

Gastronominį tautinį paveldą puoselėjantys Lietuvos vyno gamintojai vis garsiau kalba apie nelygiavertes ir jų amatą diskriminuojančias sąlygas, kurios šiuo metu susiklosčiusios akcizinių prekių rinkoje. Nors jų produktai, lygiai kaip aludarių, nėra priskiriami stipriesiems gėrimams, plėtoja tautinį paveldą ir kuria pridėtinę ekonominę vertę, už 1% alkoholio yra apmokestinami kone dvigubai didesniu akcizu. Toks akcizų disbalansas, pasak vyndarių, ne tik jiems, bet ir visai valstybei atneša negatyvių pasekmių.

Gilias tradicijas Lietuvoje turinti meistrystė šiandien šalį garsina pasaulyje

Nors kalbant apie Lietuvos tautinį paveldą gastronomijos srityje iš gėrimų dažniausiai prisimenamas alus, iš tiesų šio titulo ne mažiau nusipelno ir vynos. Vyndarystės tradicijos Lietuvoje siekia jau mažiausiai šimtmetį. „Anykščių vyno“ įkūrėjas Balys Karazija dar 1926 metais įsteigė vaisvynių dirbtuvę ir užraugė 6000 litrų vyno, o jau 1938 metais gėrimų parodoje Paryžiuje „Anykščių vyno“ gaminamas braškių vynos laimėjo „Grand Prix“ apdovanojimą.

Ši gastronominių nacionalinių paveldą puoselėjanti meistrystė šiandien ne tik gyva, bet ir sparčiai vystosi, kuria pridėtinę ekonominę vertę bei garsina Lietuvą pasaulyje. Lietuvoje netrūksta Tautinio paveldo sertifikatų turinčio vyno, o dalis šių produktų ir plačiai eksportuojama. Pavyzdžiui „Anykščių vyno“ gaminami vaisių ir uogų vynai eksportuojami ne tik į Latvijos, Lenkijos, Estijos, Anglijos ar Belgijos rinką, bet pasiekia ir tokių tolimų valstybių kaip Meksikos ar Japonijos vartotojus.

Užsienio vartotojams pristatoma ir daugiau lietuviškų gamintojų vynu.

„Japonijoje mes kelis kartus dalyvavome vynu parodose ir šiuo metu turime jų susidomėjimą dėl eksporto. Japonai labai žingeidūs, o Azijos rinka šiuo atžvilgiu man atrodo labai perspektyvi. Kai jie paragauja mūsų aviečių ar vyšnių vyno, tai krykštauja iš džiaugsmo, nes šių uogų skonis jiems pažįstamas, jie jaučia kokybę, sodrų aromatą, poskonius“, – patirtimi dalinasi vyndarys, „Gintaro Sino“ šeimos vyninės savininkas Gintaras Sinkus.

Kalbant apie ekonominį aspektą, pasak „MV Group“ lengvojo alkoholio kategorijų vadovės Aušrinės Naruševičienės, svarbu paminėti ir superkamas žaliavas, kuriamas tiesiogines ir netiesiogines darbo vietas, vietinių ūkininkų palaikymą.

„Pavyzdžiui per 2020 metus „Anykščių vyno“ gamykla supirko apie 15 milijonų kilogramų

obuolių iš Lietuvos. Ne visi supirkti obuoliai yra naudojami vien tik vaisių vyno gamybai, tačiau tokiam obuolių kiekiui supirkti buvo pasitelkti maždaug 65 skirtingi vietiniai ūkininkai ir supirkėjai. Gamykloje šiuo metu dirba daugiau nei 90 darbuotojų. Prasidėjus uogų, vaisių supirkimo sezonui komandą plečiame, laikinai priimdami papildomų specialistų“, – pasakoja A. Naruševičienė.

