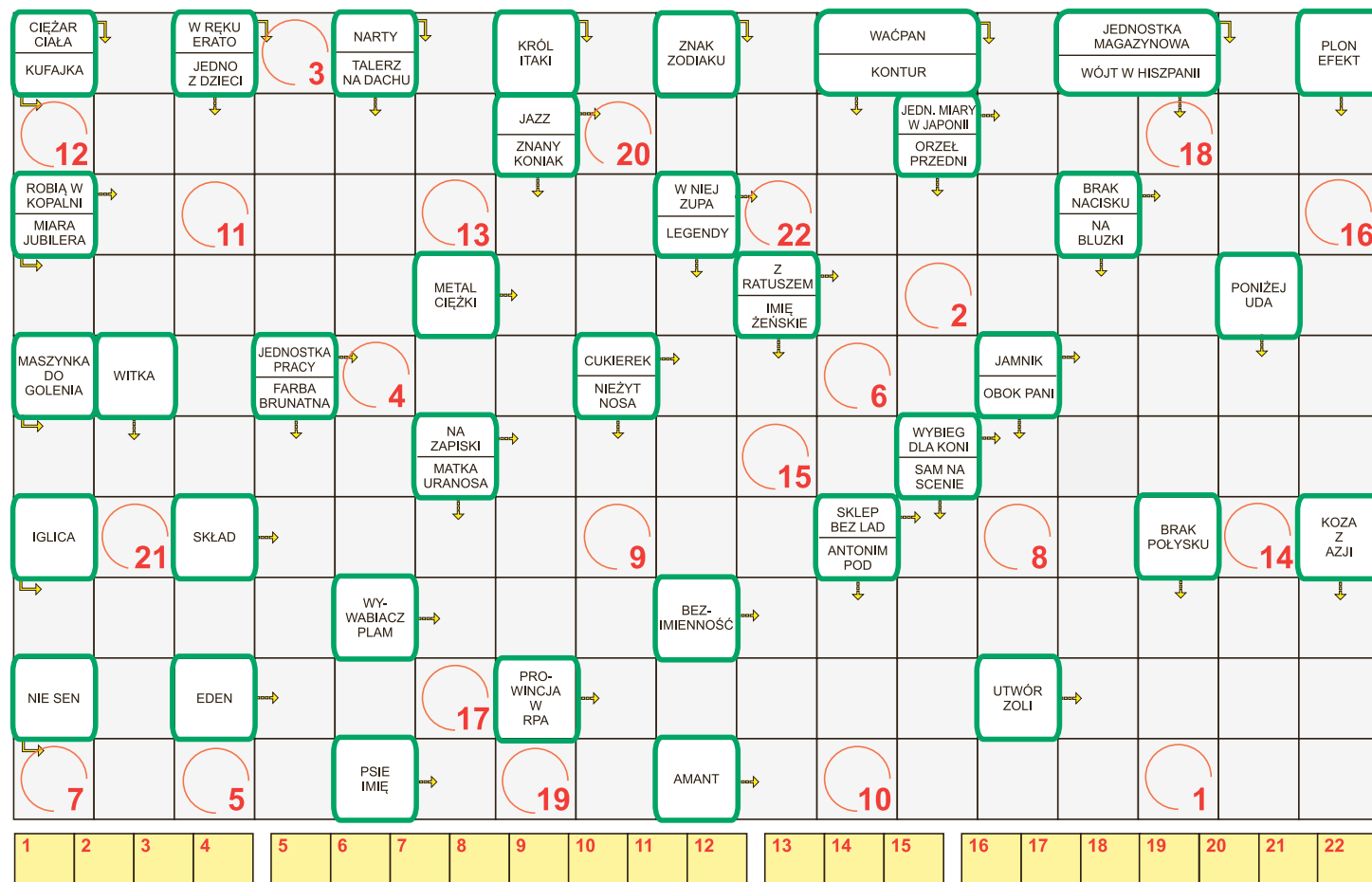


Krzyżówka panoramiczna nr 2

KALEJDOSKOP WYDARZEŃ

To i owo



Litery z pól ponumerowanych od 1 do 22 dadzą rozwiązanie krzyżówki, które prosimy nadsyłać na adres naszej redakcji. Wśród autorów poprawnych rozwiązań rozlosujemy nagrodę.

Rozwiązanie poprzedniej krzyżówki brzmi: „**GWIAZDKA WIGILJNA**”. Nagrodę wylosowała: **PANI MARIA WIECZOREK Z KATOWIC**.

