

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

Warszawa, dn. 16.01.2019r.

Analiza WEI w sprawie podwyżki podatku VAT na nektary i napoje owocowe lub warzywne

1. Synteza

Warsaw Enterprise Institute krytycznie odnosi się do planów podwyżki podatku VAT na nektary i napoje owocowe lub warzywne z minimalną zawartością soku 20%. Planowane podwyżki zaprzeczają ideę, za którą stała reforma matrycy podatkowej VAT. Jedna stawka dla wszystkich soków i napojów owocowych zostaje zmieniona na 3 stawki, uzależnione od rodzaju napoju. Według najnowszych propozycji Ministerstwa Finansów, soki spełniające wymogi dla nich przeznaczone, w dalszym ciągu opodatkowane będą 5% VAT-em. Wzrośnie VAT na nektary (o 3 p. proc.) oraz na napoje owocowe (aż o 18 p. proc.).

Taka zmiana może spowodować bardzo niebezpieczne skutki dla rynku napojów owocowych oraz dla przetwórców - sadowników. Prognozowany jest wyraźny spadek zapotrzebowania na owoce i warzywa, który połączony z problemem nadprodukcji owoców w Polsce może wywołać kłopoty finansowe u wielu rolników.

Konsumenci nieakceptujący podwyższonych cen na napoje owocowe i warzywne mogą wybrać napoje gazowane, które po planowanej podwyżce będą do kupienia w dużo niższej cenie od napojów owocowych. Producenci napojów, dla zminimalizowania kosztów podwyżki podatków, mogą obniżyć jakość swoich produktów zmniejszając zawartość soku (z 20% do 10% lub mniej), co wpłynie na ich wartości odżywcze (oraz dodatkowe zmniejszenie zapotrzebowania na owoce i warzywa). Wbrew opinii Ministerstwa Finansów proponowana podwyżka VAT nie wpłynie na poprawę jakości płynów kupowanych przez Polaków, a wręcz przeciwnie - sprawi, że zwiększy się udział w rynku słodzonych napojów gazowanych.

2. Rynek napojów w Polsce i jego oddziaływanie na przetwórstwo

2.1 Definicje

Choć potocznie większość produktów stworzonych z owoców i przeznaczonych do picia nazywamy sokami, to w zgodzie z branżową definicją nazwać tak można jedynie niewielką część tego typu produktów. Taką definicję przyjęło też Ministerstwo Finansów, proponując nowe stawki podatkowe na wskazane produkty.

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

Sok otrzymuje się z owoców i warzyw. Zakazane jest dodanie do niego cukru, słodzików i innych substancji słodzących, barwników, konserwantów oraz wszelkich aromatów, za wyjątkiem tych powstałych z owoców i warzyw, z których sok jest wyprodukowany. Dosłódzenie dozwolone jest jedynie w przypadku soków owocowo-warzywnych. Soki mogą być wzbogacone w witaminy i sole mineralne.

Sok należy odróżnić od nektaru. Ten zawiera od 25 do 100% soku/przecieru z owoców i warzyw. Pozostałą częścią nektaru jest ¹w zależności od rodzaju: woda, cukier, miód, czasami kwas cytrynowy. Podobnie jak w przypadku soków do nektarów nie można dodawać barwników i konserwantów oraz aromatów innych, niż uzyskany z owocu bądź warzywa, z którego powstaje produkt. Procentowa obecność soku różni się w zależności od rodzaju nektaru. W przypadku nektaru z owoców takich jak jabłka, ananas czy brzoskwinia jego skład musi wynosić co najmniej 50 procent. Mniej soku mogą posiadać nektary z tzw. owoców kwaśnych m.in. czarnej porzeczki czy wiśni. Z tych owoców nie produkuje się soków.

Najszersza jest grupa napojów. W Polsce mamy dwie grupy – napoje owocowo-warzywne z min. 20% zawartością soku/przecieru oraz pozostałe napoje w tym gazowane o smaku owocowym lub innym z zerową lub nieznaczną zawartością soku. Można dodawać do nich substancje, które zakazane są w przypadku soków i nektarów. Jeżeli bowiem do 100% soku owocowego dodamy np. przyprawy bądź ich ekstrakty, to z prawnego punktu widzenia nie mówimy wtedy o produkcie będącym sokiem, a napojem.

