

Zpráva vedení podniku
pro rok 2013



Budějovický Budvar, národní podnik
Budweiser Budvar, National Corporation,
Budweiser Budvar, Enterprise Nationale,
se sídlem K. Světlé 512/4, České Budějovice 3, 370 04 České Budějovice
Doručovací číslo: 370 21, zapsán v Obchodním rejstříku
Krajského soudu v Českých Budějovicích, oddíl A V, vložka 325
IČ 00514152



Zpráva vedení podniku - rok 2013

Účetní závěrka Budějovického Budvaru, n.p. (dále také podnik) za rok 2013 včetně její přílohy a zprávy auditora je spolu s výroční zprávou zveřejněna ve sbírce listin obchodního rejstříku.

Zakladatelem podniku je Ministerstvo zemědělství České republiky, které tak za stát zastupuje roli zakladatele a vlastníka podniku. Budějovický Budvar, n.p. je moderním, ekonomicky stabilním podnikem s bohatou tradicí, podpořenou znalostmi a zkušenostmi jeho zaměstnanců, kterých v roce 2013 bylo 632.

Budějovický Budvar je v rámci jihočeského regionu České republiky významným zaměstnavatelem, jeho aktivity jsou přínosem pro celý tento region – například také v rámci rozvoje turistického ruchu. Současně plní důstojnou roli reprezentanta města České Budějovice, Jihočeského kraje i České republiky v zahraničí. Přispívá také k návštěvnosti krajského města zahraničními turisty. Podnik ročně navštíví cca 40 tis. návštěvníků, kteří dokážou ocenit i nabídnuté služby v oblasti gastronomie v rámci gastronomických provozů, které podnik vlastní nebo provozuje. Takovým gastronomickým provozem jsou například věhlasné „Masné krámy“ v Českých Budějovicích, které jsou v tuzemsku vlajkovou lodí mezi restauracemi se značkou Budweiser Budvar.

Podnik i v době finanční krize zvyšuje své výkony, které jsou opřeny o rostoucí objemy prodeje. V roce 2013 dosáhl historicky nejvyššího výstavu piva ve výši cca 1,423 mil. hektolitřů.

Uvedeným výstavem tak zaujímá čtvrté místo mezi pivovary v ČR. Podniku se daří expandovat na zahraniční trhy, kde dochází k meziročnímu růstu objemu prodeje. V současné době je originální pivo z Budějovického Budvaru k dostání ve více jak 65 zemích světa. Co do objemu exportních prodejů je podnik druhým největším exportérem piva v ČR.

Dlouhodobě dobré hospodářské výsledky podniku umožňují jeho investiční rozvoj - investice jsou směřovány do výrobní technologie, logistiky a prodeje. Technická a technologická vyspělost dovoluje podniku pružně reagovat na požadavky a trendy jednotlivých trhů v oblasti výrobních inovací i co do rozmanitosti sortimentu balení, a tak úspěšně čelit konkurenci na trhu. Dosahované zisky z hospodaření generují dostatečné zdroje pro další rozvoj podniku, podnik nevyužívá dotační programy či jakoukoliv podporu od státu. Díky modernizaci a rostoucím výkonům roste bilanční suma podniku, která například od roku 2000 vzrostla o více jak 80 %.

Je potěšitelné, že také v roce 2013 podnik pokračoval v obchodním a ekonomickém růstu:

		rok 2010	rok 2011	rok 2012	rok 2013
Bilanční suma podniku	tis. Kč	5 080 429	5 351 596	5 487 636	5 557 512
Výkony	tis. Kč	1 958 479	2 027 950	2 102 490	2 198 516
Zisk před zdaněním	tis. Kč	219 965	239 682	222 642	325 836
Výstav piva (objem prodeje)	hektolitry	1 250 096	1 318 709	1 337 923	1 422 728

Z účetních výkazů a jejich přílohy vyplývá, že se podnik dosaženým výstavem v roce 2013 v objemu 1,423 mil. hektolitřů prodaného piva dostal na své historické maximum.





Ve výrobě piva bylo dosaženo mezí technologických možností podniku a z toho proto plyne nezbytnost dalších rozvojových investic do technologie a logistiky potřebné pro zajištění výroby a distribuce piva v samotném areálu podniku a samozřejmě především ke konečnému spotřebiteli. Schválená koncepce rozvoje podniku v horizontu let 2014 – 2016 s takovým investičním rozvojem počítá, výsledkem bude podstatné zvýšení výrobních kapacit a zefektivnění výroby.

Pozitivně hodnotíme, že podnik meziročně dokázal zvýšit objem prodeje o 6,3 % za situace, kdy celkový výstav všech pivovarů v ČR vzrostl pouze o 0,6 %.

