



BRITISH AMERICAN  
TOBACCO  
РОССИЯ

# Социальный отчет



2006  
2007

Social Report





© «Бритиш Американ Тобакко Россия», 2007  
Все права защищены.

Воспроизведение материалов полностью  
или частично возможно исключительно  
с письменного согласия владельца авторского права.

© *British American Tobacco Russia*, 2007  
*All rights reserved.*

*No part of this publication may be reproduced  
without the prior permission in writing of the copyright owner.*

СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ 2006–2007 SOCIAL REPORT



# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Обращение Управляющего директора «БАТ Россия» Кингзли Уитона</b>	4	› Дополнительные темы, поднятые участниками	
Глава <b>1</b>		6 Техническое регулирование	95
<b>Что такое социальная отчетность.</b>		7 Социальная реклама	95
<b>Развитие социальной отчетности в России</b>	6	8 Охрана окружающей среды	95
› Стандарт AA1000	9	9 Курение и здоровье	96
› Глобальная инициатива по отчетности (GRI)	9	10 Ответственный маркетинг	98
› Глобальный договор ООН	10	› Обязательства компании, принятые по результатам четвертого цикла социальной отчетности «БАТ Россия» (2006–2007)	100
› «Социальная хартия российского бизнеса»	11	Глава <b>6</b>	
Глава <b>2</b>		<b>Независимое аудиторское заключение «Бюро Веритас Русь» по заверению социальной отчетности «БАТ Россия»</b>	108
<b>О компании</b>	12	Глава <b>7</b>	
› Общая информация	12	<b>Приложения</b>	118
› Принципы ведения бизнеса «Бритиш Американ Табакко»	13	1 Список участников	118
Глава <b>3</b>		2 Справка о российском законодательстве, регулирующем курение в общественных местах	122
<b>Процесс социальной отчетности «БАТ Россия»</b>	17	3 Выдержки из Рамочной конвенции по борьбе против табака по теме «Борьба с незаконным оборотом табачных изделий (контрабандная и контрафактная табачная продукция)»	123
› Цель	17	4 Политика «БАТ Россия» в области корпоративных социальных инвестиций (КСИ)	126
› Задачи	17	5 Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области охраны труда и окружающей среды в 2005–2006 годах: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI)	134
› Стандарты и методология	17	6 Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области охраны труда, прав человека в 2006 году: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI)	143
› Формат и участники	17	7 Принципы работы в сфере трудовых отношений «БАТ Россия»	154
› Этапы	18	8 Отчет о выполнении обязательств, принятых «БАТ Россия» по результатам третьего цикла социальной отчетности (2004–2005)	164
I Исследование и подготовка	18	9 Глоссарий	168
II Диалог 1	19	Глава <b>8</b>	
III Диалог 2	19	<b>Контактная информация</b>	173
IV Реализация плана действий, подготовка и распространение социального отчета	20	Глава <b>9</b>	
› Верификация	20	<b>Форма обратной связи</b>	175
› Информирование общественности	21		
Глава <b>4</b>			
<b>Общий обзор предыдущих циклов социальной отчетности «БАТ Россия»</b>	22		
› Первый цикл социальной отчетности (2001–2002)	23		
› Второй цикл социальной отчетности (2002–2003)	23		
› Третий цикл социальной отчетности (2004–2005)	25		
Глава <b>5</b>			
<b>Четвертый цикл социальной отчетности «БАТ Россия» (2006–2007)</b>	26		
› Общий обзор	26		
1 Предотвращение курения среди несовершеннолетних	28		
2 Борьба с незаконным оборотом табачных изделий: контрафактная и контрабандная табачная продукция	49		
3 Курение в общественных местах	60		
4 Взаимодействие с местным сообществом	75		
5 Информирование потребителей	86		

# CONTENTS

<b>Foreword by Kingsley Wheaton, General Manager of BAT Russia</b>	4	› Other Topics Raised by Participants	
<b>Chapter 1 What is Social Reporting? Development of Social Reporting in Russia</b>	6	6 Technical Regulation	95
› AA1000 Series of Standards	9	7 Social Advertising	95
› Global Reporting Initiative (GRI)	9	8 Environmental Protection	95
› UN Global Compact	10	9 Smoking and Health	96
› Social Charter of Russian Business	11	10 Responsible Marketing	98
<b>Chapter 2 About the Company</b>	12	› Consolidated Table of Commitments Assumed by BAT Russia in Response to External Stakeholders’ Expectations in Cycle 4 of Social Reporting (2006–2007)	104
Executive Summary	12	<b>Chapter 6 Independent Assurance Statement of Bureau Veritas Rus on BAT Russia Social Reporting</b>	108
British American Tobacco Group Statement of Business Principles	13	<b>Chapter 7 Appendices</b>	118
<b>Chapter 3 The BAT Russia Social Reporting Process</b>	17	1 List of Participants	118
› Aim	17	2 Summary of Russian Legislation that regulates smoking in public places	122
› Objectives	17	3 Extract from the Framework Convention on Tobacco Control Pertaining to the Topic “Anti-Illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products”	123
› Standards and Methodology	17	4 BAT Russia Policy for Corporate Social Investments	126
› Format and Participants	17	5 BAT Russia Environmental Health and Safety Report 2005–2006: GRI Performance Indicators	139
› Stages	18	6 BAT Russia Labour Practices and Human Rights Report 2006: GRI Performance Indicators	143
I Study and Preparation	18	7 BAT Russia Statement of Employment Principles	154
II Dialogue 1	19	8 Report on Fulfilment of the Commitments Assumed by BAT Russia in Cycle 3 of Social Reporting (2004–2005)	166
III Dialogue 2	19	9 Glossary	168
IV Action Plan Implementating, Reporting and Communicating	19	<b>Chapter 8 Contact Information</b>	173
› Assurance	20	<b>Chapter 9 Feedback Form</b>	176
› Public Information	21		
<b>Chapter 4 Overview of BAT Russia Previous Social Reporting Cycles</b>	22		
› Social reporting Cycle 1 (2001–2002)	23		
› Social reporting Cycle 2 (2002–2003)	23		
› Social reporting Cycle 3 (2004–2005)	25		
<b>Chapter 5 BAT Russia Social Reporting Cycle 4 (2006–2007)</b>	26		
› Overview	26		
1 Underage Smoking Prevention	28		
2 Anti-illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products	49		
3 Smoking in Public Places	60		
4 Relations with the Local Community	75		
5 Consumer Information	86		



## ОБРАЩЕНИЕ УПРАВЛЯЮЩЕГО ДИРЕКТОРА «БАТ РОССИЯ» КИНГЗЛИ УИТОНА

### Уважаемые читатели!

Я рад представить вашему вниманию социальный отчет «Бритиш Американ Табакко Россия» («БАТ Россия») за 2006–2007 годы. Документ, который вы держите в руках, является результатом 4-го цикла социальной отчетности. Сложно переоценить важность этого процесса для нашей компании. Социальная отчетность помогает нам узнавать ожидания общества по отношению к «БАТ Россия», концентрировать свои усилия на решении действительно значимых для общества проблем и добиваться реальных результатов.

Наша компания начала социальную отчетность в 2001 году, и с каждым годом мы совершенствуем этот процесс. Основой социальной отчетности для «Бритиш Амери-

кан Табакко» по-прежнему являются диалоги с представителями общественности. Для нас все так же важны принципы стандарта AA1000AS: «полнота представленной информации» и «реагирование на запросы заинтересованных сторон», однако все больше внимания мы уделяем принципу «значимости представленной информации».

Отличительной особенностью 4-го цикла социальной отчетности является измененный подход к формату диалогов с общественностью: они стали более сфокусированными и были построены вокруг 5 тем, выбранных путем предварительного исследования. Этими темами для обсуждения стали «Борьба с незаконным оборотом табачных изделий: контрафактная и контрабандная продукция», «Предотвращение курения среди несовершеннолетних»,

## FOREWORD BY KINGSLEY WHEATON, GENERAL MANAGER OF BAT RUSSIA

### Dear Friends!

Welcome to the BAT Russia Social Report 2006–2007. This Social Report is based on the results of Cycle 4 of the social reporting process. It is difficult to overestimate the role of social reporting in our company. The social reporting process helps us to understand society's expectations for BAT Russia, to focus on the issues that concern our stakeholders and to achieve meaningful results.

BAT Russia embarked on the process of social reporting in 2001, and each year we improve the process. Regular stakeholder dialogue continues to be at the heart of BAT Russia's social reporting process. We are

still committed to the AA1000AS principles of completeness and responsiveness. However, we now concentrate more on the principle of materiality. What makes Cycle 4 of the social reporting process different from the previous ones is a new format for stakeholder dialogues. They have become more focused by being based on five topics selected as a result of preliminary studies: Anti-illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products, Underage Smoking Prevention, Smoking in Public Places, Consumer Information, and Relations with the Local Community. We invited experts in these fields to participate in the discussion. This has improved the effectiveness of stakeholder dialogues so that the number of commitments assumed by

«Курение в общественных местах», «Информация для потребителей», «Взаимодействие с местным сообществом». К обсуждению данных вопросов мы пригласили экспертов в соответствующих областях. Благодаря этому повысилась эффективность диалогов, что не могло не сказаться на количестве принятых обязательств: если в предыдущем, третьем цикле «БАТ Россия» приняла на себя 15 обязательств, то в рамках 4-го цикла их количество увеличилось до 27. Среди инноваций, внедренных в 4-м цикле, стоит отметить приглашение к диалогам новых групп участников: потребителей табачных изделий и торговых партнеров компании.

В новом отчете мы продолжаем предоставлять дополнительную информацию по некоторым показателям результативности в соответствии с новой версией Глобальной

инициативы по отчетности (GRI). Также в ответ на предложения представителей общественности мы приводим информацию об инициативах других компаний Группы «Бритиш Американ Табакко» в обсуждаемых областях.

Мы стремимся быть надежным, конструктивным партнером по диалогу. Нам очень важно ваше мнение о том, какой должна быть социально ответственная табачная компания и как мы можем улучшить наш процесс социальной отчетности. Мы будем очень признательны, если вы выскажете свое мнение, воспользовавшись формой обратной связи, которую вы найдете в конце отчета.

Искренне ваш,

*Кингзли Уитон*  
Управляющий директор «БАТ Россия»

5

BAT Russia has increased from fifteen in the previous Cycle 3 to twenty-seven in Cycle 4. Involving new groups of participants, such as consumers of tobacco products and the commercial partners of the company was another innovation in Cycle 4 of the social reporting process.

This Social Report also includes additional information on certain performance indicators derived from the updated Global Reporting Initiative (GRI) Guidelines. In response to stakeholder expectations we have also included information on related activities of other operating companies of British American Tobacco.

We intend to be a reliable and constructive partner in social dialogues. It is very important for us to know how well BAT Russia lives up to your expectations for a responsible tobacco company and how we can improve our social reporting process. We would be very grateful to you for sharing your opinion with us by using the feedback form which you will find at the end of this Social Report.

Regards,

*Kingsley Wheaton*  
General Manager of BAT Russia

## ГЛАВА 1

# ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ

Практика добровольной социальной отчетности<sup>1</sup> возникла в европейских странах более пятнадцати лет назад. Безусловно, это не означает, что до указанного времени компании не занимались социально ответственной деятельностью. Однако именно в начале 1990-х годов возникло понимание того, что участие коммерческих компаний в жизни общества не может и не должно ограничиваться сферой экономики: налогами, инвестициями и созданием рабочих мест. Как следствие, в определении ответственного бизнеса были включены такие аспекты, как активное участие в решении актуальных социальных и экологических проблем, ответственный подход к производству и маркетингу продукции, обеспечение трудовых прав и гарантий сотрудников, информационная открытость бизнеса. Со своей стороны,

компании осознали необходимость информировать общество о своей социально ответственной деятельности, которую они осуществляют на добровольной основе.

В таких условиях адекватным средством реагирования на растущие информационные и иные запросы общества является социальная отчетность, которая, во-первых, позволяет бизнесу информировать общество о своей деятельности в экономической, социальной и экологической областях и, во-вторых, представляет собой эффективный инструмент для анализа и оценки работы компании в указанных сферах. Грамотно организованный и построенный на диалоге с заинтересованными общественными группами процесс социальной отчетности позволяет бизнесу выявлять те проблемные области, которые являются приоритетными для общества на текущий

<sup>1</sup> Употребляются также термины: нефинансовый отчет, отчет в области корпоративной ответственности, отчет в области устойчивого развития.

## CHAPTER 1

### WHAT IS SOCIAL REPORTING?

### DEVELOPMENT OF SOCIAL REPORTING IN RUSSIA

The practice of voluntary social reporting<sup>1</sup> sprang up in Europe over 15 years ago. That certainly does not mean that no companies prior to that were involved in socially responsible activities. However, in the early 1990s an understanding arose that the participation of businesses in the life of society could not and should not be limited to the economic realm, i.e. taxes, investments, and job creation. As a result, the concept of a responsible business evolved to include active involvement in solving major social and ecological problems, a responsible approach to production and marketing, support both for labour rights and employee social guarantees, and transparency in the conduct of business through dissemination of

information. Companies, for their part, became aware of the need to inform society about the socially responsible activities that they perform on a voluntary basis.

This means that social reporting has become a worthwhile response to society's increasing demands on business, demands both for information and for other kinds of performance. Above all, it is a way for businesses to inform society about how their activities affect economic, social, and ecological issues. It is also an effective tool for analyzing and evaluating corporate performance in those areas. A well organised social reporting process based on a dialogue with stakeholders allows businesses to identify problem areas that have high social

<sup>1</sup> Other terms that are in use are: non-financial reporting; corporate social responsibility reporting; and sustainability reporting.

момент и в которых адресная поддержка со стороны бизнеса позволит добиться ощутимых улучшений.

Сегодня большинство крупнейших мировых компаний наряду с отчетами о своей финансовой и производственной деятельности публикуют в том или ином виде и социальные отчеты. По данным KPMG<sup>2</sup>, в 2005 году 64% из 250 ведущих компаний мира предоставляли нефинансовую отчетность на регулярной основе (для сравнения: в 2002 году – 45%). В 2006 году 85% компаний Великобритании, входящих в FTSE100<sup>3</sup>, представили нефинансовую отчетность, и еще 12% включили разделы, посвященные корпоративной ответственности, в свои веб-сайты и годовые отчеты (данные PricewaterhouseCoopers). В целом тенденция такова, что внедрение социальной

отчетности в корпоративную практику перестает быть прерогативой крупного бизнеса: вслед за лидерами в этот процесс постепенно включается все большее число компаний.

☑ В России социальные отчеты появились в 2001–2003 годах. Первыми российскими компаниями, начавшими процесс социальной и экологической отчетности с ориентацией на международные стандарты, стали «ГАЗПРОМ» (2001 год), «БАТ Россия» (2001–2002 годы), «Северо-Западная Лесопромышленная Компания» (2002–2003 годы), «ЮКОС» (2003 год). Всплеск интереса к теме нефинансовой отчетности был отмечен в 2004 году, когда одновременно около десяти российских компаний приступили к подготовке отчетов. Этому способствовали опубликованные переводы международных стандартов и руководств, подготовленные

<sup>2</sup> KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005.

<sup>3</sup> Один из основных европейских фондовых индексов Financial Times Stock Exchange 100.

significance where targeted assistance from a business can make a real difference.

Today social reports in one form or another are published by most major international companies, to accompany their financial and performance reports. According to KPMG<sup>2</sup>, 64% of 250 leading international companies regularly submitted non-financial reports in 2005 (compared to 45% in 2002). In 2006, 85% of UK companies belonging to the FTSE100<sup>3</sup> published non-financial reports, while an additional 12% included sections on corporate responsibility on their websites and in their annual reports (according to PricewaterhouseCoopers). The general tendency is that social reporting is no longer only for

large businesses. The example of the leaders is being followed by an increasing number of companies.

☑ The first social reports in Russia were prepared from 2001–2003 when GAZPROM (2001), BAT Russia (2001–2002), the North-Western Timber Company (2002–2003), and YUKOS (2003) began social and environmental reporting based on international standards. Interest in non-financial reporting soared in 2004 when some ten Russian companies started work on their first reports. The process was further advanced when the Agency for Social Information (ASI) and the NGO Ecoline published translations of international standards and guidelines that

<sup>2</sup> KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005.

<sup>3</sup> Financial Times Stock Exchange 100, one of the main European stock indices.

Агентством социальной информации и некоммерческой организацией «Эколайн» при финансовой поддержке «БАТ Россия»: «Стандарт верификации отчетов AA1000 Института социальной и этической отчет-

ности» (AccountAbility, Великобритания) и «Руководство по отчетности в области устойчивого развития» Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative (GRI), Великобритания).»

*В мировой практике существует более 20 различных стандартов и рекомендаций в области нефинансовой отчетности. На международном уровне разрабатываются стандарты, применимые к компаниям, работающим в разных странах и различных отраслях, и обеспечивающие совместимость показателей. Наибольшее распространение при подготовке отчетов получили следующие документы:*

- › Серия стандартов менеджмента и верификации AA1000
- › Руководство по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности
- › Глобальный договор Организации Объединенных Наций.

were made possible by the financial support of BAT Russia. Together they released the AA1000 Assurance Standard of the Institute

of Social and Ethical AccountAbility (United Kingdom) and the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines.»

*Over 20 different standards and recommendations for non-financial reporting are in use across the world. International standards are developed for companies working in different countries and industries to ensure comparability of indicators. The most frequently used are the following:*

- › AA1000 Series
- › GRI Sustainability Reporting Guidelines
- › UN Global Compact.

## Стандарт AA1000

✓ Разработанный международным Институтом социальной и этической отчетности (Institute of Social and Ethical AccountAbility) и впервые опубликованный в 1999 году, стандарт AA1000 устанавливает рамки процесса социальной отчетности. Данный стандарт предназначен для коммерческих, некоммерческих и общественных организаций, ставящих перед собой задачу повысить эффективность своих социальных инициатив. Основным инструментом при этом является диалог с представителями общественности. Стандарт не предъявляет жестких требований к формату и содержанию социальных отчетов, оставляя эти аспекты на усмотрение организаций. Согласно AA1000, конечной целью процесса социальной отчетности являются положительные

изменения в управлении и деятельности организации, принятие решений с учетом мнений представителей общественности, информирование общества о результатах деятельности организации.

Кроме рамочного стандарта, серия AA1000 также включает стандарт верификации (заверения) отчетов (AA1000 Assurance Standard, или AA1000AS) и международный стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами (AA1000 Stakeholder Engagement Standard, или AA1000SES).»

### Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, или GRI)

✓ Глобальная инициатива по отчетности была создана в 1997 году. Коалицией за экологически ответственный бизнес (The Coalition for Environmentally



Стандарт верификации отчетов (AA1000AS)

AA1000 Assurance Standard



Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами (AA1000SES)

AA1000 Stakeholder Engagement Standard

## AA1000 Series of Standards

✓ The AA1000 Series of Standards developed by the Institute of Social and Ethical AccountAbility and first published in 1999 provides a framework for social reporting. The Standards are designed for businesses, NGOs and public organisations that want to increase the effectiveness of their social initiatives. The main tool proposed by the Standards is a dialogue with society. The Standards do not set strict requirements for the format and content of social reports but leave that to the discretion of the various participating organisations. According to AA1000, the ultimate goals of social reporting are positive changes in the governance and operation of an organisation, recognition of the interests of external stakeholders as part of its decision-making

process, and release of information to society at large about how the organisation has performed.

In addition to the Framework Standard, the AA1000 Series includes the AA1000 Assurance Standard (AA1000AS) and the AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES).»

### Global Reporting Initiative (GRI)

✓ The GRI was founded in 1997 by the Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) in partnership with the United Nations Environment Programme (UNEP) for the purpose of developing and disseminating a common approach to reporting on the economic, environmental, and social performance of organisations.

Responsible Economies, или CERES) в партнерстве с Программой ООН по окружающей среде (UNEP) с целью разработки и распространения общепринятого подхода к отчетности, отражающей экономическую, экологическую и социальную результативность организаций.

GRI представляет собой систему показателей, описанных в Руководстве по отчетности в области устойчивого развития. В ее разработке участвовали тысячи представителей коммерческих, аудиторских, инвестиционных, экологических, правозащитных, исследовательских и профсоюзных организаций со всего мира. В октябре 2006 года была принята и утверждена новая версия Руководства (G3). На сегодняшний день система показателей GRI признается Организацией Объединенных Наций в качестве основного универсального инструмента корпоративной отчетности в области устойчивого развития.

Любая организация может применять Руководство GRI в качестве неформального пособия и либо поэтапно осуществлять содержащиеся в нем рекомендации, либо выбрать более сложный уровень подготовки отчета и полного соответствия требованиям GRI.»

