Informacja prasowa, 12 października 2020

**Browar Brodacz podsumowuje sezon i komentuje sytuację na rynku piw rzemieślniczych**

**Gdyby nie pandemia, przychody Browaru Brodacz wzrosłyby w tym roku o 30 proc. Sezon letni minął browarom rzemieślniczym pod znakiem zmniejszonych obrotów, ograniczeń w sprzedaży oraz przepisów uniemożliwiających sprzedaż piwa on-line. Wielu z nich udało się jednak wdrożyć rozwiązania, które pozwoliły przetrwać kryzysową sytuację. Brodacz postawił na rozwój dystrybucji oraz usługi cateringowe, a sezon wakacyjny zakończył na plusie.**

Rynek piwowarstwa rzemieślniczego w Polsce od kilku lat rozwija się bardzo dynamicznie. Każdego roku powstają nowe browary, puby i multitapy, a na miłośników kraftowego piwa czekają liczne festiwale oraz inne piwne imprezy. Jak szacuje Polskie Stowarzyszenie Browarów Rzemieślniczych (PSBR), w Polsce istnieje dziś około 260 różnego rodzaju browarów stacjonarnych oraz ponad sto działających na zasadzie kontraktowej. Według raportu bloga Piwna Zwrotnica, w 2019 roku miało premierę 2457 piw. Ubiegły rok dla rzemieślników oznaczał wyraźny wzrost ilości uwarzonego piwa. Łączna produkcja browarów zrzeszonych w stowarzyszeniu, do którego należy także Brodacz, zwiększyła się o ponad 19 proc[[1]](#footnote-1). To bardzo dobry wynik, zważywszy na to, że zgodnie z informacjami GUS, w 2019 roku ogólna produkcja piwa w Polsce zanotowała spadek o 3,5 proc[[2]](#footnote-2).

**Znaleźć receptę na kryzys**

W połowie marca 2020 sytuacja na rynku zmieniła się diametralnie. Wprowadzony wtedy lockdown dla wielu browarów rzemieślniczych oznaczał zamknięcie głównego kanału sprzedaży, jakim są lokale gastronomiczne. Zakegowane piwo, które normalnie byłoby wysłane do pubów i restauracji, teraz musiało pozostać w tankach. Browary, które całą swoją produkcję przeznaczały na rynek gastronomiczny, znalazły się w poważnych kłopotach, musząc liczyć się z dużym spadkiem obrotów. Raport PSBR[[3]](#footnote-3) donosi, że w ubiegłym roku do kegów trafiło prawie 20 tys. hl piwa zrzeszonych browarów, co w stosunku do roku 2018 oznaczało wzrost o prawie 13 proc.

– *Brodaczowi udało się uniknąć tych problemów dzięki temu, że większość naszych piw jest butelkowana i sprzedawana w sklepach. Ogromne znacznie miała dla nas własna dystrybucja oraz współpraca z sieciami handlowymi, takimi jak Carrefour czy Auchan. Obecnie jesteśmy w trakcie dogrywania kolejnych umów i już wkrótce będziemy mieli blisko tysiąc punktów sprzedaży w całej Polsce* – mówi założyciel Browaru Brodacz, Tomasz Brzostowski *– Co więcej, wpadliśmy na pomysł jak wykorzystać piwo, które miało trafić do kegów. We współpracy z destylarnią Wolf&Oak zamieniliśmy 2500 litrów naszego IPA w wysokoprocentowy Beerbrand, który od razu znalazł nabywców. Pierwsze dwieście butelek sprzedało się w niecałe cztery godziny* – dodaje.

**Solidarnie z rzemieślnikami**

W obliczu kryzysu, który dotknął rynek piw rzemieślniczych, solidarność okazywały sobie nie tylko browary, sklepy specjalistyczne, puby i multitapy, ale też sami konsumenci. Chcąc wesprzeć działające po sąsiedzku browary rzemieślnicze, Grupa Van Pur skupiła część wyprodukowanego przez nie piwa i przekazała w prezencie swoim pracownikom. Wiele specjalistycznych sklepów posiadających instalację do nalewania piwa na wynos, skupowało zalegające w pubach i browarach kegi. Miłośnicy piw rzemieślniczych, blogerzy i influencerzy włączyli się w internetową akcję #WspieramyPolskiKraft, która zachęcała do zakupu piw z małych browarów.