Prodej rostl díky exportu, kde statistiky uvádějí, že pivovary v ČR dokázaly meziročně zvýšit objem prodaného piva o 9 %, na domácím trhu však došlo k poklesu o 1,1 %.

Na růstu prodeje piva z Budějovického Budvaru, n.p. se v roce 2013 také významně podílel exportní prodej, který tvořil 54 % z celkového výstavu pivovaru. Samozřejmě naše úspěchy se opírají o značku Budweiser Budvar, o světlý ležák prvotřídní kvality a chutě, která dnes už oslovuje zákazníky v 65 zemích světa.

Tržby z exportních prodejů jsou citlivé na výkyvy devizových kurzů našich hlavních fakturačních měn, zejména jde o kurz české koruny vůči evropské měně. Podnik je dlouhodobě proti těmto výkyvům zajištěn. Poté, co v listopadu 2012 ČNB snížila základní úrokové sazby na „technicky nulovou“ úroveň, přistoupila v listopadu 2013 k zahájení devizových intervencí s cílem dosáhnout oslabení české měny, což by v delším horizontu mělo exportně silným podnikům, jako je také Budějovický Budvar, n.p. pomoci. Měnový kurz se stal nově používaným nástrojem v tzv. režimu cílování inflace. Oba zmíněné nástroje mají tedy omezit či odstranit dezinflační rizika, jaká ČNB spatřuje ve vývoji české ekonomiky.

Pokles konzumace piva v České republice byl nastartován v roce 2009 finanční krizí a růstem spotřebních daní v roce 2010, trh od té doby dále klesal. Všeobecně nízká spotřeba domácností se odvíjí od setrvalého růstu nezaměstnanosti a historicky nejnižšího růstu mezd v podnicích v ČR. Ve srovnání s okolními zeměmi byla česká ekonomika v 1Q - 3Q 2013 nejvíce utlumena.

Z dostupných statistik vyplývá, že hlubokou krizí prochází segment on trade, který je doménou konzumace především výčepních piv. V gastronomii meziročně mizí restaurační zařízení, ve zbývajících klesá průměrná konzumace piva, roste pouze prodej piva přes maloobchod. Zákaznická poptávka se přesunula k lahvovému pivu, kde je velký tlak obchodních řetězců na různé slevy, promoce, poplatky a další náklady, které zvyšují režijní náklady spojené s prodejem, to se potom negativně promítá do rentability jednotlivých výrobků. Podíl spotřeby piva v segmentu on trade stále klesá, dnes je na historickém minimu 41 %.

Naší reakcí na měnící se situaci na tuzemském trhu je již připravený projekt reorganizace tuzemského prodeje, která bude zrealizována do konce roku 2014. Dnešní systém prodeje zajištěný přes 7 obchodních středisek se zmodernizuje co do způsobu řízení i technického vybavení. Očekáváme od toho lepší komunikaci se zákazníky, úspory v nákladech a samozřejmě také tuzemský růst prodeje.

Meziročně zvyšující se prodej lahvového piva s sebou přináší značný tlak na rozmanitost obalů, podnik je však schopen díky investicím do stáčecích linek tomuto tlaku úspěšně čelit. Do prodeje byla zavedena celá řada nových obalů, jejichž design je také možné velmi dobře využít v rámci propagace – podpory prodeje. Na začátku roku 2013 byla do provozu uvedena nová stáčírna piva do plechovek a díky tomu mohlo dojít k podstatnému meziročnímu nárůstu prodeje piva v tomto balení.





V minulých letech se určitým fenoménem stala ochucená piva, na tuzemském trhu se objevila záplava různých pivních mixů rozličných příchutí. Také náš podnik do svého výrobního sortimentu zařadil pivní mix PardálOvo a v rámci časově limitovaných sérií speciální piva jako jsou DarkCherry, SuperStrong z čerstvého chmele. Nicméně v roce 2013 bylo patrné, že boom pivních mixů začal odeznívat, ztratil svou váhu získanou v roce 2012. V ČR meziročně klesla spotřeba míchaných nápojů na bázi piva o 40 % a klesla i spotřeba nealkoholických piv.

Podnik je pro Českou republiku rovněž výlučným importérem výrobků dánského pivovaru Carlsberg, které rozšiřují produktové portfolio podniku o ležák Carlsberg a moderní nápoje cider pod značkou Somersby.

Budějovický Budvar, n.p. není součástí žádné pivovarské skupiny, a přesto svým výstavem zaujímá čtvrté místo v České republice a první místo v objemu exportu poměřeno k vlastnímu celkovému výstavu piva. Meziročně vzrostl podíl Budějovického Budvaru v celkové produkci piva v České republice ze 7,9 % na 8,4 %. Naše pivní značky se nikde licenčně nevaří, a proto značce Budweiser zaslouženě patří přívlastek „originál“ s jednoznačným místem původu v Českých Budějovicích. Naše značky jsou přirozeně také nositeli označení „Českobudějovické pivo“ a „České pivo“.

