



Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A.

Prezentacja inwestorska

Inwestowanie w obligacje korporacyjne wiąże się z ryzykiem utraty części lub całości zainwestowanych środków.
Szczegółowe informacje związane z czynnikami ryzyka znajdują się na str. 9 w rozdziale 2 Memorandum Informacyjnego Obligacji.

Agenda

- I. Podsumowanie
- II. Zespół Zarządzający
- III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW
- IV. Produkty Grupy
- V. Opis funkcjonowania Grupy
- VI. Zarys strategii rozwoju Grupy
- VII. Nasze produkty
- VIII. Parametry emisji



I. Podsumowanie

Grupa MPWiW

Grupa Manufaktura Piwa Wódki i Wina powstała w wyniku połączenia dwóch spółek z branży piwnej MPWiW i Doctor Brew oraz konsolidacji innych podmiotów operujących w ramach Grupy.

Jednocześnie z procesem łączenia obydwu podmiotów zapoczątkowany został proces dywersyfikacji produkcji i odejścia od modelu funkcjonowania opartego tylko na piwie regionalnym w kierunku modelu rozszerzonego o kraftowe alkohole wysokoprocentowe.

Istniejąca infrastruktura browaru jest rozbudowywana o dodatkowe elementy ciągu produkcyjnego, umożliwiające, między innymi, internalizację produkcji alkoholi wysokoprocentowych, co pozwala na zwiększenie efektywności operacyjnej. Wraz z rosnącymi wolumenami zwiększane są moce produkcyjne i magazynowe.

W ramach nowej strategii produktowej Grupa wprowadza na rynek szereg nowych marek, koncentrując się głównie na produktach wysokomarżowych oraz produktach odwołujących się do emocji. Marki te szybko stały się głównym motorem wzrostu sprzedaży, a w wielu przypadkach zapoczątkowały nowe trendy.

Oparcie dystrybucji na trzech kanałach, tradycyjnym, online i sieci własnej, pozwala dotrzeć do zróżnicowanych grup konsumentów. Jednocześnie planowana rozbudowa kanału tradycyjnego umożliwi dotarcie do większej liczby sklepów operujących w handlu rozproszonym oraz sieci ogólnopolskich.

Rozszerzenie modelu produkcji o alkohole wysokoprocentowe, wprowadzenie na rynek kultowych marek, zastosowanie nowatorskiego modelu dystrybucji oraz wykorzystanie efektu synergii operacyjnych zaowocowały wzrostem sprzedaży w 2021 roku, na poziomie skonsolidowanym.

W najbliższych latach Grupa skoncentruje się na zrealizowaniu planów inwestycyjnych oraz dalszym wzroście sprzedaży poprzez zwiększenie penetracji rynku krajowego oraz ekspansję na rynkach zagranicznych a także dalszą internalizację procesów produkcyjnych.

II. Zespół Zarządzający

Zarząd



Janusz Palikot

Przewodniczący Zarządu

Twórca sukcesu takich firm jak Ambra, Polmos Lublin czy Browar Tenczynek. W latach 1994-2000 pełnił funkcję Prezesa Zarządu w spółce Ambra S.A.

Odpowiedzialny za stworzenie takich marek jak Dorato, Cin&Cin, Fresco czy Wódka Żołądkowa Gorzka De Lux, które znamy z półek sklepowych praktycznie wszystkich sklepów w Polsce. Jako pierwszy wprowadził na rynek zupełnie innowacyjne produkty typu Piccolo. Jest także twórcą rekordowej kampanii w polskim equity crowdfundingu – Tenczyńskiej Okovity.



Tomasz Nietubyć

Wiceprzewodniczący Zarządu

Seryjny przedsiębiorca, inwestor oraz manager.

Po latach spędzonych w korporacjach, od 2010 roku rozwija skutecznie różne projekty. Założyciel i inwestor w firmach z branży FMCG, technologii, gastronomii oraz recyklingu. Odpowiedzialny między innymi za rozwój i ekspansję marek Prodigio Etno Cafe czy też Doctor Brew. Z sukcesem pozyskiwał finansowanie z rynku kapitałowego na ponad 500 mln złotych w ponad 50 różnych emisjach.



Tomasz Czechowski

Wiceprzewodniczący Zarządu

Przedsiębiorca, manager i inwestor.

Posiada wieloletnie doświadczenie w handlu, zarówno w kanale tradycyjnym jak i nowoczesnym. Z powodzeniem tworzy i zarządza licznymi projektami z branży gastronomicznej, między innymi współtwórca topowej restauracji Młoda Polska Bistro&Pianino we Wrocławiu. Związany z branżą gamingową jako współwłaściciel studia Mousetrap Games.

II. Zespół Zarządzający

Kluczowi Menadżerowie



Jakub Borowski

Dyrektor Handlowy

Sprzedaż to jego żywioł. W życiu zawodowym zajmował się głównie nią, kierując sprzedażą m.in. w Browarze Stu Mostów, z którym wszedł do sieci handlowych oraz rozpoczął eksport. Stale poszerza swoją wiedzę i doświadczenie oraz pogłębia zbudowane z ludźmi relacje.



Zbigniew Borowy

Dyrektor ds. Inwestycji

Od blisko 30 lat zajmuje się produkcją alkoholi. Zaczynał w spółce Ambra, w segmencie win i win musujących. Następnie odpowiadał za produkcję legendarnej wódki Żołądkowej Gorzkiej z lubelskiego Polmosu. Obecnie stawia czoła największemu wyzwaniu w swojej karierze jakim jest produkcja piwa, najbardziej wymagającego ze wszystkich alkoholi.



Łukasz Piłasiwicz

Dyrektor Browaru - Prokurent

Prawnik o ukierunkowaniu biznesowym. Odpowiedzialny za negocjacje kontraktów, zakupy konfekcji i zapewnienie stabilności produkcji Browaru Tenczynek od początku jego działalności. Urodzony negocjator, szybko nawiązujący relacje z kontrahentami.



Sebastian Jabłoński

Główny Technolog

Piwowar odpowiedzialny za receptury piw warzonych w Browarze Tenczynek. Swoją przygodę z piwowarstwem zaczynał od domowego piwowarstwa, kolejne doświadczenie zdobywał, pracując w rodzimych browarach. Piwa według jego receptur w ciągu roku zdobyły 11 różnych medali na czterech różnych profesjonalnych konkursach branżowych w Polsce.



Przemysław Bobrowicz

Dyrektor ds. Marketingu

Odpowiedzialny za marketing wszystkich spółek w grupie i relacje inwestorskie. Z sukcesem wprowadził na rynek szeroki portfel produktów alkoholowych, zrealizował 4 kampanie crowdfundingowe. Kieruje pracami związanymi z marketingiem internetowym promując projekty Beczek Palikota i tokenizacji whisky. Odpowiada za projektowanie produktów i opakowań oraz eventy.

III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

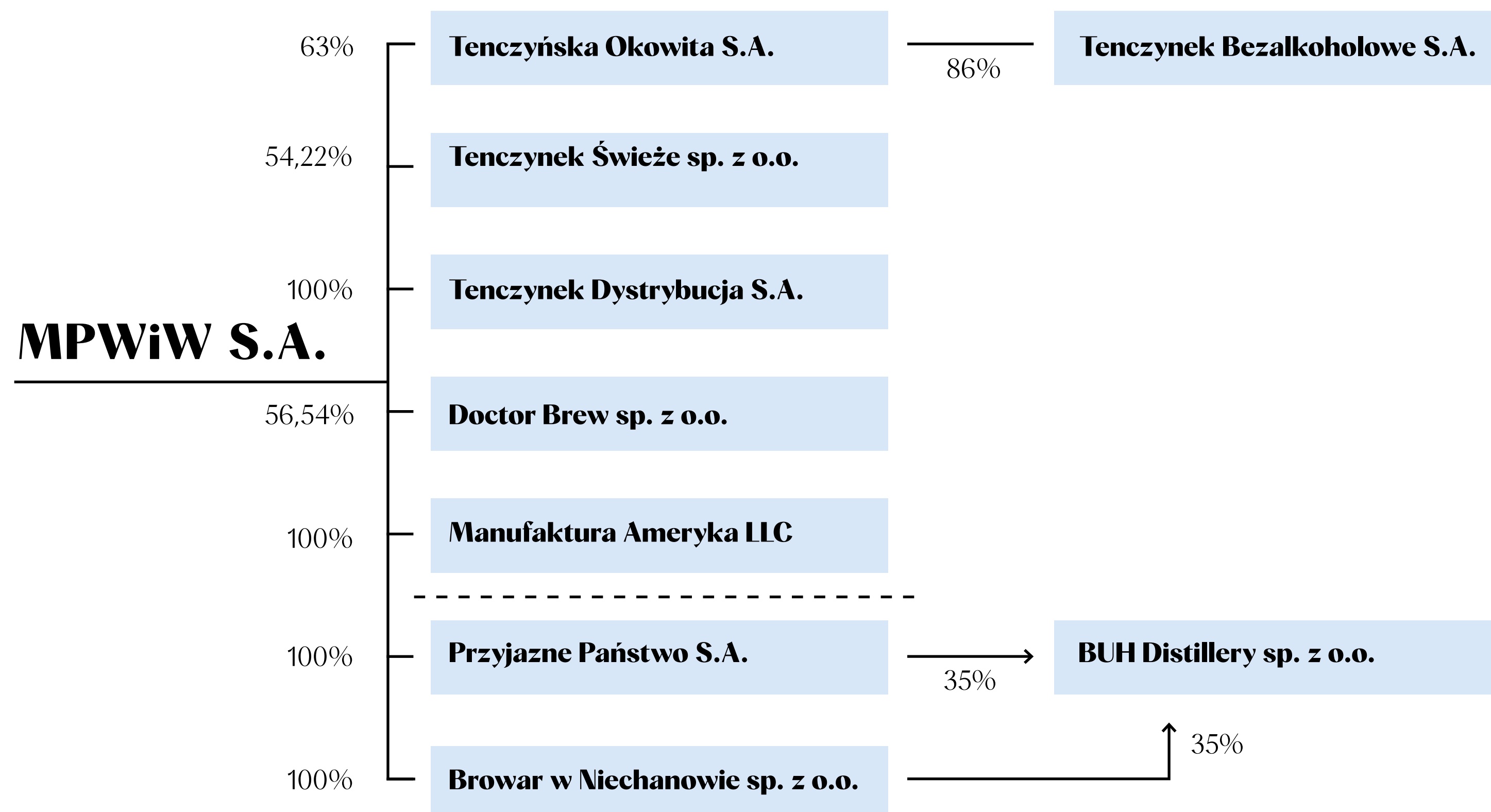
Struktura Grupy Kapitałowej MPWiW

Grupę kapitałową tworzą MPWiW S.A. wraz ze spółkami zależnymi.