PIWO PRZEZ WIEKI

W 2015 roku się przelewało

„Pogoda najlepszym dyrektorem sprzedaży” – to popularne w koncernach browarniczych powiedzenie w ubiegłym roku się sprawdziło. Letni upał i wiążąca się z nim potrzeba ugazienienia pragnienia na pewno pomogły w tym, że polska branża piwowarska weszła w 2016 rok na plusie. Byłoby jeszcze lepiej, gdyby odbyły się wielkie imprezy sportowe jak olimpiada czy mundial, które zawsze idą w parze ze zwiększoną konsumpcją piwa. Jednak i tak w Polsce piwo to teraz największa (warta 14,5 mld złotych) i najbardziej innowacyjna kategoria wśród alkoholi.

Statystyczny Kowalski wypił w 2015 roku 96–98 litrów piwa. Daje nam to piąty wynik na całym świecie, za Czechami, Niemcami, Austriakami i Estończykami, ale przed, tu niespodzianka, Irlandczykami i Anglikami. W zeszłym roku wyprodukowano w Polsce 1164 nowe piwa (rzemieślnicze, koncernowe, kontraktowe), reprezentujące 271 stylów, najpopularniejsze z nich to ale i APA. W warzeniu piwnych nowości przoduje Śląsk z 252 produktami (23,6 proc.) – drugie Mazowsze, ze 125 piwami (11 proc.), jest daleko w tyle.

Wprawdzie wciąż najpopularniejsze u nas piwa to lagery – „jasne pełne” – jednak w ofensywie są browary produkujące piwa rzemieślnicze. Odnotowały największy wzrost i w 2015 roku należało już do nich 10 proc. sprzedaży. Wielki wpływ miało na to wzbogacenie asortymentu w punktach handlowych – piwa z małych browarów są już dostępne w sieciowych dyskontach i w osiedlowych sklepach.



Ponadto rośnie kultura picia piwa, Polacy szukają nowych smaków i wrażeń, są głodni wiedzy, a głównym kryterium przy zakupie przestają być cena i zawartość alkoholu.

TRENDY

W 2015 roku browary wyszły naprzeciw oczekiwaniom poszukujących klientów. Przebojem były rozmaite dodatki, przyprawy i aromaty. Wiele z nich, np. korzenne i owocowe, są już znane i lubiane. Niektóre jednak są tak wymyślne i zaskakujące, że chce się kupić piwo tylko po to, by się przekonać, jak smakuje. Najciekawsze dodatki to: śledzie (Ucho od Śledzia), grzyby (Grzybobrание), ogórek (Sezon Ogórkowy), mleko (Yeti) czy burak (Yntelygent). Jak widać, pomysłowość producentów nie zna granic, podobnie jak otwartość piwozycy na nowe doznania.

Coraz popularniejsze są piwa bezalkoholowe – ich segment zanotował w 2015 roku 50-proc. wzrost sprzedaży. Wbrew stereotypowi nie są one pite tylko przez kobiety. To raczej wyraz tendencji do odchodzenia od piw mocnych na rzecz tych o mniejszej zawartości alkoholu. Konsumenty większą uwagę zwracają teraz na wartości smakowe

– goryczkę, aromat, nasycenie. Piwa bezalkoholowe oferowały m.in. Kormoran, Van Pur i Pinta. Swoje zrobiła kampania reklamowa piwa Karmi, której twarzą została słynna aktorka Penelope Cruz.

Wielkie koncerny też musiały wykazać się inwencją, by nie oddać pola. Carlsberg zaproponował m.in. Okocim Radler Cola, czyli miks piwa i coli, czy Carlsberg NOX, które intensywny aromat zawdzięcza chmieleniu na zimno. Podobną strategię obrała Kompania Piwowarska: Tyskie Radler to połączenie jasnego piwa z lemoniadą w proporcji 40:60, Lech ICE Diesel – jasne piwo plus cola, a nazwa Redd's Gruszka i Chili mówi sama za siebie. Grupa Żywiec jako jedyna z „wielkiej trójki” spróbowała skorzystać na popularności rzemieślniczych piw. Stworzyła własną linię Żywców (o różnych gatunkach w przystępnych cenach (Marcowe, Bock, Białe, Porter, IPA i Saison).

PROGNOZY

Znawcy rynku piwa przewidują, że w 2016 roku dotychczasowe trendy tylko się nasilą. Wciąż będą powstawały nowe browary, każdego dnia do sklepów trafi kilka nowych piw, a producenci nie będą ustawać w poszukiwaniu nowych smaków i dodatków. Grozi to nasyceniem rynku i upadkiem niektórych słabszych graczy, co może akurat będzie z pożytkiem dla klientów. Na pewno za to nie zabraknie okazji do spożywania chłodnego piwa – w tym roku odbędą się igrzyska olimpijskie i mistrzostwa Europy w piłce nożnej. Branża już zaciera ręce.

