

# SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI

**Browar Wrężel S.A.**

**ZA ROK OBROTOWY**

**01.01.2019 – 31.12.2019**

## **I. Informacje o jednostce:**

**Nazwa Browar Wrężel Spółka Akcyjna**

**Adres Zarzecze ul Łęgowa 1 34-326 Pietrzykowice**

**Forma prawna, Spółka Akcyjna**

**Przedmiot działalności, 46,34,A - Sprzedaż hurtowa napojów alkoholowych;**

**11,05,Z – Produkcja piwa**

**Skład zarządu, Adrian Kukuła – Prezes; Paweł Olczyk - Wiceprezes**

## **II. Opis zmian, które nastąpiły w roku sprawozdawczym:**

- Spółka, uchwałą nr 1/09/2019 Nadzwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Browar Wrężel Sp. z o.o z dnia 26 września 2019 przekształciła Browar Wrężel Sp. z O.O. w Spółkę Akcyjną Browar Wrężel S.A.
- Kapitał zakładowy Spółki w wysokości 300000 zł (trzysta tysięcy) składa się z 3000000 ( trzy miliony) akcji imiennych serii A o wartości nominalnej 0,1 zł ( dziesięć groszy) w całości przez Piotra Wrężel
- Powołana została Rada Nadzorcza w składzie: Piotr Wrężel, Marian Ormaniec i Łukasz Wreżel

## **III. Sytuacja jednostki na tle branży i całej gospodarki.**

- W całym roku 2019 zaznaczyła się w gospodarce wyraźna tendencja zahamowania trendu wzrostowego. Narastające inwestycje w rynek konsumpcyjny spowodowały wzrost inflacji a co za tym idzie spadek siły nabywczej społeczeństwa
- W branży piwowarskiej nastąpił dalszy gwałtowny wzrost konkurencji doprowadzający miejscami do walki cenowej. Nadmierny wzrost podaży spowodował również gwałtowną reakcją głównych odbiorców piwa kraftowego, których polityka zakupów bardzo się usztywniła powodując spadek osiąganego zysku

## **IV. Sprzedaż i portfel zamówień.**

Informacje o podstawowych źródłach przychodów jednostki i jej aktywności na rynku:

- Sprzedaż netto w roku 2019 wyniosła 2396082 zł i spadła o blisko 830000 w stosunku do roku 2018. Spadek sprzedaży spowodowany jest głównie spadkiem zamówień od naszego głównego odbiorcy Lidla, który zakupił o ponad 600000 mniej niż w roku 2018.

Następne 200000 zmniejszenia to upadek TESCO, gdzie w ogóle zrezygnowano z handlu piwami kraftowymi

- Browar Wrężel posiada według naszych informacji około 4% udziałów w sprzedaży piw kraftowych
- W 2019 renegotjowaliśmy kontrakt z Lidlem – podpisany w początkach marca 2020, weszliśmy jako dostawca do grupy EUROCASH – początek marzec 2020 oraz Dokończyliśmy negocjacje z MAKRO – umowa luty 2020

#### **V. Produkcja**

- Produkcja ogółem to 3000 hl w tym 30 warek wyprodukowanych w Browarze Błonie i 50 warek w Browarze Zarzecze. Oznacza to spadek o około 600 hl w stosunku do roku ubiegłego.
- W przeciągu roku całkowicie przemodelowano strukturę oferowanych produktów budując ofertę podstawową składającą się z 8 rodzajów piw pozostających w stałej dostępności oraz przeprowadzono całkowity rebranding oferowanych produktów.
- Wypuściliśmy pierwsze nasze piwa w puszkach 0,5 l a potem 0,33 l

#### **VI. Przewidywany rozwój jednostki**

Decyzja o przekształceniu firmy w spółkę akcyjną podjęta została w celu wejścia z ofertą sprzedaży naszych akcji na rynku crowdfundingowym. Proces sprzedaży akcji serii B rozpoczął się 25 listopada 2019 r.

Za pozyskane środki planujemy rozpocząć budowę hali magazynowo-produkcyjnej na działce w Łękawicy i docelowo budować własną instalację produkcyjną

#### **VII. Personel i świadczenia socjalne**

- Zatrudnienie nie zmieniło się – mamy czterech pracowników

#### **VIII. Inwestycje.**

W 2019 roku nie ponosiliśmy nakładów na inwestycje. Nie znaczy to, że nic nie robiliśmy w tym kierunku. Od marca do końca listopada przygotowywaliśmy się do wejścia na rynek publiczny sprzedaży akcji, przekształcając firmę, przygotowując działania marketingowe, robiąc prospekt emisyjny. Przygotowaliśmy też wstępny projekt hali oraz dokonaliśmy kilku uzgodnień budowlanych.