2.2 Wartość rynku soków, nektarów i napojów owocowych

Rynek soków, nektarów i napojów owocowych wliczony jest do sektora napojów niealkoholowych. Jego całkowita wartość przekracza już dziś 22 mld złotych, z tendencją wzrostową, które według prognoz mogą w 2020 roku przekroczyć kwotę 24 mld złotych. ² Najlepiej sprzedającym się produktem z tego segmentu jest woda mineralna. Trzecie miejsce zajmują soki, nektary i napoje owocowo-warzywne, zaraz za napojami gazowanymi. Jego wartość w 2015 roku wyniosła 5,9 mld złotych.

Najświeższe dane wskazują, że połowa segmentu soków, nektarów i napojów (SNN) stanowią napoje owocowe i owocowo-warzywne.³ Choć wolumen soków rokrocznie się podnosi, to wciąż w sprzedaży ustępują napojom i stanowią 38% wszystkich sprzedaży w tym segmencie. Nektary stanowią 12% struktury spożycia. Polacy są w czołówce społeczeństw konsumujących soki, nektary i napoje owocowe. Przeciętny Polak wypija 35 litrów tego typu napojów w ciągu roku. ⁴ Jest to dalece więcej, aniżeli wynosi średnia europejska. Z porównywalnych krajów więcej tego rodzaju produktów niż Polacy spożywają jedynie Niemcy.

1 <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rynek-napojow-bezalkoholowych-w-polsce-jest-wart-p,44664/2>

2 http://bpcc.org.pl/uploads/ckeditor/attachments/10268/Raport_KPMG_Rynek_napoj_w_bezalkoholowych_w_Polsce.pdf

3 Nielsen, Total Poland, sales volume in 2018

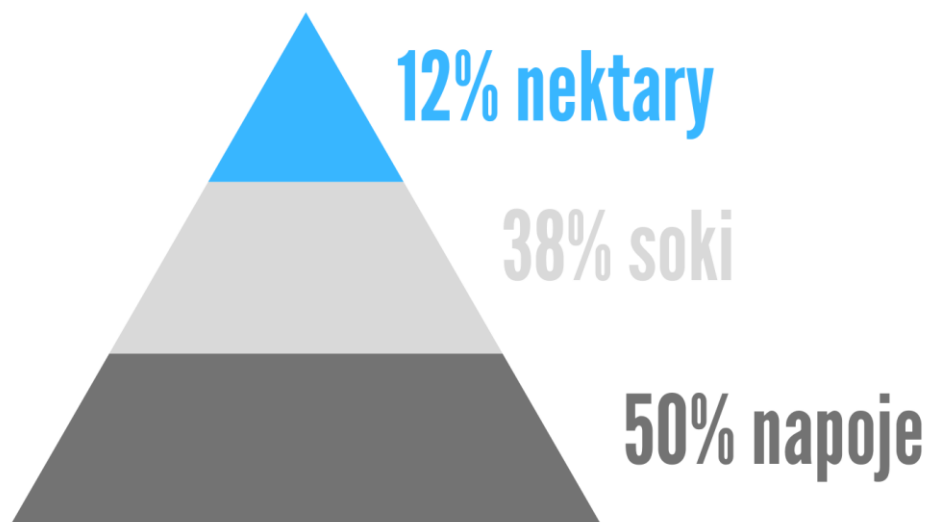
4 Dane KPMG na podstawie Euromonitora

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** I **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR H.AB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

