

Polacy wypiją mniej piwa, ale kupią dużo więcej słonych przekąsek

Od początku sezonu letniego producenci przekąsek notują sięgające 15 proc. wzrosty sprzedaży – odwrotnie niż branża piwna, z którą ten rynek jest mocno powiązany.

Browary spodziewają się w tym roku nawet 4-proc. spadku sprzedaży piwa. Ożywienie producenci sło-

nych przekąsek zawdzięczają współpracy z dyskontami w kraju i większym dostawom do innych krajów Unii Europejskiej. Krajowy rynek, warty w 2008 roku 1,89 mld zł, powinien w tym roku przekroczyć poziom 2 mld zł. ■