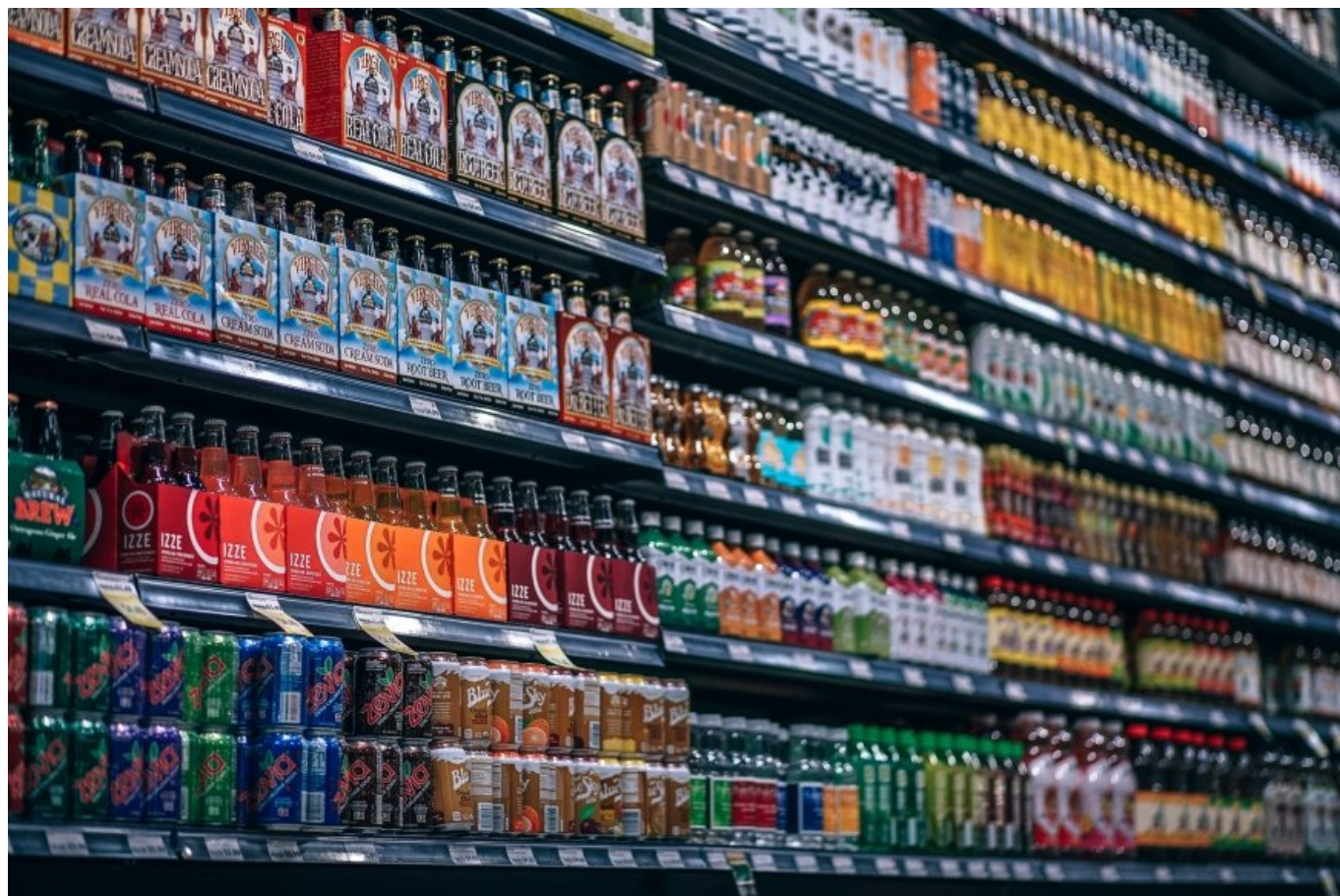


Powraca widmo podatku od cukru. Co na to producenci?

data aktualizacji: 2018.07.13



Za sprawą niedawnych wypowiedzi wiceministra zdrowia Macieja Miłkowskiego powrócił temat podatku od cukru. Eksperti przypominają, że tego typu rozwiązania już obowiązują w innych państwach, np. w Anglii. Ale efekty zmian legislacyjnych bywają dalekie od oczekiwań.

Świadczą o tym przykłady z Danii, Finlandii, Meksyku czy Węgier. Tam dodatkowy ciężar fiskalny nie przyczynił się bezpośrednio do poprawy nawyków żywieniowych. Ponadto część wytwórców przerzuciła go na konsumentów, co odczuły przede wszystkim najmniej zamożne osoby.

Wielką niewiadomą pozostaje także to, jakie wobec tego strategię przyjęliby producenci. Oczywiście możliwa jest zmiana receptur, ale to wymaga dłuższego czasu i dodatkowego nakładu finansowego. Całość problemu może również przełożyć się na ograniczenie innowacyjności i reformulacji w przemyśle spożywczym. Mniejsze firmy mogłyby tego nie udźwignąć i ostatecznie wypaść z rynku.

