
Социальная ответственность и пивоваренная отрасль

Международная конференция
«Стратегия развития пивоваренной
отрасли в современных условиях»
Москва, 28 октября 2011 года

Стратегия корпоративной социальной ответственности (КСО)
www.carlsberggroup.com/CSR - CSR@Carlsberg.com

Андерс Беринг, старший менеджер по вопросам
взаимодействия с органами государственной власти
anders.bering@carlsberg.com

Алексей Кедрин, Директор по корпоративным связям и информации
ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»
kedrin@baltika.ru

CARLSBERG GROUP
GROWING
RESPONSIBLY

-
- Пиво и общество
 - Carlsberg Group и «Балтика»
 - Корпоративная социальная ответственность (КСО) в Carlsberg Group
 - Каким образом КСО может способствовать решению острых общественных вопросов?

AGENDA

Пиво и общество — факты и предубеждения...



- Пиво является **натуральным продуктом** и изготавливается из **натуральных ингредиентов!**
 - Есть люди, которые ошибочно полагают, что для производства пива применяются «химикаты», а не ячмень и хмель.
 - Есть и такие, кто заблуждаются, считая, что красное вино, в отличие от пива, богато витаминами.
- Если мы признаем, что алкоголь следует **употреблять умеренно**, то **пиво — это, пожалуй, лучший выбор** по следующим причинам:
 - пиво является слабоалкогольным напитком;
 - пиво не содержит ни жиров, ни холестерина;
 - употребление пива способствует укреплению костей.
- При условии **умеренного потребления** в сочетании со **здоровым образом жизни пиво не** приводит к увеличению веса.
 - Некоторые ошибочно полагают, что пиво более калорийно, чем другие алкогольные напитки.
 - Нет фактов, подтверждающих, что «пивной живот» появляется от употребления пива



КСО оказывает положительное влияние на общество



Защита окружающей среды

- Мы прилагаем усилия к снижению воздействия на окружающую среду
- Мы эффективно используем природные ресурсы

Ответственное потребление

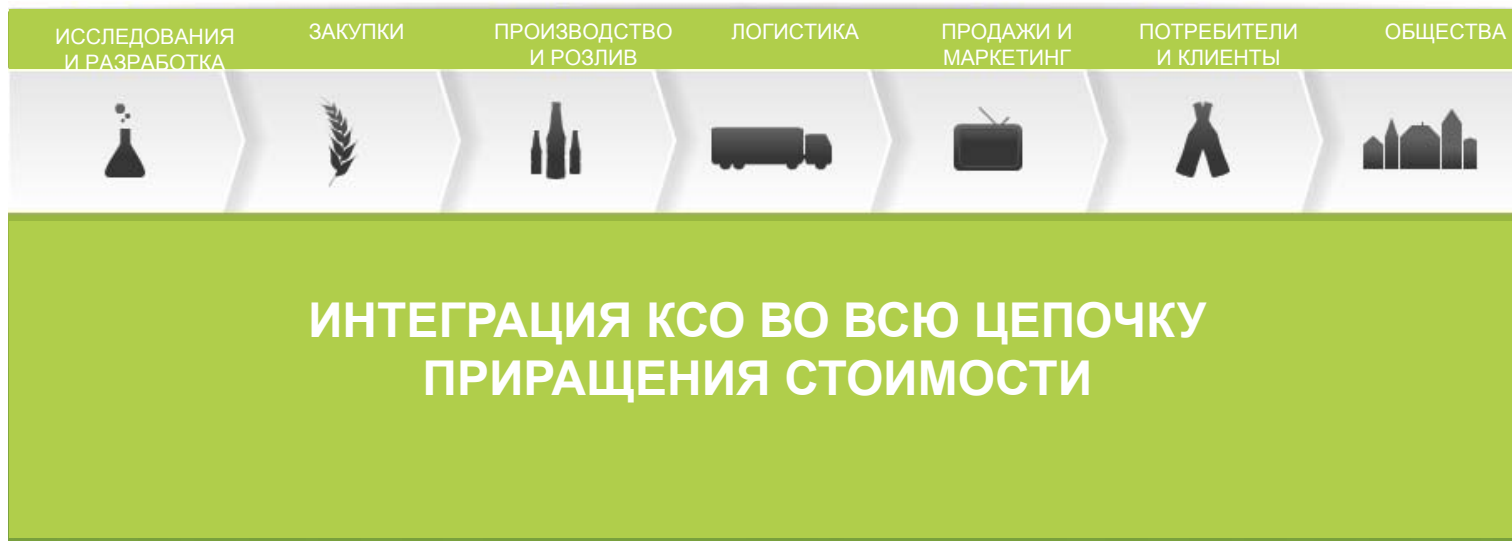
- Мы поддерживаем ответственное потребление пива
- Мы ведем борьбу со злоупотреблением алкоголем