### ✓ **Глобальный договор ООН (Global Compact)**

Это добровольная инициатива ООН, направленная на содействие устойчивому экономическому росту и повышению уровня гражданской ответственности корпораций. Задача Глобального договора – развитие принципов социальной ответственности бизнеса, обеспечение его участия в решении наиболее острых проблем общества как на глобальном, так и местном уровнях. В основу документа положены требования



Руководство по отчетности  
в области устойчивого  
развития

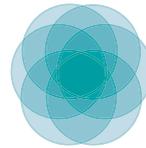
Sustainability Reporting  
Guidelines

The GRI presents a system of indicators described in the Sustainability Reporting Guidelines. Drafting the Guidelines has involved thousands of representatives worldwide from businesses and audit firms along with others from organisations involved in investment, environmental preservation, human rights, research, and trade unions. In October 2006 G3, the new version of the Guidelines, was adopted. At this time, the UN recognizes the GRI system of indicators as a universal tool for corporate sustainability reporting.

Any organisation may use the GRI Guidelines as an informal guide by either gradually adopting its recommendations or by taking on the more complex task of preparing a report in full compliance with GRI requirements.»

### **UN Global Compact**

✓ The Global Compact is a voluntary initiative launched by the UN to promote steady economic growth and increased corporate civic responsibility. The Global Compact was designed to articulate the principles of corporate social responsibility and involve companies in resolving key social issues both globally and locally. Its most fundamental requirements are those for public social reporting and transparency of corporate operations. The Global Compact establishes a set of universal principles regarding human rights, labour, environment, and anti-corruption and proposes that the business community follow them.»



## Социальная хартия российского бизнеса

к публичной социальной отчетности и прозрачности деятельности компании. Договор устанавливает и рекомендует деловому сообществу к применению набор основополагающих принципов в области соблюдения прав человека, норм трудовых отношений, охраны окружающей среды и противодействия коррупции.»

### «Социальная хартия российского бизнеса»

✓ В 2005 году Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) опубликовал «Социальную хартию российского бизнеса», в которой впервые в нашей стране были зафиксированы добровольные принципы ответственного корпоративного поведения и добровольной отчетности. В 2006 году РСПП при участии

Агентства социальной информации подготовил аналитический обзор «Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности»<sup>4</sup>.

Анализ отчетов показывает, что особенно значимыми российские компании считают вопросы социальной политики в отношении сотрудников, программы развития территорий своего присутствия, а также благотворительность и спонсорство. На эти программы компании направляют значительные средства. Так, затраты трех крупных нефтяных компаний (на основании данных отчетов) на решение социально значимых проблем составили в 2004 году более 16,5 млрд руб., что соответствует 0,1% ВВП.»

[Материал подготовлен Агентством социальной информации.]

<sup>4</sup> Основу обзора составила выборка из 280 компаний, ведущих бизнес в России и представляющих 10 ведущих отраслей российской экономики (некоторые отрасли промышленности, финансовый и телекоммуникационный секторы, розничная торговля). Выборка формировалась с учетом данных 25 российских и иностранных рейтингов. В каждой отрасли были выбраны первые 10–50 наиболее крупных компаний (в зависимости от количества компаний в отрасли). Подробно была проанализирована информация, которая содержится в опубликованных нефинансовых отчетах 26 компаний и соответствующих разделах годовых отчетов 14 компаний.

### Social Charter of Russian Business

✓ In 2005 the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs (RSPP) published the Social Charter of Russian Business, which was the first document in this country to set forth voluntary principles of responsible corporate conduct and voluntary reporting. In 2006 RSPP, together with the Agency for Social Information, prepared an analytic report entitled “Non-Financial Reports of Companies Operating in Russia: Practical Aspects in the Development of Social Reporting.”<sup>4</sup>

Analyzing these reports shows that Russian companies pay particular attention to their employee policies, development programmes for the territories in which they operate, and

also to charity and sponsorship opportunities. These programmes receive significant corporate funding. For example, according to their reports three large oil companies invested over 16.5 billion roubles (which equals 0.1% of the GDP) in social programmes in 2004.»

[This material is prepared by the Agency for Social Information (ASI).]

<sup>4</sup> The review was based on a sample of 280 companies working in Russia that represent 10 key sectors of the Russian economy (several branches of industry, finance, telecommunications, and retail). The sample was selected based on 25 Russian and international ratings. 10 to 50 of the largest companies (depending on the number of companies in a specific sector) were selected from each of the sectors. A detailed analysis of information from non-financial reports of 26 companies and specialized sections of annual reports of 14 companies was provided.

## ГЛАВА 2 О КОМПАНИИ

### Общая информация

✓ «Бритиш Американ Табакко Россия» («БАТ Россия») является отделением «Бритиш Американ Табакко» – всемирно известной табачной компании с самой широкой географией деятельности и более чем столетней историей успешного развития. «Бритиш Американ Табакко» занимает порядка 17% мирового табачного рынка и лидирует более чем в 50 странах. Компании Группы производят более 300 марок табачных изделий. Каждый шестой взрослый курильщик в мире выбирает сигареты, произведенные «Бритиш Американ Табакко». Компании принадлежат 52 фабрики в 44 странах. В компаниях Группы работает более 55 тысяч человек. Объем продаж составляет порядка 689 млрд. сигарет в год.

«Бритиш Американ Табакко» открыла свое первое представительство в России

в 1991 году. В 1994 году «Бритиш Американ Табакко» приобрела контрольный пакет акций Саратовской табачной фабрики и фабрики «Ява» в Москве. В 2004 году компания отметила 10-летний юбилей производственной деятельности в России. К концу 2006 года объем инвестиций «Бритиш Американ Табакко» в российскую экономику превысил 713 млн долларов США.

На сегодняшний день «БАТ Россия» является одним из лидеров российской табачной индустрии с долей рынка 22,4%. География деятельности охватывает около 600 городов во всей стране, а объем продаж в 2006 году составил около 80 млрд. шт. сигарет. В «БАТ Россия» работает более 3,8 тысячи сотрудников. Большинство из реализуемых в России сигарет производится на трех фабриках: «БАТ-Ява» в Москве, «БАТ-СПб» в Санкт-Петербурге и «БАТ-СТФ» в Саратове.

## CHAPTER 2 ABOUT THE COMPANY

### Executive Summary

✓ British American Tobacco Russia (BAT Russia) is a member of the British American Tobacco Group of companies, the world's most international tobacco company with more than 100 years of excellence and achievement. British American Tobacco accounts for approximately 17 per cent of global tobacco market share and is the leader in over 50 markets. With over 300 brands in its portfolio, British American Tobacco makes the cigarettes chosen by one in six of the world's adult smokers. The company operates 52 factories in 44 countries. The Group's companies employ over 55,000 people worldwide. The annual sales volume amounts to around 689 billion cigarettes.

British American Tobacco opened its first representative office in Russia in 1991. In 1994 British American Tobacco acquired the control stock in the Saratov tobacco factory and in Yava factory in Moscow. In 2004, the company marked its 10th anniversary of operations in Russia. By the end of 2006 British American Tobacco's investments into the Russian economy exceeded 713 million US dollars.

Today BAT Russia is one of the leaders of the Russian tobacco industry with a market share of 22.4 per cent. BAT Russia operations cover nearly 600 cities across the country. In 2006, the company's sales volume was some 80 billion cigarettes. At present, the company employs over 3,800 people. Most of the

Портфель марок «БАТ Россия» включает такие известные международные и российские марки, как Dunhill, Kent, Vogue, Rothmans, Pall Mall, Viceroy, Lucky Strike, Ява Золотая, Alliance, Ява.»

Цель «БАТ Россия» – стать лидером на российском табачном рынке. Однако понятие «лидерство» означает для нас не только первое место по объему продаж и доле рынка. Компания стремится стать лидером в области социальной ответственности. «БАТ Россия» убеждена, что устойчивое развитие возможно только при условии ответственного подхода к ведению бизнеса.

### **Принципы ведения бизнеса «Бритиш Американ Табакко»**

«Бритиш Американ Табакко» осуществляет свою деятельность в соответствии

с тремя Принципами ведения бизнеса: Принцип взаимной выгоды, Принцип ответственного управления продукцией и Принцип добропорядочного корпоративного поведения. Они были разработаны в рамках обязательства, принятого на себя центральным отделением «Бритиш Американ Табакко» в ходе процесса социальной отчетности в 2001–2002 годах. В их создании приняли участие сотрудники «Бритиш Американ Табакко» и представители общественности.

Каждому из трех Принципов соответствует несколько Основных убеждений, которые позволяют детально разъяснить его смысл. Принципы и Убеждения, лежащие в основе корпоративной социальной ответственности «Бритиш Американ Табакко», отражают специфику работы в табачной отрасли.



Центральный офис  
«БАТ Россия»

BAT Russia  
Head Office

cigarettes sold in Russia are produced at three factories, BAT-Yava in Moscow, BAT-SPb in Saint Petersburg and BAT-STF in Saratov.

BAT Russia's portfolio includes such popular international and local brands, as Dunhill, Kent, Vogue, Rothmans, Pall Mall, Viceroy, Lucky Strike, Yava Gold, Alliance, and Yava.»

BAT Russia's vision is to achieve leadership in the Russian tobacco market. However, by leadership we mean not only being first in sales volume and market share. We also strive to be leaders in social responsibility. BAT Russia believes that only a responsible approach to business can guarantee its sustainable development.

### **British American Tobacco Group Statement of Business Principles**

British American Tobacco operates according to three Business Principles: Mutual Benefit, Responsible Product Stewardship and Good Corporate Conduct. These business principles were developed by its head office (British American Tobacco p.l.c.) in consultation with managers of the company and external stakeholders following the commitment assumed by the company in the social reporting process of 2001–2002.

Each of the three Business Principles is supported by a number of Core Beliefs which explain what we think the principle means in more detail. The Business Principles and Core Beliefs cover the key issues that we believe

**Принцип взаимной выгоды** лежит в основе наших отношений с представителями общественности. Нашей главной целью является обеспечение стабильного дохода акционеров на долгосрочной основе. Для того чтобы успешно выполнить эту задачу, нам необходимо учитывать интересы всех, кто так или иначе связан с нашим бизнесом.

- › Мы убеждены в необходимости обеспечивать стабильный доход наших акционеров на долгосрочной основе.
- › Мы убеждены в необходимости вести конструктивный диалог со всеми, кто так или иначе связан с нашим бизнесом.
- › Мы убеждены в необходимости создавать творческую атмосферу для всех наших сотрудников.

› Мы убеждены в необходимости способствовать развитию страны и общества, в которых мы работаем.

› Мы убеждены в том, что сотрудничество с нашей компанией должно быть выгодным для наших поставщиков и других деловых партнеров.

**Принцип ответственного управления продукцией** лежит в основе того, каким образом мы удовлетворяем потребительский спрос на легальный продукт, который может служить причиной серьезных заболеваний. Разработка, производство и маркетинг нашей продукции должны осуществляться ответственно. Мы стремимся разработать коммерчески успешную табачную продукцию, которая со временем будет признана научным сообществом и государством.

underpin Corporate Social Responsibility (CSR) for British American Tobacco within the special circumstances of the tobacco business.

**Mutual Benefit.** The principle of Mutual Benefit is the basis on which we build our relationships with our stakeholders. We are primarily in business to build long-term shareholder value and we believe the best way to do this is to seek to understand and take account of the needs of all our stakeholders.

- › We believe in creating long-term shareholder value.
- › We believe in engaging constructively with our stakeholders.

› We believe in creating inspiring working environments for our people.

› We believe in adding value to the communities in which we operate.

› We believe that suppliers and other business partners should have the opportunity to benefit from their relationship with us.

**Responsible Product Stewardship.** The principle of Responsible Product Stewardship is the basis on which we meet consumer demand for a legal product that is a cause of serious diseases. Therefore, our products and brands should be developed, manufactured and marketed in a responsible manner. We

твенными органами как представляющая существенно меньший риск для здоровья.

- › Мы убеждены в необходимости предоставлять ясную и точную информацию о рисках, связанных с курением.
- › Мы убеждены в необходимости работать над снижением рисков для здоровья и в то же время уважать право взрослых людей, осведомленных о рисках, выбирать ту или иную продукцию.
- › Мы убеждены в том, что значимая информация о нашей продукции должна быть по-прежнему доступной.
- › Мы убеждены в том, что несовершеннолетние не должны потреблять табачные изделия.

- › Мы убеждены в том, что маркетинг нашей продукции должен осуществляться ответственно и должен быть направлен только на взрослых потребителей.
- › Мы убеждены в том, что табачная продукция подлежит соответствующему налогообложению, а незаконная торговля должна искореняться.
- › Мы убеждены в том, что регулирование табачной отрасли должно учитывать интересы всех представителей общества, включая потребителей табачной продукции и представителей табачной индустрии.
- › Мы убеждены в том, что вопросы, связанные с курением в общественных местах, должны решаться с учетом интересов и курильщиков, и некурящих.

also aspire to develop tobacco products with critical mass appeal that will, over time, be recognized by scientific and regulatory authorities as posing substantially reduced risks to health.

- › We believe in the provision of accurate, clear health messages about the risks of tobacco consumption.
- › We believe the health impact of tobacco consumption should be reduced whilst respecting the right of informed adults to choose the products they prefer.
- › We believe that relevant and meaningful information about our products should continue to be available.

- › We believe that underage people should not consume tobacco products.
- › We believe that our brands and products should be marketed responsibly and directed at adult consumers.
- › We believe in the appropriate taxation of tobacco products and the elimination of illicit trade.
- › We believe in regulation that balances the interests of all sections of society, including tobacco consumers and the tobacco industry.

**Принцип добропорядочного корпоративного поведения** лежит в основе деятельности нашей компании. Успех в бизнесе для нас неотделим от обязанности быть порядочными и соблюдать высокие стандарты поведения во всем, что касается нашего бизнеса. Мы не должны отступать от этих стандартов ради достижения коммерческих результатов.

- › Мы убеждены в необходимости соответствовать высоким стандартам поведения и порядочности.
- › Мы убеждены в том, что высокие стандарты корпоративной социальной ответственности должны получить распространение среди компаний табачной отрасли.
- › Мы убеждены в необходимости уважения фундаментальных прав человека.

- › Мы убеждены в том, что мнение табачной отрасли должно приниматься во внимание при выработке законодательных решений, которые ее затрагивают.
- › Мы убеждены в том, что наша деятельность должна соответствовать международным стандартам в области охраны окружающей среды.

- › We believe that public smoking should be approached in a way that balances the interests of smokers and non-smokers.

**Good Corporate Conduct.** The principle of Good Corporate Conduct is the basis on which all our businesses should be managed. Business success brings with it an obligation for high standards of behaviour and integrity in everything we do and wherever we operate. These standards should not be compromised for the sake of results.

- › We believe our businesses should uphold high standards of behaviour and integrity.
- › We believe that high standards of corporate social responsibility should be promoted within the tobacco industry.

- › We believe that universally recognized fundamental human rights should be respected.

- › We believe the tobacco industry should have a voice in the formation of government policies affecting it.
- › We believe in achieving world-class standards of environmental performance.



## ГЛАВА 3

# ПРОЦЕСС СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ «БАТ РОССИЯ»

### Цель

☑ Осуществляя процесс социальной отчетности, «БАТ Россия» стремится быть в курсе ожиданий, которые существуют у общества по отношению к нашей компании, и своевременно реагировать на них.»

### Задачи

- ☑ Компания ведет диалог с представителями общественности, чтобы в ходе открытого обмена мнениями:
- получать актуальную и достоверную информацию об ожиданиях заинтересованных сторон и основных проблемах, которые их волнуют в связи с деятельностью компании
  - предоставлять свои ответы на поднятые в ходе обсуждений вопросы, причем как в словесной форме, так и в виде практических действий.»

### Стандарты и методология

☑ «БАТ Россия» осуществляет процесс социальной отчетности в соответствии с требованиями стандарта AA1000, основным инструментом которого является диалог с представителями общественности. Кроме того, в Социальный отчет «БАТ Россия» за 2002–2003 годы и 2004–2005 годы, а также в настоящий отчет включена информация по ряду показателей, описанных в Руководстве по отчетности в области устойчивого развития, в рамках Глобальной инициативы по отчетности (GRI).»

### Формат и участники

☑ Основу процесса социальной отчетности составляют регулярные встречи-диалоги – между руководством «БАТ Россия» (членами Совета директоров и старшими менеджерами)

## CHAPTER 3 THE BAT RUSSIA SOCIAL REPORTING PROCESS

### Aim

☑ Through its social reporting BAT Russia seeks to understand society's expectations for our company and to respond to them promptly.»

### Objectives

- ☑ The company conducts stakeholder dialogue, which is an open exchange of views, in order to:
- obtain verifiable and up-to-date information about stakeholders' expectations and their key concerns regarding our company;
  - respond in words and actions to the issues raised.»

### Standards and Methodology

☑ Social reporting by British American Tobacco conforms to the AA1000 Standards which propose a dialogue with the community as the main reporting tool. In addition, BAT Russia's Social Reports for 2002–2003 and 2004–2005, as well as this report include information on a number of indicators from the GRI Sustainability Reporting Guidelines.»

### Format and Participants

☑ At the heart of BAT Russia's social reporting process is regular stakeholder engagement, or a dialogue between the company management

и представителями общественности (общественными группами, физическими и юридическими лицами, которые либо влияют на то, как компания осуществляет свою деятельность, либо испытывают ее влияние). К последним относятся сотрудники компании, представители органов законодательной и исполнительной власти, медицинских и образовательных учреждений, общественных организаций, делового сообщества, жители домов, расположенных вблизи фабрик «БАТ Россия», а также потребители продукции компании.

Для того чтобы обеспечить эффективный и открытый обмен мнениями, компания приглашает для ведения диалогов фасилитатора – независимого посредника, который помогает участникам выразить свою позицию и сформулировать ожидания, фиксирует их, а также следит за соблюдением установленных правил проведения диалогов.»

## Этапы

☑ Каждый цикл процесса социальной отчетности «БАТ Россия» состоит из четырех последовательных этапов.

### I Исследование и подготовка

На данном этапе проводится внутрикorporативное исследование, в результате которого определяется круг тем, представляющих наибольший интерес для компании в данный момент. Параллельно ведется сбор и обновление фактических данных. Далее определяются основные общественные группы, представителей которых необходимо пригласить к участию в диалогах по обозначенным темам, а также круг вопросов, связанных с социальной деятельностью компании и представляющих актуальными для данных групп. После того как определены тематические границы

(members of the Top Team and senior managers) and stakeholders. By definition, a stakeholder is any person or organisation on whom the company's business impacts or whose actions impact on the company. These include company employees, regulators, representatives of public health and educational institutions, public organisations, the business community, residents of apartment buildings adjacent to BAT Russia factories as well as consumers.

To ensure an effective and open discussion, the company engages a facilitator — an independent mediator — whose role is to help participants express their views and formulate their expectations. The facilitator also records those expectations and makes sure that the rules for conducting dialogues are followed.»

## Stages

☑ Each of BAT Russia's social reporting cycles includes four consecutive stages.

### I Study and Preparation

This stage begins with an internal scoping study to identify topics of particular interest for the company at the current stage. In addition, it includes collection and updating of facts about the company. This is followed by the identification of key stakeholder groups, representatives of which should be invited to the dialogue sessions to discuss previously defined topics, as well as the identification of issues related to the company's social activities relevant to those groups. Once the range of discussion and the

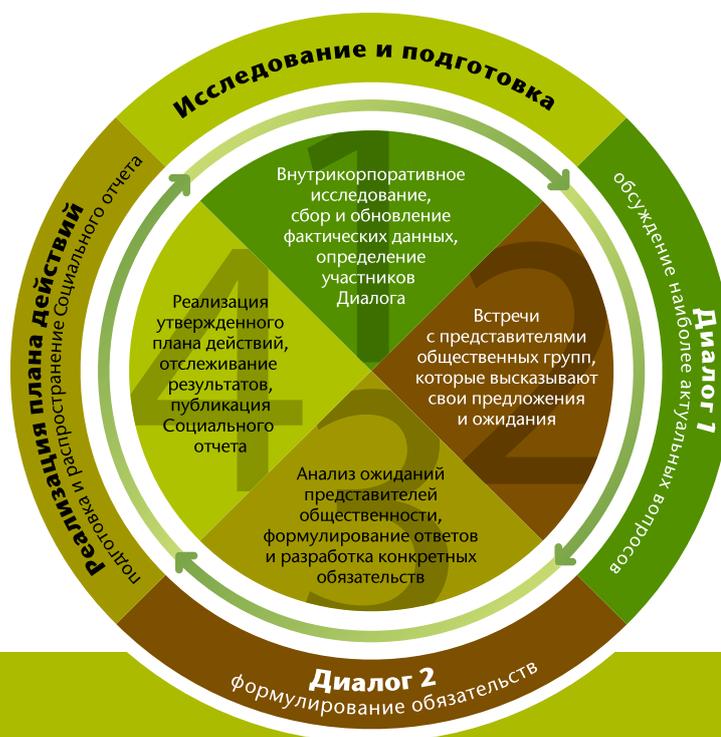
диалога и его потенциальные участники, компания выбирает приоритетные вопросы и темы для обсуждения в ходе Диалога 1.