Wiceminister zdrowia Maciej Miłkowski chce opodatkować cukier, a przynajmniej jest tego poważnym zwolennikiem. To rozwiązanie ma być sposobem na walkę z otyłością. Polska może więc podążać szlakiem innych państw. Przykładowo, od kwietnia tego roku w Wielkiej Brytanii obowiązuje tzw. sugar tax. Tamtejszy rząd dał koncernom wybór. Mogą zmienić skład produktów albo zapłacić

nowy podatek. Jeśli ich napój zawiera od 5 g cukru na 100 ml, to stawka wynosi 18 pensów za litr. W przypadku zawartości 8 g należy uiścić 24 pensy.

- Wprowadzanie mechanizmów fiskalnych, które mają ewidentnie dyskryminujący charakter dla określonych kategorii produktów żywnościowych, zawsze budzi sprzeciw branży. W obecnych realiach, silnego wzrostu cen żywności, dodatkowe podatki nie zostałyby dobrze przyjęte przez konsumentów. Choć trzeba przyznać, że zastosowanie takiego rozwiązania jest realne, ale stanowczo nieuzasadnione. Nadwaga i otyłość, podobnie jak inne choroby dietozależne, stanowią złożony, wieloczynnikowy problem społeczny. Można z nim walczyć, ale przede wszystkim poprzez podejmowanie działań edukacyjnych - mówi Andrzej Gantner, dyrektor generalny Polskiej Federacji Producentów Żywności.

Z kolei Sebastian Starzyński, prezes Instytutu Badawczego ABR SESTA, uważa koncepcję podatku za jak najbardziej słuszną. Ludzie są ewolucyjnie skłonni do uzależniania się od cukrów, bo glukoza jest paliwem dla mózgu i ciała. Kiedyś były one mało dostępne w czystej formie, ale obecnie popularna sacharoza jest wszechobecna. Wiele osób nie widzi związku między przyrostem tkanki tłuszczowej a spożyciem węglowodanów, w konsekwencji spożywamy ich za dużo. Wzrost otyłości zachodzi u nas szybciej, niż w większości krajów europejskich. Sytuację mogłaby poprawić edukacja, ale ona przegrywa z wysokobudżetowymi reklamami słodczy oraz napojów słodzonych. Dlatego wskazane jest dodatkowe rozwiązanie zniechęcające klientów, a wyższa cena tak właśnie działa.

- Firmy mogą zastosować zamienniki takie, jak syrop klonowy, stewia, miód, melasa czy daktyle. Moda na zdrowe produkty wydaje się być trwałym trendem. Konsumentom chcą spożywać to, co naturalne i nieprzetworzone. Efektem tego jest zmiana receptur wielu produktów, które już stoją na sklepowych półkach. W tym roku wyróżniły się szczególnie w branży napojów, zwłaszcza dla dzieci. Na etykietach pojawiają się informacje o braku cukru, napisane wręcz ogromnymi literami. Jednak z wprowadzeniem nowego podatku jest też związane ryzyko. Producenci mogą częściej sięgać po chemiczne słodziki, bardziej szkodliwe, niż sacharoza - ostrzega Monika Rybczak, Business Unit Director w Hiper-com Poland.

Są kraje, które wprowadziły tego typu rozwiązania, ale sukcesywnie z nich rezygnują. Andrzej Gantner zaznacza, że w Danii w 2014 roku zniesiono podatek na napoje, ponieważ nie zaobserwowano jego bezpośredniego wpływu na zmianę nawyków żywieniowych. W Finlandii w 2017 roku zlikwidowano taką należność za słodczy i lody oraz ograniczono ją w przypadku napojów słodzonych. Przykładem braku efektywności takiej polityki jest podatek dyskryminacyjny od napojów bezalkoholowych wprowadzony w Meksyku. Przyczynił się on do zmniejszenia spożycia energii o zaledwie 6,3 kilokalorii dziennie, co stanowi jedynie 0,5% całodziennego zapotrzebowania dorosłego człowieka. Efekt ten jest nieporównywalnie mniejszy, niż ma to miejsce w przypadku dobrowolnych działań prowadzonych przez przemysł żywnościowy w zakresie udoskonalania receptur produktów.

- Jeśli pomysł zostanie wprowadzony, to przewiduję 4 warianty postępowania producentów. Koncerny, które utrzymają dotychczasowy poziom cukru, podwyższą lub pozostawią ceny towarów. To, jak się zachowają, zależy od kategorii produktu. W tych z wysoką marżą, czyli np. napojach energetycznych, dodatkowe obciążenie fiskalne nie byłoby aż tak widoczne. Jeżeli podatek będzie podobnej wysokości jak w Wielkiej Brytanii, to przedsiębiorstwa postawią na nową recepturę i zejda poniżej ustalonego limitu. Firmy, które zaczną wsypywać mniej sacharozy, niekoniecznie obniżą cenę. Będą miały możliwość jej utrzymania na dotychczasowym poziomie, ponieważ inni gracze zostaną zmuszeni do podwyżek - wyjaśnia Sebastian Starzyński.