#### **IX. Środowisko naturalne.**

Wystąpiliśmy o przygotowanie operatu wodno-prawnego oraz dokonaliśmy uzgodnień odnośnie odlesienia działki w Łękawicy

#### **X. Finansowanie**

Celem polepszenia sytuacji finansowej firmy w aspekcie przyszłej inwestycji budowy własnego Browaru zdecydowaliśmy się na rozpoczęcie sprzedaży akcji w drodze emisji publicznej ( Crowdfunding). Aby tego dokonać przekształciliśmy firmę w spółkę akcyjną a następnie uruchomiliśmy sprzedaż akcji serii B po cenie emisyjnej 3,27 zł za akcję. Do 25 lutego 2020 r udało się nam zebrać blisko 1800000 zł. Nadal mamy kredyt obrotowy 300000 zł.

#### **XI. Sytuacja majątkowa, finansowa i dochodowa.**

- Niektóre wskaźniki finansowe firmy za rok 2019:
  - Rentowność majątku ROA – 6,35 – Średnia branżowa – 5,02 do 9,52
  - Rentowność przychodów – 5,01 - Średnia branżowa – 4,13 do 4,61
  - Rentowność kapitału własnego ROE – 13,46 – Średnia branżowa – 8,88 do 20,04

Rentowność sprzedaży – 8,58 – Średnia branżowa – 4,65 do 5,59

Szybkość obrotu zapasów – 97 – Średnia branżowa – 29,99 do 53,81

Spływ należności – 45 – Średnia branżowa – 38,57 do 52,20

Spłata zobowiązań – 46 – Średnia branżowa – 31,96 do 42,26

Wskaźniki płynności będzie można obliczyć dokładnie po zakończeniu emisji akcji serii B.

- Zdolność płatnicza w nadchodzącym roku ulegnie zdecydowanej poprawie dzięki pozyskaniu kapitału ze sprzedaży akcji serii B oraz uruchomieniu akcji „wiosenne czyszczenie magazynów”.

## **XII. Szczególne zdarzenia**

W związku z epidemią COVID-19 nasza sytuacja na rynku gwałtownie się zmieniła. Zamknięcie pubów, restauracji oraz ogólne ograniczenia handlu i aktywności ludzi spowodowały spadek sprzedaży w sektorze tradycyjnym (sklepy i stoiska branżowe zaopatrywane przez lokalne hurtownie) o blisko 60%.

Początek kryzysu nastąpił w końcu lutego i trwa już 6 tygodni. W marcu sprzedaż zamknęła się kwota 50 000 zł ( marzec 2019 – 133000). Kwiecień również będzie miesiącem „słabiutkim”, choć zrealizowaliśmy pierwszą w tym roku dostawę do Lidla.

Dodatkowym problemem jest praktycznie całkowite wstrzymanie spływu należności z rynku. Jeżeli obecny stan będzie trwał jeszcze 2-3 miesiące ( do końca czerwca br.) zaczną się problemy z upływaniem dat przydatności do spożycia naszych produktów zalegających w magazynie, co dodatkowo spowoduje straty finansowe.

Problemy występują w całej branży, więc każdy producent dotknięty widmem braku wpływów i przeterminowaniem się zapasów usiłuje wyprzedawać je nawet poniżej kosztów produkcji.

Już widać potężny spadek cen na rynku.

Przedłużenie okresu epidemii powyżej 3 miesięcy spowoduje falę bankructw i zatrzymania produkcji w wielu browarach.

Pozornie może to być naszym „sukcesem” z kilku powodów:

Po pierwsze weszliśmy w okres epidemii praktycznie bez produkcji w toku, gdyż byliśmy w trakcie akcji „wiosennego czyszczenia magazynów”.

Po drugie 25 lutego, czyli w „ostatnim” momencie zakończyliśmy sprzedaż akcji serii B i pozyskaliśmy kwotę netto blisko 1300000 a w związku z tym nie brakuje nam środków na „przeżycie” i ponowne uruchomienie produkcji po kryzysie.

Po trzecie nasz rynek klasyczny – hurtownie – od ponad roku związane są z nami specyficznym rodzajem sprzedaży (rodzaj komis) i zapewniają nam minimalne obroty wystarczające do przeżycia.

Nasze absolutne minimum obrotu miesięcznego to około 65000 zł netto i wygląda na to, że jesteśmy w stanie to osiągnąć wprowadzając dodatkowo sprzedaż wysyłkową do określonej grupy naszych klientów.

Zarząd pragnie podkreślić, iż na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego faktyczny rozmiar przyszłego wpływu koronawirusa COVID-19 na działalność Spółki pozostaje niemożliwy do oszacowania i uzależniony jest od szeregu czynników, które są poza wpływem i kontrolą ze strony Spółki.