



Pivovary Lobkowicz Group, a.s.

Veřejná nabídka akcií



Úvodní slovo generálního ředitele a předsedy představenstva Pivovary Lobkowicz Group, a.s., pana Zdeňka Radila: „Pivo a Češi, to jsou dva pojmy, které patří po desetiletí neodmyslitelně k sobě. Dlouhodobě si držíme první místo ve spotřebě zlatavého moku nad všemi ostatními zeměmi světa. Jsem velice rád, že se nám podařilo vytvořit silnou pivovarnickou skupinu na vysoce konkurenčním českém trhu. V uplynulých pěti letech jsme prokázali, že nám velmi záleží na tom, aby se udržela tradice regionálních pivovarů, ve kterých se vaří pectivá, chuťově výrazná piva. Naše skupina zvýšila svůj tržní podíl a zavedla mnoho inovací v portfoliu, které dnes čítá na 70 druhů piv. Nejde jen o české ležáky a výčepní piva, na základě rostoucí poptávky uvádíme na trh i dříve méně známé pivní speciality jako pivo pšeničné, svrchně kvašené typu Ale či německé Rauchbier, Bockbier apod. Zamýšlená nabídka našich akcií je dalším významným krokem pro naši skupinu a vyplývá ze silného zájmu investorů o tradiční české pivovarnické odvětví. IPO nám umožní získat dodatečné zdroje na podporu růstu našeho tržního podílu prostřednictvím akvizic nových restaurací a hospod, akvizice pivovaru, nových investic do marketingu a rozvoje exportu a zároveň umožní investorům participovat na dalším růstu.“

Představení společnosti

- Pivovary Lobkowicz Group, a.s. (dále jen „PLG“) jsou 4. největším výrobcem piva v České republice měřeno tržbami na domácím trhu a 5. největším výrobcem měřeno celkovými tržbami (včetně exportu)
- Vlastníme sedm regionálních pivovarů a také 50% podíl v dodavateli klíčového vstupu, sladovně Moravamalt
- V roce 2013 činil celkový výstav PLG 854 tis. hl piva a 32 tis. hl limonád a stolní vody, konsolidované tržby dosáhly výše 1,159 mld. Kč a ukazatel EBITDA* 190 mil. Kč
- Od konkurence nás odlišuje náš obchodní model – díky centralizovanému řízení jsme schopni dosáhnout synergií mezi jednotlivými pivovary, udržujeme si však regionální charakter našich značek s velmi loajálními zákazníky
- Nabízíme portfolio 70 značek piva, což je na českém trhu zcela unikátní
- Zaměřujeme se zejména na pivní speciály, ležáky a na další prémiové produkty
- V porovnání s konkurenty dosahujeme nadprůměrného podílu prodeje do gastronomických zařízení, kde jsme v roce 2013 realizovali 54 % našich prodejů
- Díky investicím do výrobních zařízení a technologií máme dostatečnou kapacitu pro zvýšení výroby bez nutnosti dalších investic – maximální výstav činí 1 585 tis. hl piva a 50 tis. hl limonád a stolní vody

* Očištěná EBITDA, tj. zisk z provozní činnosti po odečtení vlivu úroků, daní, odpisů a amortizace a před odečtením mimořádných výsledků z prodeje aktiv.



Přehled pivovarů PLG

PLG vlastní a provozuje sedm regionálních pivovarů (maximální roční kapacita / výstav v roce 2013) a celkem má 673 zaměstnanců.

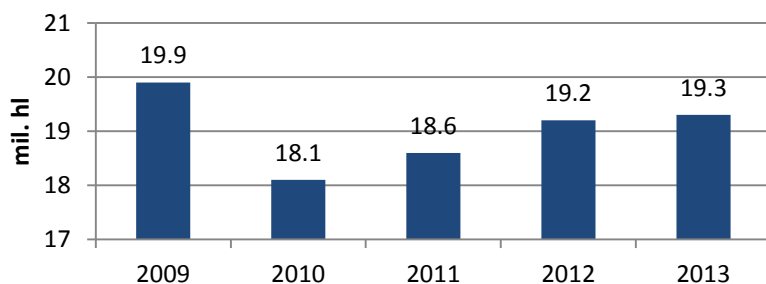


Tržní pozice PLG

Česká republika je tradiční baštou piva a tuzemský trh je stabilní a satureovaný. Čtyři největší hráči (Plzeňský Prazdroj, Staropramen, Heineken a Budějovický Budvar) mají dohromady 75-80% tržní podíl. Na českém trhu působí přibližně 50 velkých a středně velkých průmyslových pivovarů a více než 200 minipivovarů, které dohromady nabízí více než 400 značek piva.