## II Диалог 1

Компания приглашает для участия в Диалоге 1 конкретных представителей различных общественных групп, круг которых был определен на первом этапе, и утверждает с ними перечень тем для дискуссий. В рамках встреч обсуждаются наиболее актуальные вопросы и высказываются предложения и ожидания руководству компании относительно ее деятельности.

## III Диалог 2

Руководство компании анализирует ожидания представителей общественности, высказанные в ходе Диалога 1, формулирует ответы на них и разрабаты-



stakeholders have been identified, the company selects and prioritises issues and defines the scope to be covered during Dialogue 1.

## II Dialogue 1

The company invites to Dialogue 1 participants representing various groups of stakeholders identified during Stage 1 and agrees with them on the list of topics for discussion. During Dialogue 1, the company meets with representatives of each of the key stakeholder groups identified. Dialogue participants discuss issues of concern, make proposals and express their expectations to management about the activities of the company.

## III Dialogue 2

The company management analyses stakehold-

ers' expectations expressed during Dialogue 1 and prepares its responses and the specific commitments that BAT Russia is prepared to make. During the next meeting with external stakeholders (Dialogue 2), the company presents to participants an action plan with commitments. The parties then agree on the wording of the commitments, as well as on deadlines and performance indicators.

## IV Action Plan Implementing, Reporting and Communicating

In accordance with the schedule agreed during Dialogue 2, BAT Russia implements the approved plan of action and monitors performance on commitments. The company prepares and publishes the Social Report and disseminates it among stakeholders.

вает конкретные обязательства, которые «БАТ Россия» может принять на себя. На следующей встрече с представителями общественности (Диалог 2) компания представляет участникам для обсуждения план действий. Затем стороны согласовывают формулировки этого плана, а также сроки и индикаторы его выполнения.

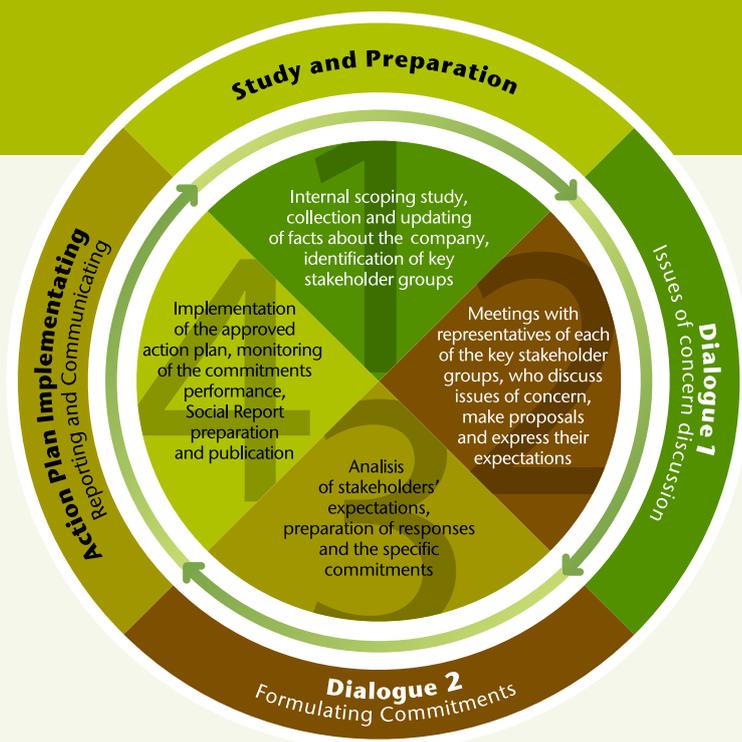
#### IV Реализация плана действий, подготовка и распространение Социального отчета

В соответствии с согласованным в ходе Диалога 2 графиком «БАТ Россия» реализует утвержденный ранее план действий и отслеживает результаты выполнения принятых обязательств. Компания готовит и публикует Социальный отчет, распространяет его среди представителей заинтересованных сторон.»

#### Верификация

☑ Соответствие процесса социальной отчетности международному стандарту AA1000 должно подтверждаться независимым аудитором. С 2001 года аудитором процесса социальной отчетности «БАТ Россия» выступает «Бюро Веритас Русь», входящее в международную Группу компаний «Бюро Веритас», с которой Группа компаний «Бритиш Американ Тобакко» сотрудничает на глобальном уровне. Аудиторы присутствуют в качестве наблюдателей на встречах руководства «БАТ Россия» с представителями общественности и проводят проверку соответствия социальных диалогов требованиям стандарта, а также подтверждают выполнение взятых компанией обязательств.»

В социальных отчетах «БАТ Россия» использует графические символы, отображающие



#### Assurance

☑ The compliance of social reporting with the AA1000 Standards is to be confirmed by an independent assurance provider. Since 2001 BAT Russia's Social Reports have been assured by Bureau Veritas Rus, a member of the international Bureau Veritas Group of companies, British American Tobacco's partner at the global level. Auditors observe meetings between BAT Russia and stakeholders and assure the compliance of social dialogues with standard requirements. They also confirm fulfilment of commitments assumed by the company.»

In its Social Reports BAT Russia uses graphic symbols to show three levels of information as-

три уровня верификации достоверности информации. Начало фрагмента текста, содержащего верифицированную информа-

цию, отмечается одним из соответствующих символов, приведенных ниже, а конец фрагмента обозначается закрывающей скобкой «**]**».

- ✔ **Продвинутый уровень верификации** означает, что данный процесс или мероприятие, отраженное в отчете, были проведены в соответствии с требованиями стандарта AA1000 и что они подкреплены необходимыми свидетельствами, в том числе полученными аудитором при посещении диалогов.
- ✔ **Стандартный уровень верификации** означает, что представленная в отчете информация, описывающая деятельность компании, соответствует Принципам ведения бизнеса, одобренным компанией, о чем свидетельствуют необходимые данные, полученные в результате запроса или применения иной аудиторской методики.
- ✔ **Базовый уровень верификации** означает, что достоверность приведенных числовых данных и отдельных примеров проверена аудитором на основе доступных источников.

### Информирование общественности

Печатная версия социальных отчетов «БАТ Россия» распространяется среди представителей

общественности, а электронная публикуется на корпоративном веб-сайте [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

assurance. The beginning of a section of text containing assured information is marked with one

of the symbols described below, and the end of the fragment is marked with a closing bracket «**]**».

- ✔ **Advanced assurance** means that the activities and events described in the report were consistent with AA1000 and are supported by the requisite evidence, including evidence obtained by the assurator during the dialogues.
- ✔ **Standard assurance** means that information on the company's operations presented in the report is consistent with the Business Principles approved by the company and supported by the requisite evidence gathered through enquiry or other assurance tools.
- ✔ **Basic assurance** means that statistical data and specific examples were assessed using available means.

### Public Information

Printed versions of the BAT Russia Social Reports are distributed among stakeholders, and an

electronic version is published on the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

## ГЛАВА 4

# ОБЩИЙ ОБЗОР ПРЕДЫДУЩИХ ЦИКЛОВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ «БАТ РОССИЯ»

✓ «Начало серьезного обсуждения в стране вопросов корпоративной ответственности и движения нефинансовой отчетности можно отнести к 2001–2002 годам, когда вышли первые социальные отчеты компаний “ГАЗПРОМ” и “Рязанская ГРЭС” и первый социальный отчет компании “БАТ Россия”».

*Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор. Москва, РСПП и АСИ, 2006. С. 15.*

✓ «В пищевом секторе лидером социальной отчетности является компания “БАТ Россия”. Именно этой компании принадлежит первенство в практическом применении стандарта AA1000 в России – выпуск каждого отчета основан на результатах серии диалогов с различными заинтересованными аудиториями, которые “БАТ Россия” проводит в периодах между подготовкой отчетов. Эта компания внесла заметный вклад в развитие нефинансовой отчетности в России, активно участвуя на протяжении всего времени в популяризации идей социальной отчетности».

*Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор. Москва, РСПП и АСИ, 2006. С. 30.*

## CHAPTER 4

### OVERVIEW OF BAT RUSSIA

### PREVIOUS SOCIAL REPORTING CYCLES

✓ “Serious discussion of corporate responsibility in Russia and interest in non-financial reporting began in 2001–2002 when GAZPROM, Ryazan Hydroelectric Power Station and BAT Russia published their first social reports.”

*Non-Financial Reports by Companies Operating in Russia: Practical Aspects in the Development of Social Reporting. Moscow 2006, RSPP and ASI. P. 15.*

✓ “BAT Russia is a leader in social reporting in the consumables industry. It was the first in Russia to use AA1000: each of its reports is based on a series of dialogues with various stakeholders conducted in the course of the reporting process. The company has made a significant contribution to the development of non-financial reporting in Russia through its active and continuing involvement in popularizing the social reporting concept.”

*Non-Financial Reports by Companies Operating in Russia: Practical Aspects in the Development of Social Reporting. Moscow 2005, RSPP and ASI. P. 30.*

### Первый цикл социальной отчетности (2001–2002)

✓ «БАТ Россия» начала процесс социальной отчетности в 2001 году, одной из первых среди компаний Группы «Бритиш Американ Табакко». В диалогах, которые прошли в Москве в форме индивидуальных встреч с представителями общественности, обсуждались вопросы, связанные с различными социальными аспектами деятельности компании. Вопросы были сгруппированы по 6 темам. В ответ на высказанные ожидания компания разработала план действий и приняла 14 обязательств. Все они были выполнены в соответствии с установленным графиком. Обзор первого цикла был представлен в «Социальном отчете 2001–2002».

### Второй цикл социальной отчетности (2002–2003)

✓ Опыт, полученный в ходе первого цикла, позволил «БАТ Россия» на новом этапе процесса социальной отчетности внести в него ряд конструктивных изменений. Была расширена география диалогов – во втором цикле они прошли уже в трех городах: в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове; также было увеличено количество вовлеченных в диалог общественных групп и приглашено большее количество участников. Представители общественности: работники государственных учреждений и ведомств, организаций здравоохранения, СМИ, представители PR- и рекламного сообществ, активисты общественных организаций, а также жители домов, расположенных вблизи фабрик «БАТ Россия», –



Социальный отчет  
«БАТ Россия» 2001–2002

BAT Russia Social Report  
2001–2002

### Social Reporting Cycle 1 (2001–2002)

✓ BAT Russia began its social reporting process in 2001, and was one of the first companies in the British American Tobacco Group to do so. During the dialogues with stakeholders conducted in Moscow, the company discussed various social aspects of its work grouped into six topics. In response to the expressed expectations, the company developed a plan of action and accepted 14 commitments. All of those commitments were met in accordance with the schedule. An overview of Cycle 1 was presented in the Social Report 2001–2002.

### Social Reporting Cycle 2 (2002–2003)

✓ Experience acquired during Cycle 1 brought about some constructive changes in the BAT Russia social reporting process. The company expanded the geographic scope of its dialogues: during Cycle 2 they were held in three cities – Moscow, Saint Petersburg, and Saratov. The company also increased the number of social groups involved in dialogues and invited more participants.

Stakeholders – from government bodies, health institutions, mass media, PR and the advertising community, public organisations, and residents of apartment buildings adjacent to the company's factories – expressed over

высказали более 180 ожиданий, которые затем были объединены в 11 категорий. По итогам встреч компания взяла на себя 18 обязательств. В соответствии со стандартом, планируемые обязательства и график их выполнения стали предметом обсуждения во время второго диалога между руководством «БАТ Россия» и представителями общественности. 17 обязательств были успешно выполнены в соответствии с графиком. Обязательство компании, которое предусматривало монтаж нового оборудования, снижающего уровень запаха на территории, прилегающей к фабрике «БАТ-СТФ» в Саратове, было увязано с реконструкцией всего производственно-складского корпуса фабрики. Поскольку установка нового оборудования до завершения строительных работ была невозможна по техническим и технологическим

причинам, срок выполнения обязательства был перенесен. В соответствии с согласованным графиком указанные работы будут завершены к концу 2007 года. По результатам второго цикла был опубликован и представлен заинтересованным лицам «Социальный отчет 2002–2003».



Социальный отчет  
«БАТ Россия» 2002–2003

BAT Russia Social Report  
2002–2003

180 expectations which were grouped into 11 key areas. As a result of the social dialogues, the company assumed 18 commitments. In accordance with the standard, the commitments and the schedule for their fulfilment were considered between the management of BAT Russia and stakeholders. 17 commitments were met successfully and on schedule. The commitment to install new equipment to reduce odour in the area adjacent to the BAT-STF factory in Saratov depended upon refurbishment of all production and storage facilities in the factory. Since installation of the odour reduction system must for technical reasons wait upon the completion of refurbishment, the deadline for meeting this commitment has been postponed. Accord-

ing to the agreed schedule the work is to be finished by the end of 2007. Results of Cycle 2 are reflected in the Social Report 2002–2003 that has been presented to stakeholders.

### Третий цикл социальной отчетности (2004–2005)

✓ В рамках третьего цикла социальной отчетности, проведенного в период с января 2004 года по апрель 2005 года, к участию в диалогах впервые были приглашены сотрудники «БАТ Россия». Состав участников трех встреч, которые прошли в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове, был определен на основе репрезентативной выборки. Участники диалогов внесли более 160 предложений, которые впоследствии были объединены в 7 категорий. Проанализировав высказанные ожидания, компания взяла на себя 24 обязательства, все они были выполнены. Обзор данного этапа третьего цикла был подробно освещен в «Социальном отчете 2004–2005 для сотрудников».

Помимо диалогов с сотрудниками, в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове состоялись диалоги с представителями общественности, в которых приняли участие порядка 190 человек. В ходе встреч участники внесли 230 рекомендаций, на основании которых компания взяла на себя 15 обязательств. Результаты третьего цикла опубликованы в «Социальном отчете 2004–2005». Большинство обязательств, принятых компанией в третьем цикле отчетности, уже выполнены (см. Приложение 8).



Социальный отчет  
«БАТ Россия» 2004–2005  
для сотрудников

*BAT Russia Social Report  
2004–2005 for employees*



Социальный отчет  
«БАТ Россия» 2004–2005

*BAT Russia Social Report  
2004–2005*

### Social Reporting Cycle 3 (2004–2005)

✓ Cycle 3, which took place in January 2004 – April 2005, was the first reporting cycle when BAT Russia employees were invited to take part in the dialogues. Participants in three meetings that were held in Moscow, Saint Petersburg, and Saratov were selected so as to provide a representative cross section. They made over 160 proposals that were subsequently grouped into seven categories. The company analysed the expectations and assumed 24 commitments all of which were fulfilled. That stage of Cycle 3 was covered in detail in the Social Report for Employees 2004–2005.

In addition to dialogues with employees, the company conducted stakeholder dialogues in Moscow, Saint Petersburg, and Saratov with approximately 190 people taking part. During the dialogues, their participants made over 230 recommendations which resulted in 15 commitments made by the company. Results of Cycle 3 are covered in the Social Report 2004–2005. Most of the commitments undertaken in Cycle 3 have already been fulfilled (see Appendix 8).

## ГЛАВА 5

# ЧЕТВЕРТЫЙ ЦИКЛ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ «БАТ РОССИЯ» (2006–2007)

### Общий обзор

📌 В четвертом цикле социальной отчетности компания изменила формат проведения диалогов. К обсуждению вопросов, определенных путем предварительного исследования, были приглашены эксперты в соответствующих областях. Данный подход позволил повысить качество дискуссий, получить более конкретные предложения в адрес компании, что не могло не сказаться на количестве принятых обязательств. Помимо этого, компания пригласила к участию в диалогах новые группы участников: торговых партнеров и потребителей.

В рамках четвертого цикла процесса социальной отчетности в ходе Диалога 1 в октябре-ноябре 2006 года прошло пять обсуждений с участием представителей общественности: два в Москве, два в Санкт-Петербурге и одно

в Саратове. В этих встречах приняли участие более 80 человек: работники органов государственной власти, в том числе исполняющих контрольно-надзорные функции, общественных организаций, представители научных кругов, а также жители домов, расположенных вблизи фабрик компании. Темами для обсуждения стали:

1. Предотвращение курения среди несовершеннолетних
2. Борьба с незаконным оборотом табачных изделий: контрафактная и контрабандная табачная продукция
3. Курение в общественных местах
4. Взаимодействие с местным сообществом
5. Информирование потребителей.

Пять дополнительных тем внесли для обсуждения сами участники диалогов:

### Overview

📌 In Cycle 4 of the social reporting process the company introduced a new format for stakeholder dialogues. We invited experts in appropriate fields to participate in the discussion of topics selected as a result of preliminary studies and agreed upon with dialogue participants. This has improved the effectiveness of stakeholder dialogues and ensured more specific proposals to the company. As a result, the number of commitments assumed by BAT Russia has increased. Furthermore, BAT Russia invited new groups of participants, such as consumers of tobacco products and the commercial partners of the company.

Dialogue 1 held in October-November 2006 as part of BAT Russia's social reporting process includ-

ed 5 discussions with stakeholders: two in Moscow, two in Saint Petersburg, and one in Saratov. There were over 80 participants including state officials (among them those with regulatory and supervisory functions), representatives of NGOs, scientists and residents of buildings located near the company's factories. Topics for discussion included:

1. Underage Smoking Prevention
2. Anti-illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products
3. Smoking in Public Places
4. Relations with the Local Community
5. Consumer Information.

Five additional topics were proposed for discussion by participants. Those included:

6. Техническое регулирование
7. Социальная реклама
8. Охрана окружающей среды
9. Курение и здоровье
10. Ответственный маркетинг.

Всего во время диалогов в адрес компании было высказано более 120 предложений, причем более трети из них – по теме «Предотвращение курения среди несовершеннолетних».

На основе рекомендаций и вопросов, полученных от участников Диалога 1, компания подготовила ответы и сформулировала обязательства, которые были представлены в ходе Диалога 2 на встречах, прошедших в апреле 2007 года также в трех городах: в Москве (2 встречи), в Санкт-Петербурге (2 встречи) и в Саратове (1 встреча). При этом участники диалогов обсуждали ответы, представленные компанией, вносили новые

предложения для рассмотрения в следующем цикле социальной отчетности. Был сделан ряд предложений по внесению изменений в индикаторы. В итоге компания взяла на себя 27 обязательств, перечень которых приведен в конце настоящей главы.

Особенностью цикла 4 по сравнению с предыдущими циклами социальной отчетности «БАТ Россия» стало приглашение к социальному диалогу потребителей табачных изделий. Специфика данной группы определяется ее мобильностью, что создает объективные трудности в обеспечении одного и того же состава участников для Диалогов 1 и 2. Поэтому для проведения встреч с потребителями был выбран формат фокус-групп. В период с марта по апрель 2006 года в городах Москва, Новосибирск и Пермь состоялись шесть консультаций с потребителями. Встречи, в каждой из которых принимало участие 8 человек, проводились

6. Technical Regulation
7. Social Advertising
8. Environmental Protection
9. Smoking and Health
10. Responsible Marketing.

Over 120 proposals were made during the dialogues and over 1/3 of those concerned prevention of underage smoking.

Based on recommendations made and questions asked by participants in Dialogue 1, the company prepared its answers and formulated commitments that were presented during Dialogue 2, at meetings held in April 2007 in the same three cities: Moscow (2 meetings), Saint Petersburg (2 meetings) and Saratov (1 meeting). Participants in the dialogues discussed answers

given by the company, made new proposals for discussion in the following cycle of social reporting, and considered the indicators that would show fulfilment of the commitments. A number of proposals for changes in the indicators were made. Ultimately, the company assumed 27 commitments listed in the end of this Chapter.

Cycle 4 differed from previous cycles because it brought into the dialogues another social group related to the company's business – consumers of tobacco products. Because of this group's inherent variability which made it difficult to maintain exactly the same group of participants for Dialogues 1 and 2, the company chose to conduct meetings with consumers in a focus group setting. 6 consumer consultations were conducted in March-April 2006 in Moscow,

независимым фасилитатором. Отбор участников фокус-групп осуществлялся таким образом, чтобы на встречах были представлены совершеннолетние социально активные люди старше 25 лет. Со стороны «БАТ Россия» на встречах присутствовали представители высшего руководства компании.

В ходе обсуждения выяснялись представления потребителей о социальной ответственности крупных компаний в широком смысле, а также о специфике и сфере ответственности табачных компаний; определялись ожидания и приоритеты потребителей в отношении табачной индустрии в целом. Фасилитатор также выяснял мнение участников о деятельности «БАТ Россия» с тем, чтобы выявить те области, в которых, по мнению потребителей, «БАТ Россия» должна работать более активно или в которых компании необходимо пересмотреть свой подход. Участники предлагали

конкретные действия или инициативы, которые могли бы помочь компании стать более ответственной. Формулируя обязательства в 4-м цикле, компания принимала во внимание в том числе ожидания потребителей. Предложения, высказанные потребителями в отношении социальных инициатив «БАТ Россия», во многом совпали с предложениями, которые были высказаны в ходе диалогов другими представителями общественности. ┘

## **1. Предотвращение курения среди несовершеннолетних**

### Позиция и инициативы

«БАТ Россия» считает, что курение среди несовершеннолетних является серьезной социальной проблемой и решить ее можно только совместными усилиями представителей

Novosibirsk and Perm. Group sessions, with 8 consumers participating in each of them, were conducted by an independent facilitator. Focus group participants were selected to represent socially active adults at least 25 years old. BAT Russia was represented by senior managers.