Grupa powstała w wyniku połączenia spółek MPWiW S.A. oraz Doctor Brew S.A.

Grupa osiągnie strukturę docelową po sfinalizowaniu przejęcia przez MPWiW S.A. spółek Przyjazne Państwo S.A.¹ oraz Browar w Niechanowie sp. z o.o.²

¹ W trakcie formalnego procesu wniesienia akcji Przyjazne Państwo SA do MPWiW SA
² Przejęcie spółki Browar w Niechanowie sp. z o.o. nastąpi po sfinalizowaniu nabycia przez tę spółkę dodatkowych aktywów produkcyjnych od spółki Wielkopolskie Browary Regionalne sp. z o.o. i powinno zakończyć się w 2023 roku



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A. (MPWiW)

Spółka została powołana w 2016 roku. Ambicją Spółki jest zbudowanie „lifestylowego” holdingu alkoholowego.

Pierwsza inwestycja to zakup Browaru Tenczynek w 2018 roku. Jest to Browar o długiej i bogatej historii, założony w 1553 roku przez Andrzeja i Stanisława Tenczyńskich.

W ciągu kolejnych trzech lat Spółka powołuje do życia szereg spółek zależnych, mających wspierać rozwój Grupy. Kolejno powstają:

- **Tenczyńska Okovita S.A.**
- **Tenczynek Bezalkoholowe S.A.**
- **Tenczynek Świeże Sp. z o.o.**
- **Tenczynek Dystrybucja S.A.**
- **Manufaktura Ameryka LLC.**



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A. (MPWiW)

Pierwszy etap rozwoju

Modernizacja zakładu w Tenczynku

Instalacja własnej linii rozlewniczej. Zwiększenie mocy produkcyjnych zakładu z 35 do 100K hl poprzez instalację dodatkowych tanków a także inwestycje podwyższające jakość produktów poprzez np. instalacje do odtleniania wody, laboratorium i wiele innych.

Uruchomienie w 2018 roku produkcji i sprzedaży piw regionalnych, budowanie świadomości marki i pozycji rynkowej

Na tym etapie w ofercie znalazły się:

- **kolekcja klasyczna** - linia, która łączy klasyczne piwne style z piwami historycznie warzonymi w Tenczynku, czyli Marcowym i Bockiem. W naszym browarze znalazły się także kolekcje Piw „P” jak Piwna Rewolucja, w skład której weszły: India Pale Ale, American Wheat i Milk Stout, a także piwo miodowe czy malinowe
- **limitowane edycje piw** - leżakowane w beczkach RIS i RIS Barrel Aged. Produkcja tego ostatniego i wszystkich innych produktów uzyskiwanych poprzez leżakowanie w dębowych beczkach zostanie przeniesiona do spółki Tenczyńska Okovita.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A. (MPWiW)

Drugi etap rozwoju (od 2021)

Rozszerzenie oferty o nowe linie produktowe

Nowe produkty kierowane są do wyselekcjonowanych grup konsumentów, pozwalając na uzyskanie wyższej marży:

→ **kraftowe alkohole wysokoprocentowe:**

- Okovita, staropolski, mocny, potrójnie destylowany alkohol, rzemieślniczej produkcji według tradycyjnych receptur z XIX wieku
- Whisky kraftowe starzone w dębowej beczce w historycznych piwnicach Browaru
- Wódki kraftowe
- W planie kolejne odmiany alkoholi typu Gin oraz inne

→ **piwo bezalkoholowe** - piwo kraftowe o zawartości alkoholu 0.0 , wyprodukowane w sposób utrzymujący pełnię aromatów i smaku piwa alkoholowego

→ **piwo BUH** - piwo w stylu Ale, z wyraźną chmielową goryczką, wzbogacone aromatem konopi

→ **piwo Świeże** - piwo żywe, prosto z tanka. Niepasteryzowane, niefiltrowane, jednym słowem tak świeże!

Koncentracja w segmencie piw klasycznych

W tym segmencie planujemy zawężenie asortymentu oferowanych rodzajów piw do tych o najwyższym potencjale rynkowym takich jak flagowe marki: Tenczynek Lager oraz Pils a także zwiększenie udziału marek odwołujących się do emocji, jak np. Tenczynek Marakuja.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Doctor Brew sp. z o.o.

MPWiW S.A. jest większościowym udziałowcem spółki Doctor Brew Sp. z o.o., która jest właścicielem marki piw Doctor Brew.

Marka Doctor Brew zmieniła oblicze polskiego kraftu i jej początki sięgają roku 2010. Był to czas kraftowej rewolucji w Polsce, a zarazem okres początków działalności firmy.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Przyjazne Państwo S.A.

(w trakcie przejmowania przez MPWiW)

Przyjazne Państwo to spółka powołana do życia w 2020 roku w celu wprowadzenia na rynek innowacji na rynku alkoholowym. Produkty Spółki Przyjazne Państwo spotykać się będą na przecięciu różnych gatunków alkoholi i nie tylko.

Działalność spółki Przyjazne Państwo polega na budowaniu marek, ich promocji oraz zleceniu produkcji w innych zakładach Grupy, których jakość gwarantuje najlepsze doznania smakowe.

Flagowym produktem spółki Przyjazne Państwo jest piwo BUH. Jest to piwo na bazie chmieli amerykańskich z dodatkiem suszu konopnego rozpuszczonego w piwie.

Po otwarciu butelki unosi się charakterystyczny dymek przypominający zapach „zapałonego jointa”, a piwo ma intensywny zapach marihuany.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Browar w Niechanowie sp. z o.o.

(w trakcie przejmowania przez MPWiW)

Browar w Niechanowie (dalej: BwN), spółka powstała w 2019 roku, jest regionalną, wielkopolską marką piwa.

BwN, wspólnie ze Spółką Przyjazne Państwo S.A. jest współwłaścicielem BUH Distillery (obie spółki posiadają obecnie po 35% udziałów i ogólnej liczby głosów na Zgromadzeniu Wspólników BUH Distillery).

Wśród celów spółki jest inwestycja w linię do rozlewu alkoholu oraz skład podatkowy, które są niezbędne do uruchomienia produkcji mocnych alkoholi na terenie Browaru w Niechanowie.

Docelowo, zakład ten stanie się głównym miejscem produkcji wódek oraz okovit dla całej Grupy.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Połączenie MPWiW S.A. z Doctor Brew S.A.

Decyzja o połączeniu została podjęta w 2020 roku. Celem było stworzenie holdingu alkoholowego z perspektywą ekspansji na rynki zagraniczne z silnymi markami piwa regionalnego a także konsolidującego w jednej grupie inne projekty alkoholowe.

Konsolidacja operacyjna

Konsolidacja operacyjna dokonała się poprzez przeniesienie procesu produkcji piw Doctor Brew z zakładów zewnętrznych do zakładu Tenczynek. Poza lepszą kontrolą jakości umożliwiło to również uzyskanie efektów synergii.

Połączenie spółek

Formalne Połączenie nastąpiło z chwilą jego rejestracji w rejestrze przedsiębiorców KRS, tj. 29 marca 2022 roku. W wyniku Połączenia dotychczasowym akcjonariuszom Doctor Brew przyznanych zostało 455.406 akcji zwykłych imiennych MPWiW SA.



III. Historia Grupy Kapitałowej MPWiW

Przejęcie spółek Przyjazne Państwo S.A. i Browar w Niechanowie sp. z o.o.

(w trakcie przejmowania przez MPWiW)

Po połączeniu MPWiW S.A i Docor Brew S.A oraz ukonstytuowaniu się Grupy MPWiW nastąpi kolejny etap konsolidacji poprzez przejęcie przez Grupę spółek Przyjazne Państwo S.A oraz Browar w Niechanowie Sp. z o.o.

Przejęcie Przyjaznego Państwa oraz Browaru w Niechanowie stanowi ostatni etap konsolidacji w ramach Grupy MPWiW i wieńczy budowę struktury docelowej Grupy.

Walne Zgromadzenie MPWiW S.A., które odbyło się 26 stycznia 2022 roku, podjęło uchwałę o przejęciu spółki Przyjazne Państwo w drodze emisji 1.177.915 akcji zwykłych imiennych przez MPWiW S.A. nowej serii akcji skierowanej do akcjonariuszy Przyjaznego Państwa w zamian za przeniesienie 100% akcji tej spółki na rzecz MPWiW (w trakcie formalnego procesu wniesienia akcji Przyjazne Państwo S.A. do MPWiW S.A.).

Przejęcie spółki Browar w Niechanowie sp. z o.o. nastąpi po sfinalizowaniu nabycia przez tę spółkę dodatkowych aktywów produkcyjnych od spółki Wielkopolskie Browary Regionalne sp. z o.o. i powinno zakończyć się w 2023 roku.



IV. Produkty Grupy MPWiW

Grupy produktowe

Grupa zajmuje się wytwarzaniem i sprzedażą wysokogatunkowych wyrobów alkoholowych, obejmujących piwa oraz alkohole wysokoprocentowe, a także piw i innych napojów bezalkoholowych.

Grupa opiera siłę swojej oferty na produktach wysokomarżowych z segmentu premium, odwołujących do emocji odbiorców z jednoczesnym wsparciem przekazem reklamowym.

Nowe linie produktowe, wprowadzane seryjnie od 2021 stanowią główny czynnik wzrostu sprzedaży i będą głównym czynnikiem generującym EBITDA w kolejnych latach.