Jai pritaria ir vyno žinovas, „Vyno klubo“ įkūrėjas Arūnas Starkus, pasak kurio pastarąjį dešimtmetį steigiasi vis daugiau mažų, vyndarystę, kaip Lietuvos tautinį paveldą, puoselėjančių vyninių, kurios gamina unikalius kokybiškus produktus, keliančius didelį susidomėjimą užsienio šalyse bei tarp Lietuvą aplankančių turistų.

„Lietuvos vyndariai jau pelno medalius užsienio vyno varžybose, kokybe vejamės tradicines vyndarystės šalis. Reikia nepamiršti, kad mažieji vyndariai kuriasi kaime, provincijoje, taip skatindami vietinės ekonomikos augimą, kurdami darbo vietas, vystydami vietinį turizmą, nes žmonėms patinka lankytis vyninėse, sužinoti kaip jis daromas“, – teigia A. Starkus.

Pasigenda lygių mokestinių sąlygų ir valstybės palaikymo

Nepaisant įgaunamo ekonominio pagreičio ir didėjančio populiarumo tarptautinio mastu, vyndarystė valstybės paramos ar palaikymo nesulaukia. Net atvirkščiai – vyndarių teigimu, jie yra priversti taikstyti su nelygiavertėmis akcizo sąlygomis ir nuolat likti aludarių šešėlyje.

„Čia pateiksiu paprastą pavyzdį. Pagal galiojančius akcizų įkainius už 7% alkoholio stiprumo alaus litrą valstybei reikia sumokėti 0,5 Eur akcizą, už analogiško stiprumo vyną ar vyno gėrimą jau 0,65 eur, taigi – 31,5% daugiau. Arba 9% alaus akcizas būtų lygus 0,64 eur už litrą, o už, pavyzdžiui, vieną litrą natūralaus obuolių vyno (9%) mokamas akcizas šiandien siekia 1,65 eur. Tai yra net apie 157% didesnis mokestis. O juk tiek alus, tiek vinas yra fermentuoti gėrimai“, – sąlygų netolygumu stebisi A. Naruševičienė.

Nors vinas nėra priskiriamas prie stipriųjų gėrimų, šiuo metu akcizo tarifai, taikomi vynui ir alui, drastiškai skiriasi. Vienas procentas alkoholio aluje Lietuvoje apmokestinamas 0,07 eur, tuo tarpu toks pat vienas procentas alkoholio vyne – jau 0,13 eur.

Svarbu ir tai, kad su tokia akcizo disproporcija tarp vyno ir alaus Lietuva išsiskiria visoje Europoje. Vyno akcizas mūsų šalyje yra aukščiausias Baltijos regione. Europos Sąjungoje pagal akcizo dydį vynui esame ketvirta, Europoje – šešti. Lietuvoje šis akcizas net 4 kartus didesnis nei kaimyninėje Lenkijoje.

Pasak vyndarystės amato puoselėtojų, tokios nelygios akcizinės sąlygos ne tik demonstruoja valstybės palaikymo šiai perspektyviai ekonominei sričiai stygių, bet ir skatina neigiamus ekonominius bei alkoholio vartojimo procesus.

„Akcizai priskiriami alkoholio prieinamumą mažinančioms kovos su alkoholio vartojimu priemonėms. Tačiau tiesa ta, kad brangiausiame segmente akcizui vartotojas nėra jautrus, taigi akcizas atlieka grynai fiskalinę funkciją, nesusijusią su jokiais tauriais tikslais, kuriuos mėgsta minėti akcizų kėlimo šalininkai. Be to, jokie ribojimai nepadės, jei žmonės norės vartoti. Reikia keisti įpročius, o ne fiziškai bandyti ką nors užkardyti pasaulyje, kuriame sienos nebeegzistuoja“, – teigia Arūnas Starkus.

Jo teigimu, Lietuvos valdžia neturi ilgalaikio akcizų reguliavimo plano ir reaguoja į konkrečiu momentu stipriausiai veikiančias interesų grupes. Koncentruojant dėmesį vien į vidaus rinką, prarandamas Lietuvos matymas bendraeuropiniame kontekste ir, turint minty žymiai mažesnius akcizus kaimyninėse šalyse, pinigai už gėrimus nukeliauja į kitų šalių biudžetus, o vartojimas ir alkoholizmas nemažėja, nes perkami pigesni, bet prastesni produktai.