The discussions were to reveal consumers' views on the social responsibility of large companies in a broad sense and of tobacco companies particularly; to identify consumers' expectations and priorities concerning the tobacco industry as a whole. The facilitator also probed their opinion about the activities of BAT Russia in order to identify the areas where the company might be more active and where it should reconsider its approach. Participants proposed specific actions or initiatives that would help the company become more responsible.

When formulating commitments in Cycle 4, the company also considered consumer expectations. Proposals made by consumers regarding BAT Russia's social initiatives coincided in many respects with proposals made during the social dialogues by other stakeholders. ┘

## **1. Underage Smoking Prevention**

### Company Position and Initiatives

BAT Russia believes that underage smoking is a serious social problem that can be solved only through joint efforts of the state, society, and concerned businesses. BAT Russia will continue making its contribution to solving the issue, sharing its expert experience, and developing rel-



государственных органов, общественности и заинтересованного бизнеса. «БАТ Россия» намерена и далее содействовать решению этой проблемы, готова предоставлять свой экспертный опыт и в сотрудничестве со своими партнерами участвовать в разработке соответствующих профилактических программ.

Ряд программ по предотвращению курения среди несовершеннолетних компания реализует самостоятельно. Кроме того, «БАТ Россия» объединяет свои средства и опыт с ресурсами других табачных компаний, государственных органов, организаций здравоохранения и общественных организаций. Деятельность компании в области предотвращения подросткового курения направлена на достижение двух целей: не допустить продажи табачных изделий несовершеннолетним и убедить детей и подростков не курить.

✓ Руководствуясь этими целями, «БАТ Россия»

принимает активное участие в следующих инициативах:

- › Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним
- › Соревнование «Класс, свободный от курения» для учащихся 6–7-х классов
- › Образовательная программа для родителей «Ответственные родители».

Компания считает, что маркетинг табачной продукции должен осуществляться ответственно. Деятельность по продвижению и распространению табачных изделий не должна быть направлена на несовершеннолетних, а должна быть ориентирована исключительно на взрослых и проводиться с учетом рисков для здоровья, сопряженных с курением. При проведении рекламных акций «БАТ Россия» строго

evant prevention programmes with its partners.

The company conducts a number of underage smoking prevention programmes on its own. It also contributes its resources and experience to joint initiatives with other tobacco companies, the state, health care institutions, and public organisations. In its activities targeted at preventing underage smoking, the company pursues two goals: to curtail sales of tobacco to minors and to discourage children and teenagers from smoking.

✓ To achieve those goals BAT Russia actively participates in the following initiatives:

- › Retail Access Prevention Programme
- › “Non-Smoking Class”, a contest for schoolchildren of grades 6 and 7

- › “Responsible Parents”, an educational programme for parents.

The company believes that marketing tobacco products should be done responsibly. Promotion and distribution of tobacco products should not target minors and should be directed exclusively at adults with due regard for the health risks associated with smoking. In its advertising BAT Russia strictly follows relevant provisions of the Federal Law “On Advertising”. In addition, the company follows its own Code of Responsible Marketing which puts additional restrictions on the contents and placement of advertisements for tobacco products and on promotional events.

придерживается соответствующих положений действующего Федерального закона «О рекламе». Кроме этого, компания руководствуется Кодексом ответственного маркетинга, который предусматривает дополнительные ограничения, связанные с содержанием и размещением рекламы табачной продукции, а также с проведением мероприятий, направленных на стимулирование спроса.

#### Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним

✓ Продажа сигарет несовершеннолетним запрещена Федеральным законом РФ от 10 июля 2001 года № 87-ФЗ «Об ограничении курения табака» (в редакции 2006 года). В рамках программы по предотвращению продажи сигарет несовершеннолетним

сотрудники отдела торгового маркетинга «БАТ Россия» ведут разъяснительную работу с розничными продавцами торговых точек, убеждая их быть ответственными, соблюдать требования закона и не продавать табачные изделия несовершеннолетним. «БАТ Россия» публикует и распространяет среди продавцов брошюры, содержащие выдержки из Федерального закона РФ «Об ограничении курения табака» и положения Кодекса РФ об административных правонарушениях. Для размещения в розничных точках также предоставляются наклейки «Мы не продаем табачные изделия лицам моложе 18 лет». Еще в 2002 году в рамках процесса социальной отчетности «БАТ Россия» взяла на себя обязательство размещать на пачках сигарет, выпускаемых компанией, предупредительную надпись «Продажа несовершеннолетним запрещена». В настоящее время все пачки сигарет, произ-

#### Retail Access Prevention Programme

✓ Sales of cigarettes to minors are banned by the Federal Law #87-FZ “On Restricting Tobacco Smoking” of 10 July, 2001 (in edition of 2006). As part of the Retail Access Prevention Programme BAT Russia’s Trade Marketing employees provide informational support to retailers persuading them to take the issue of underage smoking seriously, to observe the law, and to refuse to sell tobacco products to minors. BAT Russia publishes and distributes to retailers booklets with excerpts from the Federal Law “On Restricting Tobacco Smoking” and articles from the Administrative Code of the Russian Federation bearing on the responsibility for violations of regulations

that apply to tobacco sales. Retailers receive special stickers announcing that this retailer does not sell tobacco products to anyone under 18. As part of its social reporting process, BAT Russia assumed as early as 2002 a commitment to place the warning, “Sales to minors are prohibited”, on its cigarette packs. Currently all packs manufactured or imported by BAT Russia, including those for special limited series, have those warnings.

The Retail Access Prevention Programme includes seminars and round tables by the “Your Choice” Public Council in Support of the Positive Development of Youth together with relevant state authorities. Since 2004 educational events have been conducted in Ekaterinburg, Novosibirsk, Irkutsk, Kazan,

водимых или импортируемых «БАТ Россия», включая специальные ограниченные серии, содержат эту надпись.

В рамках программы по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним проводятся семинары и круглые столы, организованные Общественным советом в поддержку позитивного развития молодежи «Твой выбор» при участии представителей соответствующих государственных органов. С 2004 года такие мероприятия прошли в Екатеринбурге, Новосибирске, Иркутске, Казани, Владивостоке, Ростове-на-Дону, Волгограде, Москве и других российских городах. Предотвращение продажи табачных изделий несовершеннолетним, ответственное отношение общества к проблеме подросткового курения, возможности дальнейшего расширения программы обсуждались на многочисленных семинарах для

работников розничной торговли, круглых столах и пресс-конференциях, организованных при содействии «БАТ Россия» и других крупнейших табачных компаний. В 2006 году Общественным советом «Твой выбор» был создан обучающий фильм «Сумей сказать нет», предназначенный для работников розничной торговли. В настоящее время этот интерактивный курс используется для обучения персонала торговых предприятий во многих городах России. ┘

#### Соревнование «Класс, свободный от курения» для учащихся 6–7-х классов

Северо-Западный Общественный совет по проблеме подросткового курения при поддержке «БАТ Россия» и других табачных компаний проводит соревнование «Класс, свободный от курения» с 2001 года в Санкт-Петербурге,



Обучающий фильм «Сумей сказать нет» для работников розничной торговли

“Be able to say ‘No’”  
educational video for retailers

Vladivostok, Rostov-on-Don, Volgograd, Moscow, and other Russian cities. With the support of BAT Russia and other major tobacco companies, numerous seminars for retailers, round tables, and press conferences were held devoted to prevention of tobacco sales to minors, a responsible social attitude to the problem of underage smoking, and ways to expand the programme. In 2006 the “Your Choice” Public Council made the “Be Able to Say ‘No’” educational video for retailers. Today this interactive course is used to train retail personnel in many cities across Russia. ┘

“Non-Smoking Class”, a Contest for Schoolchildren of 6th and 7th Grades

The North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking with the support of BAT Russia and other tobacco companies runs the “Non-Smoking Class” Contest since 2001 in Saint Petersburg, since 2002 in Saratov, since 2003 in Moscow and since 2004 in Lipetsk. Schoolchildren become participants on condition that their class (at least 90% of its students) make a resolution not to smoke for either 3 or 6 months. The schoolchildren also take part in activities opposed to smoking, trainings, and smoking prevention classes. They enjoy various contests, games, and sports competitions conducted during

с 2002 года – в Саратове, с 2003 года – в Москве и с 2004 года – в Липецке. Условием участия в конкурсе является совместно принятое учениками класса (не менее 90%) решение не курить в течение 3 месяцев или полугодия. Кроме того, ученики участвуют в акциях против курения, тренингах и профилактических занятиях. Для них организуются разнообразные конкурсы, игры, спортивные состязания, которые в течение года проходят на районном и городском уровне, а с недавнего времени и между школами разных городов. Классы, выполнившие требования конкурса, получают награды и призы.

✓ Так, в 2006–2007 учебном году для учеников московских и петербургских школ проводятся конкурсы на лучший проект по профилактике курения в школе, на лучшую эмблему некурящего класса, на лучшую публикацию о здоровом образе жизни,

а также легкоатлетическая спартакиада. В конце состязаний будет выявлен победитель – лучший класс двух столиц.

Совместная активность школьников позволяет им создать новую культуру взаимоотношений, при которой модно не курить, приветствуется здоровый образ жизни, ответственность, доверие, взаимоуважение. В настоящее время в соревновании участвуют более 800 классов в Москве, Санкт-Петербурге, Саратове и Липецке.┘

#### Образовательная программа для родителей «Ответственные родители»

✓ «БАТ Россия» совместно с другими крупнейшими табачными компаниями оказывает поддержку Центру образовательных и социальных программ «Мой выбор», в сферу деятельности которого



Образовательная программа для родителей «Ответственные родители»

“Responsible Parents” Educational Programme for Parents

the year in various districts between schools, at the municipal level, and lately even between schools of different cities. The classes that comply with the contest’s requirements receive awards and prizes. ✓ In 2006–2007 the following competitions are open to students of Saint Petersburg and Moscow schools: the best project for prevention of smoking at school; the best non-smoking class logo; the best publications on a healthy lifestyle and field-and-track competitions. The best class in the two capitals will be identified at the end of the contest. As a result of such joint activities schoolchildren become a team and learn to appreciate a healthy lifestyle while growing in responsibility, mutual trust and respect. Currently over 800 classes in

Moscow, Saint Petersburg, Saratov, and Lipetsk participate in this contest.┘

“Responsible Parents” Educational Programme for Parents

✓ BAT Russia together with other major tobacco companies supports the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes which conducts, among other programmes, the “My Choice” educational programme for schoolchildren of the 8th and 9th grades.┘ ✓ The purpose of the programme is to help teenagers think independently, make decisions responsibly, withstand adverse peer pressure, and advocate their own viewpoints.┘ Programme activities in-



входит, в частности, одноименная образовательная программа, направленная на учащихся 8–9-х классов.»

✓ Ее цель – помогать подросткам развивать умение самостоятельно мыслить и принимать решения, не перекладывая ответственность на других, противостоять негативному влиянию сверстников и отстаивать собственную точку зрения.» В рамках программы были разработаны учебный курс, методические пособия для учителей и рабочие тетради для учащихся.

✓ Учитывая большое количество пожеланий со стороны представителей общественности об усилении работы с родителями учащихся средней школы, в 2006 году «БАТ Россия» совместно с другими табачными компаниями обратилась в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор» с просьбой разра-

ботать программу для родителей на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних.»

Центр «Мой выбор», в свою очередь, на основе содержания и технологии одноименной программы подготовил новую программу по профилактике курения среди несовершеннолетних «Ответственные родители». Программа предназначена для проведения комплексной работы с родителями учащихся 1–11-х классов с целью решения проблемы подросткового курения. Программа «Ответственные родители» включает в себя специальный курс родительских собраний для родителей учащихся 1–11-х классов, разнообразные формы массовых мероприятий, участниками которых являются родители, дети, семья, общественность и представители органов власти.

*Родительское собрание в средней школе, посвященное теме предотвращения курения среди несовершеннолетних в рамках программы «Ответственные родители»*

*Parent meeting at school dedicated to underage smoking prevention as part of the “Responsible Parents” programme*

cluded development of a training course with instruction manuals for teachers and activity books for schoolchildren.

✓ Because of the frequency with which stakeholders mentioned the need to expand involvement with the parents of secondary school students, BAT Russia and other tobacco companies asked the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes to design a programme for parents devoted to underage smoking prevention.» For its part, the Centre developed a new underage smoking prevention programme called “Responsible Parents” based on the content and format of the “My Choice” programme. Its purpose is to solve the issue of underage smoking by educating and engaging parents of school-

children of grades 1–11 in joint activities. The “Responsible Parents” programme includes meetings with parents of schoolchildren in grades 1–11 and various joint activities with participation of parents, children, families, the public and authorities.

Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue

⊕ During the dialogues BAT Russia received a number of recommendations about events that the company could support using its own resources. Along these lines dialogue participants suggested that the company become involved in efforts to combat drug use, specifically by supporting the creation



Соревнование «Класс, свободный от курения»

“Non-Smoking Class” Contest

**Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании**

☑ В ходе диалогов «БАТ Россия» получила ряд рекомендаций по тем мероприятиям, которые компания может осуществлять своими силами. Так, участники диалогов предложили компании включиться в борьбу с употреблением наркотиков и поддержать создание кабинетов для лечения никотиновой зависимости среди несовершеннолетних. Участники диалогов считают необходимым размещать на пачках сигарет надписи о запрете продажи табачных изделий несовершеннолетним и предлагают увеличить тираж и сферу распространения профилактических брошюр, издаваемых компанией. В процессе обсуждения представители общественности предложили компании привлекать в качестве партнеров религиозные организации.

- › «БАТ Россия» не считает возможным поддерживать программы, направленные на борьбу с употреблением наркотиков, так как это не имеет отношения к деятельности компании.
- › Предупредительная надпись «Продажа несовершеннолетним запрещена» размещается на всех пачках сигарет, выпускаемых или импортируемых компанией.
- › Компания учтет пожелание увеличить географию распространения брошюр о предотвращении курения среди несовершеннолетних в сотрудничестве с преподавателями школ и других учебных заведений.
- › Предприятия «Бритиш Американ Табакко» действуют в разных странах мира. В силу своего интернационального характера компания не оказывает финансовую поддержку религиозным организациям, а также учебным организациям, имеющим религиозную

of facilities for treatment of nicotine-addicted teenagers. Participants believe that it is necessary to print information about the ban of tobacco sales to minors on cigarette packs and suggested that the company increase the number of copies and the area of distribution of its prevention publications. Stakeholders also proposed that the company engage religious organisations as partners in those efforts.

- › BAT Russia does not see the need to support anti-drug programmes as they are not relevant to the work of the company.
- › The warning “Sales to minors are prohibited” is printed on every cigarette pack manufactured or imported by the company.

- › The company will comply with the expectation to expand the geographic scope for distribution of booklets on underage smoking, which will involve cooperation with schools and other educational institutions.
- › British American Tobacco enterprises operate in many different countries. In its role as an international company, it does not provide financial support to religious organisations or educational institutions with a religious basis. That position is reflected in BAT Russia’s Internal Policy for Corporate Social Investments (see Appendix 4) which is also posted on the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

направленность. Эта позиция отражена во внутренней Политике в области корпоративных социальных инвестиций «БАТ Россия» (см. Приложение 4), которая также размещена на сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

Участники диалогов рекомендовали «БАТ Россия» активно сотрудничать с органами законодательной и исполнительной власти, преимущественно в сфере образования, как на уровне городов присутствия, так и на федеральном уровне. В частности, было предложено внедрить программу «Мой выбор» в школах Саратова (особенно в тех, которые расположены на окраинах города) и выбрать школы для реализации этой программы совместно с Комиссией по делам несовершеннолетних города. Было предложено поддержать разработку и проведение курса

лекций для школьников, направленного на предотвращение курения среди несовершеннолетних, выделить средства на публикацию и распространение методических материалов для родителей несовершеннолетних, а также на проведение в школах семинаров для родителей по проблеме подросткового курения. Участники диалогов рекомендовали поддерживать профилактические программы не только в школах, но и в интернатах, приютах и других социальных учреждениях, а также распространить их на школьников младших классов. При реализации профилактических программ, которые поддерживает «БАТ Россия», следует рассматривать лидеров детских коллективов как возможных проводников идеи отказа от курения, а также использовать интерактивные методы воздействия на подростков, в частности разработать в сотрудничестве с партнерами интерактивную детскую игру.

Dialogue participants recommended that BAT Russia actively engage legislative and executive authorities, primarily in education, both at the municipal level in the cities where its factories are located and also nationwide. They specifically proposed that the “My Choice” programme be introduced in Saratov schools (particularly those located on the outskirts) and that schools be selected in consultation with the Saratov Juvenile Delinquency Commission. Participants in the dialogues also proposed that BAT Russia support an underage smoking prevention course for students, contribute funds to publishing and distributing manuals for parents of teenagers, and finance seminars held in schools in order to help parents with the problem of teenage smok-

ing. Stakeholders further recommended that BAT Russia support prevention programmes not only in schools but also at orphanages, shelters, and similar social institutions while involving younger students in them as well. In its prevention programmes BAT Russia should rely on leaders among the children as possible advocates to convey the idea of abstinence from smoking and should use interactive methods, such as designing with the help of its partners an interactive game for children. Dialogue participants recommended more efforts targeting teachers, specifically a programme that would encourage teachers and health resort caretakers to refrain from smoking in the presence of children and teenagers and also a competition among teachers

Представители общественности рекомендовали усилить работу среди преподавателей, в частности, разработать программу, которая бы побуждала учителей школ и воспитателей детских оздоровительных лагерей воздерживаться от курения в присутствии детей и подростков, а также провести конкурс среди преподавателей на лучшую методику по предотвращению курения среди несовершеннолетних на территории школ.

Партнерским организациям при реализации социальных и профилактических программ, направленных на несовершеннолетних, было рекомендовано применять современные модели управления проектами. ┘

- › С 2000 года через своих партнеров по программам «Мой выбор» и «Ответственные родители» «БАТ Россия» активно сотрудничает с Министерством образования и науки

РФ. Собственно учебный курс, методические пособия для учителей и рабочие тетради для учащихся по программе «Мой выбор» были разработаны при содействии специалистов Министерства. В декабре 2000 года Министерство одобрило включение этой программы в курс «Граждановедение», предназначенный для учеников 8–9 классов. Тема профилактики курения среди несовершеннолетних также входит в учебный курс по предмету «Обеспечение безопасности жизнедеятельности» (ОБЖ). Данный блок соответствует аналогичному разделу в программе «Мой выбор», и преподаватели могут пользоваться как одним, так и другим. В 2002 году Управление социально-педагогической поддержки и реабилитации детей Министерства образования и науки РФ издало учебный курс «Мой выбор» тиражом 9 тысяч экземпляров



*Пособие для учителей,  
преподающих курс  
программы «Мой выбор»*

*Manual for teachers delivering  
the “My Choice” course*

to suggest the best method to prevent underage smoking on school premises.

There was a recommendation that partners in social and prevention programmes for minors use up-to-date project management models. ┘

- › Since 2000 BAT Russia has been actively involved in projects with the Ministry of Education and Science of the Russian Federation through its partners in the “My Choice” and “Responsible Parents” programmes. The training course, instruction manuals for teachers, and activity books for students that were published as part of the “My Choice” programme were prepared with the

assistance of the Ministry’s specialists. In December 2000, the Ministry approved inclusion of the programme in the civics course for students of the 8th and 9th grades. Underage smoking prevention is also included in the safety skills course. Its curriculum is similar to that used in the “My Choice” programme so that teachers may use either. In 2002 the Department for Social and Pedagogical Support and Rehabilitation of Children under the Russian Federation Ministry of Education and Science published 9,000 copies of the “My Choice” training course and recommended that schools use it for the prevention of unhealthy habits. A set of materials used in the “My

и рекомендовало его использование в учебных заведениях в целях профилактики вредных привычек. Комплект пособий по программе «Мой выбор» был направлен во все методические центры и библиотеки образовательных учреждений всех регионов РФ. Решение о включении курса в школьную программу образовательные учреждения принимают самостоятельно. ✓ В 2006 году программа «Мой выбор» проводилась в 40 регионах России, в том числе в Саратове. «БАТ Россия» считает, что дальнейшее расширение географии распространения данной программы и ее содержательное развитие в большей степени зависит от соответствующих федеральных и региональных, в том числе муниципальных, органов власти.