STRUKTURA RYNKU SNN - 2018

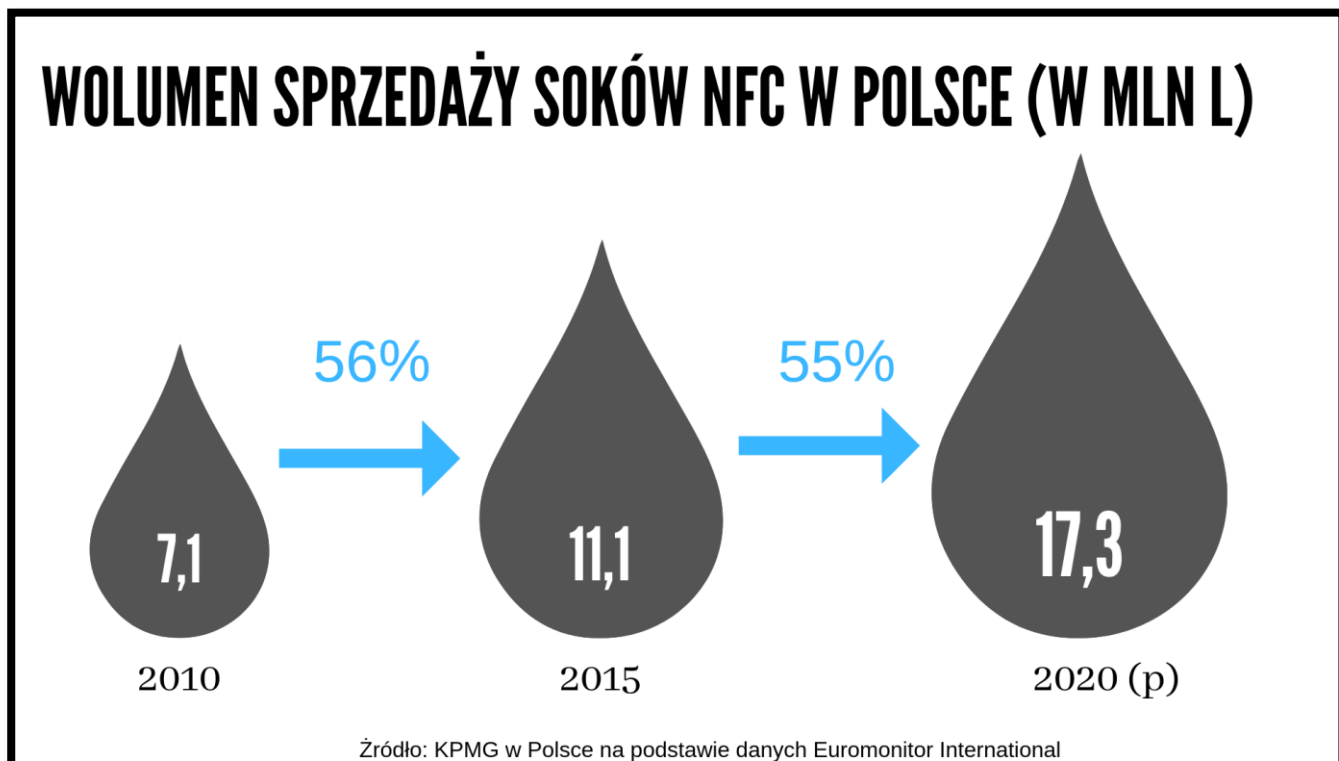


Na podstawie analizy KPMG aż sprzed trzech lat rynek soków, nektarów i napojów wartościowo wygląda następująco: soki 100% w 2015 roku, stanowiły 46% wartości sprzedaży, napoje z zawartością soku 29%, a nektary 25%. KPMG uwzględnia w swojej analizie soki NFC, które w 2015 roku stanowiły 2% oraz 4% wartości sprzedaży soków. KPMG zwraca też uwagę na perspektywy wzrostu tej kategorii w Polsce.⁵

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIENKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU



3.3 Polski rynek przetwórczy

Polska jest bardzo ważnym producentem owoców. Pod tym względem w Unii Europejskiej nasz kraj ustępuje jedynie Włochom, Hiszpanom, Grekom i Niemcom. W przypadku wielu rodzajów owoców jesteśmy liderami na rynku. Tak jest w przypadku jabłek, których Polska produkuje najwięcej w Unii Europejskiej, a na świecie ustępuje pola jedynie Chinom. Unijnym liderem Polska jest także w produkcji malin, wiśni, porzeczek, aronii, borówki wysokiej. Czołowe miejsca polscy producenci zajmują także w produkcji truskawek (ustępując w Unii Europejskiej jedynie Hiszpanii), agrestu i aronii.⁶

Rocznie produkowanych jest 300 tysięcy ton zagęszczonego soku jabłkowego oraz 40 tysięcy ton zagęszczonych soków z owoców kolorowych. Ponad 100 tysięcy gospodarstw rolnych uprawia drzewa owocowe.⁷ To wszystko sprawia, że przetwórstwo jest ważną i eksportową częścią polskiego rolnictwa, co często w swoich wypowiedziach podkreślali przedstawiciele rządu z premierem Mateuszem Morawieckim na czele.⁸ Udział polskiego rynku w sprzedaży wynosi 6% całej sprzedaży Unii Europejskiej.

