

## Polak pije mniej i mądrzej

data aktualizacji: 2013.07.31



**Średnie spożycie alkoholu w Polsce na poziomie 10,1 litrów w przeliczeniu na czysty alkohol jest poniżej średniej europejskiej wynoszącej 10,7 litrów - czytamy w raporcie Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego.**

Zbliżony do innych krajów regionu jest również odsetek abstynentów (24 proc.). Najwięcej pijemy piwa, mniej napojów spirytusowych i win. Pod względem spożycia alkoholu Polska zajmuje 19. miejsce w Europie. Liderami są mieszkańcy Luksemburga, Czech i Łotwy. Powyżej unijnej średniej piją mieszkańcy Francji, Austrii i Niemiec.

Co ważne, jak pokazują inne dane Światowej Organizacji Zdrowia, Polacy nie tylko piją poniżej europejskiej średniej, ale również rzadziej nadużywają alkoholu niż Czesi, Duńczycy, Niemcy czy Brytyjczycy. Do ryzykownego spożywania alkoholu przyznało się u nas nieco ponad 19 proc. mężczyzn i 2,4 proc. kobiet.

Statystyki dowodzą, że skala problemów alkoholowych w Polsce w porównaniu z innymi krajami Unii nie jest tak duża, jak się powszechnie uważa. Wręcz przeciwnie – jeśli spojrzeć na dane dotyczące nadużywania alkoholu, dużo więcej powodów do zmartwienia mają np. państwa skandynawskie. W Finlandii, gdzie notuje się spożycie per capita 10 l 100% alkoholu, do ryzykownego picia przyznaje się 43 proc. mężczyzn i 15 proc. kobiet. Natomiast w Szwecji (spożycie per capita 7,4 l) 35,3 proc. mężczyzn i 16,5 proc. kobiet wypija co najmniej jedną butelkę wina, pięć kieliszków wódki lub sześć puszek piwa minimum raz w miesiącu. – Od około 30 lat w Unii spada spożycie alkoholu, natomiast skala szkodliwych zjawisk związanych z jego konsumpcją niekoniecznie podąża w tym samym kierunku. Są kraje, które notują spadek spożycia per capita i jednocześnie wzrost skali ryzykownych zachowań związanych z piciem alkoholu. Przykładem jest Wielka Brytania, która od lat walczy ze zjawiskiem nadużywania alkoholu. Podobny problem mają niektóre kraje skandynawskie. Z drugiej strony w krajach południowych, jak Hiszpania czy Portugalia, gdzie pije się sporo, nadużywanie alkoholu jest niewielkie. Jak widać, nie ma reguły – komentuje Leszek Wiwala, prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy.□

## **Zmienia się kultura picia**

Stereotyp Polski, jako mocno pijącego narodu, jest mocno przesadzony. Alkohol jest oczywiście nieodzownym elementem każdego spotkania, czy to w gronie przyjaciół, czy rodziny. Jednak sama kultura spożywania alkoholu znacząco się zmieniła. Jest to efektem wyjazdów zagranicznych, gdzie smakujemy czegoś nowego, a następnie próbujemy odszukać te smaki u nas w Polsce. Wódka nie jest już wiodącym alkoholem zaraz po piwie. Coraz częściej Polacy, zwłaszcza mieszkańcy miast, sięgają po whisky, koniaki czy likiery.

*Joanna Gemza, junior brand manager MV Poland*

## **Wyzaczyliśmy sobie ambitne cele**

Dane potwierdzają, że prowadzone przez wiele lat działania edukujące Polaków, jak pić alkohol odpowiedzialnie, przyniosły efekty. W wielu obszarach, takich jak np. nietrzeźwi kierowcy czy spożywanie alkoholu przez kobiety w ciąży, dzięki długotrwałym działaniom instytucji, firm alkoholowych, czy całej branży udało się osiągnąć znaczącą poprawę i zmianę zachowań. Oczywiście, proces ten jest długotrwały i wymaga podejmowania stałych aktywności w celu edukowania konsumentów. Branża zdaje sobie z tego sprawę, dlatego globalni producenci napojów spirytusowych, piwa oraz wina podjęli dobrowolne zobowiązania na rzecz ograniczania skutków nieodpowiedzialnej konsumpcji. Wyzaczyliśmy sobie tym samym ambitne cele, które będą realizowane w ciągu najbliższych pięciu lat, w takich obszarach jak: przeciwdziałanie spożyciu alkoholu przez nieletnich, umacnianie i rozbudowywanie etycznych kodeksów działań marketingowych (samoregulacji branży), przekazywanie konsumentom informacji i odpowiedzialne wdrażanie innowacyjnych produktów, walka ze zjawiskiem pijanych kierowców i wspieranie detalistów w ograniczaniu skutków szkodliwej konsumpcji alkoholu.

*Aneta Józwicka, corporate relations director Diageo Polska*

### **Mamy swój wkład w mniejsze spożycie**

Polacy stają się coraz bardziej świadomymi konsumentami i zaczynają się interesować kategoriami innymi niż tylko wódka. Efektem tego jest np. rosnąca konsumpcja whisky czy wzrost kategorii RTD (drinki gotowe do spożycia). Te trendy nie wpływają jednak na popularność wódek z segmentu premium i ultrapremium. Ich sprzedaż, tak jak w przypadku Finlandia Vodka, od kilku lat utrzymuje się na stałym poziomie. Zmiany w zachowaniach konsumentów oraz wzrost popularności kategorii innych niż wódka, dowodzą tego, że Polacy świadomie sięgają po alkohol i przestają go nadużywać. Dla Brown-Forman Polska to bardzo ważna informacja. Od początku działalności w Polsce promujemy zasady odpowiedzialnego spożywania alkoholu. Na wszystkich materiałach zamieszczamy informację „Zachowaj czystość umysłu. Pij odpowiedzialnie” oraz adres strony internetowej [www.pijodpowiedzialnie.pl](http://www.pijodpowiedzialnie.pl). Cieszymy się, że mamy swój wkład w działania, które przyczyniają się do tego, że Polacy z rozmysłem sięgają po alkohol.

*Luiza Pantera, trade marketing manager Brown-Forman Polska*

### **Promujemy odpowiedzialną konsumpcję**

Cieszy nas fakt, że Polacy piją coraz rozważniej. Pernod Ricard Polska, jako firma z branży alkoholowej, przykłada szczególną wagę do promowania odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu - edukujemy w tym obszarze naszych pracowników i angażujemy się w szeroko zakrojone działania podejmowane z resztą branży. Działamy na rzecz ograniczenia spożycia alkoholu przez osoby nieletnie, promujemy zachowania przeciwstawiające się zjawisku prowadzenia po spożyciu alkoholu. Zwracamy się również do konsumentów - na naszych produktach zamieszczamy oznaczenia zachęcające do picia z umiarem.

*Katarzyna Groszek, communication manager Pernod Ricard Polska*

*(HUW)*

*Wiadomości Handlowe, Nr 8 (127) Sierpień 2013*

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polak-pije-mniej-i-madrzej,661>