

Deszczowa i ponura aura za oknami, a w środku gwarno, leniwie i rodzinnie. Barman, z którym klienci są na „ty”, biegające wokół stolików dzieci i weekendowy wieczór spędzony w gronie rodziny czy przyjaciół, oraz prawie wszyscy znajomi sąsiedzi przy stolikach obok. To obrazki znane głównie z angielskich czy irlandzkich filmów. Choć pub dla przeciętnego Polaka nie jest miejscem tak ważnym jak dla przeciętnego Brytyjczyka czy nawet Niemca, Austriaka lub Czecha, to z roku na rok lokale te odwiedza coraz więcej gości. Wiąże się to z coraz lepszą świadomością picia dobrego gatunkowo piwa, które staje się tłem rozmów i spotkań z przyjaciółmi, a nie tylko towarzyszem samotnych wieczorów spędzonych przed telewizorem.

Sprawdzimy, czy tendencje na rynku piwnym sprzyjają uruchomieniu własnego pubu i jakie kryteria trzeba będzie spełnić, by odniósł on sukces.

## Charakterystyka rynku

Statystyczny Polak wypija rocznie ok. 90 litrów piwa. W ciągu kolejnych dwóch lat wynik ten może wzrosnąć do 94-95 litrów. Jesteśmy piwną potęgą europejską, zaraz za Czechami i Niemcami. Jako jeden z ulubionych trunków ten wymienia ok. 65% dorosłych Polaków. Piwo pite jest najczęściej w domu – 72%, spożycie w pubach i restauracjach wybiera ok. 21%, zaś w pozostałych miejscach, takich jak imprezy plenerowe czy sportowe,

ok. 6%. 98% sprzedawanego i serwowanego piwa pochodzi z produkcji krajowej. Choć spożycie tego alkoholu nad Wisłą rośnie, to wciąż jeszcze tak charakterystyczna dla krajów, które gonimy, tzw. kultura picia, jest we wcześniejszej fazie rozwoju. Dowodem na to są różnice w popularności pubów, które na stałe wpisały się w tryb życia naszych europejskich sąsiadów, u nas zaś wybierane są sporadycznie.

Różnice widać także w grupie wiekowej konsumentów pubów. O ile gościmi lokali zagranicznych są wielopokoleniowe rodziny, to krajowe puby odwiedzają głównie osoby z przedziału 20-35 lat. W większych miastach puby popularne są szczególnie wśród studiującej młodzieży.

W Polsce pije się przede wszystkim piwo jasne pełne. Preferuje je aż 75% konsumentów. Dużą popularnością cieszą się także piwa mocne – ok. 20%. Pozostała część rynku należy do piw specjalnych – ok. 4%. Choć segment ten jest najmniejszy, to z roku na rok zyskuje coraz większą liczbę miłośników. Klienci coraz chętniej sięgają po piwa smakowe, ciemne, niepasteryzowane itp.

W ostatnim czasie na rynku można zauważyć bardzo ciekawy trend związany ze spadkiem obrotów największych koncernów browarniczych. Konsumenty stają się coraz bardziej świadomi i po latach fascynacji wielkimi, globalnymi markami zaczynają na nowo odkrywać smak prawdziwego piwa – a te, jak twierdzą znawcy, produkują tylko małe, regionalne browary i browary restauracyjne. Dlatego też w ostatnich latach zyskują one na znaczeniu, a sprzedaż piw niepasteryzowanych i „żywych” rośnie w największym tempie. Klienci znudzeni powtarzalnością i podobnym smakiem piw z największych w Polsce browarów zwracają się ku trunkom warzonym tradycyjnymi metodami. Dlatego też mali producenci piwa, którym udało się przetrwać lata słabej sprzedaży, teraz odnotowują rekordowe wzrosty