Взаимодействие с местным сообществом

- Мы взаимодействуем с заинтересованными лицами и партнерскими организациями
- Мы участвуем в развитии местных сообществ, выделяя средства на общественные нужды

Маркетинговые коммуникации

- Мы практикуем ответственный подход в маркетинге нашей продукции



Соблюдение трудовых прав и прав человека

- Мы обеспечиваем высокие трудовые стандарты для своих сотрудников
- Мы проявляем заботу о работниках и поощряем их карьерный рост

Обеспечение охраны труда

- Мы заботимся о производственной безопасности и благополучии своих сотрудников
- Мы обеспечиваем безопасность на рабочем месте

Деловая этика

- Мы применяем высокие этические стандарты ко всем деловым операциям
- Мы поддерживаем действия, направленные на борьбу с коррупцией

Ответственный выбор поставщиков

- Мы требуем от наших поставщиков приверженности высоким стандартам КСО
- КСО является составной частью цепочки приращения стоимости



Carlsberg Group сегодня



№ 1

в Северной и Восточной Европе и
четвертая по величине
пивоваренная компания в мире

150

рынков по всему миру

500

различных брендов
пива

41 000

сотрудников на трех континентах

15 900 000 000

литров пива и других напитков
продано в 2010 году



География Carlsberg (2010 год)

Баланс между растущими и зрелыми рынками

СЕВЕРНАЯ И ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА



43%

ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА
ПРОДАЖ

46%

ПРИБЫЛИ ЕВИТ

ЦЕЛЬ:

Улучшить конкурентоспособность и выручку

ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА



41%

ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА
ПРОДАЖ

45%

ПРИБЫЛИ ЕВИТ

Вклад «Балтики» в результаты Группы:

Объемы: **33%**

ЕВИТ: **37%**

Обеспечить прибыльный рост

АЗИЯ



16%

ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА
ПРОДАЖ

9%

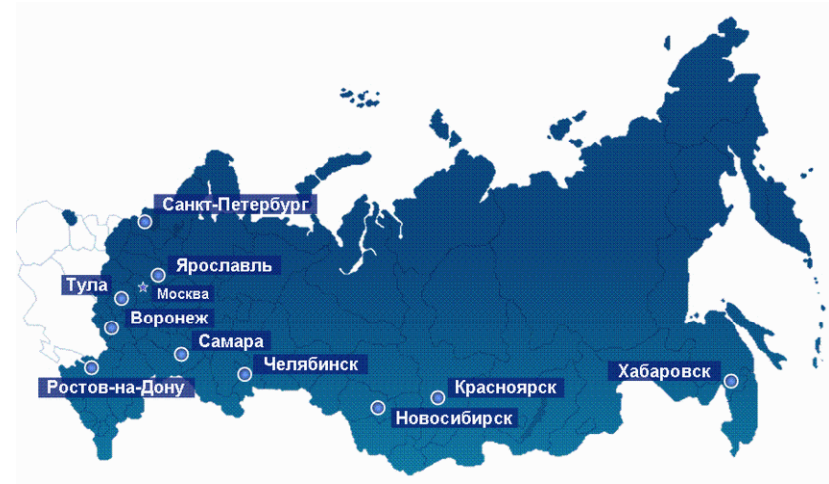
ПРИБЫЛИ ЕВИТ

Построить платформу для роста

Пивоваренная компания «Балтика» сегодня



- Компания **№1** в России, доля на рынке — **39,2%***
- «Балтика» — бренд **№1** в Европе по объемам продаж
- Более **30** брендов пива и **9** непивных брендов
- Объем производства — **5,2 млн гл** в месяц
- Пивоваренные заводы в **10** городах России, **1** завод в Азербайджане
- **2** собственные солодовни
- Продажи в **98%** торговых точек России
- Продукция компании представлена в более чем **70** странах
- **70%** российского экспорта пива
- **> 10 000** сотрудников
- Бюджет на социальные и благотворительные проекты в 2010 году – **122 млн рублей**