Po poklesu v roce 2010, způsobeném zejména zvýšením spotřební daně a ekonomickou krizí, se výroba piva v České republice opět vrátila k růstu.

Výroba piva v České republice



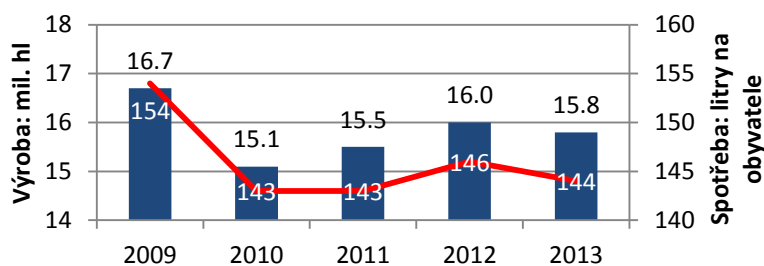
Zdroj: Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2013 (ČSPS)

Výroba pro tuzemský trh v roce 2013 meziročně poklesla o 1 %, zatímco export českého piva vzrostl o 9 %. Spotřeba piva v České republice je v posledních letech stabilní na úrovni okolo 145 l na obyvatele za rok. Češi tak stále jsou největšími spotřebiteli piva na světě.

S produkcí 854 tis. hl piva v roce 2013 jsme drželi přibližně 4,4% podíl na celkové produkci piva v České republice, přičemž na výrobě pro domácí trh (bez exportu) jsme měli podíl přibližně 4 až 5 %.



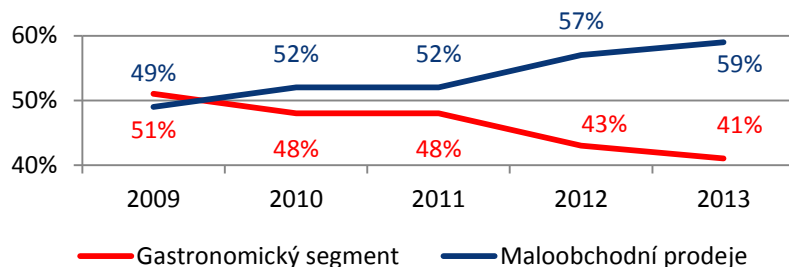
Výroba českého piva pro tuzemský trh a spotřeba na obyvatele



Zdroj: Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2013 (ČSPS)

V posledních letech roste podíl prodeje piva v maloobchodě na úkor prodeje v restauracích, což je způsobeno zejména nižšími cenami piva v maloobchodních řetězcích.

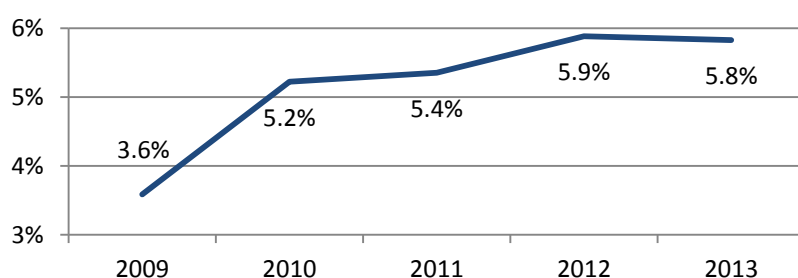
Prodeje piva v ČR v gastronomickém segmentu a v maloobchodě



Zdroj: Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2013 (ČSPS)

Spotřebitelé však mění své preference a roste obliba ležáků, speciálů, příležitostných piv a regionálních piv se silnou značkou a osobitým charakterem, která provozovatelům restaurací umožňují odlišit se od konkurence. Díky tomuto tržnímu trendu roste tržní podíl PLG v gastronomickém segmentu v České republice. Zároveň jsme schopni dosahovat nadprůměrného a rostoucího podílu prodeje do gastronomických zařízení (2013: 54 %, 2009: 46 %). Za současný klíčový růstový faktor na tuzemském trhu považujeme zavádění prémiových a speciálních značek piva, prodávaných s vyššími maržemi.

