

# Na pivu nelze prodělat

Malý pivovar musí být vždy dražší, tvrdí **Tomáš Maier** z České zemědělské univerzity v Praze. Pivo minipivovaru je něco unikátního

**Česko zažívá takovou malou pivní revoluci.** Nevídaně roste počet pivovarů, a tím i pestrost a nabídka různých značek a druhů. Pivo sice u nás, podobně jako fotbalu, rozumí každý, přesto mu stále chybí náležitá prestiž. „Pivo je především krásný ušlechtilý nápoj,“ říká Tomáš Maier.

**LN Často se u nás mluví o rychle rostoucím počtu minipivovarů. Co týden, to jeden nový. Kde to skončí? Někdo soudí, že z nynějších skoro 400 jich u nás může být jednou i tisícovka, jako před nějakými plus minus sto lety.**

Nelze to vyloučit. Český trh byl někdy v době před první světovou válkou plný malých řemeslných pivovarů, známých třeba z Hrabalových Postřizín, které však vařily všechny jednotným stylem. I proto dost dobře nejde srovnávat tehdejších tisíc pivovarů s dnešním očekávaným tisícem. Už dnes je u nás skladba piv obrovsky pestrá. Navíc tehdy to nebyly minipivovary, jak je známe dnes, lišily se tím, že měly své hospody takzvané kolem komína, které pan správce objížděl na svém harleji-davidsonu. Měly tedy určitou distribuci.

**LN A dnes?**

Dnes je český trh obrovsky koncentrovaný. Vemte si jen, že samotný Prazdroj má na domácím trhu nějakých 43 procent. A na minipivovary, kterých je dneska zhruba 380, vychází tržní podíl sotva dvou procent. Samozřejmě ještě porostou, ale nikdy nedosáhnou nějak významného podílu.

**LN Bude jich tedy jednou u nás tisíc?**

Potenciál k tomu je. I když už dnes je trh zčásti saturovaný, minipivovary už nejsou taková vzácnost. Jsou v mnoha městečkách a jen v Praze jich je už přes třicet. Víc se tenhle obor profesionalizuje, přicházejí noví investoři, zatímco za prvními minipivovary, které u nás vznikaly někdy od poloviny devadesátých let, byli spíš hlavně nadšenci.

**LN Takže se jim ekonomicky daří.**

Daří. Oni nemají tak velký tlak na ekonomiku, jsou autonomní, pivovar jim obvykle patří, většinou nemají úvěry, takže si mohou dovolit experimentovat a žít tím. Oproti tomu třeba v Prazdroji to takhle nefunguje. Tam musejí poslouchat svou centrálu, tvrdě „jet na ekonomiku“, pokud padá rentabilita, padají i hlavy. Ale zpátky k tomu odhadu počtu. Tisíc je podle mě dobrý potenciál. Tak trochu se těším, až se trh minipivovarů začne čistit, což nastane podle mě během nějakých tří až čtyř let.

**LN Nepočítáme ale mnohačetný pražský pivovar U Fleků, který patří také do kategorie minipivovarů, a byl tedy v novodobé historii úplně prvním minipivovarem a stále úspěšně funguje.**

U Fleků nepočítám, to je samozřejmě tradice a stálice. Minipivovar se musí lišit rozdílností svého produktu, vzácností, musí podávat své pivo jako něco unikátního a je nerealné věst cenovou válku s velkými producenty.

**LN To znamená, že malý musí být vždy dražší?**

Samozřejmě. Musí být dražší.

**LN A jsou Češi připraveni platit viditelně vyšší cenu za pivo, byť nějaké zvláštní a specifické?**

Definujte mi nějakého průměrného Čecha. Jiný spotřebitel jsem já, jiný vy, jiný čtenář. Ale budiž, jakýsi průměrný spotřebitel u nás si dá pivo z minipivovaru jednou za rok a bude nadávat, že je moc drahé. Ale skupina nadšenců, kterým drahé nepřipadá, na sebe navaluje větší a větší skupinu lidí. A jsou schopni dát za pivo i neskutečné peníze. To je jako s vínem. Průměrný Čech rozlišuje červené nebo bílé, ale pak je skupina takových, kterých přibývá a kteří umějí



Velké pivovary nikdy neztratí svou pozici, říká Tomáš Maier

FOTO MAFRA - DAN MATERNA

rozlišit a také ocenit jednotlivé vinařské oblasti i samotné vinaře.

**LN Většina ale bude asi dál rozlišovat mezi bílým a červeným vínem, případně v pivu mezi desítkou a dvacítkou.**

To asi ano. Velké pivovary nikdy neztratí svou pozici. Gambinus vždycky bude nejprodávanější značka.

**LN Není už dnes nejprodávanější česká značka Velkopopovický Kozel?**

Kozel vládne prodejem českých piv v zahraničí, u nás doma myslím stále pořád Gambinus. Zhruba každé páté prodané pivo má tuhle značku.

**ROZHOVOR TÝDNE**

**Tomáš Maier**

**S EKONOMEM HOVOŘIL**

**Miroslav Petr**

Je. Minimálně v Evropě. Je to ovlivněno třeba spotřební daní, která je nižší než v některých jiných zemích, i třeba nižšími personálními náklady v porovnání se světem. Česko je ovlivněno i tím, že tu máme cenového lídra, kterým je Plzeňský Prazdroj, který zdraží, a po něm se pak přidávají další společnosti. Zpravidla jeden až dva měsíce poté zdražuje Staropramen, který je na trhu dvojkou, pak ostatní. Budějovický Budvar je trochu výjimkou, možná z důvodu, že je státní, si drží do určité míry vlastní cenovou politiku.

**LN Není logické, že si kompenzují rostoucí náklady zvýšením ceny?**

Do jisté míry ano. Ale pivovary jako přes kopírák zásadně argumentují růstem cen surovin a energií. Jenže ceny surovin víceméně stagnují, navíc se na ceně piva podílejí méně než deseti procenty. A ceny energií spíš klesají. Takže skutečný důvod ke zdražování je ten, aby si pivovary udržely co nejvyšší ziskovou marži.

**LN Přesto ale, není pivo, jehož výroba je složitější a náročnější než výroba vína a trvá v průměru měsíc, u nás extrémně laciné?**

Pivo je lacinější, než by mohlo být. To je pravda. Z nemalé části to tlačí dolů silná konkurence a také nízké mzdové náklady, které mají významný podíl na finální ceně. Nejmarkantnější je to u minipivovarů, kde v konečných nákladech tvoří mzda sládka až polovinu. Čím větší pivovar, tím menší podíl na celkových nákladech výroby mají mzdy.

**LN Přesto ale, není pivo, jehož výroba je složitější a náročnější než výroba vína a trvá v průměru měsíc, u nás extrémně laciné?**

Pivo je lacinější, než by mohlo být. To je pravda. Z nemalé části to tlačí dolů silná konkurence a také nízké mzdové náklady, které mají významný podíl na finální ceně. Nejmarkantnější je to u minipivovarů, kde v konečných nákladech tvoří mzda sládka až polovinu. Čím větší pivovar, tím menší podíl na celkových nákladech výroby mají mzdy.

**LN Podle leckterých srovnání vychází, že pivo v Česku patří k nejlevnějším na světě. Je to pravda?**

**LN Mělo by tedy u nás pivo být znatelně dražší?**

Odpovím šalamounsky. Pivo by u nás mělo mít znatelně větší prestiž. Za minulého režimu bylo degradováno na úroveň nápoje čtvrté cenové skupiny na politických umakartových stolech, ale pivo takové prostě není. Některá nejlacinější mohou být takto vnímána, ale pivo je především krásný, ušlechtilý nápoj.

**LN Tím, že těch malých stále přibývá, začínají si už pivovary konkurovat? Že by si třeba přetahovaly zákazníky a musely soupeřit nižší cenou?**

Dneska ještě určitě ne. To by musely být v jedné ulici třeba ob jeden barák vedle sebe, aby si začaly konkurovat. Když se zkrátka někde zavře minipivovar, je to prakticky ve všech případech nějakým manažerským selháním. Nebo že se majitel dostane do nějakých velkých dluhů, rozhádají se majitelé a podobně. Prostě pokud má dnes někdo minipivovar a vede ho aspoň trochu efektivně, je průměrně manažersky řízený, tak není problém návratnost investice plus minus pět, šest let. Takže si zatím určitě nekonkurují.

**LN Co vlastně dnes lidi pudí poříditi si pivovar?**

Obecně platí, že společnost víc bohatne, chceme nové zážitky, nějakou přidanou hodnotu, když jdeme do hospody. Už neplatí, že si den co den dáme za večer deset „kousků“, ale třeba jen tři, a k tomu jeden dva nějaké speciály. A v tom je obrovský potenciál pro minipivovary.

**LN Zažívají i další země takový boom minipivovarů jako u nás?**

Samozřejmě. Ale je to hodně o národních specifikách. Třeba v Bavorsku minipivovary nevznikají zdaleka takovým tempem jako u nás, protože tam si své menší pivovary „nevymýšleli“ tak jako my u nás za komunismu.

**LN Jak jsou na tom země, kde pivní tradice není velká?**

**Tomáš Maier (40)**

- degustátor odborných soutěží pivovarů
- má doktorát v oboru podniková a odvětvová ekonomika, studoval na Královské veterinární a zemědělské univerzitě v Kodani a na České zemědělské univerzitě v Praze, kde na katedře ekonomiky Provozní ekonomické fakulty působí
- vyučuje ekonometrii, hospodářskou politiku a ekonomiku pivovarského průmyslu, je autorem řady vědeckých a odborných článků týkajících se ekonomických aspektů pivovarského průmyslu
- je členem Beeronomics Society, společnosti ekonomů zabývajících se pivem a pivovarovstvím

Obrovský boom minipivovarů zažívá v tomhle měřítku třeba Itálie. Zejména severní Itálie. Nebo také Španělsko, což jsou typicky spíš vinařské země.

**LN Samostatnou kategorií jsou asi Spojené státy...**

To ano. Tam koncentrace trhu dosáhla někdy na konci 70. let dokonalosti. Tedy situace, kdy všude byl jen jejich budweiser, nezajímavé a sensoricky totálně neutrální pivo s minimem hořkosti a s výborními náklady sraženými na úplné minimum. A pak tam najednou vypukl obrovský hlad po menších řemeslných pivovarech. Zatímco u nás mají minipivovary tržní podíl nějaká dvě procenta, v USA mají jejich řemeslné pivovary už kolem 13 procent.

**LN Když porovnáme dvě země, které si zakládají na pivovarské tradici, Česko a Bavorsko, zaostáváme za Bavory v něčem? Třeba v pivní kultuře a podobně?**

Pokud porovnáme spotřebu na hlavu, tak Bavorsko má nějakých 170 nebo 180 litrů, my 143 litrů. Ale hlavně má Bavorsko výhodu, že si v historii nezničilo početné rodinné pivovary, kterých je tam strašně moc. To je jejich obrovská kulturní dědictví. A také bavorský pivní patriotismus je úplně o něčem jiném než tady. Bavorští spotřebitelé by nepřekousli, kdyby nějaká nadnárodní společnost pivovar koupila, zavřela ho a chtěla v místě dodávat vlastní pivo.

**LN Platí tedy, že Česko je světová pivovarská velmoc, jak se traduje?**

Z hlediska spotřeby na hlavu určitě ano. Ale jednak jsme strašně malý trh v porovnání třeba s Německem, to je nutné si uvědomit. U nás se vyrobí přes 20 milionů hektolitřů piva za rok, v celém Německu nějakých 95 milionů hektolitřů. A také o sobě my Češi rádi říkáme, že jsme v pivu něco výjimečného, ale z globálního pohledu si o nás v jiných zemích neříkají, že Češi jsou něco úplně extra a super.

**LN Dali jsme ale světu slavný ležák, který je dnes nejčastěji vařeným pivem na světě.**

To je pravda, ale leckde po světě se to o nás ani neví. I když ho uvařil první v Plzni německý sládek z českých surovin za použití německé technologie. Ale není to tak, že by si třeba každý bavorský spotřebitel, když už se tu bavíme o Bavorsku, řekl, že ti Češi jsou něco extra. Každá pivovarská země je zkrátka něčím specifická. Lze se o tom fundovaně přesvědčit třeba při zájezdech, které pořádají různé pivní spotřebitelské organizace u nás, například Sdružení přátel piva.

**LN Jak je to s ekonomikou našich pivovarů? Platí i pro velké výrobce, že na pivo se nedá při trochu fundovaném řízení prodělat?**

U nás byl trochu problém v druhé polovině 90. let, kdy se tu vedla cenová válka mezi průmyslovými pivovary. Řada z nich kvůli tomu byla zavřena, ale dnes, pokud je průmyslový pivovar aspoň průměrně manažersky vedený, neměl by mít s rentabilitou a ekonomickým přežitím problém. V takovém případě na pivo nejde prodělat.