* Источник: компания AC Nielsen по городам России за 1 полугодие 2010 года

КСО является частью бизнес стратегии



Руководящий комитет связывает стратегию КСО с принятием решений на самом высоком уровне



Анн-Мари Сков
Старший вице-президент по коммуникациям и КСО



Халил Юнес
Старший вице-президент по продажам, маркетингу и инновациям



Рой Багаттини
Старший вице-президент регион Азия



Юрий Быкориз
Вице президент по цепочке поставок Carlsberg Украина



Роджер Моус
Старший вице-президент по персоналу



Петер Эрнстинг
Старший вице-президент по цепочке поставок



Ян Тиме Расмуссен
Вице-президент Группы по финансовым вопросам



Ульрик Андерсен
Вице-президент по юридическим вопросам и управлению рисками



Исаак Шепс
Президент Carlsberg UK



Бенгт Эрландссон
Вице-президент по закупкам

→ Функциональные и региональные лидеры по КСО являются основой стратегии КСО в Carlsberg Group

8 ключевых областей КСО и некоторые цели



- Потребление энергии 29 кВт-ч/гл. (сокращение на 10%)
- Выбросы углекислого газа — 8,2 кг CO2/гл. (снижение на 6%)
- Водопотребление 3,9 гл./гл. (снижение на 9%)

- Поощрение ответственного потребления пива
- Борьба со злоупотреблением алкоголем

- Фонды поддержки общественных инициатив во всех компаниях
- Система стратегической классификации мероприятий в рамках «заботы об обществе» и оценки результатов

- Нет случаев несоответствия политике маркетинговых коммуникаций
- 100% сотрудников отдела маркетинга прошли обучение Политике



- Вовлеченность персонала как ключевой показатель эффективности менеджеров
- Разработка обучающих материалов и проведение обучения по правам сотрудников

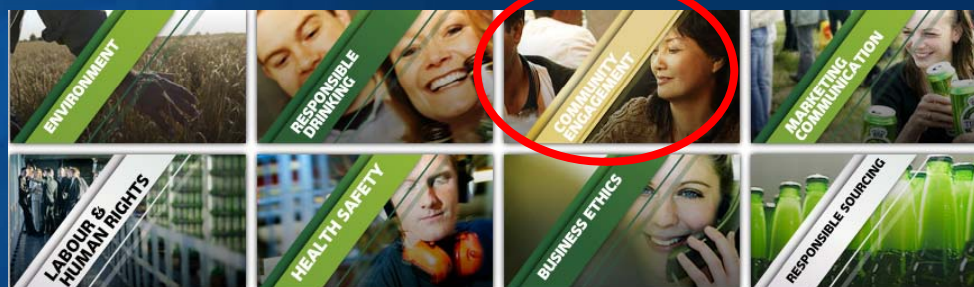
- Снижение количества несчастных случаев на производстве на 30%
- Снижение тяжести несчастных случаев на производстве на 26%

- Все сотрудники ознакомлены с политикой в области деловой этики
- 100% руководящих работников прошли обучение политике

- Выполнение оценки риска КСО для всех международных ресурсных проектов
- Внедрение программы по ответственной заготовке ресурсов для всех поставщиков Группы

- Подробная информация на www.carlsberggroup.com/CSR





Забота об обществе

Компании, входящие в Carlsberg Group, являются неотъемлемой частью общества и производят продукцию, способствующую сплочению людей, а также приносят пользу местному населению

Забота об обществе — помощь больницам и ветеранам



В 2010 году более 122 млн рублей направлено на благотворительные проекты и социальную помощь

Несколько примеров:

