

I. Informacje o jednostce:

Nazwa: Browar Wręzel Spółka Akcyjna

Adres Zarzecze ul Łęgowa 1 34-326 Pietrzykowice

Forma prawna, Spółka Akcyjna

Główne przedmioty działalności:

46,34,A - Sprzedaż hurtowa napojów alkoholowych;

11,05,Z – Produkcja piwa

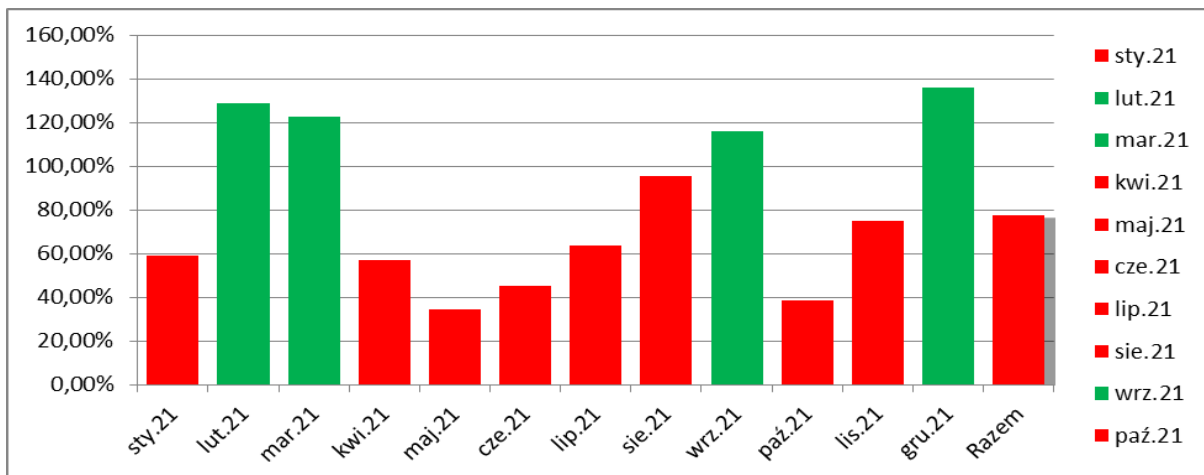
Skład zarządu, Adrian Kukuła – Prezes; Paweł Olczyk - Wiceprezes

II. Opis zmian, które nastąpiły w roku sprawozdawczym:

- W roku 2021 jedyną zmianą była zmiana biura rachunkowego obsługującego księgi firmy. Po dość długich poszukiwaniach wybrana została firma INPLUS z Żywca

III. Sytuacja jednostki na tle branży i całej gospodarki.

- Rok 2021 to dalszy ciąg epidemii COVID 19 zakłócającej pracę gospodarki. Wpływ ten nie był tak silny jak w roku 2020 ale i tak powodował problemy ze sprzedażą w sektorze HORECA szczególnie w pierwszej połowie roku
- Sytuację ratowała polityka niektórych sieci, które mocno zwiększyły zainteresowanie handlem piwami kraftowymi. Zaowocowało to znacznym zwiększeniem obrotów szczególnie w drugiej połowie roku.
- W trzecim i czwartym kwartale roku pokazały się pierwsze oznaki następnego nadchodzącego kryzysu – inflacji. Nastąpiły pierwsze podwyżki cen surowców, energii i usług.
- Dostawy do sieci są z reguły obwarowane kontraktami, które uniemożliwiają szybkie podnoszenie cen, więc niestety mimo wzrostu obrotów ucierpiała marża