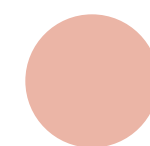
Tradycyjne linie produktowe



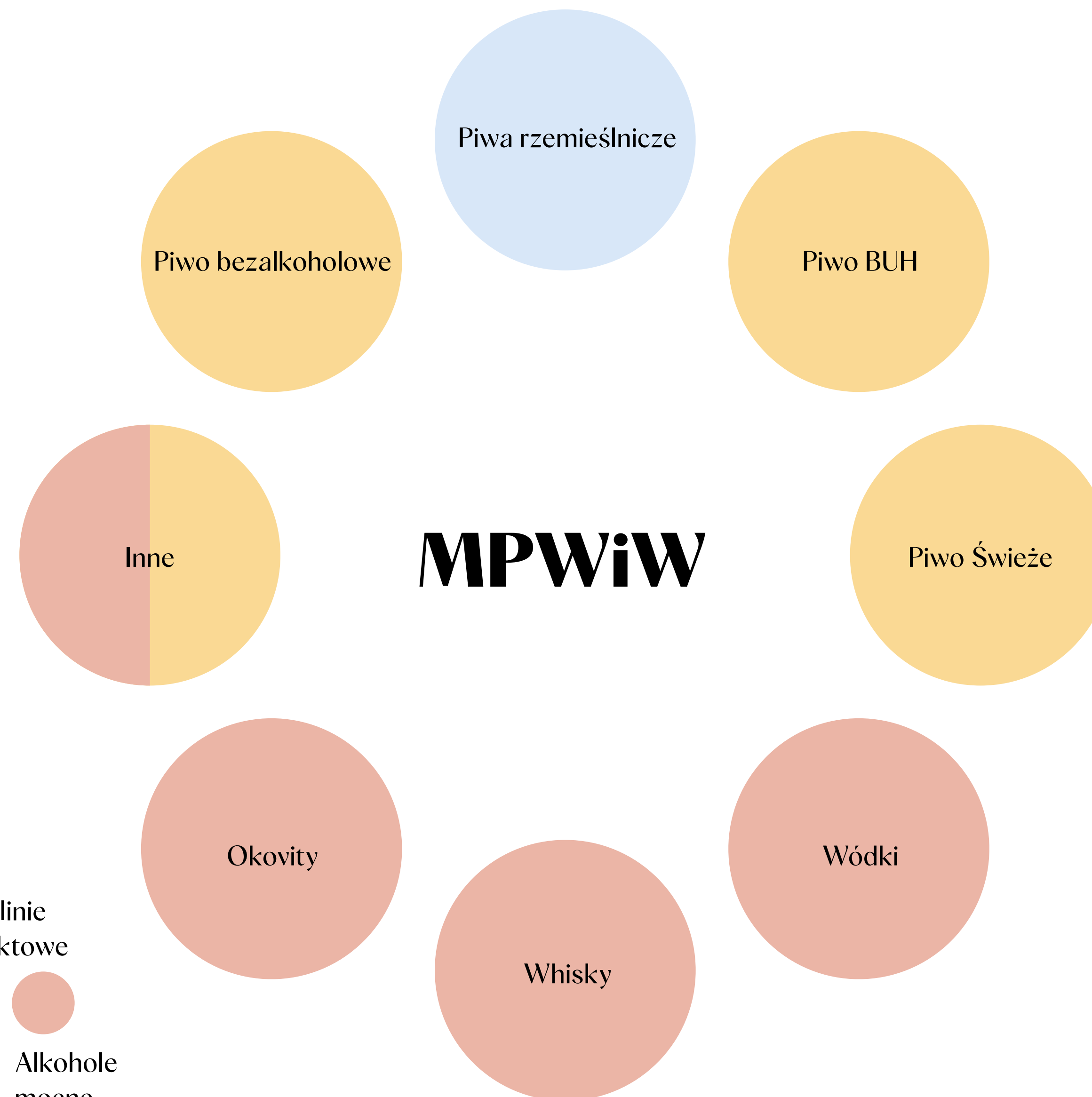
Nowe linie produktowe



Piwa



Alkohole mocne



V. Opis funkcjonowania Grupy

Schemat funkcjonowania

Funkcjonowanie Grupy kapitałowej opiera się na trzech obszarach aktywności, obejmujących: prawa do marek i zarządzanie nimi, procesy produkcyjne, oraz sprzedaż i dystrybucję produktów.

Odpowiedzialność za te obszary przypisana jest poszczególnym podmiotom wchodzącym w skład Grupy.

Grupa MPWiW		
Prawa do marki	Produkcja	Dystrybucja
MPWiW S.A. Piwa Tenczynek	Browar Tenczynek Piwa, Okowity, Whisky	Tenczynek Dystrybucja
Doctor Brew sp. z o.o. Piwa Doctor Brew	Browar w Niechanowie Wódki	Online
Tenczynek Bezalkoholowe S.A. Piwo bezalkoholowe, Piffko, szampan LOL	BUH Distillery¹ Wódka BUH, Okowita BUH	Manufaktura Ameryka LLC
Tenczyńska Okovita S.A. Okowity, Whisky, Whisky Palikot, Gin, Gin Palikot, Wódki kraftowe	Usługi zewnętrzne² Wódki	
Przyjazne Państwo S.A. Piwo BUH		
Tenczynek Świeże Sp. z o.o. Piwo świeże		
Browar w Niechanowie Sp. z o.o. Wódka wybuhowa, Okovita BUH		

¹Uruchomienie destylarni planowane połowę 2022

²Planowana internalizacja usług zewnętrznych w Browarze w Niechanowie w 2022

V. Opis funkcjonowania Grupy

Prawa do Marek i zarządzanie nimi

Spółki grupy posiadające prawa do marek odpowiadają za kreację określonych linii produktowych oraz ich pozycjonowanie na rynku, posiadając w tym zakresie twórczą autonomię.

Spośród znajdujących się w portfelu produktowym marek, Piwa Tenczynek oraz Piwa Doctor Brew mają najdłuższą historię sięgającą początków działalności browarów.

Wszystkie pozostałe marki są relatywnie nowe i powstały na przestrzeni ostatnich dwóch lat.



V. Opis funkcjonowania Grupy

Produkcja – Moce produkcyjne Browar Tenczynek

Własne aktywa produkcyjne zlokalizowane są na terenie dwóch zakładów: Browar Tenczynek oraz browar w Niechanowie.

Browar Tenczynek posiada moce produkcyjne na poziomie 120 tys. hl piwa rocznie.

W skład infrastruktury browaru wchodzi:

Nieruchomości:

- działka o powierzchni 4,22 ha.
- budynki: warzelna, fermentownia, leżakownia, hale magazynowe oraz części administracyjno-logistyczne o łącznej powierzchni użytkowej 7 325,82 m².

Produkcja piwa

- warzelnia: 6 zbiorników do ważenia piwa, wydajność 320 hl/dobę,
- fermentownia: 12 kadzi po 160 hl w systemie otwartym ze stali kwasoodpornej,
- leżakownia: 35 tanków do leżakowania piwa przed rozlewem, pojemność łączna 5600 hl (w 2022 roku planowana jest inwestycja w uruchomienie dodatkowych tanków 27 leżakowych - dodatkowe miejsce na ok 5 200 hl. piwa).

- Zbiorniki pośredniczące przy linii rozlewniczej 6 sztuk, pojemność 900 hl
- Linia rozlewnicza: obecna przepustowość to 8 tys. butelek na godzinę (po modernizacji zaplanowanej na kwiecień 2022 r. przepustowość wzrośnie do 12,5 tys butelek na godzinę)
- Urządzenia współpracujące, umożliwiające zamykanie butelek korkami lub nakrętkami oraz pasteryzator butelkowy.
- W 2022 planowane są inwestycje w linię do rozlewu piwa w puszkach oraz linia do opakowań typu pet. W 2022 planowane są inwestycje w nowe linie:
 - do rozlewu piwa w puszkach 6k puszek 0,5l./h
 - do opakowań typu PET 3k butelek 1l./h
 - do rozlewu produktów bezalkoholowych 12,5 k butelek 0,5l./h

Produkcja piwa bezalkoholowego

- Agregat do de-alkoholizacji piwa o mocy przerobowej 10 hl/h

Produkcja Okowity/Whisky

- Dwa Alembiki z urządzeniami towarzyszącymi:
 - Alembik ADAS 1500/2000 I – roczna wydajność 140 tys. l 63% alk./rok
 - Alembik ADAS 1000/300 I – roczna wydajność 30 tys. l 43% alk./rok
- Beczki (obecnie 3000 sztuk)

Infrastruktura pomocnicza

- 2 silosy do magazynowania słodu, pojemność łączna 40t, młynek do mielenia słodu, wymiennik ciepła
- Filtry kartonowe wydajność 100 hl/h oraz świecowe do 70 hl/h

V. Opis funkcjonowania Grupy

Produkcja – Moce produkcyjne Browar w Niechanowie

(w trakcie przejmowania przez MPWiW)

Browar w Niechanowie posiada moce produkcyjne na poziomie 20 tys. hl piwa rocznie.

