

# Suša u industriji pića: Čaša je do pola prazna



Višegodišnji rast poslovanja u sektoru pića je nastavljen i prošle godine, kada je neto rezultat ove industrije porastao za 6,8 odsto. Sada, u godini korone, taj rast je naglo prekinut zbog zatvaranja ugostiteljskih objekata, koji imaju veliko učešće u prodaji pića. Ono u prodaji piva dostiže čak 30 odsto. Upravo zato se većina predloženih mera za pomoć proizvođačima pića zasniva na jačanju ugostiteljskog sektora.

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (**RZS**), u 2018. industrija pića ostvarila je neto rezultat od 53,4 miliona evra, što je bilo za 6,5 odsto više nego godinu dana ranije. U 2019. on je porastao na 63,9 miliona evra, dakle za 6,8 procenata.

Podaci Privredne komore Srbije (**PKS**) za prvi kvartal ove godine takođe su bili optimistični. Samo u februaru 2020. industrijska proizvodnja pića je porasla za 10,1 odsto, a beležila je i rast broja zaposlenih i njihovih zarada. U januaru je prosečna zarada u proizvodnji pića iznosila 73.135 dinara, i bila za 22,2 odsto veća od republičkog proseka.

A onda se desila pandemija. Prodaja pića je drastično smanjena zbog zatvaranja ugostiteljskih objekata tokom karantinskih mera, a ni posle njihovog otvaranja nije mnogo rasla. Tako je doprinos ovog sektora rastu ukupne industrije u prvoj polovini 2020. godine, prema izveštaju Ministarstva finansija, pao za 0,3 procentna poena.

Pivari traže pomoć za ugostiteljePrema podacima istraživačke kuće „Nielsen“, prošle godine je prodaja piva u prodavnicama količinski smanjena za 0,9 odsto. To, međutim, nije dovelo do pada prihoda pivara, jer je prodaja vrednosno porasla za 3,6 odsto. Drugim rečima, kupovana su skuplja piva. Proizvođačima piva je pogodovalo i dobro poslovanje ugostitelja, koji su u 2019. imali rast prometa od 11,3 odsto.

No, za samo nekoliko meseci sve se promenilo. **Udruženje pivara Srbije** saopštava da je od marta do oktobra 2020. potrošnja ovog pića u Srbiji pala za 10 odsto, zbog otkazivanja brojnih koncerata, fudbalskih utakmica i festivala, ali i ograničavanja rada ugostiteljskih objekata, koji u ukupnoj potrošnji piva u našoj zemlji učestvuju sa 30 odsto. Zato čak ni blagi rast prodaje u trgovinama nije pogurao poslovanje ove industrije u plus.

Domaćim pivarima ovaj put nije mnogo pomogla ni činjenica da smo drugi izvoznik piva u **EU**, jer je i tamo padala potrošnja. Izvoz piva na ovo tržište od marta do avgusta smanjen je za oko 15 odsto.

Pošto pivska industrija godišnje donosi preko 3,5 odsto prihoda u budžet, pivari su smatrali da bi država trebalo da im pomogne. Izneli su Vladi predloge za sprečavanje daljeg pada prodaje, među kojima su i snižavanje PDV-a za ugostiteljske objekte na 10 odsto, zaustavljanje rasta akciza na ovo piće i obezbeđivanje subvencija za deo zakupa koji plaćaju ugostitelji.

U pregovorima sa Privrednom komorom Srbije predložili su i podsticaje za domaće poljoprivrednike zainteresovane za uzgoj hmelja, koji trenutno uglavnom uvozimo. Naime, domaću proizvodnju hmelja dugu 250 godina ratovi i tranzicija su gotovo uništili, pa sada ovu poljoprivrednu kulturu gajimo samo u Bačkom Petrovcu, u nedovoljnim količinama za industriju koja godišnje proizvede 5,5 miliona hektolitara piva.

Zatvaranje ugostiteljskih objekata je, ipak, najviše pogodilo male zanatske pivare. Nekima od njih je prodaja pala i do 90 odsto, dok su donekle manje gubitke beležile one sa razvijenom onlajn prodajom. Zanatske pivare zauzimaju manje od 0,5% tržišta piva, ali su prepoznatljive u zemlji i inostranstvu i od njih zavise i malobrojni domaći uzgajivači hmelja. U pregovorima s državom oko pomoći, male pivare očekuju i vraćanje uplaćenog iznosa akcize za 2019. godinu u iznosu od 50 posto.

Jaka konkurencija na tržištu vinaProizvodnja vina je tokom prethodne finansijske krize gotovo prepolovljena, ali je uspela da se oporavi, što pokazuje i podatak da je sada registrovano 360 vinarija, što je 2,5 puta više nego pre deset godina.