- Компания разделяет мнение специалистов в области детской психологии и педагогики о том, что лекции о вреде курения

в учебных заведениях не приносят желаемого результата, и не планирует оказывать поддержку организации таких мероприятий. Подростковое курение связано, прежде всего, с особенностями переходного возраста, в частности, с желанием подражать взрослым и сверстникам, а не с недостатком информации о вреде курения.

➤ Компания высоко оценивает роль семьи в деле профилактики подросткового курения. ✓ В конце 2006 года «БАТ Россия» совместно с другими табачными компаниями предложило Центру образовательных и социальных программ «Мой выбор» создать методическое пособие для учителей «Ответственные родители», предусматривающее проведение занятий с родителями по теме предотвращения курения среди несовершеннолетних. «

Choice” programme was sent to centres for training materials and libraries in all Russian regions. Schools can decide on their own whether or not to include the course in their curriculum. ✓ In 2006 the programme was held in 40 Russian regions including Saratov. «BAT Russia believes that further expansion of the programme’s geographic scope and development of its content primarily depends on the local federal and regional authorities responsible for education.

- The company shares the opinion of child psychologists and educators that lectures read at schools on the dangers of smoking do not produce the desired outcome and consequently does not plan to support

them. Teenage smoking is primarily related to psychological tendencies of that age rather than to a lack of information on the risks associated with smoking.

- The company appreciates the role of the family in preventing underage smoking. ✓ At the end of 2006, BAT Russia together with other tobacco companies proposed that the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes develop an instruction manual for teachers called “Responsible Parents” outlining ways to instruct parents in the prevention of underage smoking. «



Образовательная программа  
для родителей  
«Ответственные родители»  
“Responsible Parents”  
Educational Programme  
for Parents

**Обязательство 1:** «БАТ Россия» поддержит разработку и запуск программы  «Ответственные родители», направленной на родителей учащихся средней школы (4-й квартал 2007 года).

**Обязательство 2:** «БАТ Россия» обратится в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор» с просьбой обсудить с соответствующими государственными органами, в том числе Комиссией по делам несовершеннолетних при Правительстве Саратовской области, возможность реализации программы «Ответственные родители» в Саратове (4-й квартал 2007 года).

- › По мнению экспертов, в детских домах и других социальных учреждениях для детей проблема курения стоит намного острее, чем в общеобразовательных школах.

Значительная часть воспитанников приютов в возрасте 12–13 лет курит. Для данной группы подростков необходима специальная программа с использованием методики вторичной профилактики курения. В случае если компания получит предложение о поддержке такой программы, разработанной профильными экспертными организациями, «БАТ Россия» готова вынести вопрос о ее финансировании на обсуждение соответствующих государственных органов и других табачных компаний.

- ›  Уже на протяжении шести лет при поддержке «БАТ Россия» и других табачных компаний проводится соревнование «Класс, свободный от курения». Компания считает эту программу вполне успешной, собирает ее и в дальнейшем поддерживать ее. По мнению организаторов программы «Класс, свободный от курения», в ней уже

**Commitment 1:** BAT Russia will support the development and launch of the  “Responsible Parents” programme targeted at parents of schoolchildren (Q4 2007).

**Commitment 2:** BAT Russia will request that the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes discuss implementing the “Responsible Parents” programme in Saratov with appropriate government bodies including the Saratov Juvenile Delinquency Commission (Q4 2007).

- › According to experts, the problem of underage smoking is much more serious in orphanages and other social welfare institutions than in mainstream schools. A significant percentage of

the charges at these shelters are smokers by age 12–13. There should be a special programme developed for this age group based on the method of secondary prevention of smoking. If the company is approached with a proposal to fund such a programme developed by qualified specialist organisations, it is prepared to discuss its funding with appropriate state bodies and other tobacco companies.

- ›  BAT Russia and other tobacco companies have been supporting the “Non-Smoking Class” contest for six years. The company believes this is a rather successful initiative and intends to support it in the future. According to the organisers of the programme, it already uses the “leader method” to an extent. Students

частично используется так называемый «метод лидера». Так, школьники самостоятельно организуют и проводят акции в поддержку здорового образа жизни для своих ровесников или учащихся младших классов своей школы или района. Наиболее активные классы автоматически становятся лидерами и проводниками идеи отказа от курения для других.

- › Основная часть занятий по профилактике курения и вся программа «Класс, свободный от курения» направлены на учащихся 6–7-х классов, то есть на подростков такого возраста, в котором, по мнению организаторов соревнования, они впервые пробуют курить. Предлагать ребенку подписывать обязательство не курить в течение какого-либо срока в более раннем возрасте не совсем корректно. Кроме того, в подавляющем большинстве родители считают,

что их дети в возрасте 10–11 лет не собираются начинать курить и участие в подобном соревновании раньше времени приведет их к мысли о том, что они сами могут принимать решение о начале курения. Таким образом, проведение соревнования в 5-х классах может получить негативный отклик со стороны родителей и педагогов и иметь отрицательный результат. Поэтому компания не считает целесообразным распространять мероприятия программы «Класс, свободный от курения» на школьников младших классов.

- › В соответствии с действующим законодательством курение запрещено на территориях и в помещениях образовательных учреждений. Это положение распространяется на всех участников образовательного процесса, включая преподавателей. Поэтому компания не считает целесооб-

independently organise and conduct events promoting a healthy lifestyle among their peers and younger students at their school or schools in their district. The most active classes automatically become leaders and promoters of the idea of abstaining from smoking.

- › Most smoking prevention activities and the entire “Non-Smoking Class” programme target students of the 6th and 7th grades, i.e. teenagers at the age when, according to contest organisers, some of them smoke their first cigarettes. It would not be entirely appropriate to suggest that a child should sign a commitment not to smoke for a certain period of time at an age earlier than that. In addition, an absolute

majority of parents believe that their 10–11 year old children are not planning to start smoking and participation in such a contest could lead them to believe that smoking is a matter of their own choice. Therefore extending the contest to 5th grade students could provoke a negative reaction from both parents and teachers and have an adverse outcome. Therefore the company does not see the feasibility of expanding the “Non-Smoking Class” to include younger students.

- › Current legislation bans smoking on the premises and inside the buildings of educational institutions. The ban covers all participants in education including teachers. Therefore the company does

разным поддерживать отдельную программу, побуждающую педагогов школ и воспитателей детских оздоровительных лагерей воздерживаться от курения в присутствии детей и подростков. Это относится также и к предложению провести конкурс среди преподавателей на лучшую методику по предотвращению курения среди несовершеннолетних на территории школ. «БАТ Россия» убеждена в том, что подобные инициативы лежат в сфере ответственности соответствующих государственных органов.

- Учитывая пожелания представителей общественности при реализации социальных и профилактических программ, направленных на несовершеннолетних, компания будет рекомендовать своим партнерам применять модель управления проектами, которая, в частности, включает такие этапы, как исследование ситуации и учет полученных данных

при разработке мероприятий, оценка эффективности профилактических мероприятий.

- ✔ В ходе диалогов представители общественности активно обсуждали вопросы использования социальной рекламы для профилактики курения среди подростков. Участники диалогов считают необходимым уделять больше внимания поиску новых форм, выпускать более наглядные и позитивные материалы. При создании социальной рекламы следует задействовать образы известных людей, молодежных кумиров, использовать художественные работы школьников и студентов, практиковать подходы с позиции заботы и любви к детям, применять такие формы подачи информации, как анимация и юмор. Представители общественности считают, что компании необходимо продвигать социальную рекламу в СМИ, использовать разные виды полиграфической продукции,



Конкурс детского плаката  
в рамках программы  
«Мой выбор»

Children contest for the best  
poster as part of the "My Choice"  
programme

not see the need to support a separate programme to encourage school teachers and caretakers at children's health resorts to refrain from smoking in front of children and teenagers. The same can be said about the proposal to conduct a teachers' competition for the best method to prevent underage smoking on school premises. BAT Russia believes that those initiatives are the responsibility of the appropriate state bodies.

- In view of stakeholder expectations for social and prevention programmes for minors, the company will recommend that its partners use the project management model that specifically includes the stages of background research and uses its results

for designing events and for evaluating prevention activities.

- ✔ During the dialogues stakeholders actively discussed the use of social advertising for underage smoking prevention. Stakeholders believe that the company should more vigorously seek new formats and make its materials more graphic and positive. Social advertising should include images of the celebrities and heroes of the younger generation, as well as artwork by students in schools and colleges; it should approach the topic from the standpoint of caring about and loving children with the use of animation and a humorous attitude. Stakeholders also believe that the company should promote social advertising in the mass media; use various types of printed materi-

например, постеры, содействовать размещению социальной рекламы о вреде курения, направленной на несовершеннолетних, в школах, клубах и других общественных местах, использовать наружную рекламу. Участники диалогов рекомендовали поддерживать выпуск телевизионной социальной рекламы, направленной на профилактику курения среди подростков, а также тематических телевизионных фильмов для взрослых и подростков. Было предложено привлекать к разработке социальной рекламы экспертов разного профиля, в том числе специалистов в области подростковой психологии, проводить предварительную экспертную оценку сценариев телевизионных фильмов и роликов. Ролики социальной рекламы, выпуск которых поддерживает «БАТ Россия», было рекомендовано представить на фестивале социальной рекламы в номинации «Здоровый образ жизни».

- › Социальная реклама обращает внимание людей на наиболее важные проблемы, существующие в обществе. При разработке своих проектов в области социальной рекламы «Бритиш Американ Табакко» всегда обращается к независимому экспертному мнению. Компания учитывает высказанные представителями общественности пожелания при создании социальной рекламы по теме предотвращения курения среди несовершеннолетних.

**Обязательство 3:** «БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в разработке эскизов плакатов социальной рекламы, направленной на подростков, на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних и рассмотрит возможность распространения плакатов среди целевой аудитории (4-й квартал 2007 года).

als, for example, posters; encourage placement of social advertising on the risks of smoking that targets minors at schools, clubs, and other public places; and also use outdoor advertising. Dialogue participants recommended that the company support production of social advertising video clips against underage smoking on TV as well as special-issue TV films for adults and teenagers. They suggested that experts in various fields, including teenage psychology, become involved in the production of social advertising, and that any scripts for TV films and video clips undergo preliminary evaluation by experts. Stakeholders also proposed that social commercials prepared with BAT Russia's help be presented at the Social Advertising Festival in the Healthy Lifestyle category.

- › Social advertising draws people's attention to the most poignant social problems. British American Tobacco always involves independent experts on social advertising in its projects of that kind. The company will comply with the expectations expressed by stakeholders when creating its social advertising about underage smoking prevention.

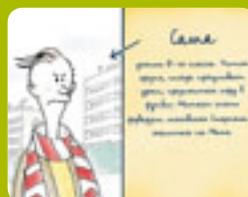
**Commitment 3:** BAT Russia will support a suitable public organisation in developing social advertising posters aimed at underage smoking prevention and targeted at minors, and it will consider disseminating such posters among the target audience (Q4 2007).

**Обязательство 4:** «БАТ Россия» примет участие в Московском фестивале социальной рекламы с роликом на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, созданным с целью обучения торговых представителей компании (2-й квартал 2007 года).»

- › В 2000–2003 годах крупнейшие табачные производители принимали участие в создании видеороликов для трансляции на молодежных телевизионных каналах, таких как СТС и MTV, и ряде кабельных каналов городов Москвы и Санкт-Петербурга. Телевизионная информационная кампания, адресованная подросткам, проходила под лозунгом «Курить не модно!». Тем не менее, вопрос эффективности подобной рекламной кампании вызвал споры среди различных представителей общественности. В связи с этим ведущие

табачные компании приняли решение сфокусировать свою деятельность по предотвращению курения среди несовершеннолетних на других программах.

- Ⓢ Ряд рекомендаций касался местных проектов и инициатив. Так, например, во время диалогов в Санкт-Петербурге компаниям было предложено поддержать городское молодежное волонтерское движение. Участники диалогов также порекомендовали «БАТ Россия» принять участие в рейдах «Социального патруля», который периодически проверяет работу торговых точек Санкт-Петербурга, и предоставить его сотрудникам наклейки, предупреждающие о запрете продаж табачных изделий несовершеннолетним. По мнению представителей общественности, компаниям следует оказать содействие в усовершенствовании экспозиции Музея гигиены в Санкт-

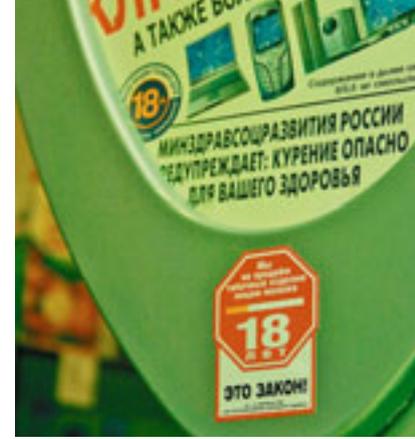


**Commitment 4:** BAT Russia will participate in the Moscow Festival of Social Advertising with a video clip dedicated to underage smoking prevention to be produced for the purpose of training its Trade Marketing Representatives (TMRs) (Q2 2007).»

- › In 2000–2003 major tobacco companies participated in the production of video clips which were broadcast by TV channels appealing to youth, such as STS, MTV and a number of cable channels in Moscow and Saint Petersburg. A TV informational campaign aimed at teenagers was conducted with the motto, “It’s cool not to smoke!” However, the effectiveness of such an advertising campaign caused controversy among various stakeholders. For this reason the leading tobacco companies decided to focus

their activities aimed at underage smoking prevention on other programmes.

- Ⓢ A number of recommendations concerned local projects and initiatives. For instance, participants in the Saint Petersburg dialogue suggested that the company support the youth volunteer movement in the city. They further recommended that BAT Russia participate in the activities of the Social Patrol which regularly checks retail outlets in Saint Petersburg and that the company provide participants in the Patrol with point-of-sale stickers saying that sales of tobacco products to teenagers is banned. According to stakeholders, the company should assist in upgrading the exhibits at the Saint Petersburg Museum of Hygiene. They also believe that the company should work together with local



Петербурге. Кроме того, компании необходимо взаимодействовать с научными учреждениями города и Городским центром профилактики безнадзорности и наркозависимости для проведения оценки программ по профилактике курения среди несовершеннолетних.

При обсуждении проблемы профилактики подросткового курения в Саратове было рекомендовано использовать опыт работы саратовской организации «Синегория», инициировать проведение круглого стола с участием лидеров городских молодежных организаций, поддержать областной конкурс молодежных объединений. Участники диалогов считают необходимым включить официальную статистическую информацию о подростковом курении в Саратовской области в материалы по профилактике курения среди несовершеннолетних, издаваемые партнерскими организациями «БАТ Россия».

Компания не располагает достаточными ресурсами для поддержки молодежного волонтерского движения в Санкт-Петербурге и для мониторинга торговых точек на предмет продажи сигарет несовершеннолетним. «БАТ Россия» убеждена, что контроль за соблюдением федеральных законов, в том числе и ФЗ «Об ограничении курения табака», находится в сфере ответственности соответствующих государственных контрольно-надзорных органов. Тем не менее, в рамках программы по предотвращению продажи сигарет несовершеннолетним сотрудники отдела торгового маркетинга «БАТ Россия» проводят разъяснительную работу с розничными продавцами торговых точек, оказывают им необходимую информационную поддержку.

Сотрудники отдела торгового маркетинга «БАТ Россия» распространяют в розничных точках информационные материалы о запрете продаж сигарет несовершеннолетним

BAT Russia TMRs provide informational support to retailers as part of the effort to convince them not to sell tobacco products to minors

Ролик на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, созданный с целью обучения торговых представителей «БАТ Россия»

Video clip dedicated to underage smoking prevention produced for the purpose of training BAT Russia Trade Marketing Representatives

scientific institutions and the Municipal Centre for Prevention of Child Neglect and Drug Addiction to measure the effectiveness of underage smoking prevention programmes.

Participants in the discussion of teenage smoking prevention in Saratov recommended that the company use the experience of the Saratov organisation “Sinegorya”, initiate a round table with leaders of Saratov youth organisations, and support a contest for youth associations in the region. Dialogue participants believe that official statistics on teenage smoking in the Saratov Region should be included in the materials on underage smoking prevention published by BAT Russia’s partners.

The company does not have sufficient resources to support the youth volunteer

movement in Saint Petersburg and to monitor cigarette sales to minors at retail outlets in Saint Petersburg. BAT Russia believes that oversight of the enforcement of federal laws, including the Federal Law “On Restricting Tobacco Smoking”, is the responsibility of state supervisory bodies. Nevertheless, BAT Russia’s Trade Marketing employees contribute to the underage smoking prevention programme by instructing retailers and persuading them to be responsible about teenage smoking, comply with the law, and refrain from selling tobacco products to minors. Retailers receive any informational support necessary as well as point-of-sale materials informing customers that the retailer does not sell tobacco products to persons under 18.

- ✔ **Обязательство 5:** «БАТ Россия» предоставит наклейки, предупреждающие о запрете продаж табачных изделий несовершеннолетним, Северо-Западному Общественному совету по проблеме подросткового курения, а также организаторам рейдов «Социальный патруль» для размещения их в торговых точках Санкт-Петербурга (3-й квартал 2007 года).»
- ✔ **Обязательство 6:** «БАТ Россия» предоставит материалы на тему «Предотвращение курения среди несовершеннолетних» в Музей гигиены Санкт-Петербурга (4-й квартал 2007 года).»
- › Учитывая пожелание представителей общественности, «БАТ Россия» рекомендует своим партнерам в Санкт-Петербурге привлекать специалистов Научно-исследовательского института комплексных социальных исследований, Санкт-Петербургского государственного университета и Городского центра профилактики безнадзорности и наркозависимости в качестве экспертов для оценки проводимых программ.
  - › С 2002 года партнером Северо-Западного Общественного совета по проблеме подросткового курения является саратовская региональная молодежная общественная организация «Синегория». С 2003 года «Синегория» осуществляет в Саратове программу «Класс, свободный от курения». В рамках программы ежегодно проводятся семинары для координаторов, классных руководителей школ и кураторов классов-участников соревнования. На протяжении года проводятся интеллектуальный и правовой турнир, социальные и гражданские акции, фестивали

- ✔ **Commitment 5:** For distribution at points-of-sale in Saint Petersburg BAT Russia will provide to the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking and to organisers of the Social Patrol's activities stickers saying that sale of tobacco products to teenagers is banned (Q3 2007).»
- ✔ **Commitment 6:** BAT Russia will provide materials dedicated to the topic of underage smoking prevention to the Saint Petersburg Hygiene Museum (Q4 2007).»
- › In view of stakeholders' expectations BAT Russia recommends that its partners in Saint Petersburg involve specialists from the Institute for Comprehensive Social Research (NIIKSI), Saint Petersburg State University and from the Municipal Centre for Prevention of Child Neglect and Drug Addiction as experts for evaluating their programmes.
  - › Since October 2002 the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking has worked as a partner with the Saratov regional youth public organisation "Sinegoriya". Since 2003 "Sinegoriya" has conducted the "Non-Smoking Class" programme in Saratov. The programme includes annual seminars for coordinators, class masters, and supervisors of classes participating in the contest. Throughout the year students participate in an intellectual and legal tournament, in social and civic events, in

и спортивные соревнования. К реализации программы привлечены юные волонтеры «Синегории», которые являются помощниками классных руководителей классов-участников соревнования. Как наиболее эффективный воспитательный прием, используется технология «дети-детям», когда с 11–14-летними детьми взаимодействуют 13–17-летние волонтеры. Северо-Западный Общественный совет планирует продолжить сотрудничество с саратовской региональной молодежной общественной организацией «Синегория» и будет рекомендовать использовать ее опыт другим партнерским организациям.

**Обязательство 7:** «БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении круглого стола с участием заинтересованных государственных и обще-

ственных организаций Саратова на тему профилактики курения среди несовершеннолетних (4-й квартал 2007 года).<sup>1</sup>

- «БАТ Россия» обратится к Северо-Западному Общественному совету по проблеме подросткового курения с предложением запросить у Министерства здравоохранения и социальной поддержки Саратовской области статистическую информацию о курении несовершеннолетних в Саратове и Саратовской области для включения ее в рабочие материалы круглого стола на тему профилактики курения среди несовершеннолетних с участием заинтересованных государственных и общественных организаций Саратова.

Наклейки, предупреждающие о запрете продаж табачных изделий несовершеннолетним

Stickers saying that sale of tobacco products to teenagers is banned



festivals and sports competitions. Volunteers from “Sinegorya” who assist class masters of participating classes are also involved in the programme. The programme employs a highly effective tutoring technique called “children to children” where volunteers aged 13–17 work with 11–14-year-olds. The North-West Public Council plans to continue its cooperation with “Sinegorya” and will recommend that its other partners make use of its experience.

**Commitment 7:** BAT Russia will support a suitable NGO in organising and conducting a round table dedicated to underage smoking prevention with participation of appropriate government bodies and public organisations in Saratov (Q4 2007).<sup>1</sup>

- BAT Russia will approach the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking with a proposal to request statistics on underage smoking in Saratov and the Saratov Region from the Ministry of Health and Social Support of Saratov Region in order to include them in materials for the round table on underage smoking prevention with appropriate government bodies and public organisations in Saratov.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

**«Бритиш Американ Табакко»** уделяет большое внимание предотвращению курения среди несовершеннолетних по всему миру. В 2006 году при поддержке Группы компаний «Бритиш Американ Табакко» были реализованы 144 программы по предотвращению курения среди несовершеннолетних в 69 странах мира. Более половины из них (55%) ориентированы на предотвращение продаж табачных изделий несовершеннолетним. Кроме того, осуществляются образовательные программы и социальные рекламные кампании.



В Великобритании «Бритиш Американ Табакко» в партнерстве с Ассоциацией производителей табачных изделий участвует в финансировании программы «карточек гражданина» CitizenCard. Карточки, которыми в настоящее время пользуются около 1,6 млн человек по всей стране, являются основным средством подтверждения возраста в Великобритании. Карточки позволяют розничным торговцам устанавливать возраст покупателя при продаже табачных изделий и других товаров, на которые имеются возрастные ограничения. В течение нескольких лет карточки могли бесплатно получить лица моложе 18 лет. Выпуск такого большого количества карточек стал возможен, в первую очередь, благодаря поддержке «Бритиш Американ Табакко». Однако карточки гражданина являются эффективным инстру-

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

**British American Tobacco** pays a great deal of attention to underage smoking prevention around the world. In 2006 companies of the British American Tobacco Group supported 144 underage smoking prevention programmes in 69 countries. Retail access prevention programmes accounted for over half of the total (55%). The company also supports educational and social advertising campaigns.



In the United Kingdom British American Tobacco helps fund CitizenCard through the Tobacco Manufacturers Association. CitizenCard is the UK's leading proof-of-age scheme with almost 1.6 million cardholders. CitizenCard helps retailers identify the customer's age, which is required for purchasing tobacco products and other age-restricted goods. The scheme owes much of its growth to British American Tobacco's support which enabled CitizenCard for several years to provide cards free to those under 18. However, any proof-of-age scheme becomes an effective tool only when retailers are aware of the laws and observe them. Therefore British American Tobacco also supports the "No ID No Sale" campaign

ментом только тогда, когда розничные продавцы осведомлены о существующих нормах и выполняют их. Поэтому «Бритиш Американ Табакко» в Великобритании также поддерживает образовательную программу «Нет карточки – нет продаж» ('No ID No Sale'), организованную Ассоциацией производителей табачных изделий. В ходе этой программы розничные торговцы и потребители получают информацию об установленных законодательством возрастных ограничениях на продажу определенных видов продукции. Продавцы проходят обучение, получают постоянные советы и консультации. Более 100 тысяч розничных торговцев в Великобритании поддерживают данную программу. Информацию о карточках гражданина и кампании «Нет карточки – нет продаж» можно найти на специальном сайте программы <http://www.citizencard.net/>.

В Великобритании и ряде других стран «Бритиш Американ Табакко» на протяжении ряда лет выступает за повышение минимального возраста для покупки сигарет, например, с 16 до 18 лет (для Великобритании). Не так давно правительство этой страны приняло решение к концу 2007 года поднять планку минимального возраста для покупки сигарет до 18 лет.

organised in the UK by the Tobacco Products Manufacturers Association, which educates retailers and consumers about age-restricted products and provides staff training and advice. Over 100,000 UK retailers support the programme. Additional information on CitizenCard and the "No ID No Sale" campaign is posted on the special website of the programme <http://www.citizencard.net/>.

In the UK and in some other countries British American Tobacco has been lobbying the government to increase the minimum age for buying tobacco products, for example from 16 to 18 (in the UK). Recently the government has announced that it will increase the minimum age from 16 to 18 beginning in late 2007.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ



В Чешской республике при поддержке компании успешно реализуется образовательная программа «Могу ли я сделать это?» («Can I do it?»), направленная на школьников. Программа помогает молодым людям раскрыть свои таланты, обучает их социальным навыкам, вырабатывает умение решать проблемы, противостоять давлению со стороны сверстников, избегать рискованного поведения и т. п.

В рамках программы учителя и школьники совместно проводят различные мероприятия во внеурочное время, например, в выходные. В разработке программы помимо компаний табачной отрасли принимали участие образовательные учреждения, государственные органы образования, исследовательские центры, общественные

организации, в частности, Родительский союз Чешской республики. Согласно опросу, проведенному по результатам программы среди родителей, учителей, учеников и независимых лиц, 99% опрошенных считают, что программа повысила самооценку участников, их уверенность в себе и коммуникабельность. 60% опрошенных родителей отметили, что участие их детей в данной программе положительно отразилось на отношениях в семье.

48

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE



In the Czech Republic British American Tobacco supports the successful “Can I Do It?” programme for secondary school children. The programme children in self discovery, social skills, problem solving, resisting peer pressure, avoiding risky behaviour, etc.

It involves teachers and young people working together outside normal school hours including on weekends. The programme was developed jointly by schools, state education authorities, research centres, and public organisations, specifically the Parents’ Union of the Czech Republic. The post-programme survey among parents, teachers, students and independent experts found that 99 per cent of all those polled believed the

programme had improved self-esteem, confidence and communication skills, while 60 per cent of parents said that their children’s participation in this programme had a positive impact on relationships in the family.

## 2. Борьба с незаконным оборотом табачных изделий: контрафактная и контрабандная табачная продукция

### Позиция и инициативы

Производство и торговля нелегальной табачной продукцией – контрафакт и контрабанда – это явление, которому возможно эффективно противодействовать только объединив усилия органов государственной власти, легальных производителей табачной продукции, общественных организаций, а также информированных и законопослушных потребителей.

✓ «БАТ Россия» активно использует различные формы взаимодействия с заинтересованными государственными органами и организациями. Компания является членом содружества производителей фирменных торговых марок «РусБренд», которое подписа-

ло протокол о сотрудничестве с Федеральной таможенной службой (ФТС) РФ.

и создало соответствующую Рабочую группу. Под эгидой «РусБренда», ФТС и МВД РФ ежегодно проводится 5–6 семинаров и конференций по предотвращению нелегального перемещения контрабандной и контрафактной продукции через таможенную границу РФ. Сотрудники «БАТ Россия» принимают в этих мероприятиях активное участие.

Стремясь активизировать сотрудничество между представителями таможенных и иных оперативных служб всех приграничных государств, «БАТ Россия», а также другие компании Группы «Бритиш Американ Табакко» в близлежащих странах постоянно привлекают внимание заинтересованных государственных органов к проблеме перемещения контрабандной и контрафактной продукции. Так, в апреле 2007 года состоялось

## 2. Anti-illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products

### Company Position and Initiatives

Illicit manufacturing and trade in counterfeit and contraband products can be counteracted only through the joint efforts of the state, legal tobacco manufacturers, public organisations, and informed and law-abiding consumers.

✓ BAT Russia employs various forms of interaction with interested state bodies and organisations. The company is a member of the Association of Branded Goods Manufacturers “RusBrand” which has signed a protocol of cooperation with the Federal Customs Service of Russia and formed a Working Group for that

purpose. “RusBrand”, the Federal Customs Service, and the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation annually conduct 5–6 seminars and conferences on combating movement of contraband and counterfeit products across the Russian customs border. BAT Russia employees take an active part in these seminars.

In efforts to invigorate cooperation between Customs and other related services of all countries with common borders BAT Russia as well as other companies of the British American Tobacco Group in neighbouring countries consistently draw the attention of interested state bodies to the problem of trafficking in contraband and counterfeit products. In April 2007 the Customs services of Russia, Belarus, Poland, Finland, and the Baltic countries convened a regional meeting

региональное совещание таможенных органов России, Беларуси, Польши, Финляндии и стран Балтии по вопросам противодействия трансграничной контрабанде табачных изделий из СНГ в страны ЕС, в котором в качестве экспертов приняли участие представители подразделений «Бритиш Американ Тобакко» в указанных странах.»

В настоящее время «БАТ Россия» наряду с другими участниками табачного рынка прорабатывает вопрос о возможном внесении на рассмотрение государственных органов власти ряда предложений, направленных на минимизацию рисков роста производства и оборота фальсифицированной табачной продукции на территории РФ:

- › Необходимо ввести Федеральный реестр табачного оборудования, администри-

руемый Федеральной таможенной службой и Федеральной налоговой службой РФ.

- › Поскольку в России акцизы и, соответственно, розничные цены на табачные изделия выше, чем в Украине, Казахстане, Молдове и некоторых других странах СНГ, следует унифицировать минимальный размер акцизов на сигареты на постсоветском пространстве (кроме стран Балтии) в целях устранения экономических стимулов к ввозу контрабандных табачных изделий из сопредельных стран.
- › Следует развивать двустороннее сотрудничество с таможенными ведомствами государств, на рынки которых контрабандные табачные изделия поступают в наибольших объемах либо территории которых используются для транзита контрабанды из России.

devoted to counteracting trans-border contraband of tobacco products from the CIS to the EU. British American Tobacco representatives from countries belonging to both sides took part in the meeting as expert advisors.»

BAT Russia along with other tobacco companies is currently considering the following proposals for the industry to submit to the government in order to reduce the risk of an increase in the amount of counterfeit tobacco products manufactured and distributed in the Russian Federation:

- › It is essential to establish a Federal Register of Tobacco Machinery to be administered by the Federal Customs Service and the Federal Tax Service of Russia.

- › Given that tobacco excise rates and consequently retail prices are higher in Russia than in Ukraine, Kazakhstan, Moldova and some other CIS countries, it is advisable to introduce a common minimum excise rate on cigarettes in all post-Soviet countries (except for the Baltic States) in order to remove the economic incentives for imports of contraband tobacco products from neighbouring countries.
- › Developing bilateral cooperation with the Customs authorities of those countries where the inflow of contraband tobacco products is the highest or those which are used as transit territories for contraband cigarettes from the Russian Federation is recommended.

## Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании

☑ Представители общественности рекомендовали компании создать механизмы сотрудничества с ФТС РФ в области предотвращения контрабанды табачных изделий, наладить обмен информацией и консультирование правоохранительных и контролирующих органов, в том числе информировать их о том, куда обращаться для проверки подлинности табачных изделий. Было рекомендовано также укреплять сотрудничество с таможенными службами зарубежных, особенно приграничных стран.

Участники диалогов предложили компании сформулировать свою позицию по контрафактной продукции и информировать государственные органы и потребителей

о проблемах, с которыми сталкивается «БАТ Россия» в сфере борьбы с незаконным оборотом табачных изделий в РФ, в том числе через средства массовой информации.

Представители общественности предложили объединить усилия организаций поддержки предпринимательства для разработки в инициативном порядке нормативно-правовых актов, направленных на решение проблемы незаконного оборота табачных изделий и регламентацию торговли табачными изделиями.┘

- ☑ По данным МВД РФ, а также по информации «БАТ Россия» и Ассоциации производителей табачной продукции «Табакпром», в настоящее время на табачном рынке России доля контрабандных и контрафактных сигарет составляет порядка 0,1–0,5%.┘ Значительно чаще фиксируются случаи контрабанды при попытке вывоза сигарет за пределы России.

## Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue

☑ Stakeholders recommended that the company create mechanisms for cooperation with the Federal Customs Service of Russia to prevent contraband of tobacco products, establish channels for sharing information and for consultations with law enforcement and supervisory bodies, especially providing them with information on points of contact where the legitimacy of tobacco products can be established. It was also recommended that the company reinforce its cooperation with the Customs services of foreign countries, especially those bordering Russia.

Stakeholders suggested that the company formulate its position on counterfeit products

and inform the state and consumers through various means including the mass media about the problems BAT Russia faces in combating the illicit tobacco trade in Russia.

Stakeholders proposed that organisations supporting entrepreneurship combine their efforts and take the initiative in developing regulations to tackle illicit trade in tobacco products and regularise tobacco sales.┘

- ☑ According to the data obtained by the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, BAT Russia and the Tabakprom Association of Tobacco Products Manufacturers, the market share of contraband and counterfeit cigarettes in Russia is 0.1–0.5%.┘ Attempts to smuggle contraband out of Russia are

Если оборот подделок в России увеличится и появится реальная необходимость консультирования правоохранительных органов по отличительным признакам табачной продукции «БАТ Россия», компания уделит больше внимания информированию всех заинтересованных сторон, возможно, с использованием СМИ.

- › В обозримой перспективе компания планирует завершить работу над проектом Меморандума о взаимопонимании между «БАТ Россия» и ФТС РФ, который будет способствовать обмену информацией и практическими наработками по выявлению и пресечению нелегальной торговли табачными изделиями, и выйти в ФТС РФ с предложением о его подписании. Успех данной инициативы будет во многом зависеть от актуальности данной проблематики для таможенных органов на текущем этапе,

а также от приемлемости для них формализации взаимодействия с отдельно взятыми компаниями в подобном формате с точки зрения соответствия таких инициатив не только действующему законодательству, но и существующей практике.

**Обязательство 8:** «БАТ Россия» направит на рассмотрение в Федеральную таможенную службу (ФТС) РФ проект Меморандума о взаимопонимании между «БАТ Россия» и ФТС РФ для того, чтобы способствовать борьбе с нелегальным оборотом табачных изделий (3-й квартал 2007 года).»

- › «БАТ Россия» полагает, что существующая нормативная база в достаточной степени регламентирует оборот табачных изделий. Компания поддерживает принятие

registered much more frequently. If the sales of counterfeit products in Russia increase and a real need to consult law enforcement bodies on special characteristics of BAT Russia's tobacco products arises, then the company will pay greater attention to informing all stakeholders, possibly through the mass media.

- › In the foreseeable future the company plans to complete the draft Memorandum of Understanding between BAT Russia and the Federal Customs Service of Russia that would facilitate sharing information and best practices in the identification and prevention of illicit trade in tobacco products. Once the draft is finalized, the company will approach the Federal Customs Service with a proposal to sign it. The success of this initiative will

largely depend on how pressing the problem seems to Customs authorities at present and whether it is acceptable for them to formalize cooperation with specific companies using such a format in consideration of the compliance of such initiatives with the law, as well as with customary practice.

**Commitment 8:** In order to combat illicit trade in tobacco products, BAT Russia will submit for consideration by the Federal Customs Service of the Russian Federation the draft Memorandum of Understanding between BAT Russia and the Federal Customs Service (Q3 2007).»

- › BAT Russia believes that the existing legal framework is sufficient to regulate the volume

4-й части Гражданского кодекса РФ, где, в частности, регламентирована защита прав интеллектуальной собственности. «БАТ Россия» также считает, что основные усилия государственных органов, общественных организаций и производителей табачных изделий должны быть направлены на соблюдение и исполнение существующих правил оборота, рекламы и потребления табачных изделий.

- › Тем не менее, в настоящее время «БАТ Россия» наряду с другими участниками табачного рынка прорабатывает вопрос о возможном внесении индустрией на рассмотрение государственных органов власти некоторых предложений нормативного плана, направленных на минимизацию рисков роста производства фальсифицированной табачной продукции на территории РФ.

**📌 Обязательство 9:** «БАТ Россия» инициирует обсуждение вопроса о внесении в Правительство РФ предложения об унификации минимальной акцизной нагрузки на сигареты на всем постсоветском пространстве, кроме стран Балтии (4-й квартал 2007 года).

**Обязательство 10:** «БАТ Россия» инициирует обсуждение вопроса разработки Федерального реестра табачного оборудования с другими крупнейшими производителями табачных изделий (3-й квартал 2007 года).»

- › Поскольку в России уже сформированы независимые общественные институты защиты прав на интеллектуальную собственность, в том числе Ассоциация «РусБренд», Экспертный совет по защите прав интеллектуальной собственности при Комитете по экономической политике, предприни-

of sales of tobacco products. The company supports the adoption of Part 4 of the Civil Code of the Russian Federation which specifically addresses the protection of intellectual property rights. BAT Russia further believes that the bulk of the efforts of the state, NGOs, and tobacco manufacturers should be directed at compliance with and enforcement of the existing regulations on the sales, advertising, and consumption of tobacco products.

- › Nevertheless, at this time BAT Russia together with other participants in the tobacco market is considering submitting to state bodies a number of proposals for regulations on behalf of the industry that would minimize the risk of counterfeit manufacture of products in the Russian Federation.

**📌 Commitment 9:** BAT Russia will initiate discussions on submitting a proposal to the Government of the Russian Federation to introduce a common minimum excise rate on cigarettes in post-Soviet territories, except for the Baltic states (Q4 2007).

**Commitment 10:** BAT Russia will initiate discussions with other major tobacco producers on establishing a Federal Register of Tobacco Machinery (Q3 2007).»

- › BAT Russia does not perceive the need for any additional organisational measures for the protection of intellectual property rights because Russia already has established independent public institutes for that purpose,

мательству и туризму Государственной Думы Федерального Собрания РФ, участником которых является «БАТ Россия», компания не видит особой необходимости в каких-либо дополнительных организационных шагах в данном направлении. Главной задачей на обозримую перспективу представляется дальнейшее повышение эффективности функционирования указанных институтов, выведение их взаимодействия с государственными органами власти РФ на принципиально новый уровень.

④ Участники диалогов рекомендовали компании активнее осуществлять контроль за продажами оптовых партий готовой продукции: включить в договоры с дистрибьюторами пункт об ограничении распространения продукции за пределами РФ и обязать их анкетировать оптовых покупателей.

Было предложено организовать сертификацию и обсудить перспективы введения лицензирования торговых точек, торгующих продукцией «БАТ Россия». Торговые точки, не замеченные в торговле контрафактной продукцией, участники диалогов рекомендовали отмечать особым знаком или поощрять иным образом.»

➤ Через своих дистрибьюторов «БАТ Россия» стремится убеждать оптовиков соблюдать требования законодательства. Компания может рекомендовать дистрибьюторам контролировать своих клиентов, однако анкетирование крупных покупателей едва ли будет способствовать выявлению неблагонадежных участников рынка. Такое анкетирование может быть исключительно добровольным, то есть информация может быть предоставлена

including the “RusBrand” Association and also the Expert Council for Protection of Intellectual Property Rights under the Committee for Economic Policy, Entrepreneurship and Tourism of the Russian State Duma of the Federal Assembly, in both of which the company is an active participant. The main task for the foreseeable future is to increase the effectiveness of these institutions and to have them reach a significantly better level of interaction with the state authorities of the Russian Federation.

④ Participants in the dialogues recommended that the company more vigorously control wholesale consignments of finished products by adding to contracts with distributors a clause which would restrict the distribution of products outside the Rus-

sian Federation and prescribe that the distributor examine his wholesale buyers via questionnaires.

Another proposal made by stakeholders was to arrange certification and to consider licensing retail outlets which sell BAT Russia products and to award a special emblem or some other incentive to retail outlets which do not trade in counterfeit products.»

➤ BAT Russia through its distributors makes an effort to persuade wholesalers to comply with the law. The company may recommend that its distributors oversee their clients; however, examining major buyers via questionnaires is not likely to identify unreliable market players. The inquiry can be performed only on a voluntary basis with the information about

покупателем самостоятельно.

В таком случае респонденты смогут либо отказаться от ответа на «неудобный» вопрос, либо предоставить недостоверную информацию.

- ▶ Поскольку вся табачная продукция, произведенная предприятиями «БАТ Россия» для российского рынка, предназначена для реализации только в пределах Российской Федерации, появление табачной продукции в российской упаковке за пределами России без нарушения законодательства невозможно. Поэтому включение в договоры с дистрибьюторами пункта об ограничении распространения продукции компании за пределами России нецелесообразно.
- ▶ Компания готова поддержать инициативы государства по усилению ответственности розничных продавцов за незаконный обо-

рот табачной продукции. Сертификация же торговых точек, торгующих табачной продукцией, произведенной «БАТ Россия» или любым другим производителем, противоречит общим принципам и целям сертификации. Вводить в одностороннем порядке какие-либо дополнительные требования для торговых точек, осуществляющих торговлю табачными изделиями, без учета мнения индустрии в целом компания считает некорректным.

- ▶ «БАТ Россия» не считает возможным поощрять торговые точки, не замеченные в торговле контрафактной продукцией, поскольку не может гарантировать потребителям, что продукция других производителей, которая в них продается, также является легальной. С другой стороны, факт награждения за торговлю легальной продукцией «БАТ Россия» может быть рас-

any buyer provided exclusively by him. In such a case the respondent will be able either to decline answering an “uncomfortable” question or to provide inaccurate information.

- ▶ Since all tobacco products manufactured for the Russian market by BAT Russia’s factories are sold only within the Russian Federation, tobacco products in Russian packaging cannot legitimately surface outside of Russia. Therefore incorporation in distribution contracts of a clause which would restrict the distribution of products outside the Russian Federation would be superfluous.
- ▶ The company is prepared to support government initiatives to increase retailers’ responsibility for illicit sales of tobacco products. However, certification of retail outlets selling BAT Russia’s

or any other manufacturer’s tobacco products would be contrary to the general principles and purposes of certification. The company believes it would not be proper to unilaterally introduce any additional requirements for retail outlets selling tobacco products without consulting the industry as a whole.

- ▶ The company finds it inappropriate to offer incentives to retail outlets which do not trade in counterfeit products because it cannot guarantee to consumers that products from other manufacturers sold there are also legitimate. Furthermore, rewarding retailers for selling authentic BAT Russia products may be perceived as unfair competition because it calls into question the legitimacy of other manufacturers’ products. In its capacity as

ценен как проявление недобросовестной конкуренции, поскольку это ставит под сомнение легальность продукции других производителей. Как ответственная компания, «БАТ Россия» не может дать гарантию систематического соблюдения торговыми точками, не являющимися контрагентами компании, требований законодательства РФ.

④ Участники диалогов рекомендовали строже контролировать таможенные аспекты поставок сырья для производства сигарет, обеспечить достоверность сведений о наименовании табачного сырья при его ввозе на территорию РФ. Было предложено также внести марки сигарет, производимые на фабриках «БАТ Россия», в реестр товарных знаков Федеральной таможенной службы.»

- Работа по обеспечению внутреннего контроля ведется в компании постоянно. В настоящее время завершается создание централизованной системы управления прямыми зарубежными закупками сырья и материалов для всей Группы компаний. В связи с этим в 2006 году был сформирован специальный отдел по таможенным вопросам (Таможенная группа).
- С 2006 года в «БАТ Россия» внедрена много-ступенчатая автоматизированная система управления ресурсами SAP. Она обеспечивает, в частности, централизованное планирование и контроль за движением товарно-сырьевых и финансовых потоков, что практически исключает вероятность негативных последствий «человеческого фактора» при принятии управленческих решений.

a responsible company, BAT Russia cannot guarantee systematic compliance with the law by retail outlets that are not the company's counterparties.

④ Dialogue participants recommended moving to stricter control over the customs clearance process for the raw materials used in cigarette manufacturing and also verification of the reliability of information about these incoming raw materials. It was also suggested that cigarette brands manufactured at BAT Russia's factories should be entered into the Register of Trademarks of the Federal Customs Service.»

- The company exercises internal controls on an ongoing basis. At this time the company is bringing to completion a system for centralised management of direct overseas procurement of leaf and wrapping materials for all of BAT Russia. The Customs Clearance Group was created for that purpose in 2006.
- Also in 2006 BAT Russia implemented SAP, a multi-tiered automated resource management system that incorporates both centralised planning and control for the movement of goods, materials, and cash flow. This system practically eliminates the possibility of errors due to the "human factor" in management decisions. As part of its efforts to upgrade its management of direct procurement and related customs issues, the company is prepared to assume a commitment to

В рамках совершенствования управления и таможенного администрирования системы прямых поставок компания готова взять на себя обязательство наладить регулярный обмен информацией с таможенными органами, чтобы обеспечить бесперебойную поставку сырья и материалов.

**Обязательство 11:** «БАТ Россия» наладит обмен информацией с таможенными органами, в том числе Главным управлением по борьбе с контрабандой Федеральной таможенной службы (ГУБК ФТС) РФ, по вопросу управления и таможенного администрирования системы прямых закупок табачного сырья (4-й квартал 2007 года).

- › В связи с возможным ввозом в страну фальсифицированных сигарет, в том числе под торговыми марками «БАТ Россия»,

компания рассматривает возможность внесения ряда своих товарных знаков в реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС РФ, что позволит создать дополнительный барьер на пути ввоза контрафактной продукции.

**Обязательство 12:** «БАТ Россия» внесет ряд товарных знаков сигарет, производимых на фабриках компании, в реестр товарных знаков Федеральной таможенной службы (ФТС) РФ (1-й квартал 2008 года).

undertake a regular exchange of information with Customs authorities that will ensure uninterrupted supplies of leaf and materials.

**Commitment 11:** BAT Russia will put in place a process for regular exchange of information with Customs authorities, including the Head Department for Anti-illicit Trade of the Federal Customs Service of the Russian Federation, for the management and Customs administration of direct procurement of leaf (Q4 2007).

- › In view of a possible inflow of counterfeit cigarettes into the country including counterfeited BAT Russia brands, the company is reviewing the inclusion of a

number of its trademarks in the Intellectual Property Register of the Federal Customs Service of the Russian Federation. This will provide an additional barrier against smuggling counterfeit products into the country.

**Commitment 12:** BAT Russia will include a number of trademarks of cigarettes produced at the sites of the British American Tobacco Group of companies in the Register of Trademarks of the Federal Customs Service of the Russian Federation (Q1 2008).

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

**Незаконный оборот табачных изделий** наносит большой урон и государству, и производителям, и потребителям, которые покупают некачественную продукцию. «Бритиш Американ Табакко» во многих странах сталкивается с этой проблемой и вносит свой вклад в ее решение. Свою задачу компания видит в первую очередь в оказании информационной и иной поддержки государственным органам, которые должны играть первостепенную роль в борьбе против незаконного оборота табачных изделий.



На многих рынках «Бритиш Американ Табакко» создала специальные комитеты, которые координируют все действия компании, направленные на борьбу с незаконным оборотом табачных изделий. В комитет входят представители юридического отдела,

отдела корпоративных отношений, отдела риска и безопасности, отделов маркетинга и обеспечения качества. Компания выделяет адекватные ресурсы на решение этой проблемы и активно сотрудничает с соответствующими государственными органами. Тот успех, которого за последние годы удалось добиться, например, в Южной Африке в борьбе против нелегального оборота табачных изделий, в немалой степени является результатом усилий «Бритиш Американ Табакко». Так, в 2002 году при содействии компании власти закрыли две фабрики по производству поддельной продукции в провинции Готенг ЮАР, где уничтожено и конфискованное оборудование. В 2006 году была серьезно подорвана деятельность более 60 синдикатов, вовлеченных в продажу и импорт незаконной табачной продукции.

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

**Illicit trade in tobacco products** is damaging to the state, manufacturers and consumers buying low quality products. British American Tobacco faces that problem and contributes to its solution in many countries. The company sees its role primarily as providing informational and other kinds of support to the state, which should play the key role in combating illicit sales.



British American Tobacco has created special committees to coordinate all of the company's efforts to combat illicit trade in many markets. The committees include employees from the legal, corporate affairs, health and safety, marketing, and quality assurance

functions. The company allocates adequate resources to solving this problem and actively cooperates with the appropriate state bodies. To a large extent the success in South Africa in recent years is a result of British American Tobacco's efforts. In 2002 the authorities closed down two counterfeit factories in Gauteng, a province of the Republic of South Africa, and their equipment was confiscated and destroyed. In 2006 over 60 syndicates involved with the distribution and import of illicit products were disrupted.



В ответ на ожидания заинтересованных сторон, высказанные во время пяти общенациональных диалогов с ассоциациями розничных торговцев и представителями соответствующих государственных органов в Малайзии в 2005 году, «Бритиш Американ Тобакко» через Ассоциацию производителей табачных изделий Малайзии приняла участие в запуске нескольких программ, направленных на повышение информированности населения в целом и розничных продавцов и потребителей в частности о проблеме незаконного оборота табачных изделий в стране.

Здесь впервые были выпущены информационные буклеты на малайском и китайском языках, в которых рассказывалось о разновидностях нелегальных сигарет, отличительных признаках легальной табачной продукции, а также разъяснялись положения соответствующего

законодательства, включая меры наказания за незаконный оборот табачных изделий. Два номера информационного буклета были выпущены в 2006 году и распространены в 97 тысячах розничных точек по всей стране. В проекте принимали участие таможенные органы, министерство внутренней торговли, ассоциация производителей табачных изделий и другие профильные общественные организации Малайзии. Реализация этого проекта продолжится в 2007 году.

Наряду с буклетом среди всех розничных торговцев страны были распространены стикеры с номером «горячей линии» малайзийской таможни и министерства внутренней торговли. По этим телефонам представители розницы могут информировать власти о выявленных случаях нелегального оборота табачных изделий.



In response to the expectations from the five nationwide dialogues conducted in 2005 with retail associations and the appropriate Malaysian authorities, British American Tobacco through the Confederation of Malaysian Tobacco Manufacturers (CMTM) participated in the launch of several programmes which centre on the problem of illicit tobacco trade in the country by increasing awareness of it throughout the population in general with special emphasis on retailers and consumers.

For the first time ever, informational leaflets in Malaysian, and Chinese languages explained the types of illegal cigarettes, key indicators of genuine tobacco products, and

the applicable laws and penalties related to illicit tobacco sales. Two issues of the informational booklet were printed in 2006 and distributed to over 97,000 retailers nationwide. This was a collaborative effort between the Customs bodies, the Ministry of Domestic Trade, the CMTM, and other concerned public organisations of Malaysia. This initiative will continue in 2007.

Together with the distribution of the informational leaflets, stickers carrying the hotline numbers of the Royal Malaysian Customs and the Ministry of Domestic Trade were also distributed to all retailers in the country. Retailers can use the hotline numbers to report illicit tobacco sales.

### 3. Курение в общественных местах

#### Позиция и инициативы

Компания не считает, что люди могут курить везде, где им захочется: окружающий табачный дым может доставлять неудобство независимо от того, курит человек или нет. «Бритиш Американ Тобакко» убеждена, что найти устраивающее все стороны решение можно совместными усилиями представителей государственной власти, здравоохранения, индустрии отдыха и развлечений, а также предприятий табачной отрасли. При этом инициативы, направленные на уменьшение окружающего табачного дыма в общественных местах, не должны ущемлять интересы потребителей табачной продукции. Компания принимает активное участие в обсуждении этих вопросов как

в России, так и в других странах. По мнению компании, выделение специальных зон для курящих и хорошая вентиляция – это в большинстве случаев разумное, практичное и эффективное решение вопроса. Компания готова выступать в качестве эксперта и делиться своим опытом с организациями системы общественного питания, развлечений и отдыха, которые намерены повысить качество обслуживания своих клиентов путем оформления зон, свободных от курения.

Окружающий табачный дым может оказывать негативное воздействие на здоровье человека, например, вызывать обострение астматических симптомов и респираторные заболевания у детей. Поэтому курильщики должны вести себя ответственно и уважать интересы окружающих: не курить в присутствии детей, беременных женщин и людей, страдающих респираторными заболеваниями,

### 3. Smoking in Public Places

#### Company Position and Initiatives

The company does not believe that people should smoke anywhere they like: environmental tobacco smoke inconveniences smokers and non-smokers alike. British American Tobacco is convinced that a consensus solution can be found if state authorities, healthcare professionals, recreation and entertainment professionals and manufacturers of tobacco products will combine their efforts. However, any initiatives targeting reduction of tobacco smoke in public places should not discriminate against consumers of tobacco products. BAT Russia participates in discussions of this issue both in Russia and in

other countries. The company believes that in a majority of cases the most prudent, practical and effective response is to designate special smoking areas equipped with powerful ventilation. The company is ready to offer its expertise and share its experience with organisations operating recreation, entertainment and public food service facilities that are committed to improving their service by introducing smoke-free areas.

Environmental tobacco smoke may have a negative impact on human health, such as acute asthma attacks or respiratory illnesses among children. This is why smokers should be considerate and respect those around them by refraining from smoking in the presence of children, pregnant women, and people suffering from respiratory diseases and by properly disposing of their cigarette



не бросать окурки на улице, а также помнить об опасности бытового пожара.

✓ В соответствии с обязательством, принятым по результатам второго цикла процесса социальной отчетности, проходившего в 2002–2003 годах, «БАТ Россия» оказала финансовую поддержку общественной организации в разработке «табачного этикета». Для донесения идей «табачного этикета» была выбрана оригинальная, ироничная форма – карикатуры известного художника Андрея Бильжо. Шесть его лучших работ, отобранных в результате тестирования в фокус-группах, легли в основу серии открыток, распространяемых компанией в местах массового потребления табачных изделий. С 2004 года открытки шести видов распространяются в кафе, ресторанах и клубах Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Новосибирска, Екатеринбурга и других крупных городов России. ┘

В последние годы во многих странах курение в общественных местах существенно ограничивается. В контексте обсуждения законодательных инициатив в области ограничения курения табака эта тема входит в число основных. Обсуждается она и на заседаниях Экспертного совета по вопросам государственного регулирования производства и оборота табачной продукции, созданного при Комитете Государственной Думы РФ по экономической политике, предпринимательству и туризму. «БАТ Россия» является членом Совета и принимает активное участие в анализе действующего российского и зарубежного законодательства. Имея представительство по всему миру, компания всегда готова предоставить на рассмотрение и обсуждение Экспертного совета информацию об опыте и последних тенденциях в мировой практике ограничения курения в общественных

*При поддержке «БАТ Россия» создана серия открыток «Табачный этикет»*

*With BAT Russia's financial support a series of cards called "Tobacco etiquette" was published*



*С 2004 года открытки «Табачный этикет» распространяются в кафе, ресторанах и клубах крупных российских городов*

*Since 2004 the "Tobacco etiquette" cards have been distributed in cafes, restaurants and clubs in major cities across Russia*

butts, which will also reduce the hazard of fire.

✓ In accordance with the commitment assumed by BAT Russia following Cycle 2 of its social reporting in 2002–2003, the company provided financial support to a public organisation to determine the principles of “tobacco etiquette”. An original format with a light and humourous touch was chosen to disseminate the concept of “tobacco etiquette”. The well-known artist, Andrey Bilzho, created a series of cartoons to illustrate the concept. Six of his best pictures were selected by focus group participants, and they were used in a series of handout cards that the company distributed to locations where tobacco products are typically consumed. Since 2004 these cards with the six cartoons have been distributed free of charge to cafes, restaurants and entertainment clubs in Moscow, Saint Peters-

burg, Rostov-on-Don, Novosibirsk, Ekaterinburg, and other major cities of Russia. ┘

In the last several years many countries have imposed restrictions on smoking in public places. Restrictions on tobacco smoking have become a common item on the legislative agenda. The issue is also discussed at the meetings of the Expert Council for State Regulation of the Production and Distribution of Tobacco Products, which was created within the State Duma Committee for Economic Policy, Entrepreneurship and Tourism. BAT Russia is a member of this Council, and it participates in analysing the existing legislation of Russia and other countries. With subsidiaries worldwide, the company is always ready to provide for consideration and discussion by the Expert Council comprehensive information about international practices and trends

местах. Подобная сравнительная и аналитическая работа может в значительной степени способствовать гармонизации российского и мирового законодательства.

#### Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании

☑ Ряд предложений представители общественности внесли по тем мероприятиям и программам, которые компания уже реализует или могла бы реализовать за счет собственных ресурсов. Так, для разработки и оформления комфортных и удобно оборудованных зон для курения, в частности в государственных учреждениях и вузах, было рекомендовано производить специальное оборудование или осуществлять его поставки, а также размещать на этом оборудовании логотип «БАТ Россия».

Участники диалогов предложили компании принять участие в распространении социальной рекламы о культуре курения в общественных местах, увеличить тиражи и географию распространения открыток серии «Табачный этикет», выпускать плакаты, призывающие курильщиков к ответственному поведению, рассмотреть возможность разработки интерактивных форм пропаганды культуры курения, развивать противопожарную тематику в социальной рекламе, увеличить тиражи материалов по культуре курения и принять участие в проведении конкурса антирекламы по профилактике табакокурения. Было также рекомендовано опубликовать печатную брошюру по теме «Этический кодекс курильщика» и провести социологическое исследование, чтобы оценить эффективность различных форм работы по воспитанию культуры курения. В частности, в области проведения



«Табачный этикет» призывает курильщиков к ответственному поведению

“Tobacco etiquette” encourage smokers to be more considerate

in the restriction of smoking in public places. This comparative and analytical effort should make Russian legislation more consistent with international legislative standards.

#### Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue

☑ A number of the suggestions that stakeholders expressed concerned activities and programmes that the company already has in place or could use its resources to undertake. For instance, one of the proposals was to produce or assist in installing special equipment that would bear the BAT Russia logo and become part of the design and installation of convenient and well-equipped smoking areas on government premises or at institutions

of higher education. Participants in the dialogues proposed that the company take part in distributing social advertisements promoting the rules for smoking in public places. This would mean increasing the quantity of the “Tobacco etiquette” handout cards in order to distribute them more broadly, producing posters that encourage smokers to be considerate, finding interactive methods of promoting considerate smoking, emphasizing its fire prevention aspect in social advertising, broadening circulation of materials about considerate smoking and participating in a contest for advertisements on prevention of tobacco smoking. There were also suggestions to publish a brochure outlining a “Smoker’s Code of Ethics” and using a survey to evaluate the effectiveness of different methods used to encourage considerate smoking.

исследований общественного мнения, а также подготовки материалов и мероприятий по вопросам здорового образа жизни участники диалогов рекомендовали компании сотрудничать с социологическим факультетом МГУ и Университетом Джонса Хопкинса. По мнению участников диалогов, в сигаретные пачки следовало бы вкладывать памятки о правилах культуры курения в общественных местах, вреде курения для несовершеннолетних, влиянии курения на здоровье и т. д.»

- › Закон «Об ограничении курения табака», действующий в нашей стране, запрещает курение в ряде общественных мест (за исключением специально отведенных мест для курения табака), в том числе на территориях и в помещениях образовательных организаций. Существуют законодательные инициативы, которые

предлагают полный запрет на курение в общественных местах. В этой связи «БАТ Россия» не планирует заниматься вопросами оформления и оборудования зон для курения в вузах. Что касается других общественных мест, то согласно действующему российскому законодательству их оснащением должны заниматься организации-работодатели. Являясь производителем табачных изделий, «Бритиш Американ Табакко» не планирует диверсифицировать свой бизнес и заниматься производством оборудования для организации специально выделенных мест для курения. Что касается поставок такого оборудования, то компания принимала участие в подобных инициативах в разных странах и готова рекомендовать заинтересованным сторонам эффективные решения в этой сфере.

Working in cooperation with the Sociology Department of Moscow State University and Johns Hopkins University was recommended by participants in the dialogues both for constructing surveys and for creating materials to promote a healthy lifestyle. Participants believed that cigarette packages should contain reminders about the rules of considerate smoking, the health consequences of underage smoking, etc.»

- › The Federal Law “On Restricting Tobacco Smoking”, which is in force in our country, prohibits smoking in a number of public areas including the campuses and buildings of educational institutions (with the exception of areas specially designated for smoking). There are proposals in the legislature to

impose a complete ban on smoking in public areas. For this reason BAT Russia does not intend either to design or equip smoking areas at colleges or universities. In other public places current legislation makes the employer responsible for designing and equipping these areas. As a manufacturer of tobacco products, British American Tobacco does not intend to diversify its business by producing equipment for special smoking areas. The company does have considerable experience in the installation of such equipment through its participation in similar initiatives in a variety of countries, and it is willing to provide advice to any interested parties on how to make these installations maximally effective.

- >  В качестве социальной рекламы, продвигающей культуру курения, компания выпустила серию открыток «Табачный этикет». Эта работа проводилась при непосредственном участии Экспертного совета из числа специалистов в области психологии, журналистики и рекламы, которые дали свои рекомендации по содержанию печатных материалов, разработали техническое задание и темы для открыток. Эксперты посчитали, что распространение отдельных открыток в данном случае будет более эффективным, чем использование других форм рекламы. Они также рекомендовали отказаться от пояснительных текстов, чтобы избежать излишней назидательности. Такая форма социальной рекламы получила положительный отклик многочисленных представителей индустрии развлечений и общественного питания, а также

потребителей табачных изделий. Поэтому компания считает, что публикация печатной брошюры по этой теме была бы менее эффективным способом информирования широкой общественности о принципах «табачного этикета». Учитывая пожелания представителей общественности, «БАТ Россия» будет искать новые эффективные формы социальной рекламы и рассмотрит предложение об увеличении тиражей такого рода продукции при обсуждении дальнейшей деятельности по пропаганде культуры курения с другими производителями табачных изделий. «БАТ Россия» считает, что основную роль в информировании взрослого населения о вредном воздействии табачной продукции на организм человека и о том, как бросить курить, должны играть соответствующие государственные органы.

- >  The company produced a set of “Tobacco etiquette” handout cards as part of its social advertising campaign to encourage considerate smoking. This campaign involved a council of experts with specialists in such areas as psychology, journalism and advertising, all of whom provided their advice on the content of the advertising materials, its technical aspects and the topics to be covered by the cards. These experts found that distributing individual cards would prove more effective than other forms of advertising. They also suggested that the company not add any explanatory notes to them so that they would not seem too didactic. This method of social advertising was well received by many representatives of entertainment and

food service organisations as well as by consumers of tobacco products. For this reason the company believes that publishing a print brochure would not be as useful in informing a broader public about the concept of “tobacco etiquette”. In response to requests from stakeholders, BAT Russia will pursue new methods for effective social advertising and will consider increasing the circulation of this advertising as part of the company’s discussion with other manufacturers of tobacco products about encouraging considerate smoking. BAT Russia believes that appropriate state authorities should play the leading role in warning adults about the harmful effects of smoking and about the ways to quit.