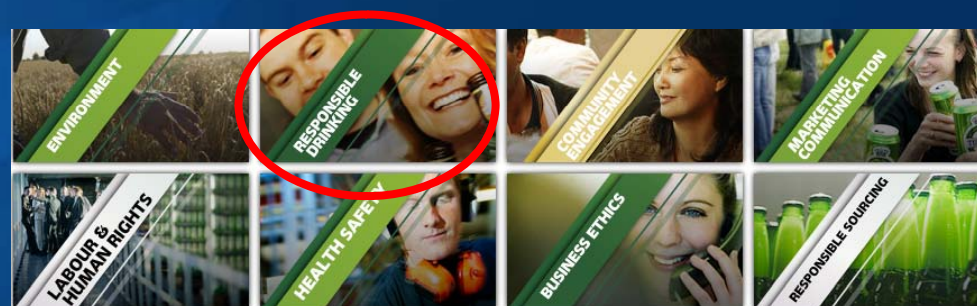
Балтика помогает больницам:

- ☉ Детская областная больница в Ярославле
- ☉ Санкт-Петербургский научно-исследовательский детский ортопедический институт
- ☉ Санкт-Петербургский детский хоспис
- ☉ Реабилитационный центр «Дом надежды на горе»
- ☉ Тульская городская больница скорой медицинской помощи им. Д.Я. Ваныкина
- ☉ Челябинское городское общественное движение «Искорка», оказывающее помощь детям, страдающим онкологическими заболеваниями.

Балтика помогает ветеранам войны:

- ☉ «Долг» — благотворительная программа помощи ветеранам ВОВ, начатая правительством Санкт-Петербурга
- ☉ Концерт для солдат новосибирской роты
- ☉ Помощь более чем 400 инвалидам, ветеранам войны и работникам тыла в Ярославле
- ☉ Восстановление мемориальной доски «Тульский рубеж».





Ответственное потребление

Мы в компании Carlsberg знаем о пиве все. Мы ясно осознаем его преимущества и свою роль в снижении отрицательных последствий злоупотребления пивом как для отдельного человека, так и для общества в целом

Ответственное потребление пива – Памятка для барменов



Компания «Балтика» с Ассоциацией Барменов России разработала руководство по ответственному употреблению алкоголя и распространила его среди барменов

Эти памятки распространяются в барах и кафе, чтобы помочь барменам общаться с посетителями, злоупотребляющими алкоголем

Памятка состоит из ряда инструкций по безопасному и ответственному употреблению алкоголя

На одной ее стороне отпечатаны «инструкции по безопасности» для бармена, а на обратной — рекомендации для посетителей



Ответственное потребление пива – Пивной дозор



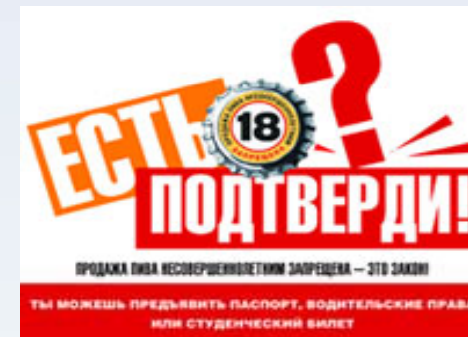
Акция «Есть 18? Подтверди!»,
запущенная в 2009 году, направлена
на соблюдение запрета на продажу
пива несовершеннолетним.

Поведение продавцов влияет на имидж компании

«Пивной дозор» предотвращает продажу пива
несовершеннолетним и повышает уровень
осведомленности продавцов

Задачи «дозора»:

- Предотвращать продажу пива
несовершеннолетним и сообщать продавцам о
незаконности такой продажи
- Побуждать продавцов проверять документы у
покупателей
- Привлечь внимание общественности к
проблеме употребления алкоголя
несовершеннолетними





Защита окружающей среды

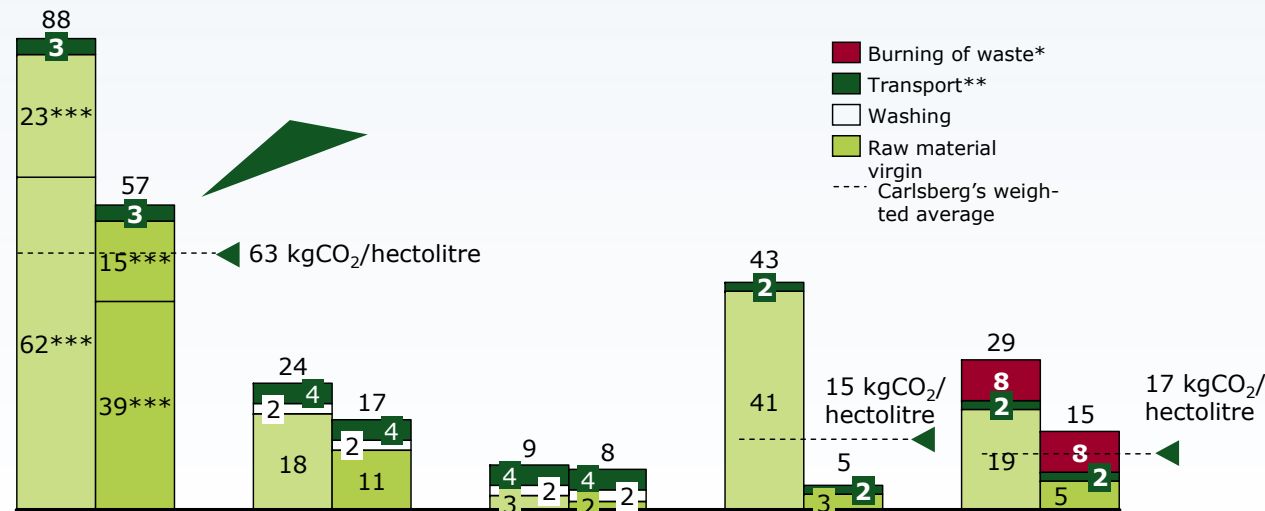
Ответственный подход к охране окружающей среды чрезвычайно важен для нашего бизнеса. Основную часть сырья и ингредиентов нам предоставляет сама природа, поэтому долгосрочный успех нашего бизнеса связан с состоянием окружающей среды в тех местностях, где мы работаем

Минимизация воздействия на окружающую среду



- ☰ Механизм анализа жизненного цикла позволяет оценить влияние различных видов упаковки и транспортировки на окружающую среду.
- ☰ Таким образом мы можем удостовериться, что наши решения включают воздействие на окружающую среду.
- ☰ Например, одноразовые стеклянные бутылки имеют негативное воздействие на окружающую среду в 4-5 раз больше возвратных бутылок

Emissions from different packaging types
KgCO₂/hectolitre



Окружающая среда. «Охотники за стеклом» помогают собирать стеклянные бутылки для вторичной переработки



- В сотрудничестве с сетью супермаркетов «Лента» компания «Балтика» организовала пункты приема стеклянных бутылок в Санкт-Петербурге и Новосибирске.
- Эта инициатива направлена на решение экологических проблем, связанных с упаковкой товара, и популяризацию возврата стеклянной тары.
- Тем самым повышается эффективность использования и переработки тары, уменьшается вредное воздействие на окружающую среду.

Программа по сбору стеклотары «Охотники за стеклом»
 Внесите свой вклад в сохранение экологии родного города! Помогите городу стать чище!

**11 МАЯ–30 ИЮНЯ ЕЖЕДНЕВНО
 С 11.00 ДО 21.00 БЕЗ ВЫХОДНЫХ**

Прейскурант цен на тару:

Стекло	Объем тары	Цена за тару
Стекло 1	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 2	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 3	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 4	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 5	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 6	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 7	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 8	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 9	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 10	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 11	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 12	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 13	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 14	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 15	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 16	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 17	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 18	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 19	0,5 л	12 руб. 00 ц.
Стекло 20	0,5 л	12 руб. 00 ц.

Сдать стеклотару можно на территории 5-ти гипермаркетов «ЛЕНТА»:

- Выборгское шоссе, 11
- Ул. Саушкина, 112
- Ул. Рухомова, 61
- Ул. Вурьяновская, 48
- Таллинское шоссе, 138

Сервисная линия компании «Балтика»: 8-800-333-03-03 (звонок по России бесплатный)
 Контактный центр компании «Лента»: 8-800-100-4-411 (звонок по России бесплатный)



Вопросы?



CARLSBERG GROUP
**GROWING
RESPONSIBLY**

THIRST

FOR

Great people
Great brands
Great moments

GREAT