Natomiast dyrektor generalny PFPŻ przybliży doświadczenia Węgrów. Tam, po wprowadzeniu tzw. food tax, część przedsiębiorstw nie była w stanie zmienić receptur, ani też ze względu na swoją pozycję rynkową podnieść cen, aby pokryć koszty podatku. Dotyczyło to głównie firm małych i

średnich, których skala produkcji i uzyskiwana marża były zbyt małe, żeby zniwelować straty wynikające z dodatkowej należności fiskalnej. Dlatego niektóre przedsiębiorstwa przerzuciły podatek na konsumentów, co odczuły najmniej zamożne osoby. One nie ograniczyły konsumpcji, a jedynie przekierowały swój popyt na produkty tańsze o niższej jakości, ale o niezmienionej zawartości cukru.

- Tego typu zmiana legislacyjna będzie długookresowo najbardziej korzystna dla najuboższych ludzi. Zwykle świadomość szkodliwości cukru jest najmniejsza w grupach z niższym wykształceniem, które pozostaje bardzo skorelowane ze skromnymi zarobkami. Te osoby mają ograniczony budżet na zakupy. Zaczną więc rzadziej spożywać ulubione napoje ze względu na wyższe ceny lub będą to robić tak często, jak dotychczas, ale w dostępnych produktach pojawi się obniżona zawartość sacharozy. Tym samym będą one mniej szkodliwe. Ponadto, cała burza wokół podatku spowoduje, że do tej grupy konsumentów dotrze narracja związana ze szkodliwością cukru. Część z nich zacznie bardziej świadomie podchodzić do zakupów - dodaje prezes Instytutu Badawczego ABR SESTA.

Zdaniem Moniki Rybczak, koszty korzystania z cukru wzrosną po wprowadzeniu podatku, ale i tak pozostaną relatywnie niskie. Ten składnik stanowi bazę dla najtańszych produktów. W nich z pewnością nie będą używane droższe zamienniki takie, jak stewia czy miód naturalny. Najbardziej ucierpi na tym klient najmniej zamożny. W nim nie zostanie rozbudzona potrzeba sięgania po zdrowe jedzenie. Pozytywnym skutkiem zmian legislacyjnych może być szersza oferta towarów nieszkodliwych, z lepszym składem. Jednak ceny wzrosną o co najmniej wartość podatku, a z reguły podwyżki w takich sytuacjach są bardziej okazałe.

- Przy ewentualnym wprowadzeniu tego typu daniny niezbędne byłoby zapewnienie odpowiednio długiego *vacatio legis*, które umożliwi branży dopasowanie produktów do nowych wymagań. Zbyt krótki okres przejściowy skutkuje takimi sytuacjami, jakie pojawiły się bezpośrednio po wejściu w życie tzw. rozporządzenia sklepikowego. Wówczas mieliśmy do czynienia z brakiem bądź bardzo ograniczoną dostępnością towarów odpowiadających kryteriom. W przypadku wprowadzenia tego typu podatku w Polsce oznaczałoby to, że wiele małych i średnich przedsiębiorstw wypadłoby z rynku. W zależności od kategorii, od opracowania koncepcji produktu do wypuszczenia jego wersji finalnej mogą upłynąć nawet dwa lata - informuje dyrektor generalny PFPŻ.

opinii Sebastiana Starzyńskiego, jest mało prawdopodobne, aby ustawodawca zgodził się na dwuletni okres przejściowy. Koncerny napojowe mogą bowiem szybciej przeprowadzić cały proces przygotowawczy z wymaganymi testami. Eksperta nie zdziwią naciski ze strony cukrowni, zwłaszcza że proponowane zmiany prawne będą dla nich problematyczne. Jednak lobbing nie okaże się zbyt mocny. Większość tego typu zakładów należy do podmiotów zagranicznych, często z kapitałem niemieckim, co nie sprzyja wypracowaniu porozumienia z obecnym rządem. Presja ze strony producentów napojów będzie mocniejsza, ponieważ w tym gronie jest sporo polskich firm. Może się pojawić narracja, że partia rządząca znowu przygotowuje regulacje przeciwko biznesowi. Pomysłodawcy zmian zapewne poszukają sojuszników w fundacjach zajmujących się zdrowiem czy instytutach naukowych.

- W Polsce przemysł żywnościowy od wielu lat dobrowolnie podejmuje skuteczne działania na rzecz poprawy jakości żywnościowej produktów spożywczych. Przykładowo, jeżeli chodzi o kategorię napojów słodzonych, tzw. wersje light stanowią w Polsce już blisko 20% rynku. Przewiduje się, że one będą zyskiwać na znaczeniu. W grudniu 2017 roku doszło do podpisania porozumienia dotyczącego współpracy na rzecz optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych. Wywieranie presji na branżę jest nieuzasadnione, a idea dodatkowego opodatkowania jawi się tym bardziej krzywdząca. Może również przełożyć się na ograniczenie wprowadzania innowacyjności i reformulacji w przemyśle spożywczym - podsumowuje Andrzej Gantner.

źródło: MondayNews

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/powraca-widmo-podatku-od-cukru-co-na-to-producenci,48309>