

W polskich barach królują wódka, piwo i mojito

ALKOHOL

Najlepiej sprzedającą się whisky w czołowych barach świata jest amerykański Maker's Mark. Polacy, choć kupują coraz więcej szkockiej, nadal wybierają chętniej np. czystą z colą lub sokiem.

Zestawienie najlepiej sprzedających się marek whisky w barach na świecie przygotował magazyn „Drinks International”. Zrobił je w oparciu o dane ze 100 spośród 250 lokali, które dostały największej głośności w konkursie na najlepszy bar 2013 r. (wygrał Artesian w londyńskim hotelu Langham).

Zwycięski Maker's Mark jest burbonem produkowanym w Loretto w stanie Kentucky. Wraz z marką Jim Beam należy do firmy Beam Inc. Za 16 mld dolarów kupił ją ostatnio japoński koncern Suntory Holdings.

Tuż za Maker's Mark znalazł się Jack Daniel's, whiskey należąca do firmy Brown-Forman. Trzecie miejsce zdobył burbon Four Roses. Od 2002 r. jego właścicielem jest japoński Kirin Brewery.

Do pierwszej dziesiątki zestawienia trafiły tylko marki ze Stanów Zjednoczonych i japońska Haku-shu. Jego autorzy tłumaczą, że ma to związek z tradycją serwowania w barach koktajli w oparciu o amerykańską whiskey i burbona.

Oddzielny ranking powstał dla szkockich serwowanych w barach. Najczęściej sprzedawaną tam marką jest Johnnie Walker należący do koncernu Diageo. Kolejne miejsca zajmują Chivas Regal, którego właścicielem jest Pernod Ricard (należy do niego także nasza Wyborowa) oraz Monkey Shoulder produkowany przez William Grant&Sons.

Whisky jest dziś drugim po wódce najczęściej kupowanym napojem spirytusowym w Polsce. W ubiegłym roku po raz pierwszy w historii wartość detalicznego rynku tego alkoholu przekroczyła 1 mld zł. Firma badawcza Nielsen podaje, że od października 2012 r. do

września 2013 r. wydaliśmy na nią niemal 1,01 mld zł, o 14,8 proc. więcej niż rok wcześniej. Jeszcze trzy lata temu rynek whisky był wart ok. 700 mln zł. Najpopularniejszymi markami są u nas Johnnie Walker oraz Ballantine's Finest należący do Pernod Ricard.

– Wojna cenowa między największymi graczami sprawiła, że whisky kosztuje dziś tyle co dobrej jakości wódka, co jest niespotykane na skalę światową – mówi „Rz” Ryszard Berent, prezes Stowarzyszenia Polskich Barmanów.

Ale rosnąca popularność whisky to nie tylko efekt większej przystępności cenowej. – Whisky to trunk dla dojrzałego konsumenta. Przyczyn wzrostu zainteresowania nią w Polsce można

Rynek whisky w Polsce, w proc.*



*Zródło: Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, pod względem wartości sprzedaży, X 2012 - IX 2013

• SZKOCKA NAJPOPULARNIEJSZA

szukać w zmianie stylu życia, wzroście zamożności Polaków, a także zwiększonej dostępności whisky na rynku – wyjaśnia Charles Maclean, krytyk whisky, który odwiedził ostatnio nasz kraj na zaproszenie firmy Stilnovisti specjalizującej się w inwestycjach alternatywnych.

Whisky zamawiamy jednak coraz częściej także w barach, gdzie nadal królują jednak piwo i wódka. Czystą najchętniej mieszamy z colą lub sokiem pomarańczowym. – Popularność tych drinków wiąże się z przystępną ceną – mówi Ryszard Berent.

Hitem ostatnich lat, szczególnie w dużych miastach, jest także mojito, czyli drink na bazie białego rumu. – Beata Drewnowska