⁶ Jakość z punktu widzenia konsumenta i organizacji. Rynek soków, nektarów i napojów, red. Sikora T., Wyd. Naukowe Akapit, Kraków, 2016, ss. 49-69

⁷ <https://www.sadownictwo.com.pl/gus-powierzchnia-upraw-sadowniczych>

⁸ <https://bankomania.pkobp.pl/z-banku/rosnie-znaczenie-przemyslu-spozywczego-w-polskiej-gospodarce/>

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** **VEL ŻURAWSKI** (UNIWERSYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIWERSYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIWERSYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIWERSYTET WROCŁAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIWERSYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

Strukturę upraw owoców w Polsce należy podzielić na owoce jagodowe oraz inne niż jagodowe. W przypadku owoców jagodowych najczęściej jest upraw truskawki (38%), jednak drugie miejsce zajmuje czarna porzeczka (26%), która stosowana jest do produkcji nektarów i napojów owocowych, których to cena wzrośnie po planowej podwyżce podatków. W przypadku owoców niejagodowych dominują bezwzględnie jabłka (73%), ale na drugim miejscu znajduje się uprawa wiśni (12%), która podobnie jak czarna porzeczka czy aronia zdalna do spożycia jest tylko jako napój owocowy lub nektar.⁹

3. Nowa matryca VAT – propozycje Ministerstwa Finansów

3.1 Projekt nowej matrycy podatkowej

Projekt nowej matrycy podatkowej ma docelowo uprościć system podatkowy, bowiem podatek VAT powszechnie uznany jest za podatek rodzący sporo niejasności interpretacyjnych, kłopotliwych dla podatnika. Świadczy o tym choćby fakt, że ponad połowa interpretacji podatkowych w roku 2017 dotyczyła tego właśnie podatku (13,8 tysięcy spośród 25 tysięcy). Głównym problemem jest wielość stawek i dotychczasowa konstrukcja matrycy. Towary podzielone były według często bardzo specjalistycznych kryteriów, co powodowało, że dwa z pozoru bardzo podobne do siebie produkty podlegały pod inną stawkę podatkową np. zwykła kawa obłożona była podatkiem 23%, podczas gdy kawa latte jedynie 8%.

Propozycja Ministerstwa Finansów odchodzi od tego i zakłada konkretne opodatkowanie danego typu produktów. Chodzi o rezygnację z enumeratywnego wymieniania konkretnych rodzajów towarów. I tak np. wszystkie przyprawy mają być opodatkowane jednolitą stawką. Jest to bez wątpienia bardzo duże uproszczenie systemu i zmiana idąca w dobrym kierunku. Niestety, projektodawca jest w swoich zmianach częściowo niekonsekwentny, gdyż przy całościowej poprawie przejrzystości, w niektórych przypadkach jak np. w odniesieniu do soków i napojów owocowych, systemu nie uprościł, a wręcz go skomplikował.

3.2 Nowe stawki podatku VAT na nektary i napoje owocowe

Dotychczas obowiązywała jednolita 5% stawka podatku VAT na soki, nektary i napoje owocowe lub warzywne. Według pierwszych zapowiedzi Ministerstwa Finansów preferencyjna stawka 5% miałyby obowiązywać wyłącznie na soki. Nektary i napoje miałyby być opodatkowane podstawową stawką 23%. Taka podwyżka mogłaby spowodować wzrost cen w wysokości nawet złotówki na litrze. Nowa matryca podatkowa miałyby obowiązywać od 1 stycznia 2020 roku.

Zmiana miała na celu promowanie zdrowej żywności, stąd podatkowe wyróżnienie najbardziej naturalnych soków. W działaniach resortu zauważalny jest jednak brak konsekwencji, bowiem jednocześnie obniżony zostaje VAT na takie produkty jak wafle, krakersy, ciastka czy chipsy. W dodatku podwyżka VATu na napoje owocowe spowodować może zmianę preferencji konsumentów na korzyść wysoko słodzonych napojów gazowanych, które opodatkowane byłyby taką samą stawką VAT, co napoje owocowe. Taka zmiana odbiłaby się negatywnie na zdrowiu Polaków.

⁹ Nielsen, Total Poland, sales volume in 2018

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** I **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCŁAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

Na konferencji prasowej 9 stycznia Minister Finansów, Teresa Czerwińska, zapowiedziała korektę do tej propozycji. Nektary opodatkowane byłyby stawką 8%, zamiast wcześniej planowaną 23%. Przyjęto tym samym do wiadomości część argumentów branży, mówiącej np. o niemożności stworzenia 100% soków z niektórych owoców. Zmiany te mają jednak kosmetyczny charakter, bowiem nektary mają najniższą sprzedaż z całego segmentu SNN (12%).