W skład infrastruktury browaru wchodzi:

Nieruchomości:

- działka o powierzchni 0,74 ha
- budynki produkcyjne i magazynowe o łącznej powierzchni 1200 m²

Produkcja piwa

- kocioł warzelny, zacierowy, osadowy, kadź filtracyjna
- 9 kadzi fermentacyjnych
- leżakowania z 20 zbiornikami
- 10 zbiorników pośrednich, pasteryzator

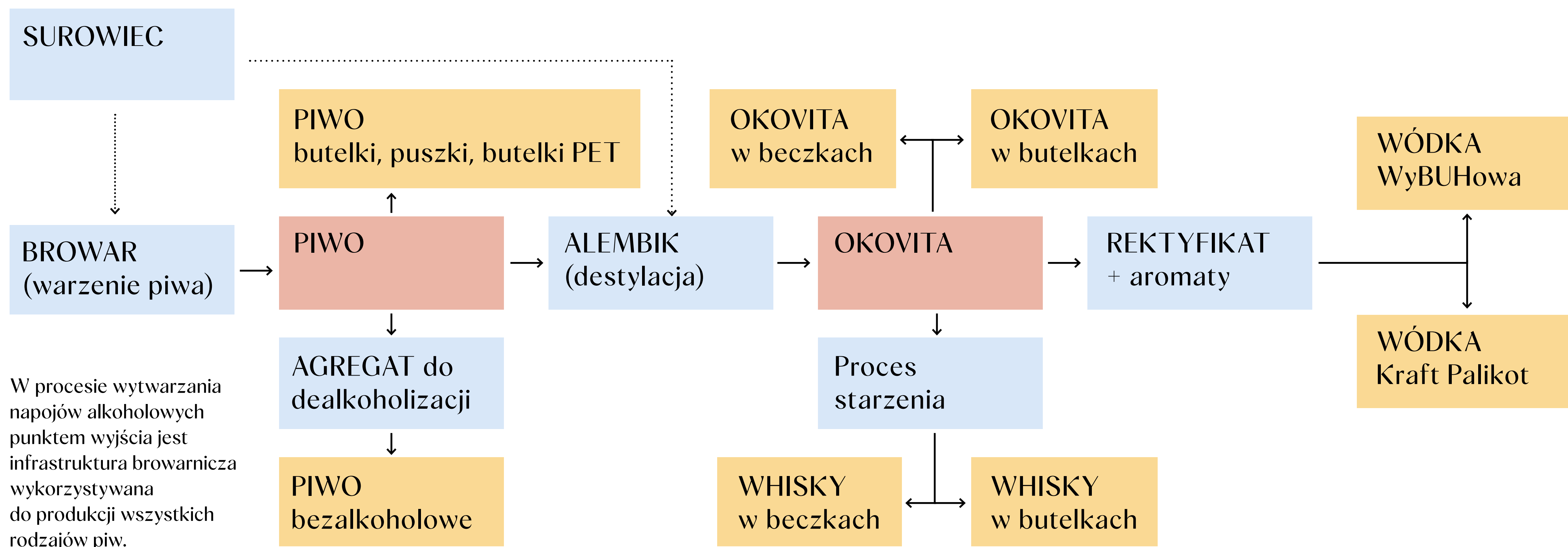
Produkcja Okowity/Whisky - alembik (własność BUH Distillery), roczna wydajność przy pracy ciągłej do 500 tys. litrów 90% alkoholu etylowego. W skład wchodzi kompletna linia w postaci alembiku z kolumną destylacyjną (z możliwością pracy ciągłej) wraz z urządzeniami towarzyszącymi.

W grudniu 2021 została podpisana umowa na budowę linii rozlewniczej o wydajności 3,5 tys. butelek 0.5 litra na godzinę z opcją zakrętkarki i korkownicy i możliwością rozlewu do różnych formatów butelek.

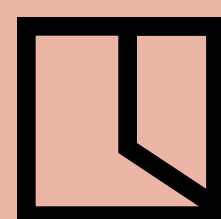


V. Opis funkcjonowania Grupy

Produkcja - cykl produkcyjny



Kanały dystrybucji w 2021 r.



Kanały dotychczasowe

Tradycyjny 80%

Klasyczny

- handel rozproszony, sklepy
- sprzedaż poprzez hurtownie
- wszystkie produkty

Nowoczesny

- duże sieci Żabka, Dino, C4, Aldi, etc
- sprzedaż bezpośrednia
- wszystkie produkty



Kanały nowe

Online 15,5%

Sklep internetowy

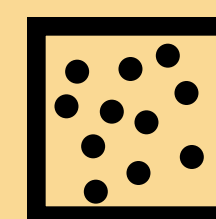
- www.browar-tenczynek.pl
- wszystkie produkty

Beczki Palikota

- system rezerwacji i przedpłat
- produkcja pod zamówienie
- obecnie Okovita i Whisky

Tokeny

- system rezerwacji i przedpłat
- wykorzystanie tokenizacji
- możliwość zakupu udziału
- obecnie Whisky



Sieć własna 4,5%

Sklep Tenczynek

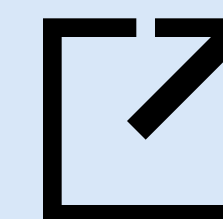
- punkt zlokalizowany na terenie Browaru
- wszystkie produkty

Punkty piwo świeże

- sieć dedykowanych punktów sprzedaży
- docelowo 100 lokali

Alembik Polska

- sieć lokali produkcyjnych
- docelowo 10 lokali
- różne produkty w sprzedaży

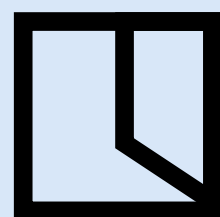


Eksport

0%

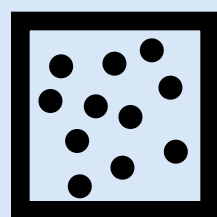
Dystrybutorzy międzynarodowi

Kanały dystrybucji



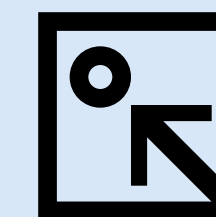
Tradycyjne kanały dystrybucji

Tradycyjne kanały dystrybucji oparte są o sprzedaż bezpośrednią do dużych sieci lub poprzez hurtownie do mniejszych sklepów, dominujące przed 2021, zostaną uzupełnione o kanały online oraz sieć własną.



Sieć Własna

Sprzedaż w oparciu o sieć własną obejmuje obecnie sklep stacjonarny zlokalizowany na terenie Browaru Tenczynek. W planach Grupy jest uruchomienie, do końca 2023, sieci 100 lokali własnych, dedykowanych do sprzedaży Piwa Świeżego i innych produktów Grupy.



Kanały Online

Kanał online tworzą:

→ **sklep internetowy (www.browar-tenczynek.pl)**

Sklep internetowy oferuje wszystkie produkty spółek grupy kapitałowej pełniąc tym samym rolę platformy agregującej te produkty.

→ **system sprzedaży online, oparty o przedpłaty**

Unikalny model sprzedaży polegającym na realizowaniu produkcji pod złożone zamówienia, które zostały w pełni opłacone poprzez system przedpłat. Taki system dystrybucji pozwala na zmniejszenie zapotrzebowania na kapitał obrotowy oraz wyeliminowanie pośredników i jest cennym uzupełnieniem bardziej tradycyjnych kanałów dystrybucji.

VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Strategia biznesowa

Cel Emitenta

Maksymalizacja wartości rynkowej spółki poprzez konsekwentne zwiększanie wielkości osiąganego EBITDA.

Sposób realizacji

Zwiększenie wolumenów sprzedaży produktów Grupy
Zwiększenie stopnia penetracji rynku

Strategia biznesowa

Strategia biznesowa przyjęta dla realizacji celów opiera się na 3 filarach:

- Zwiększenie mocy produkcyjnych i magazynowych poprzez realizację planu inwestycyjnego
- Zwiększenie penetracji rynku krajowego oraz rozwinięcie eksportu
- Realizacja polityki produktowej opartej na różnorodności i z szerokim odwołaniem się do emocji

Filary strategii biznesowej

Plan Inwestycyjny

Zwiększenie mocy produkcyjnych i magazynowych poprzez realizację planu inwestycyjnego

Penetracja rynku

Zwiększenie penetracji rynku krajowego
Wykorzystanie modelu dystrybucji opartego na trzech kanałach, ze szczególnym uwzględnieniem rozwinięcia kanału tradycyjnego
Rozwinięcie eksportu

Polityka produktowa

Realizacja polityki produktowej opartej na dywersyfikacji produktowej
Uwzględnienie produktów wysokoalkoholowych
Szerokie odwołanie się do emocji

VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Zwiększenie mocy produkcyjnych i magazynowych poprzez realizację planu inwestycyjnego

Suma wydatków inwestycyjnych zaplanowanych na 2022 wynosi 18,2 miliona złotych.

Ukończenie zaplanowanych inwestycji umożliwi:

- Zwiększenie mocy produkcyjnych i magazynowych Grupy.
- Redukcję kosztów usług zewnętrznych, związanych z produkcją alkoholi wysokoprocentowych.
- Uniezależnienie produkcji od producentów zewnętrznych.

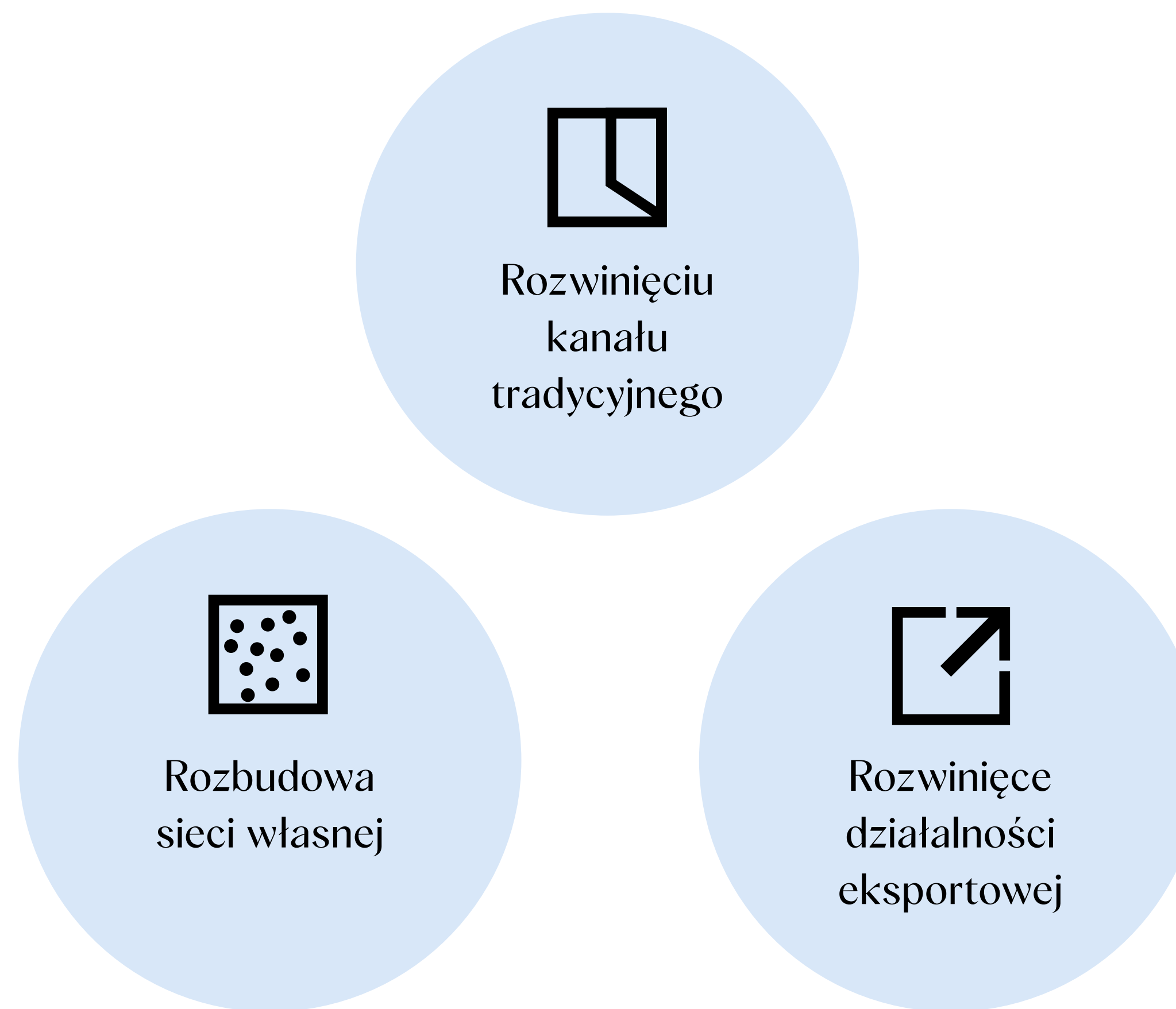
Przedmiot inwestycji	mln PLN
Alembiki-wyposażenie dodatkowe i remont pomieszczeń	1,0
Linia do rozlewu wódki	5,3
Prace remontowo budowlane	1,3
Modernizacja systemu do rozlewu piwa	3,7
Linia do de-alkoholizacji	1,0
Wydmuchiwarka do butelek pet oraz linia do puszek	4,9
Tap Room	1,0
Razem	18,2