– *My postanowiliśmy wesprzeć rzemieślniczych producentów z Pomorza. Korzystając z własnej sieci dystrybucyjnej zorganizowaliśmy cateringowy agregator. Pod drzwi zainteresowanych nie dostarczaliśmy jednak gotowych posiłków, ale paczki ze skompletowanymi produktami spożywczymi od lokalnych dostawców. 2 proc. wartości każdego zamówienia przeznaczane było na walkę z koronawirusem. Sklep internetowy, za pośrednictwem którego można było składać zamówienia, pomógł w trudnych momentach także samemu browarowi, przynosząc w czasie pandemii prawie 90 tys. zł przychodu* – opowiada założyciel Browaru Brodacz.

**Sprzedaż on-line ciągle utrudniona**

Sytuację browarów rzemieślniczych w czasie lockdownu mogłoby poprawić pozwolenie na sprzedaż piwa z dowozem lub możliwość zamawiania go on-line. Wielu z nich umożliwiłoby to przetrwanie najtrudniejszego okresu. Nowy kanał sprzedaży pozwoliłby także na dalszy rozwój w okresie wciąż utrzymujących się ograniczeń. Pochodzące sprzed prawie 40 lat przepisy pozostają jednak nieugięte, a Polska jest jedynym krajem w Unii Europejskiej, który nie znowelizował prawa w tym zakresie.

– *Intencją ustawy jest to, by ograniczać dostęp do alkoholu oraz zapobiegać alkoholizmowi. Przeciwnicy sprzedaży on-line podnoszą też zarzut tego, że przez Internet nie da się zweryfikować wieku kupującego. Dostęp do alkoholu i tak jest jednak obecnie powszechny. Trudno sobie wyobrazić, by internetowa sprzedaż stosunkowo drogiego piwa rzemieślniczego miała spowodować, że ktoś będzie pił więcej. Wiek kupującego można natomiast potwierdzić w momencie dostawy. Oczywiście, przepisy należy aktualizować z rozwagą, ale nie można ignorować zmian, jakie w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat dokonały się na rynku, w technologii oraz w zwyczajach konsumentów. Kilkukrotne apele branży piwowarskiej dotyczące zmiany prawa na razie pozostają jednak bez odpowiedzi* – podsumowuje Tomasz Brzostowski z Browaru Brodacz.

**Browar Brodacz** to trójmiejski projekt obecny na rynku piw rzemieślniczych od 2015 roku. W jego portfolio znajduje się ponad 100 pozycji, prezentujących szeroką gamę stylów piwnych. Obecnie browar działa na zasadzie kontraktowej – samodzielnie opracowuje receptury, ale warzy, korzystając z infrastruktury podwykonawców. Celem jego założycieli jest budowa własnej warzelni i uruchomienie linii produkcyjnej. Brodacz sukcesywnie rozwija łańcuch dostaw i sieć dystrybucyjną. Poza browarem kontraktowym posiada własną hurtownię oraz sieć dystrybutorów w regionie Pomorza. Brodacz dynamicznie zwiększa sprzedaż, która w 2019 roku wyniosła prawie 200 000 litrów piwa. Swoje plany rozwojowe browar realizuje m.in. poprzez akcje crowdfundingowe. Dotychczasowe dwie emisje zgromadziły ponad 1500 inwestorów.

**Kontakt dla mediów:**

Michał Zębik

e-mail: [michal.zebik@goodonepr.pl](mailto:michal.zebik@goodonepr.pl)

tel.: +48 796 996 253

1. Raport z działalności browarów zrzeszonych w Polskim Stowarzyszeniu Browarów Rzemieślniczych w 2019 roku <https://www.psbr.eu/raporty.php> [↑](#footnote-ref-1)
2. [https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/przemysl-budownictwo-srodki-trwale/przemysl/produkcja-wyrobow-przemyslowych-w-2019-roku,3,17.html#](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/przemysl-budownictwo-srodki-trwale/przemysl/produkcja-wyrobow-przemyslowych-w-2019-roku,3,17.html) [↑](#footnote-ref-2)
3. Raport z działalności browarów zrzeszonych w Polskim Stowarzyszeniu Browarów Rzemieślniczych w 2019 roku [↑](#footnote-ref-3)