

Brau Beviale 2012 Nürnberg, Germany 13.– 15.11.2012

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

TISKOVÁ INFORMACE

Červen 2012

Brau Beviale 2012: Efektivní využívání surovin a zdrojů

- Evropské nápojářství hostuje v Norimberku
- Zvýšit konkurenceschopnost a zároveň šetřit životní prostředí

Vystavovatelé a návštěvníci tentokrát přicestují na Brau Beviale do Norimberku o jeden den dřív. Již od úterý (13. listopadu) bude kolem 1 350 vystavovatelů po tři dny očekávat více než 31 500 nápojářských odborníků z celé Evropy na veletrhu, který je v roce 2012 nejdůležitějším veletrhem investičních celků v oboru. Jeho těžištěm jsou informace o novinkách a dalším vývoji v oblasti surovin, technologie, logistiky a marketingu. Rámcový program, k němuž patří speciální přehlídky a odborná fóra, prohloubí témata specifická pro obor a dodá myšlenkové podněty – například k efektivnímu využití surovin a zdrojů. Jak se jím dá zvýšit konkurenceschopnost a zároveň šetřit životní prostředí, to se návštěvníci veletrhu Brau Beviale dovědí také v tematickém pavilonu „Energie & Voda“ v rámci stručných a krátkých přednášek na téma obnovitelné energie, racionální přeměna energie, blokové teplárny, kontraktace, dezinfekce, získávání vody, analýza a úprava vody. Tuto speciální přehlídku koncipuje společnost NürnbergMesse společně s centrem Competence Pool Weihenstephan Technické univerzity Mnichov.

Nápojový průmysl musí dál snižovat náklady

Sotva skončí prezentace zprávy o hospodaření nějaké firmy nápojového průmyslu, přihlásí se jeden ze zástupců médií s obvyklou otázkou: Budete letos zvyšovat ceny? Nato se stejnou pravidelností následuje odpověď: Ano. V odůvodnění se většinou odkazuje na zvýšené ceny surovin, které firma už nemůže dále zvládat, ale musí je přenést na spotřebitele. Nesporné je jedno: Prosazení zvýšených cen se silně projeví na hospodářském výsledku firmy. Ale právě při realizaci zvýšených cen mnozí výrobci nápojů nejsou dostatečně odhodlaní a tím, že nepostoupí zvýšené náklady dál, utrpí značné snížení výnosů.

Ideeller Träger/Sponsor
Private Brauereien Bayern e.V.
Thomas-Wimmer-Ring 9
80539 München

Veranstalter/Organizer
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Tel +49 (0)9 11. 86 06-0
Fax +49 (0)9 11. 86 06-82 28
info@nuernbergmesse.de
www.brau-beviale.de

Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board
Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the City of Nuremberg

Geschäftsführer/Managing Directors
Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht/Registration Number
HRB 761 Nürnberg

Brau Beviale 2012 Nürnberg, Germany 13.– 15.11.2012

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

Stejně nepopiratelné je také, že zvýšení cen piva (a benzínu) vyvolává u spotřebitelů na celém světě hluboce zakořeněné psychologické reflexy. Je pravda, že zvýšení cen piva už dávno nevyvolává revoluce jako svého času v Bavorsku, nicméně se musí ke zvýšení cen přistupovat obezřetně. Stalo se zvykem, alespoň v Evropě, odůvodňovat zdražování piva a nápojů vůči spotřebiteli zvýšenými cenami surovin. Na skutečnosti, že ceny surovin šly v minulých letech nahoru, nelze nic změnit. Už jenom cena sladu se pro německé pivovarníky od roku 2008 do roku 2011 téměř zdvojnásobila.

Pět megatrendů pro výrobce nápojů

Podle studie nizozemské Rabobanky („Best of Times, Worst of Times – Global Beverage Outlook“, leden 2012) jsou výkyvy cen surovin, respektive stoupající ceny surovin jedním z pěti takzvaných megatrendů, s nimiž jsou výrobci nápojů v letošním roce konfrontováni. Další trendy, které mají vliv na plánování odbytu, jsou: rostoucí význam trhů prahových zemí, roztříštění poptávky na levné a prémiové značky, zásobování (strategic sourcing) a konvergence mezi nápojovými segmenty.

Stoupající ceny surovin mají na výrobce nápojů rozdílně tvrdý dopad, jak říká studie Rabobanky. Výkyvy cen surovin mnohem více trpí výrobci ovocných šťáv než například plnírní limonád. V kalkulaci výrobců ovocných šťáv mají suroviny – například pomeranče a jablka – na výrobních nákladech podíl mezi 25 a 50 %. Plněním limonád se výkyvy cen surovin sice dotýkají méně, zato jim ale dělá starosti cena cukru, která od roku 2007 stoupla o více než 160 %. Proto musely velké firmy v oboru v prvním pololetí roku 2011 reagovat zdražením o 2 % a v druhém pololetí ještě jednou o cca 1,50 %.

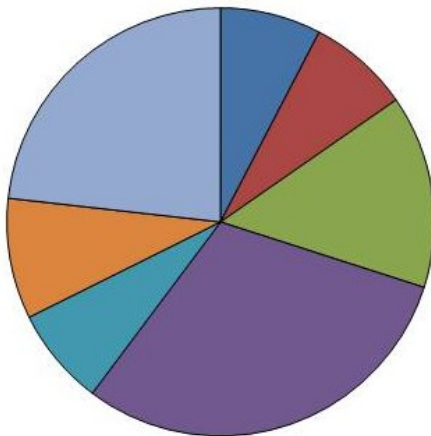
Kolísavé ceny surovin postihují pivovary v prahových zemích tvrději

Analyzujeme-li celosvětově strukturu nákladů pivovarů (pokud jsou tyto informace dostupné), zjistíme velké rozdíly. Značné rozdíly jsou například v nákladech na obaly, přičemž musíme rozlišovat mezi trhy se systémy vratných obalů a trhy, které znají jen jednorázové obaly. Pivovary, které plní do vratných lahví, nebo v lepším případě mají velký podíl sudového piva, mají vesměs nižší náklady na obaly než pivovary pracující s jednorázovými obaly. Zato jim ale vznikají výdaje na čištění sudů nebo lahví atd., které zvyšují výrobní náklady.

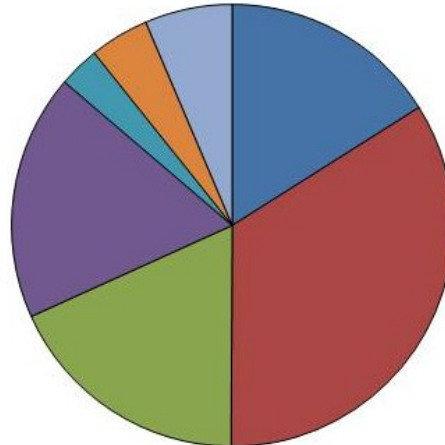
Brau Beviale 2012 Nürnberg, Germany 13.– 15.11.2012

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

Mezinárodní pivovary



Čínské pivovary



- Slad/ječmen/rýže
- Balení/obaly
- Další výrobní náklady (COGS)
- Náklady na distribuci a administrativu (SG&A)
- Odpisy
- Jiné provozní výdaje (opex)
- Zisk podniku

Zdroj: IVR Research

Rabobank odhaduje, že na zralých trzích představují náklady na obaly průměrně 15 % vlastních nákladů (bez ziskové přírážky), suroviny rovněž 15 %. Konečně připadá maximálně 5 % vlastních nákladů na surovinu slad, tak to alespoň tvrdí Rabobank. V tomto směru mají tedy pivovarníci pravdu, odůvodňují-li zdražování piva zvýšenými náklady na suroviny – ale to je jen půlka pravdy a silně to závisí na tom, v které části světa pracují.

Jedno je však nápadné: Náklady na personál (započtené do výrobních nákladů) jsou dnes u pivovarů na celém světě mnohem nižší než ještě před 20 nebo 30 lety. Pivovary těží z modernizace a automatizace svých zařízení, u nichž vystačí mnohem menší počet pracovníků než dříve. Odhaduje se, že v německých pivovarech představují náklady na personál přibližně 20 % celkových nákladů. V jiných zemích by měly být podstatně

Brau Beviale 2012 Nürnberg, Germany 13.– 15.11.2012

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

nižší. Pivovarníci musí bedlivě sledovat celkové náklady a musí hledat možnosti a cesty jak je snížit, pokud nechtějí odradit své zákazníky a smířit se s poklesem odbytu. Protože daňové zatížení – daň z piva a dovozní cla, které se v jednotlivých zemích značně liší – představuje nákladovou položku, kterou nemohou vůbec nebo jen málo ovlivnit.