Zwiększenie stopnia penetracji rynku krajowego oraz rozwinięcie sprzedaży eksportowej

Oparcie Modelu dystrybucji krajowej na trzech kanałach:

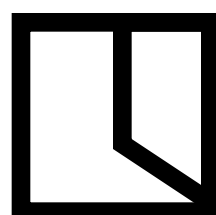
- Tradycyjny
- Online
- Sieć własna

W ramach przyjętego modelu dystrybucji, w celu osiągnięcia większej penetracji rynku i dostępności produktów, planowane jest:



VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Rozwinięcie kanału tradycyjnego



80% sprzedaży w 2021 przypadło na kanał tradycyjny

Handel rozproszony

- Zwiększenie koncentracji na trzech województwach o największym potencjale sprzedażowym dla produktów grupy : Małopolskie, Dolnośląskie oraz Mazowieckie.
- Łącznie region obejmuje ponad 53 tysiące punktów sprzedaży wyrobów alkoholowych.
- Dotychczas niska penetracja punktów sprzedaży, wynosząca zaledwie ok. 4,07% i większość skoncentrowana w Małopolsce.
- Planowane zatrudnienie docelowo 25 doświadczonych przedstawicieli handlowych.
- Zwiększenie penetracji do 50% w 2022 w całym regionie (dotarcie do ponad 26 tysięcy punktów sprzedaży z obecnych ok. 4 tysięcy).

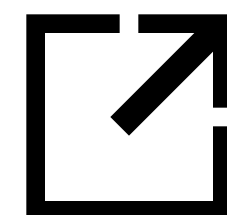
W wyniku zwiększonej koncentracji regionalnej, udział sprzedaży całkowitej Grupy przypadającej na ten region szacowany jest na 60%.

Handel poprzez sieci

Zwiększenie liczby punktów sieci oferujących produkty Grupy na terenie całego kraju z 2500 do ok 6000 punktów, poprzez:

- wprowadzenie produktów Grupy do 3 nowych sieci ogólnokrajowych
- rozszerzenie liczby punktów w odniesieniu do sieci już oferujących produkty Grupy

Rozwój eksportu



Spółka zamierza również znacząco rozwinąć aktywność eksportową w 2022.

Prowadzone są rozmowy z 47 dystrybutorami z 32 krajów, którzy testowo już zamówili produkty w wielkościach paletowych lub kontenerowych.

Oczekujemy rozpoczęcia stałej współpracy po przyznaniu statusu składu podatkowego, na wszystkie produkty, zarejestrowanego w systemie EMCS, który pozwala na handel z dystrybutorami zagranicznymi według cen netto

W odniesieniu do rynku USA ukończona została rejestracja lokalnej spółki i obecnie prowadzony jest proces uzyskania pozwoleń na import oraz dystrybucję produktów alkoholowych pochodzących z UE na terenie USA.

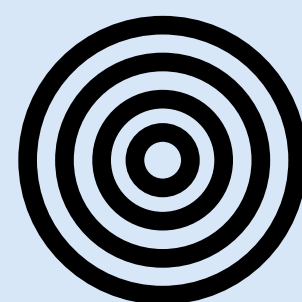
Realizacja polityki produktowej

Polityka produktowa zakłada kontynuację dywersyfikacji produktowej z rosnącym udziałem alkoholi wysokoprocentowych

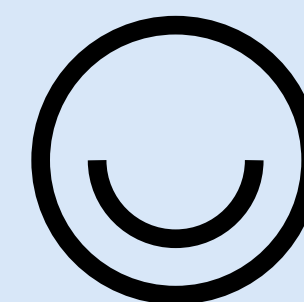
Realizacja polityki produktowej obejmuje cztery obszary:



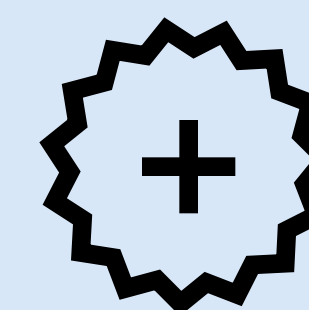
Rozszerzanie oferty o nowe rodzaje napojów alkoholowych



Rozwój segmentu kraftowych produktów wysokoalkoholowych



Odwołanie się do emocji jako głównej siły marketingowej



Wyznaczanie nowych trendów

VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Rozszerzanie oferty o nowe rodzaje napojów alkoholowych

Na początkowym etapie działalności, zarówno Tenczynek jak i Doctor Brew koncentrowały się na produkcji piwa regionalnego, które odpowiadało za 100% sprzedaży.

Począwszy od 2021 oferta produktowa została istotnie rozszerzona o kraftowe alkohole wysokoprocentowe, piwo bezalkoholowe a także piwa i inne trunki produkowane na bazie konopi.

Nowe produkty będą miały dominujący udział w sprzedaży całej Grupy w 2022 i kolejnych latach. Jednocześnie, z uwagi na wyższą marżowość w segmencie nowych produktów (produkty premium), przyczynią się one do wzrostu marży EBITDA dla całej Grupy.

2022 jest rokiem kontynuacji wprowadzenia na rynek szeregu nowych linii produktowych. W planach znajdują się takie produkty jak: piwo bezalkoholowe, piwa i wódki nowej linii produktowej Wyjebongo, Piffko (piwo dla młodzieży), szampan bezalkoholowy Sam Pan Buh oraz nowe wódki Kraftowe.

W ramach uzupełnienia oferty produktowej Grupa planuje również wprowadzenie do oferty wyrobów importowanych.

W planach importowych znalazły się są takie produkty jak: Jamboo (Cachacha), selekcje win oraz Aperoli.



VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Rozwój segmentu kraftowych produktów wysokoalkoholowych

Ostatnie 3 lata doświadczeń na rynku browarniczym wykształciły umiejętność wykorzystania produktu terminowego (piwa) do produkcji alkoholi wysokoprocentowych.

Ten naturalny proces wykorzystania starzejącego się piwa i eliminowania strat na produkcji (pozostałości, odpady) został wzmocniony przez inwestycje poczynione w browarze w Tenczynku, które pozwoliły na rozpoczęcie produkcji alkoholi wysokoprocentowych.

W 2020 roku wprowadzono do sprzedaży marki Okovita Bierbrand: Pils, RIS i Koźlak bazujących głównie na piwie produkowanym w browarze Tenczynek.

Poza produkcją Okovit na bazie piwa własnego grupa rozpoczęła również produkcję alkoholi mocnych na bazie innych surowców poddawanych procesom fermentacji i destylacji takich jak zboża, dzięki temu powstały Okovity: Żyto, Pszenica, Jęczmień oraz Okovita Ziemniak a ostatnio Okovita BUH.

W ten sposób powstają również nowe linie wódek czy whisky.



VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Wyznaczanie nowych trendów

Istotnym elementem działania grupy jest innowacyjność produktowa, umożliwiająca kreację zupełnie nowych kategorii rynkowych czy linii produktowych, które na trwale wzbogacają rynek.

Tworzenie i wprowadzanie na rynek nowych produktów jest częścią tożsamości Spółki.

Przykładem takiego działania jest odtworzenie tradycyjnych receptur z XIX wieku i przywrócenie na rynek Okovity, czyli staropolskiego, mocnego, potrójnie destylowanego alkoholu, charakteryzującego się dużą czystością i głębią staropolskich smaków.

Dużą różnorodność produktów zapewnia również nowy sposób budowania smaku alkoholi mocnych poprzez mieszanie rektyfikatu z destylatami (np. wódka WyBUHowa), gwarantując, nieosiągalny do tej pory, wyraźny smak w wódkach.

Unikalne smaki produktów otrzymywane są również poprzez zastosowanie nietypowych dodatków, tak jak w przypadku piwa BUH, w którym wykorzystany jest susz konopny. Dzięki temu piwo to, prócz orzeźwiającej, wyraźnie wyczuwalnej goryczki chmielu, eksploduje również charakterystycznym aromatem konopi.

Grupa stawia sobie za cel seryjne przygotowywanie takich nowych produktów mając ambicje bycia liderem w wyznaczaniu nowych trendów na rynku alkoholi.



VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

Wpływ nowej strategii na wyniki 2021

Wprowadzenie w życie nowej polityki produktowej przyniosło zasadnicze zmiany w strukturze sprzedaży w 2021 roku.