Tržní podíl PLG v gastronomickém segmentu v ČR

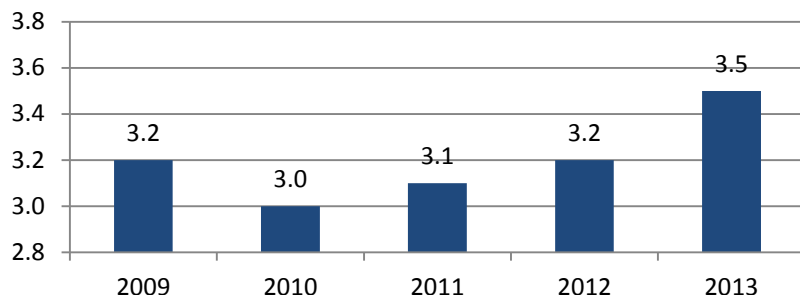


Zdroj: Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2013 (ČSPS), PLG



Česká republika je pro své pivo dobře známá po celém světě – vyváží jej do více než 50 zemí a mezi nejvýznamnější exportní trhy patří Německo, Slovensko, Rusko, Švédsko, Velká Británie a Polsko. Export PLG dosahuje přibližně 20 % produkce společnosti. Import piva do České republiky se v posledních letech ustálil na přibližně 500 tis. hl ročně – tedy pouze 3 % domácí spotřeby.

Vývoz piva z České republiky



Zdroj: Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2013 (ČSPS)

Strategie PLG

Naše strategie je postavena na čtyřech pilířích – růstu v gastronomickém segmentu, zaměření na prémiová piva, na akvizici dalšího pivovaru a exportním růstu. Cílem naší strategie je další zvyšování hodnoty PLG pro akcionáře.



Finanční ukazatele

tis. Kč, dle IFRS	2011	2012	2013
Tržby celkem	1 059 810	1 156 718	1 159 135
<i>růst tržeb</i>	<i>n/a</i>	<i>9,1%</i>	<i>0,2%</i>
Tržby z prodeje piva	973 298	1 059 841	1 075 942
<i>podíl na celkových tržbách</i>	<i>92%</i>	<i>92%</i>	<i>93%</i>
z toho gastronomický segment	720 701	751 184	746 034
<i>podíl na tržbách z prodeje piva</i>	<i>74%</i>	<i>71%</i>	<i>69%</i>
z toho maloobchod	252 597	308 657	329 907
<i>podíl na tržbách z prodeje piva</i>	<i>26%</i>	<i>29%</i>	<i>31%</i>
Tržby z ostatní činnosti	86 512	96 877	83 193
<i>podíl na celkových tržbách</i>	<i>8%</i>	<i>8%</i>	<i>7%</i>
slad a ostatní	47 463	57 562	50 824
limonády a stolní vody	37 797	38 484	32 311
lihoviny	1 252	831	58

tis. Kč, dle IFRS	2011	2012	2013
Provozní výsledek hospodaření	-60 215	-162	40 765
Odpisy a amortizace	184 715	184 233	185 062
Účetní EBITDA	124 500	184 071	225 827
Mimořádný zisk z prodeje aktiv	-8 091	-2 958	35 481
Očištěná EBITDA	132 591	187 029	190 346

V minulých letech jsme dosáhli významného zlepšení ziskovosti na úrovni EBITDA, kdy po akvizici jednotlivých pivovarů došlo k rychlému zlepšení jejich výkonnosti prostřednictvím začlenění do systému centralizovaného řízení PLG a realizací synergii.

První kvartál roku 2014 přinesl celkové prodeje piva ve výši 185 tis. hl a znamenal tak zvýšení prodejů o téměř 4 % v porovnání se stejným obdobím roku 2013. Toto zvýšení prodejů se projevilo v nárůstu tržeb za první kvartál roku 2014 o více než 7 mil. Kč (tj. o více než 3 %) v porovnání se stejným obdobím roku 2013. Rychlý růst produkce pokračuje i nadále; v období leden-duben 2014 jsme dosáhli celkových prodejů piva ve výši 273 tis. hl, což znamená zvýšení prodejů o 24 tis. hl v porovnání s prvními čtyřmi měsíci roku 2013 (meziroční nárůst o 9,5 %).

V minulosti byla expanze PLG financována prostřednictvím půjček od akcionářů, což vedlo k vysokým úrokovým nákladům a negativnímu vlastnímu kapitálu. V rámci IPO dojde k přeměně veškerých akcionářských půjček na vlastní kapitál (kapitalizace), důsledkem čehož PLG již nevzniknou úrokové náklady spojené s těmito půjčkami.

Míra zadlužení PLG po zohlednění přeměny akcionářských úvěrů do vlastního kapitálu ke konci roku 2013 dosáhla hodnoty 2,7x EBITDA roku 2013; tuto konzervativní výši zadlužení zamýšlí management PLG udržívat i do budoucna.

Využití prostředků z IPO

- Až 200 mil. Kč na rozšíření distribuční sítě akvizicí nových zákazníků v gastronomickém segmentu v České republice – v letech 2012 a 2013 jsme takto získali 237 nových zákazníků s průměrnými akvizičními náklady 355 Kč/hl v roce 2013. V současnosti evidujeme poptávku zákazníků v tomto segmentu v celkové výši 125 mil. Kč (prvotní investice PLG).
- Přibližně 100 mil. Kč na předjednanou akvizici pivovaru v roce 2014 – společnost je v pokročilé fázi vyjednávání s potenciálním prodejcem, doposud však nebyl podepsán žádný závazný dokument. Kupovaný pivovar má roční výstav 80-100 tis. hl a dosahuje EBITDA na úrovni 15-20 mil. Kč před očekávanými synergii plynoucími ze začlenění do skupiny PLG (není však zaručeno, že se akvizici nakonec podaří realizovat).
- Investice do exportního růstu, zejména do poplatků spojených se zalistováním výrobků PLG v zahraničních maloobchodních řetězcích a obecně do vyšší viditelnosti značky PLG především na cílových exportních trzích na Slovensku a v Rusku/SNS; investice do rozšíření distribuční sítě v gastronomickém segmentu na Slovensku (obdobně jako v České republice); prosazení na vzdálenějších trzích jako např. USA, Kanada, Vietnam díky investicím do rozšíření spektra nabízených typů obalů piva.
- Využití zbývajících prostředků na podpoření tržní pozice PLG intenzivnějšími marketingovými aktivitami a podporou prodeje.



Zkušený management

Společnost je vedena stabilním managementem s dlouholetými zkušenostmi v pivovarnickém sektoru. Všichni členové managementu v PLG působí od roku 2008.

Zdeněk Radil

CEO a 9% akcionář

Rozsáhlé pracovní zkušenosti z působení v manažerských rolích v mnoha nadnárodních společnostech.



Otakar Binder

Obchodní ředitel

Matador v nápojích – téměř 20 let zkušeností z pozice obch. ředitele Plzeňského Prazdroje pro ČR (1995–2008) či Coca Cola Amatil.



Petr Blažek

Finanční ředitel

Zkušený vedoucí admin. a ekonomických oddělení – např. Plzeňského Prazdroje či Coca Cola Amatil.



Jiří Faměra

Výrobní ředitel

Sládek, manažer kvality či vedoucí laboratoře v několika pivovarech vč. Plzeňského Prazdroje, obch. manažer VÚPS.



Informace o emisi

Emitent	Pivovary Lobkowicz Group, a.s.
Nabídka	- Až 2 300 000 nově vydaných akcií společnosti - Až 3 400 000 akcií prodávaných prodávajícími akcionáři - V závislosti na realizaci nadlimitní opce se počet nabízených akcií může zvýšit až o 855 000 akcií
Datum zveřejnění prospektu	12.5.2014
Pokyny k nákupu v ČR	12.5. až 22.5.2014
Cena akcií	- Bude stanovena na základě poptávky (proces „bookbuilding“) - Nominální hodnota jedné akcie je 160,- Kč - Maximální cena pro drobné investory je 175,- Kč
Zveřejnění upisovací ceny a alokací	23.5.2014
Předpokládaný den připsání akcií v CDCP	27.5.2014
První den obchodování akcií na BCPP	28.5.2014
Manažer emise	Erste Group Bank AG / Česká spořitelna, a.s.

Důležité upozornění

Tato informace nepředstavuje nabídku ani výzvu ke koupi jakýchkoliv akcií společnosti Pivovary Lobkowicz Group, a.s. (**Akcie**). Veřejná nabídka Akcií se v České republice a Rakousku provádí výlučně na základě prospektu, který je zdarma k dispozici v obvyklých úředních hodinách u České spořitelny, a.s., na adrese Evropská 17, 160 00, Praha 6. Prospekt je rovněž k dispozici na internetových stránkách www.pivovary-lobkowicz-group.com.

Tato informace nepředstavuje nabídku ani výzvu ke koupi jakýchkoliv Akcií ve Spojených státech amerických nebo jakékoli jiné jurisdikci, ve které není taková nabídka nebo výzva povolena nebo ve vztahu k jakékoliv osobě, vůči které by taková nabídka nebo výzva byla v rozporu se zákonem. Uživatelé této informace se tímto žádají, aby se s těmito omezeními seznámili a dodržovali je.