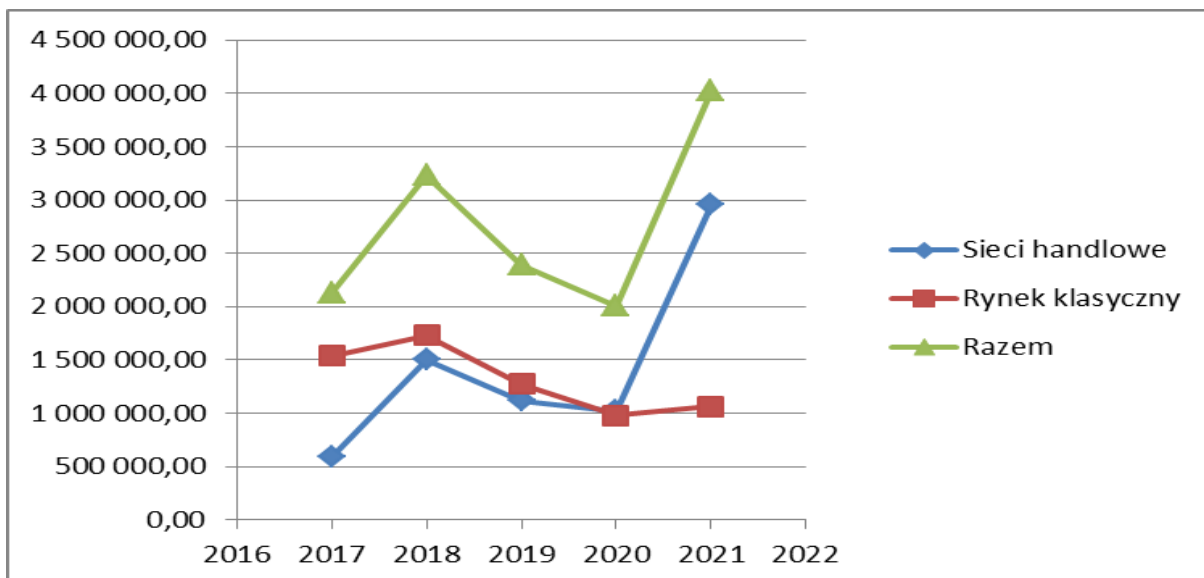


Wykres pokazuje sprzedaż miesięczną w sektorze klasycznym w stosunku do średniej z poprzednich czterech lat (na czerwono spadki)

IV. Sprzedaż i portfel zamówień.

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

- Sprzedaż netto w roku 2020 wyniosła 4 021 571,26 zł i wzrosła o blisko 100 % w stosunku do roku 2020.



- Wzrost sprzedaży osiągnięty został na rynku sieciowym. Rynek klasyczny praktycznie pozostał na tym samym poziomie acz o blisko 50% mniejszym niż w roku 2018

Browar Wręzel S.A. ZA ROK OBROTOWY 01.01.2021 – 31.12.2021

- Browar Wręzel posiada według naszych informacji około 4% udziałów w sprzedaży piw kraftowych
- Rozpoczęliśmy współpracę z siecią Kaufland, na razie „regionalnie”
- Wróciliśmy do współpracy z Eurocash oraz podpisaliśmy wstępną umowę z LITE – sprzedawcą „rozwożącym” towary współpracującym ściśle z Biedronką
- Dobrze układa się współpraca i przygotowanie do nowego roku z Lidlem, co owocuje wzrostem sprzedaży w 2021 r.

V. Produkcja

- Firma nasza w roku 2020 współpracowała tylko z Browarem Zarzeczce
- Wyprodukowaliśmy i sprzedaliśmy 4500 hl piwa
- Sprzedaliśmy 530 kegow, 778000 butelek i 87500 puszek

VI. Przewidywany rozwój jednostki

- Sklep internetowy, który zaczął działać w drugiej połowie 2020 roku w 2021 osiągnął obroty w wysokości 150000 zł co nie jest imponującym wynikiem ale planujemy go wzmocnić silniejszym wsparciem marketingowym
- Przedstawiciel handlowy, którego zatrudniliśmy w końcu 2020 roku opanował spadek sprzedaży na rynku lokalnym co widać po wynikach drugiej połowy roku
- Napotkaliśmy nieprzewidziane, poważne problemy związane z pozwoleniami na budowę własnego browaru. Chwilowo nie jesteśmy w stanie uzyskać stosownego zezwolenia od Wód polskich. Musimy wykonać na własny koszt poważne badania modelowania zalewowego dotyczącego potoku Kocierzanka przepływającego obok naszej Działki

VII. Personel i świadczenia socjalne

- Zatrudnienie wynosi 5 osób – zatrudniliśmy przedstawiciela Handlowego

VIII. Inwestycje.

- W 2021 nie mieliśmy większych wydatków na inwestycje. W końcówce roku uzgodniliśmy przeniesienie do nowego magazynu – przewidywany poziom wydatków na poziomie 50000 zł
- Nadal kontynuowaliśmy prace przy zagospodarowaniu działki pod nasz przyszły zakład produkcyjny