Sprzedaż tradycyjnego piwa rzemieślniczego, będącego głównym produktem w poprzednich latach stanowiła jedynie 13% sprzedaży ogółem w 2021 roku.

Nowe linie produktowe, sukcesywnie wprowadzane do oferty, stanowiły aż 87% sprzedaży, odpowiadając za kilkunastokrotny wzrost wolumenów.

Wśród nowych produktów, szczególną pozycję zdobyło piwo BUH osiągając aż 24% udziału w sprzedaży ogółem, przewyższając pod względem wartości sprzedaż wszystkich innych piw rzemieślnicze razem wziętych.

Renesans zainteresowania wśród piw przeżywa również Piwo Świeże, które jest piwem niepasteryzowanym, o krótkim terminie do spożycia i lanym pod zamówienia bezpośrednio z tanków do butelek typu pet. Sprzedaż tego piwa wyniosła 3,7%, niemniej zwraca uwagę szybko rosnący trend oraz wysoka marża realizowana na tym produkcie.

Najbardziej znaczącą grupę produktową, pod względem wartości sprzedaży, stanowiły alkohole wysokoprocentowe, odpowiadając łącznie za 58% sprzedaży ogółem.

Wśród alkoholi wysokoprocentowych dominującą pozycję ustanowiła wódka WyBUHowa, nawiązująca do kultowej już marki piwa BUH.

Wódka wyBUHowa osiągnęła 23% udział w sprzedaży ogółem, a łącznie z piwem udział produktów z grupy BUH osiągnął 47%, potwierdzając bardzo dużą rozpoznawalność marki i jej silną pozycję rynkową.

Kolejne pozycje zajęły następujące grupy produktowe: Whisky 13%, Wódki Kraftowe 13% oraz Okovity 9%.

Wpływ nowej strategii na wyniki 2021

Udział produktów w sprzedaży krajowej w 2021

Linie produktowe	Wartościowy udział w sprzedaży krajowej, 2021
Wódki	36%
Whisky	13%
Okovita	9%
Piwo	41%
Inne	1%
Razem	100%

Udział poszczególnych marek w sprzedaży w 2021 w grupie piw

Piwa Tenczynek, klasyczne	23,26%
Piwa Doctor Brew, klasyczne	0,29%
Piwo Marakuja	8,37%
Piwo Świeże	9,87%
Piwo BUH	58,18%
Piwo Bezalkoholowe	0,03%
Razem	100%

VI. Zarys strategii rozwoju Grupy

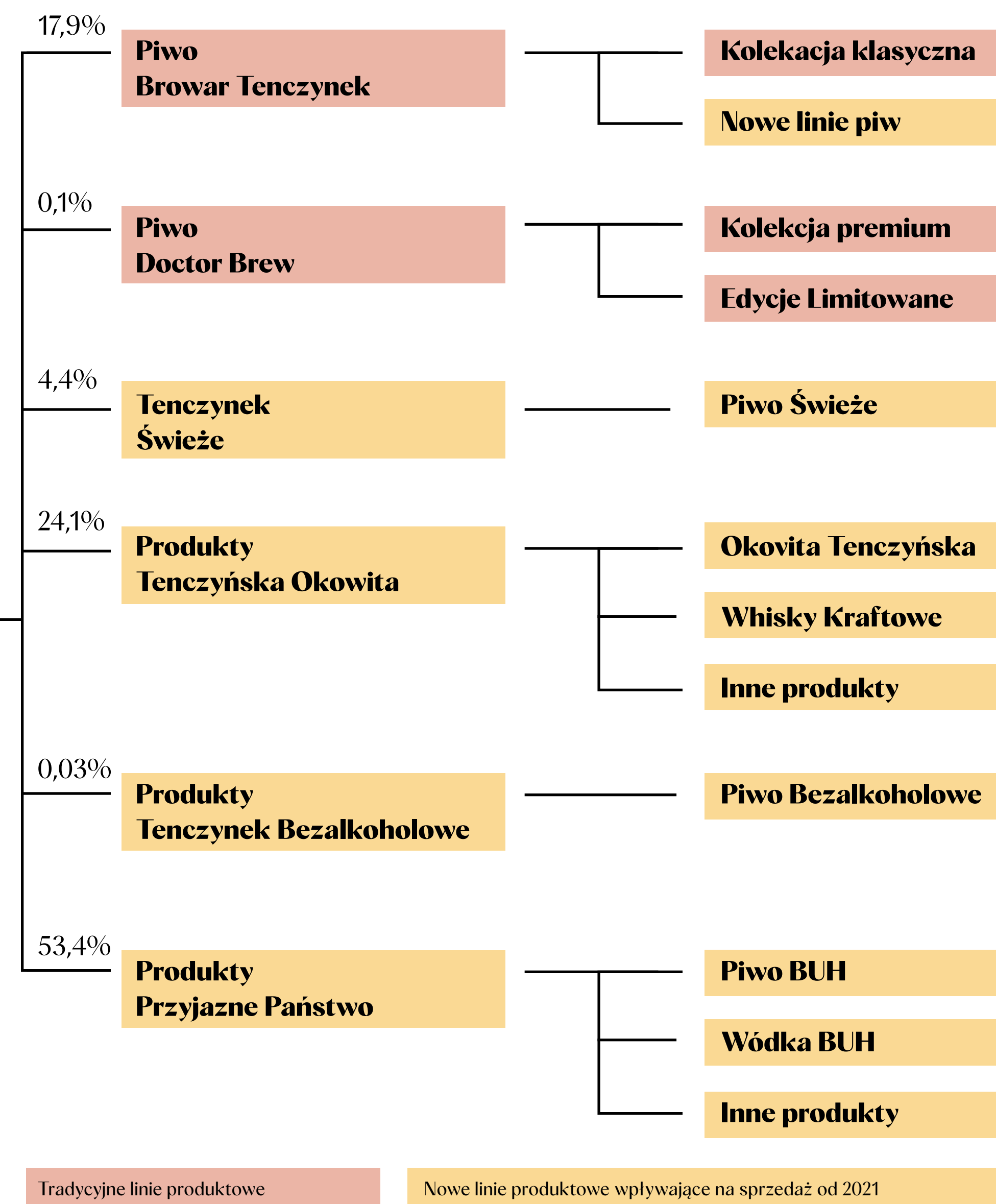
Udział poszczególnych grup produktowych w sprzedaży w 2021

Nowe linie produktowe, wprowadzone od 2021 stanowiły dominujący czynnik wzrostu sprzedaży.

Jednocześnie, nowe produkty, dzięki wyższej rentowności niż produkty tradycyjne generują szybszy wzrost EBITDA.

W grupie produktów tradycyjnych (piwa rzemieślnicze Tenczynek i Doctor Brew) widoczne było ustabilizowanie poziomu sprzedaży.

Sprzedaż Netto Grupa MPWIW 2021



VII. Nasze produkty

Grupa MPWiW opiera siłę swojej oferty na produktach wysokomarżowych z segmentu premium, skierowanych do emocji odbiorców z jednoczesnym wsparciem przekazem reklamowym.

Nowe linie produktowe, wprowadzane seryjnie od 2021 stanowią główny czynnik wzrostu sprzedaży i będą głównym czynnikiem generującym EBITDA w kolejnych latach. Już w 2021 roku nowe produkty odpowiadają za ponad 87 % całej sprzedaży.



VII. Nasze produkty – Piwa rzemieślnicze

Piwa Tenczynek

Browar Tenczynek to olbrzymi portfel produktów.

Można w nim znaleźć szeroką gamę piw od klasycznych lagerowych: Lager, Pils, Marcowe, Koźlak, Malinowe, Krakowski Pils, Cesky Leżak, Marakuja, Pszeniczne, Marcowe (warzone raz do roku), poprzez nowofalowe gatunki piw z serii „P” jak Piwna Rewolucja (IPA, Milk Stout, Amercian Wheat) po serię piw specjalistycznych, tzw. piwnych sztosów.

Piwny sztosy, limitowane edycje piw, leżakowanych w beczkach po bourbonie, whisky, winach (np. Tokaj, Rioja, Beczki). Zabieg ten nadaje dojrzewającym w beczkach piwom szereg zupełnie nowych akcentów smakowych. Aktualnie w ofercie można znaleźć Russian Imperial Stout z beczki po amerykańskim bourbonie. W najbliższym czasie do sprzedaży trafią kolejne piwa z tej kategorii, leżakowane w beczkach m.in. po japońskich i węgierskich alkoholach.

Tworząc w Browarze Tenczynek długo warzone, regionalne piwa, korzysta się z osiągnięć i tradycji, wypracowanych przed latami przez lokalnych piwowarów. Zanim trafią do klientów, piwa leżakują w historycznych piwnicach browaru. Browaru, którego piwem według legendy raczył się król Jan III Sobieski, wracając z udanej odsieczy pod Wiedniem.