4. Skutki podwyżki VATu na napoje owocowe

4.1 Większe koszty po stronie konsumentów

Tak wysoka jednorazowa podwyżka podatku VAT (z 5% do 23%) spowoduje skokowy wzrost cen produktów objętych podwyżką w sprzedaży detalicznej. Podwyżka ta może sięgnąć nawet złotych na litrze napoju owocowego. Przy utrzymaniu się dotychczasowej sprzedaży konsumenci w ciągu roku zapłaciliby o około 467 mln złotych więcej za te same produkty. Przy wejściu w życie korekty zapowiedzianej przez Ministerstwo Finansów ta kwota zmalałaby do około 400 mln złotych.

Można jednak z wysokim prawdopodobieństwem stwierdzić, że podwyżka wpłynęłaby na decyzje konsumenckie. Jednak wbrew prezentowanej przez resort finansów opinii, największym beneficjentem zmian podatkowych nie byłiby producenci wody mineralnej, gdyż jest to inny segment rynku.

Podwyżka nie wpłynie także znacząco na wzrost sprzedaży soków 100%. Ich cena bowiem nie spadnie, a jedynie utrzyma się na obecnym, stosunkowo wysokim poziomie w porównaniu do nektarów i napojów owocowych lub warzywnych. W dalszym ciągu, zakup tego rodzaju soku będzie zbyt dużym obciążeniem dla części domowych budżetów.

Trzeba też zwrócić uwagę na różne motywacje zakupowe dla kategorii soków i napojów owocowych. Potrzeba konsumencka pomiędzy tymi kategoriami jest zdecydowanie różna. Soki w głównej mierze kupowane są dla zdrowia ze względu na zawartość witamin czy minerałów oraz ze względu na gęstszą strukturę, są alternatywą dla lekkiej przekąski. Soki można zaliczyć do kategorii bardziej odżywczej nutritious. Sezon tej kategorii przypada na chłodniejsze miesiące, czyli wiosna i jesień/zima.

Napoje owocowe, zarówno gazowane jak i niegazowane, kupuje się alternatywnie dla orzeźwienia i smaku. Konsumenci, którzy oczekują bardziej wyrazistych doznań sensorycznych, częściej sięgają po napoje gazowane, a ci którzy wolą łagodny smak owocowy, wybierają napoje owocowe niegazowane. Obie kategorie napojowe można więc zaliczyć do segmentu refreshing. Sezon dla kategorii refreshing przypada na miesiące letnie. Soki więc nie są alternatywą dla napojów, gdyż zaspokajają one inne potrzeby.

Prognozuje się, że część dotychczasowych kupców nektarów i napojów owocowo-warzywnych przetrzuci swoje preferencje na napoje gazowane, które od przyszłego roku opodatkowane będą identycznym podatkiem VAT. Sprawi to, że ich cena będzie znacznie niższa, niż cena napojów owocowych. Napoje gazowane mają jednak wyraźną przewagę marketingową, gdyż w tym segmencie funkcjonują olbrzymie międzynarodowe firmy, z bardzo dużymi nakładami na promocje i wysoką rozpoznawalnością marki. Największą sprzedaż napojów owocowych i warzywnych mają obecnie

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

polskie marki np. –Tymbark, Tarczyn, Caprio (Grupa Maspex), Fortuna czy Hortex. Firmy te, choć świetnie się rozwijają, to w dalszym ciągu nie są w stanie podjąć równej walki reklamowej np. z Coca-Colą czy Pepsi. Stąd też ubocznym skutkiem podwyżki może być przerzucenie się części konsumentów na wysoko słodzone napoje gazowane i w konsekwencji większe zagrożenie np. otyłością, zwłaszcza wśród młodzieży.

Innym negatywnym skutkiem zmian podatkowych jest spadek opłacalności zwiększania przez producentów soków w napojach po to by konkurować z sokami naturalnymi. Przeciwnie, by zminimalizować wzrost cen, może zrodzić się konieczność szukania oszczędności na składnikach podnoszących jakość produktów, czyli zmniejszać zawartość soku w napojach.

4.2 Spadek zapotrzebowania na owoce i warzywa

Zmniejszenie sprzedaży napojów i nektarów odbije się także na zamówieniach u polskich rolników-sadowników. Krajowa Unia Producentów Soków szacuje, że spadek zapotrzebowania na surowiec rolniczy wynieść może nawet 190 ton (po zmianach w opodatkowaniu nektarów 150 tysięcy). Oznacza to 75% bądź 60% (w zależności od propozycji) spadek zapotrzebowania na surowiec.

W przypadku jabłek zmniejszenie się zapotrzebowania może wynieść około 120 tysięcy ton, marchwi niespełna 40 tysięcy ton, czarnej porzeczki 10 tysięcy ton, wiśni 9 tysięcy ton, aronii ponad 2 tysięcy ton. Dane te są prognozą wynikającej z analizy spadku sprzedaży napojów owocowych spowodowaną podwyżką ceny, na podstawie badania elastyczności cenowej oraz założeniem spadku zawartości owoców w napojach.

4.3 Stworzenie problemu nadwyżki owoców i warzyw

Nadpodaż owoców to już w obecnej sytuacji bardzo duży problem polskiego rolnictwa. Choćby cena jabłek osiągnęła historyczne minima. Cena jabłek deserowych wyniosła 0,87 zł/kg, co jest najniższą ceną od 2003 roku. Cena jabłek po przetwórstwie była niższa jesienią ubiegłego roku o 72% w porównaniu do roku poprzedniego. Dodatkowo sadownicy muszą zmierzyć się z rosnącą i konkurencyjną cenowo ofertą z Chin, Iranu, Turcji, Mołdawii czy Ukrainy, zwłaszcza gdy producenci napojów będą próbowali minimalizować straty spowodowane podatkiem, kupowaniem tańszych, zagranicznych odmian owoców.

Rynek krajowy w dalszym ciągu jest niezwykle ważny dla rolników i jego tąpnięcie spowodowane wzrostem VATu może skutkować dużymi niepokojami społeczno-gospodarczymi na polskiej wsi. Z racji sporej konkurencji zagranicznej bowiem utrudniony jest satysfakcjonujący eksport do innych krajów UE oraz poza unijne rynki. W dalszym ciągu obowiązuje także embargo na polskie owoce w Rosji.

4.4 Skomplikowanie systemu podatkowego

Zmodyfikowana propozycja minister Czerwińskiej, choć nieco poprawia sytuację jeśli chodzi o sprzedaż nektarów, to stwarza dodatkowy problem, jakim jest utrzymanie 3 stawek VAT na napoje owocowe. Soki naturalne objęte mają być VATem 5%, nektary 8% a napoje 23%. Takie rozdrobnienie stawek stanowi

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** **VEL ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **MARCIN NOWACKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

zaprzeczenie celów Ministerstwa Finansów, które stały za zmianą matryc tj. uproszczenie opodatkowania. Skomplikowanie to może odbić się na przedsiębiorcach np. w branży gastronomicznej, którzy mogą mieć problem z właściwym odliczeniem VATu od stosownych produktów.

Dodatkowo, takie rozwiązanie stałoby w sprzeczności ze stojącym u podstaw planowanych zmian w przepisach podatkowych założeniem obłożenia taką samą stawką towarów podobnych. Napoje owocowe, warzywne czy owocowo-warzywne i nektary są wyrobami bardzo zbliżonymi do siebie pod względem charakteru, wartości odżywczej i oczekiwań konsumentów, a różnice między nimi są znacznie mniejsze, niż różnice pomiędzy napojami owocowymi/warzywnymi i napojami bezalkoholowymi bez dodatku soku czy przecieru.

5. Podsumowanie i rekomendacje

Podwyżka VATu na nektary i napoje owocowe lub warzywne wydaje się być bardzo nieprzemyślaną decyzją z wielu powodów. Uderza ona w nieźle rozwijający się rynek producentów napojów i nektarów, z którego zdecydowanie większa część, to polski kapitał. Dodatkowo wpływa także negatywnie, na już dziś trudną sytuację rolników oraz komplikuje system podatkowy. Nie gwarantuje również tego, iż konsumenci zaczną sięgać po wodę czy soki - wręcz przeciwnie stwarza niebezpieczeństwo większego spożycia napojów gazowanych, jak to ma miejsce w innych krajach europejskich.

Rekomendujemy więc wycofanie się z podwyżki stawki VAT na napoje owocowe, warzywne oraz nektary i utrzymanie jednolitej, preferencyjnej stawki VAT na wszystkie produkty segmentu soków, nektarów i napojów z minimalną zawartością soku 20%.