Také v roce 2013 pokračovaly vleklé soudní spory s dnes již pivovarnickou skupinou ABInBev. Podnik tak úspěšně dlouhodobě chrání své originální značky Budweiser a Budweiser Budvar před jejich americkou kopií po celém světě. Po 13 letech trvání soudního sporu v Itálii bylo v roce 2013 dosaženo vítězství, jehož výsledkem je to, že ABInBev v Itálii nemůže prodávat pivo se značkou Budweiser a naopak se tím pro náš podnik otevřel italský trh. Proto také podnik mohl rozpustit účetní rezervy vytvořené v letech 2008 a 2009 pro případné pokrytí nákladů uplatňovaných ABInBev v rámci italského sporu. Ceníme si také loňské výhry v Anglii, kde ABInBev usiloval o vymazání naší značky Budweiser. Předpokládáme, že po prohraných soudních sporech náš konkurent uhradí soudní výlohy, které v průběhu let v tomto kontextu našemu podniku vznikly.

Soudní spory trvají již od roku 1907. Ve sporech je zatím výrazně úspěšnější česká strana, v období 2000 - 2013 bylo ukončeno 184 soudních sporů a správních řízení, z nichž Budějovický Budvar vyhrál 125 případů a 10 sporů skončilo smírem nebo remízou. V současné době zbývá k dořešení 12 soudních sporů a 45 správních řízení.

Podnik hrdě staví na své tradici výroby špičkového produktu, přísně dbá na kvalitu výroby piva, je spolehlivým partnerem pro své odběratele. Finančními příspěvky podporuje Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, vlastní vývoj podniku také přispívá k rozvoji pivovarského oboru. Středisko výzkumné a vývojové činnosti se zejména zabývá aplikovaným výzkumem v oblasti technologie výroby piva, kontroly a zajištění jakosti s následnou průběžnou implementací výsledků do praxe. Výzkumné středisko úzce spolupracuje s výrobně-technickým útvarem na aktuálních a prioritních úkolech trvalého udržení, řízení a zlepšování kvality piva. Významnou roli hraje při vývoji nových výrobků a receptur. Inovativní aktivity podniku rozšiřující portfolio obalů si také vyžádaly zavedení a modifikace metod kontroly a řízení kvality nových obalů.

Klíčovou roli hraje výzkumné středisko v případě produktových inovací, kde se plně věnuje vývoji nových výrobků, podílí se tak na nastavení a optimalizaci jejich receptur. Vývoj výrobků v rámci výzkumného oddělení umožňuje komplexní pohled a hodnocení každé inovace z produktového hlediska již od prvopočátku, tj. původního nápadu. Společně s optimalizací receptur se výzkum tímto postupem podílí na udržení konkurenceschopnosti podniku na trhu. V roce 2013 se středisko podílelo na zajištění jakosti nově stáčeného plechovkového piva. V této souvislosti zavedlo do praxe podnikové laboratoře dvě nové analytické metody týkající se kvality plechovkového obalu a měření celkového kyslíku v plechovkovém obalu, čemuž předcházelo testování a úprava nového





analyzeru na kyslík. Byl vyvinut systém na aseptický odběr vzorků z plechovky pro mikrobiologickou kontrolu. Středisko vyvinulo dva nové produkty, které podnik uvedl v roce 2013 na trh. Ojedinelé složení PardálOVA bezového je chráněn užitným vzorem u Úřadu průmyslového vlastnictví ČR (ÚPV). Součástí vývoje produktů byla nejen příprava receptury a technologického postupu, ale i nové postupy v oddělení řízení jakosti nutné pro zajištění kvality těchto produktů, se kterými neměl podnik dřívější zkušenosti. Druhým vyvinutým produktem je Dark Cherry.

Image podniku zvyšuje řada cen a ocenění, která podnik každoročně získává. Ceníme si toho, protože jde o nezávislá národní či mezinárodní ocenění, která získávají naše značky, výrobky, reklamní kampaně a naši zaměstnanci za svou profesionalitu a poctivou práci, jejíž výsledek v podobě kvalitního a lahodného piva chutná doma a mnoha zemích světa.