Na mnoha trzích v Africe se pivovarníci při výrobě piva uchylují k místním surovinám, jakými jsou například plodiny čirok a maniok. Pivo z takových surovin má malé zdanění a díky tomu také nižší cenu pro konečného spotřebitele – na rozdíl od piva ze sladu, který se musí draze dovážet a z velké dálky dopravovat. To dovoluje použití sladu pouze u piv vysokého cenového segmentu, které si může dovolit jen málo konzumentů. K tomu přistupuje psychologická nákupní bariéra, která je silně rozšířená především na zralých trzích a brání spotřebiteli utratit za pivo víc než určitou částku. Tak například v Japonsku vysoké zdanění sladu inspirovalo k výzkumu „Shin Janru“ nebo „New Genre Beverages“ a jejich uvádění na trh. Tím se rozumí alkoholické nápoje podobné pivu, které se vyrábějí z luštěnin – bez použití sladu. Výroba těchto nápojů je náročná a drahá, ale díky nižšímu zdanění jsou takové nápoje u pokladny mnohem levnější než pivo vyrobené na 100 % ze sladu. V roce 2010, sedm let po zavedení, měly nápoje typu New Genre Beverages na japonském trhu piva již podíl 33 % a tendence je vzestupná.

Kdybychom žili v ideálním světě, měli bychom jenom nápoje ze sudu, což by asi bylo pro pivovary a výrobce nápojů nákladově to nejvýhodnější řešení. Protože tomu ale tak není, nezbyvá jim nic jiného, než pracovat s co nejefektivněji vynaloženými náklady. Toto pravidlo platí pro výrobce nápojů na celém světě, tím spíš ale pro ty, jejichž trhy stagnují nebo se zmenšují.

Tlak, který výrobce nutí držet náklady na uzdě, stoupá. Šetrnost – v kladném slova smyslu – je trumf, plýtvání je na přítěž a způsobuje jen náklady. Energie, voda, odpad – to všechno musí projít důkladnou zkouškou, a to ne teprve od té doby, co má ochrana životního prostředí v pivovarnickém a nápojovém průmyslu primát. „Get it right the first time“, tak zní heslo dne.

Brau Beviale 2012 Nürnberg, Germany 13.– 15.11.2012

Raw Materials – Technologies – Logistics – Marketing

Studie Rabobanky nese přílehlavý název „Best of Times, Worst of Times“ („nejlepší všech dob, nejhorší všech dob“), jímž autoři narážejí na citát Charlese Dickense, který má letos 200. výročí narození. Světový trh s pivem a nápoji se vskutku dělí a bude dělit na dvě části: rostoucí a stagnující trhy. Dříve růst občas dovolil nějaký ten prohřešek. Dnes ale už ne. Ukazatele vytvářejí srovnatelnost a kontrolu. Náklady, kterým se předejde, zvyšují zisk.

O veletrhu Brau Beviale

Brau Beviale je v roce 2012 celosvětově nejdůležitějším veletrhem investičních celků pro nápojářství. V době od 13. do 15. listopadu (nově: úterý až čtvrtek!) bude na norimberském výstavišti více než 1 350 vystavovatelů (2011: 44 % zahraničních) prezentovat širokou nabídku kvalitních surovin pro výrobu nápojů, inovativních technologií, efektivní logistiky a svěžích marketingových nápadů. S touto nabídkou bylo v roce 2011 spokojeno neuvěřitelných 98 % odborníků z pivovarů a sladoven, podniků vyrábějících nealkoholické nápoje, specialistů z mlékáren, vinařů, jakož i dodavatelů pivovarského a nápojového průmyslu. Veletrh, který je oblíbeným mixem profesionální prezentace a intenzivního osobního dialogu, očekává více než 31 500 návštěvníků (2011: 36 % zahraničních) z technického a ekonomického managementu evropského nápojářství.

Kontaktní osoby pro tisk a média

Petra Trommer, Jasmin McNally

Tel +49 (0) 9 11. 86 06-86 46, Fax +49 (0) 9 11. 86 06-12 86 46

jasmin.mcnally@nuernbergmesse.de

Všechny texty tiskových zpráv a další informace a fotografie najdete na:

www.brau-beviale.de/press

Všechny vystavovatele a aktuální informace o jejich produkci najdete na:

www.ask-Brau-Beviale.de