„Praėjusi vyriausybė buvo paskelbusi, kad gelbėja tautą nuo girtuokliavimo ir saugo vaikus nuo reklamos įtakos. Bet kodėl per visus 4 valdymo metus jie taip ir nepanaikino spirituoto vyno už 3 eurus, kurį daugiausiai ir vartoja problemų turintys asmenys. Padidinę akcizui tikram vynui – mus gelbėja, tačiau neteko girdėti, kad prancūzus ar italus kas vadintu „prasigėrusia tauta“, – akcizų proporcijų nelogiškumus ironizuoja vyndarys G. Sinkus.

Draudimų paradoksai: vartojimo įpročiai nekinta, o nukenčia mažiausi prekės ženklai

Pasak Arūno Starkaus, nelygias sąlygas galima išvelgti ir alkoholio reklamos draudimuose, mat dauguma Lietuvos alaus gamintojų dabartinėmis sąlygomis tampa privilegijuotais prekių ženklais. Problema ta, kad visa alkoholio reklama persikėlė į nealkoholinių gėrimų sritį, o tai sau gali leisti tik didieji prekių ženklai, kurių tarp aludarių Lietuvoje – dauguma. Smulkieji vyndarystės amato puoselėtojai to sau leisti neturi galimybių, dėl to, stebint Lietuvos viešąją erdvę, alus vienareikšmiškai dominuoja.

Tai, pasak A. Starkaus, mažų mažiausiai keista, nes Nepriklausomybės metais būtent vyno rinkos atstovai – gamintojai, platintojai, someljė, ekspertai, žurnalistai – daugiausiai dirba edukuodami vartotoją apie kokybę ir vartojimo kultūrą.

„Lietuvos someljė mokykla, specializuotas žurnalas, tarptautinė paroda „Vyno dienos“,

išverstos enciklopedijos ir knygos, įvairios varžybos profesinėms žinioms tobulinti – visa tai prasidėjo nuo vyno. To rezultatas akivaizdžiai matomas: mes turime ketvirtos vietos laimėtoją Pasaulio somelijė čempionate, „Vyno dienos“ yra didžiausia paroda Šiaurės Europoje, puikus vyno pasirinkimas restoranuose, augantis saikingo vyno vartojimo „Wine in Moderation“ judėjimas“, – teigia A. Starkus.

Tačiau, pasak jo, dėl priimtų reklamos draudimų ir nuolat sėjamos su šia tema susijusios baimės, iš žiniasklaidos išnyko net ir edukaciniai tekstai, kurių pagrindinis tikslas ir buvo keisti vartojimo įpročius bei formuoti saikingo vartojimo kultūrą.

„Mes su vienu iš vynų 2018 metais dalyvavome prancūzų enologų sąjungos organizuojamame pasaulinio lygio konkurse „Vinalies® Internationales“ ir pelnėme sidabro medalį. Kitais metais konkurse „Concours Mondial de Bruxelles“ – aukso. Įsivaizduokite – parvežame tokio lygio apdovanojimus ir nei vienas žurnalistas neišdrįso apie tai parašyti. Nes tai neva yra alkoholio reklama“, – pažymi Gintaras Sinkus.

Vyndariai sutartinai pripažįsta, kad alkoholizmas tikrai yra didelė problema ir akcizai gali būti viena iš priemonių su ja kovoti. Deja, dabartiniai nesubalansuoti įstatymai ir draudimai tik kuria iliuziją, kad ši problema sprendžiama, o kainą už šią iliuziją sumoka vartojimo kultūrą ugdantys, ekonominę pridėtinę vertę kuriantys bei tautinį paveldą Lietuvoje ir pasaulyje puoselėjantys verslininkai.