V ROCE 2013 BUDĚJOVICKÝ BUDVAR, N.P. ZÍSKAL:

- Česká a moravská pivovarnická akademie - výroční cena za rok 2012, která byla obhájena i v roce 2013 – v kategorii pivovarů s ročním výstavem nad 500 000 hektolitrů.
- Časopis Pivo, Bier & Ale - výroční cena 2012 - vítězem v kategorii „Nejpůsobivější nová pivní sklenice“ se stala kolekce pivního skla pro značku Budweiser Budvar.
- Louskáček - soutěž reklamní kreativy – grand prix za kampaň „NE z nás dělá to, čím jsme“.
- Monde Selection - celosvětová soutěž pro hodnocení kvality výrobků - světlý ležák značky Budweiser Budvar získal zlatou medaili. Prémiový světlý ležák Budweiser Budvar obdržel od roku 1987 v Monde Selection celkem devět zlatých medailí a jednu stříbrnou.
- World Beer Awards – soutěž kterou organizuje britské vydavatelství Paragraph Publishing - speciální pivo BUD Premier Select získalo zlatou medaili a titul „World’s Best Strong Lager“.
- Sdružení přátel piva - anketa o nejlepší piva, pivovary a pivovarské osobnosti roku 2013 - v prestižní kategorii „Pivovar roku“ zvítězil Budějovický Budvar. SPP ocenilo mimo jiné to, že Budějovický Budvar udržuje výrobu klasicky vařeného piva, polovinu produkce vyváží a jako jediný průmyslový pivovar používá sušený hlávkový chmel.
- EFFIE - soutěž o nejefektivnější reklamu - v kategorii Nápoje získala reklamní kampaň na značku Budweiser Budvar „NE z nás dělá to, čím jsme“ stříbrnou cenu EFFIE.
- Časopis Pivo, Bier & Ale – Výroční cena za rok 2013 - speciální pivo BUD Premier Select z čerstvého chmele získalo zlato za nejlepší limitovanou edici piva roku 2013

Nezanedbáváme ani oblast pracovního práva, podnik přísně dbá na dodržování pracovněprávních předpisů a domníváme se, že také tak nás vnímá okolí podniku. V oblasti pracovně právních vztahů jsou organizována periodická roční školení, která se týkají zásad BOZP. Dále jsou organizována periodická roční školení, která se týkají pravidel pro nakládání s nebezpečnými chemickými látkami nebo chemickými přípravky, poučení o vnitřním havarijním plánu a poučení o plánu opatření pro případ havárie při nakládání se závadnými látkami. Každý rok se na úrovni jednotlivých organizačních jednotek podniku vyhledávají a vyhodnocují pracovní rizika.





Vedení podniku udržuje otevřenou komunikaci s odborovou organizací. Podnik s odbory uzavírá kolektivní smlouvu vždy s platností na dva roky a dílčími dodatky na každý rok v sociální oblasti (FKSP) a oblasti mzdové.

V oblasti ochrany životního prostředí se podnik řídí integrovaným povolením, které bylo vydáno ke dni 7. 4. 2007 dle zákona č. 76/2002 Sb. (zákon o integrované prevenci), ve znění pozdějších předpisů. Zde jsou zakotveny závazné podmínky provozu, které se týkají opatření k vyloučení rizik možného znečištění životního prostředí, podmínky zajišťující ochranu zdraví člověka a životního prostředí při nakládání s odpady, podmínky pro hospodárné využívání surovin a energií a dále opatření pro předcházení havárií. Oblast ochrany životního prostředí je také zahrnuta do vnitropodnikových předpisů, jakým je například havarijní plán podniku.

V PRŮBĚHU ROKU V PODNIKU PROBĚHLO NĚKOLIK KONTROL ZE STRANY STÁTNÍCH ORGÁNŮ, ANIŽ BY BYLY ZJIŠTĚNY ZÁVAŽNÉ NEDOSTATKY:

- kontrola CHZO ČBP
- kontrola odvodů zdravotního a sociálního pojištění
- kontrola dodržování pracovněprávních předpisů, kontrola tlakových nádob, bezpečnosti provozu technických zařízení
- kontrola hygieny práce Krajskou hygienickou stanicí v Č. Budějovicích
- kontrola prodeje Českou obchodní inspekci v podnikové prodejně a restauračních zařízeních
- kontrola bezpečnosti potravin dle zákona č. 110/1997 Sb., kontrola systému HACCP
- kontrola poskytování OOPP dle zákona č. 262/2006 Sb.
- a další ...

Podnik v roce 2013 splnil veškeré své finanční závazky vůči státu, v průběhu roku nedošlo ke zpoždění plateb v oblasti daní či sociálního a zdravotního pojištění. Řádně jsou také placeny veškeré závazky plynoucí z obchodního styku, podnik je tak solidním partnerem pro dodavatele. Výběr dodavatelů je výsledkem výběrových řízení a zaručuje tak spolehlivost a kvalitu dodávek surovin, materiálů i poskytovaných služeb.

Na závěr patří poděkování všem našim zaměstnancům, jejichž znalosti a dovednosti nám umožňují úspěšně čelit konkurenci a na trhu uspět. Pevně věříme, že také v roce 2014 se nám bude dařit ke spokojenosti všech našich zákazníků, partnerů a zakladatele podniku.

V Českých Budějovicích 7. 5. 2014

Za vedení podniku

Ing. Jiří Boček
ředitel podniku