IX. Środowisko naturalne.

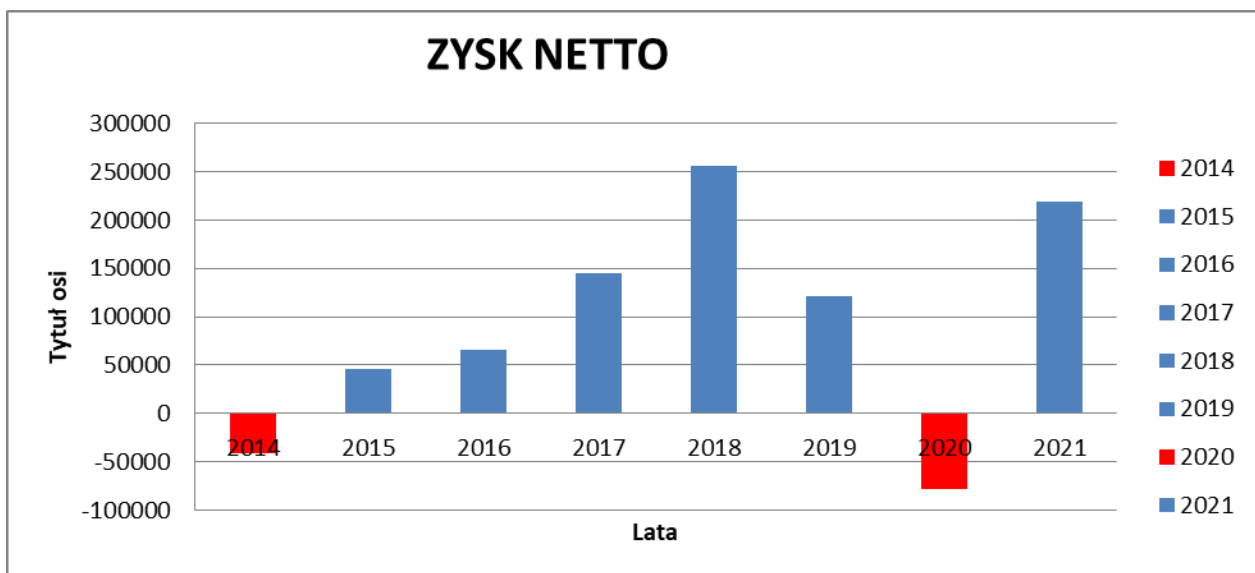
- Zleciliśmy wykonanie modelu zalewowego 2D na terenie naszej działki w Łękawicy

X. Finansowanie

- Nadal dysponujemy kredytem obrotowym na kwotę 300 000 zł.
- Dysponujemy rezerwą gotówki wystarczającą na komfortowe funkcjonowanie firmy

XI. Sytuacja majątkowa, finansowa i dochodowa.

- W roku obrotowym 2021 firma osiągnęła zysk netto w wysokości 218674,75 zł.
- Wybrane wskaźniki finansowe firmy
- Rentowność majątku ROA – 7,26 – Średnia branżowa – 5,02 do 9,52
 - Rentowność przychodów ROS – 5,44 - Średnia branżowa – 4,13 do 4,61
 - Rentowność kapitału własnego ROE – 9,78 – Średnia branżowa – 8,88 do 20,04
 - Rentowność sprzedaży – 5,34– Średnia branżowa – 4,65 do 5,59
 - Szybkość obrotu zapasów – 65,7 – Średnia branżowa – 29,99 do 53,81
 - Spływ należności – 53,6
 - Wskaźnik bieżącej płynności finansowej – 3,44 – norma – 1 do 2
 - Wskaźnik płynności szybkiej – 2,29– norma >1
 - Wskaźnik płynności gotówkowej – 1,51 – norma 0,1 do 0,3



Powyżej tabela przedstawiająca wyniki uzyskiwane w kolejnych latach działalności firmy

XII. Szczególne zdarzenia

W 2021 wraz z powoli odchodzącą epidemią COVID 19 znacząco polepszyły się wyniki sprzedaży piwa kraftowego. Wykorzystując lukę w popycie, pozostawioną przez nękany lockdownami rynek HORECA, ostro weszły w handel niektóre sieci i dyskonty notując duże wzrosty sprzedaży kraftów. Ludzie „wyposzczeni” po COVID byli po prostu spragnieni takich produktów.

Rynek klasyczny udało nam się w zasadzie „obronić” dzięki zatrudnionemu handlowcowi, oraz szerokiej akcji marketingowej. Sklep internetowy okazał się tutaj przysłowiowym „języczkiem u wagi”.

Decyzje o uruchomieniu części środków na ponowne rozpędzenie produkcji podjęliśmy już w październiku 2020 i była to decyzja dobra, gdyż dość dobrze weszliśmy w nowy rok trafiając kilkoma nowościami w gusta klientów LIDLA. Zaowocowało to ponad 100% wzrostem sprzedaży.

W drugiej połowie roku (a szczególnie w końcówce dały się zauważyć niepokojące oznaki nadchodzącego kryzysu tym razem związanego z inflacją i wzrostem cen surowców i innych kosztów produkcji i sprzedaży.

Rok 2021 był dla nas rekordowy pod względem ilości sprzedanego piwa, nie osiągnęliśmy wszakże rekordu zysku gdyż od 2018 r znacząco zmieniła się struktura rynku i dużo większy jest wolumen sprzedaży do sieci, gdzie marża jest niższa.