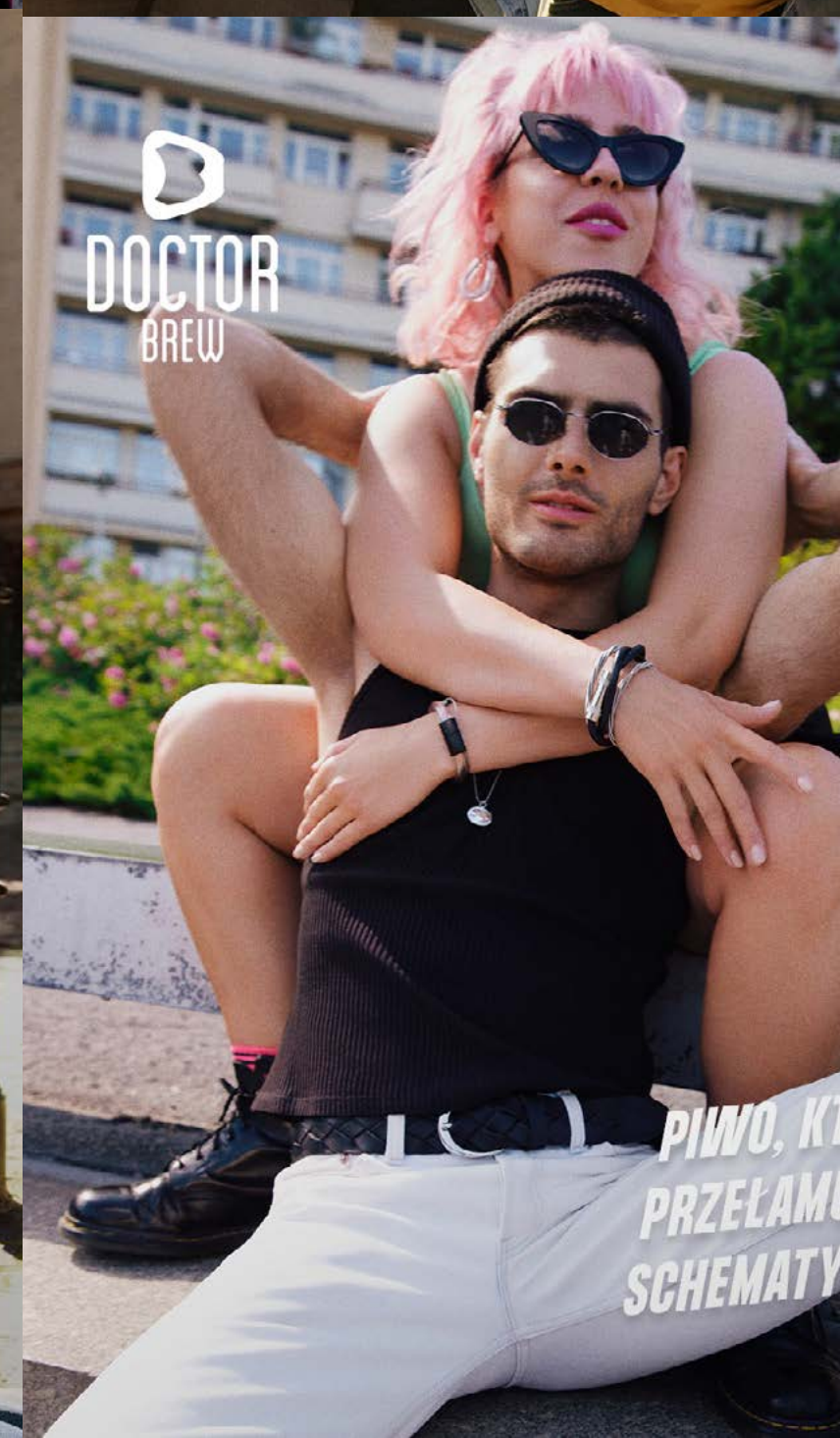


VII. Nasze produkty – Piwa rzemieślnicze

Doctor Brew

Marka Doctor Brew obiera kierunek brandu lifestylowego, docierając do szerszego grona miłośników piw rzemieślniczych, które realizuje największe wolumenowo zakupy w tym segmencie.

Doctor Brew to obecnie cztery piwa alkoholowe: Vermont IPA, Double IPA, Molly IPA, Summer Ale oraz jedno bezalkoholowe.



VII. Nasze produkty – Piwa rzemieślnicze

BUH

BUH miał swoją premierę 7 stycznia 2021 roku we wszystkich z 6500 sklepów sieci Żabka. Produkt „wyprzedził” się w ciągu zaledwie dwóch dni i od tego czasu jest na stałym listingu w sieci Żabka.

Piwo BUH to trunek w stylu ale, górnej fermentacji. To niezwykle aromatyczne połączenie starannie dobranych chmieli angielskich i suszu konopnego. Wyraźne są w nim nuty gorzkości, ale w bardzo przystępnym i delikatnym wydaniu. W każdej sprzedawanej butelce o pojemności 500 ml znajduje się aż 0,5 g suszu konopnego.

Oferta ta skierowana jest głównie do silnie związanej i dysponującej dużą siłą nabywczą grupy zakupowej w wieku 25-40 lat czyli tzw. „Dorosłych buntowników” oraz do osób zainteresowanych produktami z suszem konopnym.

JESTEM WYBUHOWY



VII. Nasze produkty – Piwa rzemieślnicze

Piwo Świeże

Piwo świeże, niepasteryzowane i niefiltrowane to hit sprzedaży sklepu internetowego Browaru Tenczynek.

Sprzedaż litrowych butelek z tym piwem okazała się tak duża, że w okresie przedświątecznym 2021, Browar zmuszony został do zawieszenia sprzedaży, aby sprostać obsłudze bieżących zamówień.

Potencjał projektu jest tak duży, że Grupa zdecydowała się na otwarcie w latach 2021-2023 100 sklepów z piwami „prosto z tanka”.

Klienci dostrzegają i doceniają jakość oferowanych piw oraz ich walory smakowe, akceptując wyższą cenę za produkty tego typu. Na tym produkcie Grupa realizuje marże niespotykane w branży produktów regionalnych.



VII. Nasze produkty – Piwa rzemieślnicze

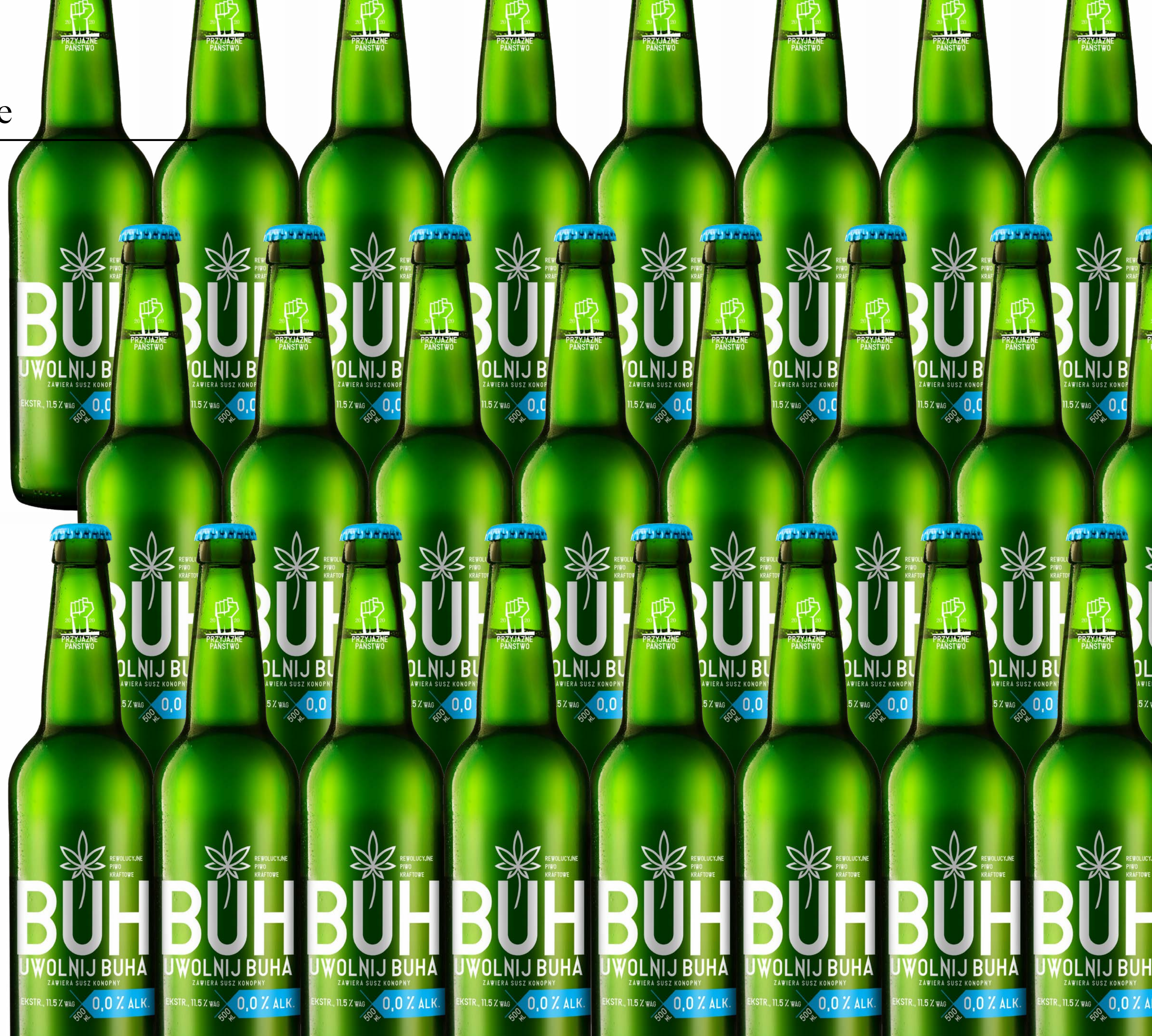
Piwa bezalkoholowe

Jako pierwsi w Polsce oferujemy
tzw jakościową dealkoholizację piw.

Maszyna dostarczona przez niemiecką firmę Schmidt pozwala na usunięcie alkoholu z piwa, a następnie zawrócenie dużej części aromatów z powrotem do piwa 0,0%.

Dodatkowe zabiegi technologiczne, jak np. chmielenie na zimno pozwalają na przygotowanie piw 0,0% o takich samych walorach smakowych i aromatycznych jak ich pełnoalkoholowe odpowiedniki.

W pierwszej kolejności spółka Tenczynek Bezalkoholowe S.A. poddaje procesowi dealkoholizacji produkty Grupy Kapitałowej tj. rzemieślnicze piwa marki Doctor Brew (American Freedom), Piwo BUH Bezalkoholowe a następnie zostaną wprowadzone kolejne piwa z portfela Browaru Tenczynek.



VII. Nasze produkty – Alkohole wysokoprocentowe

Tenczyńska Okovita

Pierwsza linia produktów Tenczyńskiej Okovity S.A. zadebiutowała na rynku w 2020 roku oferując 7 destylatów.

To wysokoprocentowe trunki zachwycające czystością i oryginalnymi nutami smakowymi, charakterystycznymi dla zastosowanego do ich produkcji surowca. Tenczyńskie Okovity to przede wszystkim najlepszej jakości staropolskie destylaty na bazie pszenicy, jęczmienia i żyta. Oferowany jest również destylat ziemniaczany o wyraźnie słodszy, lżejszy i łagodniejszy smaku, z delikatnym posmakiem dymu i lekkim akcentem korzennym na finiszu. W swojej ofercie Spółka posiada również cztery bierbrandy z Russian Imperial Stout'a, Koźlaka oraz Pilsa a od 2021 roku również trunki na bazie Piwa BUH. Spółka w planach ma przygotowanie Okovity Double IPA na podstawie piwa Doctor Brew Double IPA.



