

Polska Rada Winiarstwa bez grupy AMBRA

Autor: Wojciech Petera

Data: 3 grudnia 2015

1 grudnia grupa AMBRA S.A. zrezygnowała z członkostwa w Polskiej Radzie Winiarstwa. W jej ocenie działania PRW nie reprezentują interesu polskiego winiarstwa, stoją w sprzeczności z jego misją i wprowadzają konsumentów w błąd.

W ocenie firmy AMBRA działania Polskiej Rady Winiarstwa stoją w sprzeczności z interesem winiarstwa i interesem konsumenta, i niejednokrotnie miały charakter wprowadzania w błąd opinii publicznej.

Agnieszka Woźniak z Grupy AMBRA

Misją społeczną organizacji branżowej powinno być **łączenie interesów producentów i konsumentów** oraz stanie na straży najwyższej jakości produktów. Wbrew temu [Polska Rada Winiarstwa](#) stała się podmiotem realizującym partykularne interesy wybranych członków.

– AMBRA S.A. składała Polskiej Radzie Winiarstwa propozycje projektów mających na celu **podwyższenie standardów jakościowych**, zapewniających realizację misji branżowej i obronę interesów konsumentów wina w Polsce. Projekty te dotyczyły m.in. produktów pochodzenia naturalnego czy przeciwdziałania zafałszowaniom produktów winiarskich. Spółka przypominała też o konieczności sprawowania przez PRW funkcji samoregulacyjnych. Zamiast tego Polska Rada Winiarstwa pod hasłem **obrony win owocowych** zaangażowała się w obronę najsłabszych jakościowo produktów – napojów fermentowanych sztucznie aromatyzowanych i wzmacnianych spirytusem – informuje Agnieszka Woźniak z Grupy AMBRA. – W ocenie firmy AMBRA działania Polskiej Rady Winiarstwa stoją **w sprzeczności z interesem winiarstwa i interesem konsumenta**, i niejednokrotnie miały charakter wprowadzania w błąd opinii publicznej, co w przypadku takiej organizacji uznajemy za rzecz niedopuszczalną.

[Grupa AMBRA](#) jest liderem rynku wina w Polsce oraz czołowym producentem, importerem i dystrybutorem win w Europie Środkowej i Wschodniej. Tworzące ją spółki prowadzą działalność na rynkach **Polski, Czech, Słowacji i Rumunii**. DORATO, CIN&CIN, EL SOL, PICCOLO, CYDR LUBELSKI czy PLISKA to przykłady marek, które należą do grupy i są liderami pod względem sprzedaży w swoich segmentach rynku.