



třech letech investoval do pardubického provozu více než 100 milionů korun, ale ani to východočeský pivovar nezachránilo. „Investice putovaly jak do výrobních technologií, tak do samotných značek. Bohužel zásadní změna situace v důsledku pandemie a vypuknutí války na Ukrajině znemožnila společnosti uskutečnit plány a stanovené cíle,“ uvádí mluvčí skupiny Denisa Mylbachrová.

Zastavil se i boom minipivovarů, jichž v desetiletí před pandemií vznikaly desítky ročně. Šéf jejich sdružení a majitel minipivovaru Zvíkov Michal Voldřich viní kromě covidu i nestabilní podnikatelské prostředí a obtíže se získáváním financování. „Vezměte si ty jednotlivé rány, které nám připravily vládnoucí kruhy. To byl zákaz kouření, pak jsme zavedli elektronickou evidenci tržeb a zase jsme ji zrušili, pak přišel covid a potom ceny energií a inflace. Vzít si úvěr není nic jednoduchého, protože není možné předpovědět, co se bude dít za rok,“ říká Voldřich.

Se skomírajícím hospodským byznysem na českém venkově se pivovary vyrovnávají různě. Státem vlastněný

**Budějovický Budvar spoléhá na export, který tvoří kolem 70 procent jeho odbytu.** Sází také na prodeje v Praze a dalších velkých městech. „Maloobchod stagnuje nebo trošku klesá, ale není to tak hrozné,“ říká obchodní ředitel Budvaru Zdeněk Havlena. Naopak takzvaný on-trade segment, tedy prodeje v hospodách a restauracích, je na tom podle něj špatně. „Zatím docela dobře fungovaly restaurace a hospody ve velkých městech a velmi špatně na vesnicích

# 70

Se skomírajícím hospodským byznysem na českém venkově se pivovary vyrovnávají různě. Státem vlastněný Budějovický Budvar spoléhá na export, který tvoří kolem 70 procent jeho odbytu. Sází také na prodeje v Praze a dalších velkých městech.

a v malých městech. Tento trend se přenesou do letošního roku a pak uvidíme, jak s tím zamává DPH, to bude další šok,“ tvrdí.

### Králové vesnic

Nejhorší dopady pocítí pivovary zaměřující se na prodej sudového piva v menších městech a obcích. Silné postavení mezi nimi má skupina Pivovary CZ Group. „Někteří naši konkurenti jsou usazení v Praze a v krajských městech, ale my to máme trochu jinak. Občas nám říkají králové vesnic,“ říká Tomáš Konečný. Jeho skupina měla loni úspěšný rok, nadprůměrně jí vzrostly objem výroby i tržby. Za zhruba 770 tisíc hektolitrů piva utržila kolem 1,2 miliardy korun. Hlavním tahounem růstu byl export, který se zvýšil o 22 procent. „Silní jsme například v Polsku, tam se nám daří prosazovat se na maloobchodním trhu. Jsme pravidelně v nadnárodních sítích, třeba v Lidlu a dalších řetězcích,“ pochvaluje si Konečný.

Na domácím trhu je na tom moravská skupina letos o poznání hůř. V malo-