VII. Nasze produkty – Alkohole wysokoprocentowe

Wódka WyBUHowa

Wódka stanowi połączenie rektyfikatu zbożowego oraz okowity BUH, czyli destylatu uzyskanego z piwa BUH. Wódka wyBUHowa oferuje 43 procent mocy alkoholu.

Produkt zawierający susz konopny tak jak Piwo BUH skierowany jest do grupy zakupowej w wieku 25-40 lat czyli tzw. „Dorosłych buntowników” oraz do osób zainteresowanych produktami z suszem konopnym.



VII. Nasze produkty – Alkohole wysokoprocentowe

Wódka Wyjebongo

W jej produkcji łączymy dwie technologie – rektyfikacji, służącej głównie do produkcji wódki oraz destylacji, która służy do tworzenia okowit i whisky.

Taki proces pozwala nam uzyskać 40% zawartości alkoholu, ale także nadać bogate nuty cytrusów z wyraźnie wybijającym się smakiem marakui. Lekka, łatwa w spożyciu.

Produkt sprzedawany w butelkach o pojemności 0,5 litra. Butelka oryginalnie zdobiona przykuwa wzrok klienta.



VII. Nasze produkty – Alkohole wysokoprocentowe

Whisky Palikot Selekcja. Bez kompromisu

Na pierwszym planie znajdziemy nuty wanilii i karmelu, przeplatane orzechami i prażonymi migdałami, z odrobiną nut ziołowych.

W drugiej fazie na podniebieniu ujawniają się mocniejsze nuty torfowe, smoliste. Długi dębowy finisz. Nad całością unosi się delikatny ton dymu, wodorostów, z akcentami jodowymi w tle.

Whisky Palikot jest w całości produkowana, dojrzewana oraz butelkowana w Szkocji. To blended malt, czyli mieszanka single malts wytwarzanych w dwóch renomowanych destylarniach w prestiżowych regionach produkcji whisky: Linkwood (Speyside) oraz Caol Ila (wyspa Islay). Produkt jest w całości słodowy i destylowany w alembikach ze słodu jęczmiennego, a więc nie posiada śladu whisky zbożowej z aparatów kolumnowych.

Butelkowana z mocą 50%, dzięki czemu whisky jest pijalna bez potrzeby rozcieńczania jej, a równocześnie jest na tyle mocna, by zachować akcenty aromatyczno-smakowe.



VII. Nasze produkty – Alkohole wysokoprocentowe

Der Whisky. German engineered

Mowa jest srebrem, milczenie złotem,
a whisky może być produkowana
w Niemczech.

Powstała z mieszanki sładów Pilsner, Munich i Caramalt,
fermentowanych na drożdżach piwnych dolnej fermentacji.

Nos – świeża gruszka, skórka chleba, pigwowiec,
wanilia. Smak – miód spadziowy, gruszka, dojrzałe jabłko,
delikatny cynamon, dębina.



VIII. Parametry emisji

Parametry emisji obligacji serii F spółki *Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A.*

Emitent: **Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A.**

Seria: **F**

Oferta publiczna obligacji

Termin Emisji: **18.05 – 26.05.2022**

Wartość nominalna: **1.000 zł**

Minimalny zapis: **5.000 zł**

Oprocentowanie: **9,5% w skali roku**

Odsetki: **kwartalne**

Okres finansowania: **24 miesiące**

Cel: refinansowanie części zadłużenia oraz finansowanie bieżącej działalności Spółki w tym pokrycie kosztów związanych z emisją Obligacji

Wartość oferty: **4 mln zł**

Administrator Zabezpieczeń: **PS Zabezpieczenia sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie**
Agent Emisji, Agent Płatniczy, Sponsor Emisji: **Prosper Capital Dom Maklerski**

Zabezpieczenia emisji oraz wybrane czynniki ryzyka

- Weksel Emitenta wraz z 777 KPC do 150% wartości przydzielonych Obligacji
- Hipoteka na nieruchomości w Tenczynku do 150% wartości przydzielonych Obligacji
- Poddanie się egzekucji z art. 777 KPC właściciela nieruchomości w Tenczynku do 150% wartości przydzielonych Obligacji
- Zastaw rejestrowy na 109.000 akcjach Manufaktury Piwa Wódki i Wina S.A. do 150% wartości przydzielonych Obligacji
- Poddanie się egzekucji z art. 777 KPC właściciela zastawianych akcji do 150% wartości przydzielonych Obligacji
- Poręczenie osobiste Prezesa Zarządu Emitenta - Pana Janusza Palikota wraz z 777 KPC do 150% wartości przydzielonych Obligacji

Wybrane czynniki ryzyka*

- Ryzyko związane z realizacją strategii rozwoju
- Ryzyko związane z zapewnieniem źródeł finansowania działalności
- Ryzyko braku spłaty zobowiązań z tytułu Obligacji
- Ryzyko związane z zapewnieniem źródeł finansowania działalności
- Ryzyko niepozyskania dodatkowych środków finansowych niezbędnych do utrzymania zakładanego tempa rozwoju
- Ryzyko związane z brakiem wprowadzenia obligacji do obrotu zorganizowanego
- Ryzyko pogorszenia się lub utraty płynności finansowej

* Zwraca się uwagę Inwestorów, że inwestowanie w obligacje korporacyjne może prowadzić do utraty części lub całości kapitału.

Szczegółowe informacje związane z czynnikami ryzyka znajdują się w rozdziale 2 na stronie 9 Memorandum Informacyjnego. Niniejszy materiał nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Zapraszam do kontaktu

Prosper Capital Dom Maklerski S.A.
Polna Corner, VIII p., ul. Waryńskiego 3A, 00-645 Warszawa
E: biuro@pcdm.pl
T: +48 (22) 201 11 30
REGON: 016637802
NIP: 5252199110
KRS: 0000065126
Kapitał zakładowy 8 306 691,00 zł, w pełni opłacony
Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS 00000651

Manufaktura Piwa, Wódki i Wina S.A.
ul. Tenczyńska 59, 32-067 Tenczynek
REGON: 365331458
NIP: 9462662680
KRS: 0000635590
Kapitał Zakładowy 425232,30 zł, w pełni opłacony
www.browar-tenczynek.pl
inwestorzy@browar-tenczynek.pl



Nota prawna

Niniejszy materiał został przygotowany w związku z zaadresowaną Memorandum Informacyjnego Obligacji serii F Spółki Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A. i ma charakter wyłącznie promocyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego, rekomendacji nabycia instrumentu finansowego, ani jakiegokolwiek podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu instrumentu finansowego. Materiał nie stanowi porady inwestycyjnej, ani też nie jest wskazaniem, iż jakakolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia w indywidualnej sytuacji inwestora.

Oferta Publiczna prowadzona jest wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Każdy Inwestor, w szczególności zamieszkały bądź mający siedzibę poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, powinien zapoznać się z przepisami prawa Rzeczypospolitej Polskiej, w szczególności ograniczeniom obrotu dewizowego wynikającym z Prawa Dewizowego oraz z przepisami prawa jakiegokolwiek innego państwa, pod którego jurysdykcją może się znajdować, aby sprawdzić czy podejmując czynności związane z nabyciem obligacji nie narusza przepisów prawa.

Materiały nie podlegają ani nie są przeznaczone do rozpowszechniania, ogłaszania, dystrybucji poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, a w szczególności nie mogą być pośrednio ani bezpośrednio, w całości ani w części rozpowszechniane w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, Kanadzie, Japonii, Australii, ani w żadnej jurysdykcji, w której stanowiłoby to naruszenie właściwych przepisów prawa lub wymagałoby rejestracji, zgłoszenia lub uzyskania zezwolenia.

W świetle ograniczeń prawnych, osoby zdefiniowane jako „US Person”, zgodnie z definicją wskazaną w Regulacji S, wydanej na podstawie amerykańskiej ustawy o papierach wartościowych z 1933r. z późniejszymi zmianami (US Securities Act 1933) ani osoby działających w imieniu lub na rzecz osób zdefiniowanych jako „US Person” nie są uprawnione do nabycia obligacji.

Poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej niniejsze Memorandum Informacyjne nie może być traktowane jako propozycja, oferta lub zaproszenie do nabycia obligacji, ani jako zamiar pozyskania ofert kupna obligacji w jakiegokolwiek innej jurysdykcji w której podjęcie takich działań byłoby niezgodne z obowiązującymi regulacjami.

Zamieszczone na tej stronie informacje i dokumenty nie są przeznaczone do publikacji lub dystrybucji poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej. Memorandum Informacyjne nie było przedmiotem rejestracji, zatwierdzenia ani notyfikacji w jakimkolwiek państwie – w szczególności w Stanach Zjednoczonych Ameryki.

Niniejszy materiał został przygotowany w związku z Ofertą Publiczną Obligacji Serii F spółki Manufaktura Piwa Wódki i Wina S.A. i ma charakter wyłącznie promocyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego, rekomendacji nabycia instrumentu finansowego, ani jakiegokolwiek podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu instrumentu finansowego. Materiał nie stanowi porady inwestycyjnej, ani też nie jest wskazaniem, iż jakakolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia w indywidualnej sytuacji inwestora. Jedynym prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o Emitencie, Ofercie Publicznej Obligacji Serii F oraz czynnikach ryzyka jest Memorandum Informacyjne dostępne w wersji elektronicznej na stronie internetowej PCDM: <https://www.pcdm.pl/emisja/manufaktura-piwa-wodki-i-wina> oraz Emitenta: www.mpwiw.pl. Szczegółowe informacje na temat czynników ryzyka, związanych z niniejszą inwestycją, zostały opisane w rozdziale II Czynniki Ryzyka na stronie 9 Memorandum Informacyjnego. Zwraca się uwagę Inwestorów, że inwestowanie w obligacje korporacyjne może prowadzić do utraty części lub całości kapitału. Niniejszy materiał nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego.