

Zadruži s Brlogom!



ZADRUŽNA
PIVOVARA

POSTANI SUVLASNIK I ČLAN NEZAVISNE
I DRUŠTVENO ANGAŽIRANE PIVOVARA.

Mi smo društveno poduzeće iz Zadra. Jedina smo pivovara u Hrvatskoj koja posluje kao zadruga, a ističemo se po pivu vrhunske kvalitete i dizajna te po svom angažmanu usmjerenom prema zajednici. Zadruga je pokrenuta i vođena od strane dvije poduzetnice.

Svojim pristupom radu, vođenju poslovanja, financiranju te dizajnu proizvoda radimo na rušenju društvenih i ekonomskih predrasuda. Trenutno u ponudi imamo dva proizvoda — svijetlo pivo Plavuša i crveno pivo Neposlušna. Prodajemo ih izravno ugostiteljima po cijeloj Hrvatskoj i preko distribucijskih kanala u Zagrebu, Istri, Splitu i Dubrovniku. Pivo je dostupno u preko 100 ugostiteljskih objekata, 4 maloprodajna lanca i nekolicini manjih prodajnih objekata. U dvije godine poslovanja, kapacitete proizvodnje smo udvostručili. Prihode čini prodaja piva u bocama od pola litre, čija se prosječna mjesečna prodaja obje godine također gotovo udvostručila. Priznanja za rad očituju se kroz aktivnosti na sceni *craft* pivarstva te *crowdfunding* i zadržnog ekosustava u Hrvatskoj i regiji. Europski zadržni savez je prepoznao naš rad te je Brlog nagradio kao najbolju europsku zadrugu koja promiče rodnu ravnopravnost u 2018. godini. Na nacionalnom nivou nagrađeni smo sudjelovanjem na Akceleratoru za društveno poduzetništvo, kao jedno od ukupno osam odabranih društvenih poduzeća iz Hrvatske. Ovih dana stiglo je i priznanje na lokalnom nivou te smo nagrađeni grbom Grada Zadra za poduzetništvo u 2018. Sudjelujemo na domaćim festivalima *craft* piva, aktivni smo u radu Udruženja malih nezavisnih pivovara, nastupamo na konferencijama i edukacijama vezanim za *crowdfunding*, zadrugarstvo, ljudska prava, kulturu i gastronomiju. Trenutno zapošljavamo tri osobe na puno radno vrijeme — upraviteljicu, voditeljicu proizvodnje i kuhara piva te po potrebi još jednog do dvoje pomoćnih radnika.

Hrvatsko tržište *craft* piva procjenjuje se na oko 50 milijuna kuna, od čega mi, u svojoj *start-up* fazi, držimo oko 1 %. Trend rasta *craft* pivarstva prisutan je u cijelom svijetu i to na prosječnoj godišnjoj razini od oko 10 % do 15 %. *Craft* segment tržišta piva, u Hrvatskoj prisutan posljednjih nekoliko godina, nudi kvalitetnije i raznolikije proizvode od onih koji su u masovnoj proizvodnji prisutni stoljećima. Također, danas je većina velikih hrvatskih (i stranih) pivovara u vlasništvu dvije najveće korporacije u svijetu. Time se lokalni karakter u ovoj gospodarskoj grani razvodnio, a pivo

uniformiralo u mnoštvo lager inačica bez karaktera. Takva piva i proizvođači na tržištu postoje dugo, ali s nedostatkom raznolikosti, izbora, osobnosti te bez pomaka u kvaliteti i društvenom angažmanu.

VIZIJA

Želimo biti nezavisna i društveno angažirana pivovara u vlasništvu zadrugara; prepoznatljivo mjesto druženja, vrhunske *craft* hrane, učenja o pivu i društvenom poduzetništvu te inkubator novih ideja i projekata.

VRIJEDNOSTI

Daljnim nastavkom poslovanja želimo osnažiti vrijednosti na kojima Brlog počiva. Temeljne vrijednosti Brloga su društvena odgovornost, optimizam, povjerenje i nezavisnost.

Društvena odgovornost. Manifestira se kroz udruživanje, suradnju i podršku inicijativama i akcijama za solidarnost, ljudska prava, društveno poduzetništvo, inovacije, alternativno financiranje te kroz brigu o zaposlenicima, članovima Zadruga i ulaganje u dobrobit zajednice. Bez diskriminacije na bilo kojoj osnovi, svaki član ima pravo glasa po principu jedan član = jedan glas.

Optimizam. U Brlogu dijelimo stav da naše pozitivno djelovanje i ustrajnost ostavljaju i pozitivan trag na sve oko nas. Pozitivnim stavom otvaramo se i prema inovativnim načinima u pristupima kuhanju piva i financiranja, upravljanju i drugim aspektima života naše Zadruga. Lakše je biti hrabar, kad si optimist.

Povjerenje. Razvijanje odnosa povjerenja s partnerima i kupcima jednako je bitno kao i razvijanje povjerenja unutar Zadruga. Važno nam je uvažavati jedni druge, slušati i biti saslušan. Transparentnost je zajamčena Pravilima Brloga, a iskrenost, odgovornost i nepotkupljivost ne smiju se dovoditi u pitanje zbog stjecanja bilo osobne dobiti ili dobiti Zadruga.

Nezavisnost. Želimo ostati slobodna zanatska (*craft*) pivovara u vlasništvu članova Zadruga. Bez kompromisa.

POTREBA

Proizvodimo pivo u prostorno i vremenski limitiranom prostoru poduzetničkog inkubatora grada Zadra. Unutar istog, ima još prostora za proširenje kapaciteta za okvirno 30 %, što je plan i učiniti tijekom 2019. godine. Za to su potrebna ulaganja u opremu za fermentaciju piva, distribuciju točenog piva, nabavu nove i nadogradnju postojeće opreme za punjenje te stabilizaciju i širenje prodaje ulaganjima u marketing i zapošljavanje.

Prema rezultatima dosadašnjeg poslovanja Brloga, na Skupštini smo zaključili Brlog ima mogućnosti postati značajni tržišni igrač u svijetu *craft* piva i društvenog poduzetništva u Hrvatskoj. Kako bi se taj cilj mogao realizirati u narednih 5 godina, detektirali smo najslabije točke proizvodnje i poslovanja te definirali sljedeće: nedostatak opcije točenog piva i opreme koja je za to potrebna, preopterećenost proizvodnim djelatnostima, premala angažiranost u prodaji i lansiranju novih proizvoda te nedovoljna ulaganja u promo materijale.

Od vlastitih resursa, pozitivnih financijskih sredstava natječaja te *cash flowa*, tijekom ove dvije godine uložili smo preko 400.000 kn u opremu i time ostvarili maksimalni trenutni kapacitet od oko 860 hL godišnje, odnosno 7.000 litara mjesečno. Od kolovoza 2018. zaposlen je i treći radnik u proizvodnji, koji je fokusiran na kuhanje piva i kreiranje novih recepata. Time su stvoreni preduvjeti za daljnji razvoj i investicije, dobiveno je na vremenu koje će biti maksimalno uloženo u prodaju i marketinške aktivnosti, kao i planiranje i provođenje širenja članstva u Zadruzi. Ostaju za riješiti nabava opreme kako je u nastavku predloženo.

RJEŠENJE

Navedeni uvjeti rasta, poboljšanja kvalitete proizvoda i šire etabliranje na pivskom prostoru Hrvatske, biti će osigurano slijedećim aktivnostima sukladno nabavom potrebne opreme:

- × Povećanje kapaciteta proizvodnje za 30 % — nabava novog fermentora
- × Uvođenje točenog piva — nabava kegova, točionika i opreme za punjenje i pranje
- × Promo materijali — dizajn, nove etikete, čaše, pakiranja
- × Prilagodbe u prostoru i opremi pivovare
- × Zapošljavanje — osiguranje treće plaće za vansezonski, zimski period
- × Nabava dostavnog vozila
- × Hladna komora za skladištenje kegova.

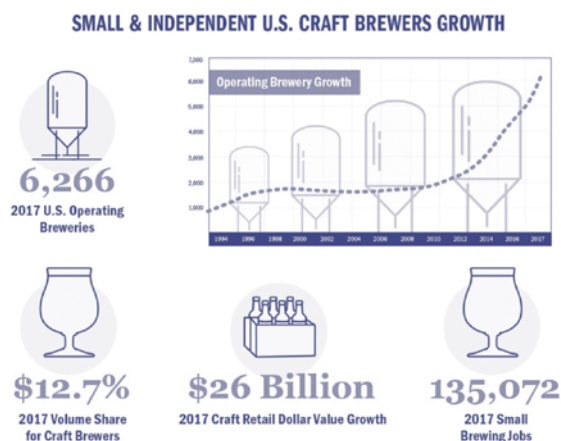
TRŽIŠTE

Udio *craft* piva na globalnom tržištu piva iznosi oko 12 %, s trendom rasta u prosjeku od 10 % do 15 % godišnje. Neke

velike pivovare koje drže "domaće" brendove pokrenule su i vlastite mikro pivovare, kao odgovor na rast popularnosti *craft* pivovara. Prema predviđanjima očekuje se udvostručavanje tržišta *craft* piva u narednih 5 godina.

Kupci *craft* piva su osobe koje žele isprobavati nove okuse, koje uz pivo žele kupiti i priču koja stoji iza proizvoda. Primarni fokus stavljanju na kvalitetu, okus, originalnost i, možda i najvažnije, da kupovinom imaju direktan društveni utjecaj.

Craft pivovarama se smatraju mikro i male pivovare koje predvodi majstor pivar i koje su prepoznatljive kvalitetom i kretivošću. Radi zaštite interesa malih pivovara i zajedničkog postavljanja na tržištu, ove godine je pokrenuta inicijativa za kreiranjem znaka "craft pivovara". Radi se o udruženju Malih nezavisnih pivovara (MNP) unutar Hrvatske gospodarske komore, u kojem smo i mi aktivni. Udruženje se zalaže za ravnopravnost na tržištu i štiti interese malih nezavisnih pivovara. Za razliku od generalnog pojma *craft* (obrt, zanat), male nezavisne pivovare su precizno definirane Zakonom o trošarinama, tako što se u obzir uzimaju količinu proizvodnje te pravna i ekonomska nezavisnost.



SLIKA 1. RAST MALIH NEZAVISNIH PIVOVARA U SAD-U.

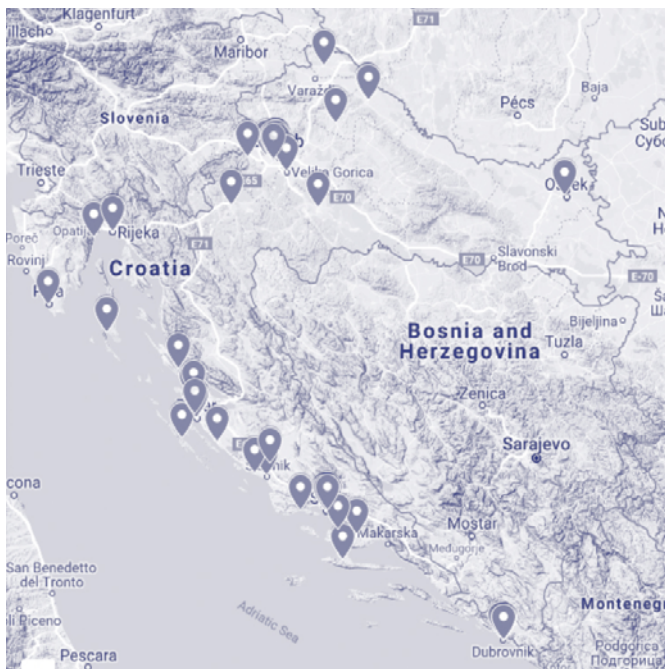
BRLOG NA TRŽIŠTU

Već smo prvog tjedna na tržištu, na festivalu *craft* piva u Zadru, a zatim i u nekoliko lokalnih kafića, rasprodali svo tada proizvedeno pivo — oko 1.800 litara. To nam je dalo potvrdu kvalitete prvog proizvoda, koja se nastavila razvijati u sada već dobro prihvaćeni brend. Razloge jakog odaziva tržišta u samom startu možemo pronaći u vrlo uspješnoj i medijski popraćenoj *crowdfunding* kampanji za financiranje opreme, odrađenoj nekoliko mjeseci prije početka proizvodnje. U javnosti je najviše odjeknula činjenica da zadružnu pivovaru *crowdfundingom* financiraju i svojim rukama grade dvije poduzetnice, koje su hobi i ideale odlučile pretvoriti u posao. Maja i Ana, predvodnice kampanje i tada buduće zadruge, udružile su se s prijateljima i članovima obitelji da bi zajedničkim snagama i financijama ostvarile san o pivovari temeljenoj na njihovim vrijednostima. Na to ih je

potakla želja za stvaranjem dobrih i zanimljivih proizvoda, vlastitih radnih mjesta, ali i bunt prema društvenoj apatiji i raznim društvenim i ekonomskim predrasudama kojima su bile okružene. Tako su i prva dva proizvoda dobila pozitivne, odvažne i slobodne žene na etiketama: Plavušu i Neposlušnu.

Plavuša je svijetlo pivo stila *American blonde ale*. S ovim smo pivom probijali led i povezali se s prvim kupcima. Na tržištu je od kolovoza 2016. i prisutno je u svim većim gradovima Hrvatske. Preko mreže dostavljača prodaje se direktno ugostiteljima (oko 20 %) i privatnim kupcima u manjem obimu. Distributeri u Zagrebu, Splitu, Dubrovniku i Istri te trgovački lanci (Kaufland, Vrutak, Victa) i nekolicina trgovina najveći su dio prodaje (oko 80 %). Radi se o bocama od pola litre, koje su puno rjeđe prisutne u *craft* pivarstvu, a potražnja upravo za takvim pakiranjima je sve više tražena u Hrvatskoj. Uz veličinu pakiranja prihvatljivu osobama koje će tek početi piti *craft* pivo, Plavuša je pristupačna i zbog pitkosti vezane za aromu, gorčinu i sadržaj alkohola.

Početkom listopada 2018. godine, iz Brloga je plasirano i drugo pivo – **Neposlušna** – crveno pivo u stilu *hoppy red ale*, koje je okusom i aromom intenzivnije od Plavuše i time bliže *craft* segmentu tržišta. U izradi su i nove recepture i etikete, među ostalim i tamno pivo koje planiramo ponuditi u zimskoj sezoni. Točeno pivo uvodimo postupno. Na ovaj način prije dizajniranja nove etikete svaki recept možemo testirati na tržištu pa tako nuditi i veći izbor piva puno češće. Za ugostitelje koji traže manja pakiranja, razmatra se mogućnost uvođenja boca od 0,33 dL.

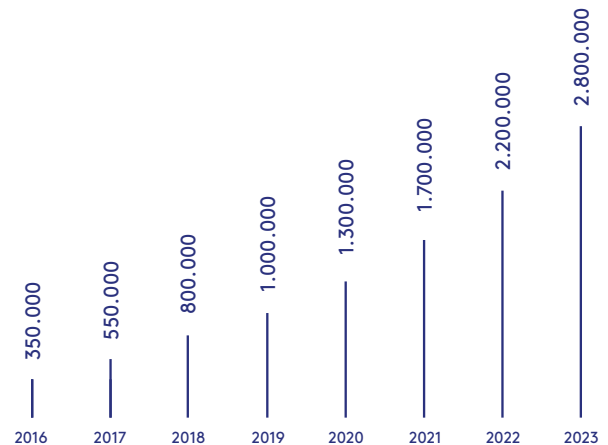


SLIKA 2. LOKACIJE NA KOJIMA MOŽETE POPITI PLAGUŠU I NEPOSLUŠNU

Uz postojeće tržište i potencijal u razvoju proizvodnje i više različitih receptura, očekuje se rast prodaje oko 30 % godišnje do 2023., većim dijelom na račun prodaje točenog piva i povećanog prisustva na festivalima, adventima i drugim događanjima koja prakticiraju točenje piva. Zbog planiranog

češćeg uvođenja novih stilova piva, očekujemo povećanu vidljivost kod *craft* publike. Rad na rastu prodaje boca uključuje ekspanziju na trgovačke lance koji u sve većoj mjeri pokreću poseban segment s policama *craft* piva u svojim trgovinama i time razvijaju željeni imidž ponuditelja kvalitetnih i/ili lokalnih proizvoda.

Slika 3. (u nastavku) prikazuje poslovanje kroz rast prodaje te projekciju. Prosječni rast iznosio je 51 % a planirani rast je u prosjeku 30 % godišnje kroz narednih 5 godina.



SLIKA 3. RAST PRODAJE I PROJEKCIJE

TIM

Brlog je zadruga od 15 osoba, koje su ujedno i suvlasnici. U ukupnom članstvu 47 % čine žene, a tim predvode Ana Teskera i Maja Šepetavec u upravi i proizvodnji. Obje su zaposlene u zadrugi, a od kolovoza 2018. tu je i dodatni kuhar piva (uskoro član zadruge). Uz zaposlenike, stalnu pomoć u pitanjima strategije i upravljanja predstavlja Odbor za članstvo i strategiju. Posebno smo imenovali i Tim za marketing i odnose s javnošću te Miriteljicu u Zadrugi.

Ana Teskera (34 g.) – upraviteljica Zadruge. Ana je vrtlog ideja, kreativne praktičnosti i odvažnosti. Njezini horizonti neprestano se šire, a "to je to" efekt pronašla je u pokretanju Brloga s Majom. Ne priznaje "ne može se", inercija i dosada njoj su iritirajuća stanja kojima prkosi hedonističkim i praktičnim mijenjanjima svakodnevnice zbilje. Uvjerena je da je Brlog ekipa, ako zatreba, u stanju izgraditi i željeznicu – samo da bi vlak imao kuda ići. DIPL.ING. PREHRAMBENE TEHNOLOGIJE; VODITELJICA PROIZVODNJE U OBITELJSKOJ VINARIJI (7 GODINA), KOKULTANTICA I ENOLOGINJA (VIŠE VINARIJA), PREDAVAČICA VINARSTVA, VODITELJICA USPJEŠNE CROWDFUNDING KAMPANJE ZA BRLOG I SAME ZADRUGE 2,5 GODINE. EDUKACIJE O PODUZETNIŠTVU (CALLEGARI ZG, AKCELERATOR ZA DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVU), EU PROJEKTIMA (ALGEBRA ZG), GRUPNOM FINANCIRANJU (CROWDFUNDING ACADEMY ZG) I OCIJENJIVANJU PIVA (HOMEBREW PRVENSTVO HRVATSKE).

Maja Šepetavec (34 g.) – voditeljica proizvodnje. Ako želite sagraditi kuću, rastaviti i sastaviti tvornicu, napraviti savršeno pivo u najtežim mogućim uvjetima (...) i pritom dobiti more pozitivne energije – tražite Maju. Principijelna, pažljiva i uvijek nasmijana – Maja je partnerica s kojom bi bez straha otišli na kraj svijeta. Ništa joj nije teško, a nama s njom sve djeluje lako. Jedna je od dvije suosnivačice Brloga, u kojem je pronašla plodno tlo za svoje talente, strasti i ideale. OSNIVANJE ZADRUGE, POKRETANJE CROWDFUNDING KAMPANJE, VOĐENJE NABAVE, PROIZVODNJE, TEHNOLOGIJE, PRODAJE – VIŠE MANJE SVEGA U START UP FAZI BRLOGA. PRIJAŠNJA ISKUSTVA U PROIZVODNJI PEKMEZA I UGOSTITELJSTVU. FAKULTET SOCIOLOGIJE I PEDAGOGIJE U ZADRU, EDUKACIJA O GRUPNOM FINANCIRANJU (CROWDFUNDING ACADEMY ZG).

Hrvoje Milovac (37 g.) – pivar. Obožava pivo, zna sve o pivu i u tome je pronašao svoj životni poziv. (On je to zaista nazvao pozivom!). Strastven je u smišljanju novih receptura, kuhanju piva i plesanju salse. Nakon mnogo godina u Zagrebu, ostavio je uredski posao i preselio u Zadar da bi zasukao rukave, ostvarivao snove, sudjelovao u zadržnim izazovima i doprinio *craft* sceni Hrvatske. BACC.OEC., ZAPOČEO S RADOM U KOLOVOZU 2018., DUGOGODIŠNJE ISKUSTVO KUHANJA RAZNIH STILOVA PIVA U KUĆNIM UVJETIMA I, RADA U TELEKOMUNIKACIJAMA.

Marko Jurjević (37 g.) – predsjednik Skupštine i član Odbora za članstvo. Zadrarin koji je uvijek tu kad zatreba, dežurni "đavolji odvjetnik", glas razuma i informatičkih inovacija. Dodatno je i zamjenski vozač i dostavljač kada službeni pivomobil zakaže ili kada nekoga treba zamijeniti. DIPL.INF., ASISTENT VIŠE INFORMATIČKIH KOLEGIJA NA FAKULTETIMA U GOSPIĆU I ZADRU, ISKUSTVO NASTAVNIKA INFORMATIKE U OSNOVNIM I SREDNJIM ŠKOLAMA.

Veljko Šagi (54 g.) – predsjednik Odbora za članstvo. Naš svjetionik. Beskompromisno inzistira na kvaliteti i ogroman je izvor ljudskog kapitala. Najiskusniji član Brloga, poznaje cijeli grad i nezamislivo je instalirati bojler bez njega, a kamoli sagraditi pivovaru, pronaći majstore ili odigrati strateški potez. PREDSEDNIK ŠAHOVSKOG SAVEZA ZADARSKE ŽUPANIJE, TRENER ŠAHA, VODITELJ UDRUGE VINSKI KRUŽIĆ.

Robert Pašičko (38 g.) – član Odbora za članstvo. Lumen za *crowdfunding*, vođenje projekata, društveno poduzetništvo i obnovljive izvore energije. Potiče akciju, progresivan i s golemom vjerom u ljude. Nepresušna mreža poznanstava i svjetski putnik. DOKTOR ZNANOSTI I DOCENT NA GEOTEHNIČKOM FAKULTETU, SUOSNIVAČ ZELENE ENERGETSKE ZADRUGE, CROWDFUNDING AKADEMIJE, ALTERNATIVE FINANCE LAB-A PROGRAMA UJEDINJENIH NARODA ZA RAZVOJ.

Matea Bronić (34 g.) – dizajnerica i članica Tima za marketing i odnose s javnošću. Talent koji trenutno dijele MoMA iz San Francisca i Brlog! MAG. DIZAJNA, ART DIREKCIJA, KREIRANJE VIZUALNOG IDENTITETA BRLOGA.

Željka Jurlina (28 g.) – članica Tima za marketing i odnose s javnošću. Borkinja za ljudska prava, vječita zviždačica i

stup oslonac. Stroga i nepotkupljiva, ukazuje na društvene probleme, predlaže rješenja, voli ljude, voli prirodu i stalno smišlja nove načine probijanja društvenih prepreka i barijera. DIPLOMIRANA SOCIOLOGINJA I PEDAGOGINJA, RAD NA DRUŠTVENIM MREŽAMA U BRLOGU, COPYWRITING I PODRŠKA ZA RAZNO.

Ivana Šepetavec (40 g.) – Miriteljica i članica Odbora za članstvo. Seka! Ona je poput apaurina, gasi vatre, ublažuje stres. Ivana je i kontrola leta, ratio i važna podrška, kad god je potrebno. Dobro sluša i podiže samopouzdanje. MAGISTRICA ZNANOSTI IZ PODRUČJA PEDAGOGIJE, PROF. SOCIOLOGIJE I FILOZOFIJE, 3. GODINA REALITETNE TERAPIJE, EDUKACIJA ZA MIRITELJICU TE ODGAJATELJICA U UČENIČKOM DOMU.

Ivan Kardum (31 g.) – član Odbora za članstvo. Puzla ozbiljnosti i entuzijazma koja stiže iz prve hrvatske etične banke. Reality check u mnogim situacijama, kao i izvor brojnih informacija. MAG.OEC, ISKUSTVO POKRETANJA ZADRUGE ZA ETIČNO FINANCIRANJE I ETIČNE BANKE (U OSNIVANJU).

Marijan Runjić (44 g.). Tzv. Munja, ili od milja Munjopedia. Ono što Maja & Ana ne mogu same, i za što ni Šagi ne nađe ad hoc majstora, onda to dobije Munja, koji u svojoj alatnici izreže, zavari, popravi, napravi. Izradio je sve aparature za kućno pivarstvo, s kojima su kreirani prvi Brlog recepti za pivo. MAJSTOR ALATNIČAR, POMOĆ U IZRADI I KONTROLI TEHNOLOGIJE U BRLOGU.

Josip Teskera (28 g.). Braco! Radio u obiteljskoj vinariji i u proizvodnji pekmeza (pritiskao gumbiće, testirao pumpe i uređaje, kuhao, fermentirao, pakirao, prevezio). Oba iskustva bila su timski rad s Anom i Majom čime je postao provjeren najbolji kandidat za sljedećeg zaposlenika u pivovari. Odgovara mu radno odijelo za proizvodne pogone koliko i kravata za prodaju. ISKUSTVO RADA U INDUSTRIJAMA HRANE I PRODAJI.

Angelina Šahinović (34 g.). Anđa je naše ogledalo. Ako nismo sigurne tko smo i što radimo – pogledamo Anđi u lice, i sve nam odmah istrese u facu. Šarmantna, a bez dlake na jeziku. Poznaje mnogo trgovačkih putnika i ima korisne savjete iz svijeta prodaje. Anđa je zakon, kao i njen kauč, koji koristimo kad god smo u Zagrebu. DIPL. ING. PREHRAMBENE TEHNOLOGIJE S ISKUSTVOM RADA S TERENSKIM PRODAVAČIMA.

Vera Jahaj (34 g.). Ne buni se kad treba tegliti gajbe po festivalima, posudit tuđi auto da to napravi, uzeti slobodan dan i radit na festivalu, istraživati bespuća interneta, lijepiti plakate... Osim zbog prijateljstva i zadržarstva, sve ovo radi i jer je naučila o kruhu sa sedam kora u obiteljskoj pekari. I Vera je zakon, i ključevi od njenog zagrebačkog stana koje nam je napravila, da nam se nađu. BACC.OEC., SUPERVIZORICA ODJELA ZA TEHNIČKU PODRŠKU APLIKACIJAMA, EDUKACIJE ZA SALESFORCE CRM I SAP MODULE (FINANCIJE, PRODAJA I DISTRIBUCIJA.) ISKUSTVO VOĐENJA PEKARE. RAD U ODJELU ZA KUPCE.

Feđa Mandarić (43 g.). Uvijek dežurni za ono što se nikom drugom ne da. Odvezi, dovezi, dođi na festival, budi lijep,

šarmiraj klijentice, pomoz, za(d)ruži. Ležerni duh Brloga.
RAD NA PIVSKIM FESTIVALIMA, POMOĆ I USKAKANJE KAD GOD ZATREBA.

Milan Kekin (47 g.). Mile Kekin voli pivo, i to ne samo Hladno. A posebno voli kad se pivu doda viši cilj, kao što je slučaj kod društvenog poduzetništva i demokratizacije društva.
FRONTMEN GRUPE HLADNO PIVO I POMOĆ U PR-U.

MREŽA, SURADNJE, ZAJEDNICA

Putem *crowdfunding* kampanje (više na: [Indiegogo](#)) stvorili smo mrežu prvih kupaca i podržavatelja — preko tristo ljudi iz Hrvatske i cijelog svijeta. Gradski inkubator poduzetništva, tvrtka Inovativni Zadar d.o.o., ustupanjem prostora za proizvodnju podržao nas je prilikom pokretanja proizvodnje. Podrška je stigla i od cijelog niza aktera u različitim fazama razvoja, kako u lokalnoj zajednici tako i šire: COIN coworking prostor, Crowdfunding Academy Zagreb, Zadruga za etično financiranje, Zadruga za dobru ekonomiju, ACT grupa i Akcelerator društvenog poduzetništva, Vox Feminae (pr. projekt Strašne žene), 3P Split, udruge, obrazovne institucije i inicijative na temu poduzetništvo i društveno poduzetništvo, zatim *craft* pivarstvo i kućno pivarstvo te brojni mediji.

Europski savez zadruga koji obuhvaća 84 zadruga saveza iz 33 države Europe predstavljajući time interese 176.000 europskih zadruga s ukupno 141 milijuna članova, 2018. godine proglasio je Brlog najboljom europskom zadrugom koja promiče rodnu ravnopravnost. Projekt smo predstavili na godišnjoj skupštini Saveza u Kopenhagenu. O kvaliteti piva i poslovnog modela govore brojni intervjui i ocjene na pivskim portalima i Facebook stranici Brloga, ali i rast u uvjetima otvaranja mnogobrojnih novih pivovara, počevši od čiste nule.

Kao Zadruga smo aktivni u društvenim događanjima, zalažemo se za motivaciju *start-upova* prenošenjem iskustava dobre prakse i rušenjem stereotipova (ekonomskih i društvenih). Podržavamo brojne udruge u organizaciji evenata i planiramo i dalje razvijati kulturu suradnje i solidarnosti.

Ono što je prije dvije godine bila utopija, sada pretvaramo u lokomotivu društvenih promjena i prepoznatljive lokalne proizvode vrhunske kvalitete.



SLIKA 4. DODJELA NAGRADE MYCOOP STORY NA GODIŠNJOJ SKUPŠTINI ZADRUŽNOG SAVEZA EUROPE

KONKURENCIJA

Prije pet godina pokrenulo se prvih nekoliko *craft* pivovara u Hrvatskoj. U posljednje dvije godine taj se broj popeo na 50-ak malih nezavisnih pivovara. Raste i broj kupaca *craft* piva iz dana u dan. Većina ponuditelja pokazuje lokalni karakter i zadržava se u granicama RH. Mnogi od njih međusobno i surađuju, kao što je slučaj i s tri zadarske *craft* pivovare, s kojima smo u prijateljskim odnosima. Udruga malih nezavisnih pivovara u Hrvatskoj zajednički nastupa prema tržištu kreirajući znak kvalitete, a kojim ćemo se razlikovati i od pivovara u nepoznatom vlasništvu i onih koji odstupaju od kriterija malih i nezavisnih. Sve je više ugostitelja koji podržavaju *craft* pivovare, kao i onih koji se isključivo na njima i baziraju.

ULAGANJA I UČLANJIVANJE U ZADRUGU

Tijekom 2019. godine planiramo uložiti 300.000 kn u proširenje proizvodnih kapaciteta, pojačan marketing, nove proizvode, dostavno vozilo, nadogradnje i zapošljavanje. Učlanjivanjem novih članova planiramo kroz članarine i dodatne zadrugačke uloge prikupiti potrebna sredstva i ojačati Brlog zajednicu kvantitativno i kvalitativno. Želimo širiti bazu ljudi koji slično razmišljaju i kojima je stalo do učinka na društvo.

Ulaganja su predstavljena kroz dva osnovna cilja:

1. Proširenje kapaciteta za 30 %, pojačan marketing, uvođenje točenog piva
2. Osiguranje kvalitete (hladne komore), nadogradnja postojeće opreme, zapošljavanje dodatnog radnika i nabava dostavnog vozila

Planirana ulaganja.

1. Povećanje kapaciteta proizvodnje za 30 % — novi fermentor (60.000 kn)
2. Promo materijali — dizajniranje, etikete, čaše, promo ambalaža i materijali, web (40.000 kn)
3. Uvođenje točenog piva — nabava kegora, točionika i popratne opreme (50.000 kn)
4. Hladna komora za skladištenje piva (30.000 kn)
5. Edukacija i zapošljavanje dodatnog radnika — pokrivanje plaće četvrtog radnika tijekom 4 mjeseca (20.000 kn)
6. Dostavno vozilo (50.000 kn)
7. Nadogradnje postojeće opreme i prostora — povećanje efikasnosti modifikacijom opreme za punjenje i kuhanje, dodatni novi fermentor (uz zamjenu 2 postojeća fermentora) — (60.000 kn)

UKUPNO, prvi cilj: **310.000 kn**

UKUPNO, drugi cilj: **500.000 kn i preseljenje u novi prostor.**

Početak kampanje je **26. 11. 2018.** i traje do **21. 12. 2018.**

Tablica 1. OSTVARIVANJE POVLASTICA

Cijena osnovnog zadružnog uloga iznosi 1.000 kn te kao takva predstavlja upis u Zadrugu, po niže opisanom postupku.

Cijena svakog dodatnog zadružnog uloga iznosi 6.000 kn. Minimalno se mora uplatiti jedan, a maksimalno se može uplatiti 11 dodatnih uloga i time se ostvaruje od 1 do 11 Jedinica raspodjele dobiti (JRD).

Iznos uplate (6.000 kn = 6k)	6k	12k	18k	24k	30k	36k	42k	48k	54k	60k	66k
Broj ostvarenih jedinica raspodjele dobiti (JRD) prema pravilniku o raspodjeli dobiti (1 JRD = 1 dodatni zadružni ulog od 6.000 kn)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
PRAVO GLASA I SUDJELOVANJE NA SKUPŠTINI	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
EQUITY - PRAVO SUDJELOVANJA U DOBITI PREMA BROJU JRD	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
MOGUĆNOST KANDIDIRANJA ZA UPRAVNE ODBORE U BRLOGU	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
PAKET PIVA PO IZBORU JEDNOM GODIŠNJE NA ODABRANOJ HR ADRESI	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
BRLOG PROMO ŠABLONA ZA IZRADU GRAFITA S PORUKAMA VRIJEDNOSTI, 4 ČAŠE I MAJICA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
20% POPUST PRI KUPOVINI BRLOG PROMO MATERIJALA (NPR. ČAŠE, MAJICE...)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5% POPUST PRI DIREKTHOJ KUPOVINI PIVA U BRLOGU, U BUDUĆOJ PIVNICI KOD UGOSTITELJA S KOJIMA BRLOG UGOVORI SURADNJU		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
MOGUĆNOST PREDLAGANJA NEVLADINIH ORGANIZACIJA I INICIJATIVA ČIJE ČE PROJEKTE/AKCIJE BRLOG PODUPIRATI FINACIJSKI, OBJAVAMA I/ILI U PROIZVODIMA			+	+	+	+	+	+	+	+	+
DVA PAKETA PIVA PO IZBORU, JEDNOM GODIŠNJE NA ODABRANOJ HR ADRESI				+	+	+	+	+	+	+	+
40 L TOČENOG PIVA ILI ČETIRI PAKETA PIVA S PERSONALIZIRANIM ETIKETAMA JEDNOM GODIŠNJE (RH)						+	+	+	+	+	+
80 L TOČENOG PIVA ILI OSAM PAKETA PIVA S PERSONALIZIRANIM ETIKETAMA ZA PRIVATNI EVENT JEDNOM GODIŠNJE (RH)								+	+	+	+
80 L TOČENOG PIVA ILI OSAM PAKETA PIVA S PERSONALIZIRANIM ETIKETAMA ZA PRIVATNE EVENTE DVA OUTA GODIŠNJE (RH)										+	+

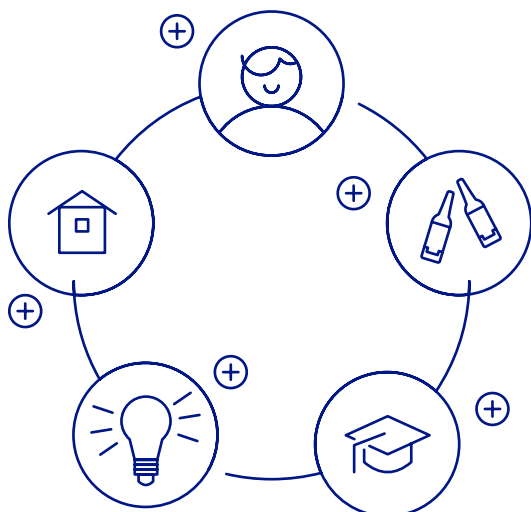
Prava i obveze članova Zadruge.

Prava članova uređena su Pravilima Brlog zadržune pivovare. Vizija i vrijednosti nalaze se u Brlogovom manifestu. I Pravila i Manifest su svi članovi obavezni usvojiti svojim potpisom.

Kako i zašto postati članom Zadruge.

Učlanjivanjem u Brlog zadržnu pivovaru:

- Ostvaruješ suvlasničke beneficije (equity, tj. sudjelovanje u dobiti i pravo glasa na Skupštini)
- Podržavaš stvaranje novih vrijednosti kroz rad i razvoj Zadruge
- Pomažeš očuvanje postojećih i stvaranje novih radnih mjesta kroz podršku drugim društvenim poduzećima, *start-upovima* i *craft* pivovarama
- Potičeš proizvodnju i dugoročno utječeš na rast standarda života u Hrvatskoj
- Ostvaruješ mogućnost sudjelovanja u zdravom i inovativnom ekonomskom pothvatu
- Podržavaš demokratizaciju društva i podižeš svijest o važnosti društvenog poduzetništva
- Potičeš stvaranje platforme koja podržava male kućne pivare da stvaraju jedinstvene lokalne recepte piva
- Sudjeluješ u kreiranju novih trendova na tržištu i u društvenom poretku
- Dobivaš transparentan uvid u poslovanje
- Ostvaruješ prava predlaganja novih ideja i planiranja budućnosti Zadruge
- Dobivaš člansku iskaznicu kojom ostvaruješ popuste pri kupovini piva u objektima u kojima to imamo ili ćemo imati ugovoreno
- Ostvaruješ ostale beneficije kako je prikazano u Tablici 1. na prethodnoj stranici.



Raspodjela dobiti, povrat ulaganja i društvena korist.

→ Minimalno 35 % neto dobiti će se uvijek reinvestirati prema Članku 38. Pravila Zadruge. Preostala dobit, prema odluci Skupštine, dijelom će se reinvestirati, a dijelom raspodijeliti članovima počevši od 2022. godine (dodjela dobiti nije zajamčena te ovisi o poslovnoj godini i odluci Skupštine, a planira se isplata minimalno 20 % dobiti).

→ Interni Pravilnik o raspodijeli dobiti propisuje način raspodjele dobiti koju Skupština odluči isplatiti glasovanjem dvotrećinskom većinom, a prema evidenciji Jedinica raspodjele dobiti (JRD).

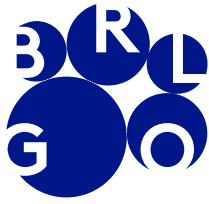
→ Za trenutne odnose zadružnih uloga i projekcije dobiti potrebno je iskazati interes za članstvom i obratiti se upravi Zadruge izravno mailom na membership@brlog.beer

→ Ukupni zadružni ulogi, bez obzira na količinu ili broj članova, sumom uvijek iznose 100 %.

→ 2 % dobiti će se uvijek ulagati u lokalne projekte na temu društvena odgovornost, održivi razvoj, razvoj civilnog društva, demokratizacija društva te inovacije i podrška razvoju *craft* pivarstva. Taj se udio ulaganja planira podizati do ukupno 10 % tijekom narednih 8 godina. Dio će se uložiti u vidu novčane pomoći, dio u uslugama i edukacijama te dio u samim proizvodima. Prilikom odabira projekata i intenziteta financiranja, voditi će se smjericama iz Brlog manifesta, a za tu prigodu će se interno osnovati Odbor za ulaganje u pozitivne projekte.

Postupak učlanjenja u Zadrugu.

- (1) Iskazivanje interesa — prijava za kratki online intervju s jednim članom Odbora za članstvo (suglasnost učlanjenja člana/ice Odbora šalje se upravi mailom).
- (2) Popunjavanje, potpisivanje i slanje (poštom) ugovora koji, radi usklađenosti s GDPR-om, na uvid imaju samo Upraviteljica i Odbor za članstvo, a ispunjava se nakon intervjua.
- (3) Pregled odnosa zadružnih uloga na dan pristupanja Zadrugi (na uvid se dobiva prilikom intervjua ili ispunjavanja ugovora; nije javni dokument radi GDPR-a).
- (4) Uplata osnovnog zadružnog uloga u iznosu od 1.000 kn na račun Zadruge
- (5) Uplata minimalno 1, a maksimalno 11 dodatnih zadružnih uloga (JRD-ova) na račun Zadruge.



ZADRUŽNA
PIVOVARA

info@brlog.beer
www.brlog.beer

facebook.com/BRLOGpivovara
instagram.com/brlog.pivovara/
twitter.com/brlogbrewery

Voditeljica projekta:

Ana Teskera, upraviteljica Zadruge +38598620849

Odbor za članstvo:

Veljko Šagi, predsjednik Odbora za članstvo
Ivana Šepetavec
Marko Jurjević
Maja Šepetavec (+385 95 869 6894)
Ana Teskera
Robert Pašičko
Ivan Kardum



ŠAHOVSKI
KLUB
CASPER
ZADAR



market