MAREK KOWALIK

CORAZ WIĘKSZE ZAINTERESOWANIE III FILAREM. Na koniec 2014 roku aktywa zgromadzone na indywidualnych kontaktach emerytalnych oraz indywidualnych kontaktach zabezpieczenia emerytalnego miały wartość 5,3 mld złotych. Z danych zebranych przez Rzeczpospolitą wynika, że w 2015 roku poziom ten mógł się podnieść o niemal 20 proc., czyli o miliard złotych. Przedstawiciele instytucji finansowych zwiększone zainteresowanie trzecim filarem tłumaczą nasilonymi od kilku lat dyskusjami w mediach wokół OFE i wieku emerytalnego, które zwiększyły świadomość Polaków. Wraz z ostatnimi zmianami i opiniami o głodowych emeryturach z ZUS rośnie potrzeba dodatkowych zabezpieczeń finansowych po osiągnięciu wieku emerytalnego. System emerytalny potrzebuje stabilizacji i edukacji, żeby zwiększyć skłonność Polaków do oszczędzania.

OBNIŻA SIĘ SKALA ZJAWISKA PRACY W SZAREJ STREFIE – PODAŁ GUS. W 2014 ROKU „NA CZARNO” PRACOWAŁO W POLSCE 711 TYS. OSÓB. 10 LAT WCZEŚNIEJ BYŁO TO 1,3 MLN OSÓB. W 2014 roku zatrudnienie poza formalną gospodarką znalazło 4,5 proc. wszystkich pracujących. Jak wynika z badania, praca na czarno, choć występująca dość powszechnie, ma charakter doraźny, krótkotrwały – ponad 89,5 proc. pracujących w szarej strefie miało zatrudnienie tylko raz w miesiącu. Pracują w niej wszystkie generacje Polaków, od młodzieży po osoby w wieku emerytalnym. Największy odsetek – 27 proc. – stanowią osoby w wieku 45–59 lat. Duża oferta miejsc pracy dla osób o niskich kwalifikacjach zawodowych (niemal 58 proc. w niej pracujących miało wykształcenie co najwyżej zasadnicze zawodowe) stanowi dla znacznej części tak zatrudnionych główne źródło utrzymania. Zatrudnieni w szarej strefie najczęściej znajdowali zajęcie przy pracach ogrodniczo-rolnych, a także usługach budowlanych i instalacyjnych, remontach i naprawach budowlano-instalacyjnych oraz usługach sąsiedzkich.

WIĘKSZE ZAANGAŻOWANIE W WYKONYWANĄ PRACĘ SPRZYJA ZDROWIU. ZAANGAŻOWANI PRACOWNICY RZADZIEJ NARZEKAJĄ NA ZŁE SAMOPOCZUCIE I STRES. Rządziej mają też nadciśnienie oraz wysoki cholesterol – wynika z badań amerykańskiej firmy Gallup, które w okresie styczeń 2014 – wrzesień 2015 objęły ponad 140,5 tys. pracowników w USA. Zależność między stanem zdrowia a zaangażowaniem w pracę widać w każdym wieku. Osoby młode (do 30. roku życia) „aktywnie niezaangażowane” częściej czują się chore niż pracownicy starsi o kilka dekad, ale z pasją wykonujący swoje zawodowe zadania. Zatem w trosce o własne zdrowie warto poszukać zatrudnienia, które zapewni nie tylko pieniądze, ale również satysfakcję.

D W U T Y G O D N I K

Górnik

PISMO SPOŁECZNO-ZAWODOWE ŚRODOWISKA GÓRNICZEGO

REDAKTOR NACZELNY: Sławomir Starzyński
Redaguje zespół

WYDAWCA: Hanna Krzyżowska
Oficyna Wydawnicza „Górnik”,
40-749 Katowice, ul. Bł. ks. St. Kubisty 47,
tel. 32 352 03 09; tel. 500 27 88 66.

E-MAIL: redakcja@nowygornik.pl;
strona internetowa www.nowygornik.pl

DRUK: POLSKA PRESS Sp. z o.o., Oddział Poligrafia,
Drukarnia Sosnowiec

Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń. Nie zwracamy niezamówionych materiałów. Zastęgamy sobie prawo redagowania publikowanych tekstów. Dalsze rozpowszechnianie całości czy części materiałów opublikowanych na łamach „Nowego Górnika” bez pisemnej zgody wydawcy są zabronione.