Broj vinograda u zemlji raste, ali i dalje nedovoljno za potrebe vinara. Prema poslednjim podacima Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, u 2018. je uzgojeno oko 150.000 tona grožđa, što je 10 odsto manje nego u godini koja joj je prethodila, a proizvedeno je 29,1 miliona litara vina, odnosno 24 odsto više nego u 2017. Dakle, industrija vina je značajan deo sirovina (42 odsto) uvozila, uglavnom iz Severne Makedonije. Pojedini vinari tvrde da je taj trend nastavljen i u naredne dve godine, ali još nema zvaničnih podataka koji to potvrđuju.

No, uprkos nedostatku sirovina, izvoz našeg vina je stalno rastao. Između 2012. i 2016. Srbija je godišnje izvozila oko 13,6 miliona litara u vrednosti od 16,2 miliona dolara, a uvozila 27,2 miliona litara vina, ukupno vrednog 32,6 miliona dolara. Prošle godine ostvarili smo izvoz u vrednosti od 22,1 milion dolara, a uvezli smo vina u vrednosti od preko 30 miliona dolara. U januaru ove godine, vrednost izvoza je udvostručena u odnosu na isti period lane, a kao dodatni podstrek proizvodnji vina najavljena su državna ulaganja u razvoj vinogradarstva od 8,9 miliona evra, što je tri puta više nego prošle godine.

Ali korona je stigla pre te pomoći. Prema podacima Saveza vinogradara i vinara Srbije, u prvoj polovini 2020. prodaja vina na tržištu je opala za oko 50 odsto. Tome je, osim zatvaranja ugostiteljskih objekata, doprineo i rast uvoza jeftinog vina iz inostranstva. Naime, dok je u svetu bujao protekcionizam, u našoj zemlji su uvozne kvote za vino bile popunjene već polovinom godine.

Zbog kombinovanog uticaja jake konkurencije i korona-krize, vinarima je jedino preostalo da zatraže pomoć od države, koja im je obećala bespovratna sredstva, ali konkretniji detalji o podršci još nisu poznati.

Ipak, nisu svi vinari bili podjednako pogođeni pandemijom. Neki od njih su deo proizvodnje preusmerili na medicinski alkohol, za kojim je na početku pandemije vladala velika potražnja. Tako je još u martu Republička direkcija za imovinu od kompanije „**NAVIP**“ preuzela oko 350.000 litara belog vina za destilaciju i preusmerila ga preduzeću „Vino Župa“ na preradu u alkohol jačine 75 procenata. Isto je učinjeno i sa zaplenjenom rakijom.

Kompanija „Vino Župa“ je očigledno u ovome videla šansu da nadoknadi bar deo izgubljenih prihoda, te je u svoj asortiman uvrstila i dezinficijense. Sada je jedna od retkih vinarija u zemlji koje, osim vina, prodaju i svoj brend medicinskog alkohola i tečnosti za dezinfekciju.

Ni bezalkoholna pića ne mogu bez kafićaAko posle ovih podataka niste posegli za čašicom žestine, onda su vam potrebni bar šećer i voda. Po mogućstvu flaširana, kako biste pomogli domaćoj industriji mineralnih voda, koja je u prvoj polovini godine beležila pad od 10 odsto. Pad je posledica zatvaranja ugostiteljskih objekata, ali i vremenskih uslova, odnosno manjeg broja toplih dana, tokom kojih inače raste konzumacija vode.

Tako je prekinut i razvoj tržišta vode, koje je, prema podacima Udruženja industrije mineralnih voda, u 2019. godini imalo rast prodaje od dva odsto. Zanimljivo je da su najveći rast, od 25 odsto, tada beležile male kompanije, dakle one koje ne spadaju u najvećih 10 proizvođača vode. No, na domaćem tržištu mineralnih voda uglavnom dominiraju veliki igrači, koji u ukupnoj prodaji vode učestvuju sa 89 procenata, te njihovi rezultati određuju poslovanje cele industrije.

Ni druga bezalkoholna pića do korona-krize nisu imala većih poteškoća na tržištu. Prodaja voćnih sokova u prodavnicama je, prema „Nielsenu“, od aprila 2019. do marta 2020. godine količinski porasla za 3,2 odsto a vrednosno za 6,1 odsto. Najbolje su se prodavali sokovi s ukusom pomorandže, jabuke i mešavine više vrsta voća. Gazirana bezalkoholna pića su zabeležila količinski pad prodaje od 0,2 odsto ali vrednosni rast od 5,4 procenta. Prema podeli po ukusu, najpopularnije su bile „cole“. One su činile 61,3 odsto prodatih gaziranih bezalkoholnih pića.