**Обязательство 13:** «БАТ Россия» продолжит поддержку проекта «Табачный этикет» не менее чем в 10 городах России (4-й квартал 2007 года).

- Одним из приоритетов в области информирования потребителей компания считает донесение до них информации о рисках, связанных с потреблением табачных изделий. Исследование, проведенное Всероссийским центром исследования общественного мнения в 2005 году, показало очень высокую осведомленность и курильщиков, и некурящих людей о рисках, связанных с потреблением табачных изделий. Тем не менее, «БАТ Россия» продолжит деятельность по информированию потребителей.
- Каждая пачка сигарет, произведенная «Бритиш Американ Табакко», содержит

предупредительную надпись о вреде курения согласно законодательству. В России все тексты предупредительных надписей были разработаны Министерством здравоохранения и социального развития РФ. В соответствии с законодательством табачные изделия не должны продаваться лицам моложе 18 лет, поэтому компания считает неприемлемым использовать вкладыши для информирования несовершеннолетних о вреде курения. Что касается взрослых потребителей, то компания использует разные способы их информирования о рисках для здоровья, связанных с курением. Дополнительная информация по данному вопросу содержится в разделе «Курение и здоровье» на корпоративном веб-сайте [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

*Тексты предупредительных надписей были разработаны Министерством здравоохранения и социального развития РФ*

*Health warnings were developed by the Ministry of Health and Social Development of the Russian Federation*

**Commitment 13:** BAT Russia will continue to promote the principles of “Tobacco etiquette” in at least 10 Russian cities (Q4 2007).

- One of the company’s priorities in communicating with consumers is to inform them of the risks of using tobacco products. A study conducted by the Russian National Public Opinion Studies Centre in 2005 shows that both smokers and non-smokers are well aware of the risks of tobacco products. Nevertheless, BAT Russia will continue its efforts aimed at raising consumer awareness.
- According to law each pack of cigarettes produced by British American Tobacco has a warning about smoking-related

risks. All of the warning messages used in Russia were developed by the Ministry of Healthcare and Social Development. Underage persons may not be consumers of tobacco products according to law, and for this reason the company finds it unsuitable to place inserts informing minors about the harmful effects of smoking in cigarette packs. The company reaches adult consumers by various methods in order to inform them about the health risks associated with smoking. Additional information on this issue is available in the Smoking and Health section of the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

☑ Представители общественности рекомендовали компании принять участие в анализе и разработке законодательства по ограничению курения в общественных местах, его гармонизации с законодательством других стран. По мнению участников диалогов, следует вовлекать в этот процесс представителей системы общественного питания, развлечений и отдыха. Участники диалогов считают, что для таких предприятий необходимо разработать методические рекомендации, чтобы они могли создать равные условия предоставления услуг как курящим, так и некурящим клиентам.»

› ☑ «БАТ Россия» является членом Экспертного совета по вопросам государственного регулирования производства и оборота табачной продукции при Комитете Государственной Думы по экономической политике,

предпринимательству и туризму и принимает активное участие в анализе действующего законодательства как российского, так и зарубежного. Представительства Группы компаний «Бритиш Американ Тобакко» работают по всему миру, и «БАТ Россия» всегда готова предоставить на рассмотрение и обсуждение Экспертного совета имеющуюся в распоряжении компании информацию об опыте и последних тенденциях в мировой практике ограничения курения в общественных местах. Подобная аналитическая информация может в значительной степени способствовать гармонизации российского и зарубежного законодательства.

› ☑ На протяжении последних двух лет «БАТ Россия» принимает участие в обсуждении проблемы курения в общественных местах в различных городах России, выступая в качестве эксперта и активно

☑ Stakeholders recommended that the company analyse and develop laws that restrict smoking in public places and help make such laws consistent with the laws of other countries. Participants in the dialogues believe that operators of entertainment, recreation and public food service facilities should be involved in this process. Participants also believe that such facilities need technical advice so that they can offer service of the same quality to both smokers and non-smokers.»

› ☑ BAT Russia is a member of the State Duma Expert Council for the Regulation of the Production and Distribution of Tobacco Products within the Committee for Economic Policy, Entrepreneurship and Tourism. The company takes part

in analyzing the current laws of Russia and other countries. Subsidiaries of the British American Tobacco Group operate worldwide, and BAT Russia is always ready to provide information about the Group's experience and recent trends in international practices for restricting smoking in public places. This analytical information should prove quite helpful in making Russian laws consistent with international laws.

› ☑ For the last two years BAT Russia has taken part in discussions about smoking in public places in many Russian cities. The company has acted as an expert advisor and has involved in the discussion representatives of legislative and executive

привлекая к обсуждению представителей государственных органов законодательной и исполнительной власти, а также своих партнеров – представителей системы общественного питания. Компания планирует и дальше участвовать в подобных дискуссиях с привлечением представителей объединений системы общественного питания, индустрии развлечений и отдыха, предоставляя им возможность высказывать свое мнение относительно тенденций развития общественного мнения и последних законодательных инициатив.

- › В соответствии со сложившейся многолетней практикой непосредственно разработкой методической документации для различных отраслей промышленности и торговли, носящей рекомендательный характер, занимаются соответствующие профессиональные ассоциации и объединения. «БАТ Россия»

считает крайне важным при создании рекомендаций для предприятий общественного питания и индустрии развлечений учитывать все аспекты – например, интересы и курящих, и некурящих посетителей, опыт зарубежных стран, где уже давно принимают активные меры по ограничению курения в общественных местах. Компания поддерживает меры, позволяющие сократить воздействие окружающего табачного дыма, в том числе путем улучшения качества очистки воздуха в местах активного потребления табачной продукции, что также должно учитываться при разработке упомянутых методических рекомендаций.

- 📌 **Обязательство 14:** «БАТ Россия» продолжит участие в мероприятиях, посвященных обсуждению темы «Курение в общественных местах», и будет приглашать

government bodies as well as our partners, among them representatives of regional public food service operators. The company intends to continue its participation in these discussions and will involve representatives of public food service associations along with those from the entertainment and recreation industries so that they may express their views on trends in public opinion and in the most recent legislative initiatives.

- › For many years it has been customary to turn to professional associations and organisations that develop technical advice for a variety of industries and commercial sectors whenever such advice is nonbinding. When offering technical advice to representatives of the

public food service and entertainment industries, BAT Russia deems it important to consider all aspects, such as the interests of both the smoking and non-smoking public and international experience from countries where restriction of smoking in public places is traditionally strong. The company is in favour of measures that reduce the effects of tobacco smoke, including better air cleansing in places where tobacco products are consumed, and it believes that this method should not be overlooked in developing such advice.

- 📌 **Commitment 14:** BAT Russia will continue to take part in events dedicated to the issue of smoking in public places and will invite representatives of companies operating in the

к дискуссии представителей объединений системы общественного питания и индустрии развлечений и отдыха (4-й квартал 2007 года).

Участники диалогов рекомендовали компании занять более активную позицию в вопросе проведения общественных кампаний по формированию культуры курения, что предполагает взаимодействие с местными органами власти. Было предложено рассмотреть возможность поддержки программ и инициатив, направленных на ограничение курения в электропоездах и борьбу с загрязнением городских улиц.»

- › ✓ Выполняя обязательства, принятые в рамках процесса социальной отчетности в 2004–2005 годах, «БАТ Россия» выступила инициатором проведения социоло-

гического исследования «Материальные отходы от курения. Влияние социальной рекламы на ситуацию», которое провели специалисты Фонда «Институт экономики города» в Самаре и Новокуйбышевске. Результаты исследования подтвердили, что социальная реклама может служить одним из эффективных элементов комплексной программы воздействия на общественное мнение, однако чтобы решить проблему мусора, возникающего в результате курения, необходимы комплексные действия.» Социальная реклама, продвигающая общественно приемлемые формы поведения курильщиков, должна сочетаться прежде всего с мерами по улучшению материальной базы городского хозяйства – установкой урн, пепельниц и т. д.

public food service and hospitality industries to participate in the discussion (Q4 2007).

Participants in the dialogue advised the company to take a more aggressive approach to public campaigns for encouraging considerate smoking, and this entails cooperating with local authorities. There were also proposals that the company consider supporting programmes and initiatives to reduce litter in the streets and restrict smoking on local trains.»

- › ✓ In conformity with the commitments assumed as part of its social reporting process in 2004–2005, BAT Russia initiated the study “Solid Waste from Smoking: The Effect of Social Advertising”, which was administered by

specialists of the Urban Economics Institute in Samara and Novokuibyshevsk. The results of the study showed that social advertising is effective as one element influencing public opinion. Nevertheless, a comprehensive range of efforts is required to address the problem of cigarette litter.» Social advertising that encourages socially acceptable smoking behaviour must be combined from the start with measures that enhance the municipal infrastructure, such as installing wastebaskets, ash-trays, etc.

- › The company believes that local authorities are primarily responsible for convincing citizens not to throw empty cigarette packs and butts on a city’s streets. Nevertheless, BAT Russia has decided to support an NGO that is arranging a pilot project in Saratov for preventing litter



› По мнению компании, призывать граждан бережно относиться к окружающей среде, не выбрасывать пачки сигарет и окурки на улице – задача в первую очередь местных органов власти. Тем не менее, «БАТ Россия» приняла решение оказать поддержку профильной некоммерческой организации в проведении пилотного проекта по предотвращению загрязнения территорий окурками и пачками сигарет в Саратове. Проект будет включать в себя как работу с местными органами власти, так и информирование жителей.

📌 **Обязательство 15:** «БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении пилотного проекта, направленного на предотвращение загрязнения территорий одного из районов Саратова окурками и пачками сигарет (4-й квартал 2007 года).»

› Согласно действующему законодательству курение запрещено, в частности, в городском и пригородном транспорте. Контроль за соблюдением этого и любого другого закона находится в компетенции соответствующих государственных органов. «БАТ Россия» намерена продолжать работу, направленную на пропаганду культуры курения, при этом не считает необходимым принимать участие в программах, направленных на предотвращение курения в электропоездах.

📌 Некоторые предложения касались сугубо региональных аспектов темы «Культура курения» и «Курение в общественных местах». Так, участники диалогов в Саратове отметили большую актуальность этих проблем для города и рекомендовали компании обсудить их во время следующей

«БАТ Россия» поддержала проект по предотвращению загрязнения территорий окурками и пачками сигарет в Саратове

*BAT Russia supported the project to address the issue of cigarette litter in Saratov*

from cigarette butts and packs. The project will involve both work with local authorities and informing residents of the city.

📌 **Commitment 15:** BAT Russia will support an NGO in running a pilot project in one of the districts of Saratov that will address the issue of cigarette litter (Q4 2007).»

› Current legislation already prohibits smoking in municipal and commuter transport among other places. Enforcement of this or any other law is within the competence of the appropriate state authorities. BAT Russia intends to maintain its efforts in promoting considerate smoking behaviour but it does not believe it should

participate in programmes to prevent smoking on local trains.

📌 Certain proposals were related to local features of smoking culture and smoking in public places. For instance, participants in the dialogues in Saratov emphasised that these issues are of great importance for the city and recommended that the company discuss these issues in the next session of dialogues. They also proposed holding public discussions dedicated to smoking in public places in Saratov.

Dialogue participants from Saint Petersburg proposed distributing consumer materials (handout cards and the booklet) via the Museum of Hygiene in Saint Petersburg and other similar organisations.»

сессии диалогов. Было предложено также провести в Саратове общественные слушания по проблеме курения в общественных местах.

Участники диалогов в Санкт-Петербурге предложили распространять материалы для потребителей (открытки, буклеты) через Музей гигиены в Санкт-Петербурге и другие подобные учреждения.»

- › При обсуждении вопросов, касающихся формирования культуры табакокурения, сосуществования курильщиков и некурящих, «БАТ Россия» стремится вести диалог со всеми заинтересованными сторонами. В соответствии с процедурой ведения социальной отчетности компания составляет повестку следующего цикла диалогов только после окончания предыдущего цикла. Компания уч-

тет пожелания стейкхолдеров обсудить темы «Культура курения» и «Курение в общественных местах» в Саратове при планировании 5-го цикла социальной отчетности в конце 2007 года.

- › Инициатива проведения общественных слушаний с участием всех заинтересованных сторон, включая государственные, общественные и научно-медицинские организации, предприятия общественного питания и индустрии развлечений и др., по мнению компании, должна исходить от представителей органов власти, так как именно на них возложены законодательная и исполнительная функции. Тем не менее, учитывая актуальность вопросов культуры курения и курения в общественных местах, компания окажет поддержку общественной организации в проведении круглого

- › When it comes to issues related to the culture of tobacco smoking and to coexistence between smokers and non-smokers, BAT Russia is committed to a dialogue with all stakeholders. In accordance with its social reporting procedures the company draws up the agenda for the next cycle of dialogues only after the preceding cycle is finished. The company will take into account the suggestions of stakeholders who proposed discussing the culture of smoking and smoking in public places in Saratov and will make suitable arrangements while planning Cycle 5 of social reporting late in 2007.

- › The company believes that, inasmuch as state authorities are responsible for legislative and executive functions, they should also initiate public discussions with the participation of all stakeholders including state, public and medical research organisations, and companies involved in public food service, entertainment and recreation. Because of the urgency surrounding considerate smoking and smoking in public places, the company will support the effort by a public organisation that has initiated a round table discussion in Saratov to address smoking in public places and will participate in this discussion as an expert advisor. The company believes that the

стола в Саратове на тему «Курение в общественных местах», а также выступит на нем в качестве эксперта. По мнению компании, формат круглого стола позволит обозначить основные тенденции, которые впоследствии могут быть обсуждены более широко в ходе общественных слушаний.

 **Обязательство 16:** «БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении круглого стола на тему «Курение в общественных местах» в Саратове (4-й квартал 2007 года).»

- » «БАТ Россия» считает, что потребители вправе получать значимую информацию о табачной продукции, в том числе о сопряженных с ней рисках для здоровья, а также других аспектах, связанных с курением. Компания продолжит рас-

пространение информационных материалов, направленных на продвижение принципов «табачного этикета» (см. Обязательство 13), и рассмотрит возможность использования Музея гигиены в Санкт-Петербурге в качестве одной из площадок для распространения.

round table format will identify the basic trends that will then become the subject of broader public discussions.

 **Commitment 16:** BAT Russia will support an NGO in holding a round table discussion in the city of Saratov on the issue of smoking in public places (Q4 2007).»

- » BAT Russia believes that consumers have the right to receive relevant information about tobacco products including information about health risks and other aspects of smoking. The company will continue to disseminate informational materials that promote the concept of “tobacco etiquette” (see Commitment 13)

and will consider the Museum of Hygiene in Saint Petersburg as one of the potential channels for disseminating this information.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

**Компания убеждена**, что государственные органы, индустрия гостеприимства (отели, рестораны), табачная отрасль и потребители должны совместно работать над поиском практических решений проблемы курения в общественных местах и добиваться улучшения воздуха внутри помещений, не ущемляя прав курильщиков на потребление легального продукта. Компании Группы «Бритиш Американ Табакко» во многих странах помогли барам и ресторанам установить современные системы вентиляции, чтобы продемонстрировать, каким образом можно сократить содержание окружающего табачного дыма в воздухе в закрытых помещениях. К концу 2006 года при поддержке «Бритиш Американ Табакко» было реализовано более 100 подобных проектов — прежде всего, в странах Латинской Америки и Карибского бассейна. В Европе, где во многих странах курение

в общественных местах уже ограничено или полностью запрещено, а некоторые страны планируют ввести ограничения в самое ближайшее время, этот вопрос стоит особенно остро.



В Швейцарии в ноябре 2005 года компания выпустила брошюру «Курение в общественных местах», а также опубликовала список учреждений, которые предприняли эффективные меры по решению этой проблемы. Основная цель публикаций — показать, что сосуществование курильщиков и некурящих, при котором учитываются интересы обеих сторон, возможно и что для этого имеются простые и эффективные способы. Так, наличие при входе заметных табличек с указанием, где находятся зоны для курящих и некурящих, позволяют каждому вошедшему сделать выбор и при желании избежать воздействия сигаретного дыма.

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

**The company is convinced** that state authorities, the hospitality industry (hotels, restaurants), the tobacco industry and consumers should cooperate in seeking practical solutions to the problem of smoking in public places and improve air quality inside buildings without limiting the rights of smokers to use legal products. The British American Tobacco Group's companies in many countries of the world have helped bars, pubs and restaurants install modern ventilation systems as a demonstration of the way the content of tobacco smoke can be reduced in the air of enclosed areas. By the end of 2006 British American Tobacco had taken part in more than 100 such projects implemented mostly in Latin American and Caribbean countries. This

is a matter of special urgency in Europe where many countries have already banned smoking in public places or will severely limit it in the very near future.



In November 2005 in Switzerland the company published a brochure "Smoking in Public Places" and also a list of organisations that took steps to address the problem. The main goal of this brochure is to demonstrate that it is possible for smokers and non-smokers to coexist while recognizing the interests of both and that there are simple and efficient ways to reach that goal. For example, whenever visitors to an establishment can see right at its entrance clear and informative signs



В Великобритании «Бритиш Американ Табакко» оказывает через Ассоциацию производителей табачных изделий финансовую поддержку инициативе AIR – Atmosphere Improves Results (<http://www.airinitiative.com>), которая предлагает практические решения для баров и ресторанов, позволяющие соответствующим образом оборудовать помещения и размещать курильщиков и некурящих. Хорошим дополнением к вентиляции являются курительные кабины и разнообразные воздушные фильтры, позволяющие в значительной мере очистить воздух от табачного дыма.



В Италии «Бритиш Американ Табакко» в сотрудничестве с аэропортом Рима оборудовала две курительные комнаты рядом с терминалами А и В (Выход В5). Курительные комнаты,

вход в которые разрешен только совершеннолетним курильщикам, оснащены мощной вентиляцией.



В странах, где курение внутри общественных заведений полностью запрещено, компания поддерживает организацию удобных зон для курильщиков на свежем воздухе. Эти зоны оснащены сидячими местами, а также оборудованы системами отопления или охлаждения воздуха в зависимости от сезона. Например, в Ирландии, где курение внутри общественных заведений находится под запретом, места для курения в некоторых барах даже оснащены специальными телевизорами и музыкальными системами, устойчивыми к погодным условиям.

Однако только мер по установке вентиляционных систем и фильтров недоста-

designating smoking and non-smoking areas, then every visitor may make his or her choice at once and may avoid the effect of tobacco smoke as they wish.



In the United Kingdom, British American Tobacco acting via the Tobacco Products Manufacturers Association provides financial support to the AIR initiative (Atmosphere Improves Results) (<http://www.airinitiative.com>), which offers practical solutions for bars, pubs and restaurants that allow them to offer separate areas for smokers and non-smokers. Smoking booths and various air filters provide a good complement to ventilation systems as they remove tobacco smoke from the air to a great extent.



In Italy British American Tobacco in cooperation with the Rome Airport equipped two smoking rooms next to terminals A and B (Gate B5). The smoking rooms admit only adults, and they are equipped with powerful forced ventilation equipment.



In the countries where smoking is banned in enclosed public areas the company supports arranging convenient open air smoking areas. These areas have seats and are equipped with heating or cooling systems depending on the season. For instance, such areas in certain bars in Ireland, where smoking in public places is banned, are equipped with special television sets and music

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

точно, если не изменятся поведение и привычки самих курильщиков. Поэтому компания во многих странах поддерживает образовательные кампании, направленные на потребителей сигарет, которые учат курильщиков уважать интересы окружающих людей, не курить в присутствии детей и т. п.



В Германии в 2005 году стартовала кампания «Будьте внимательны к другим людям или курение будет запрещено повсеместно» (“Be considerate or smoking could be banned everywhere”).

В рамках кампании курильщиков призвали с большим вниманием и уважением относиться к окружающим и учитывать их интересы. В акции участвовали 4,5 тысячи табачных магазинов по всей стране, которые бесплатно раздавали потребителям спичеч-

ные коробки с логотипом и девизом акции. Всего было распространено более полумиллиона коробков. Кроме того, рекламные объявления акции публиковались в прессе.

В 2005 году «Бритиш Американ Табакко» совместно с Германским автомобильным клубом запустила общенациональную кампанию под девизом «Люди ценят вежливость» (“People appreciate courtesy”), которая призвала людей не курить в машине, если в ней находятся дети. У акции имеется собственный сайт ([www.ruecksicht-kommt-gut-an.de](http://www.ruecksicht-kommt-gut-an.de)). Также был выпущен буклет, который помимо призыва воздержаться от курения в машине содержит большое количество полезной информации для путешественников. С начала акции по всей Германии было распространено более миллиона таких брошюр.

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

systems resistant to seasonal weather changes. However, ventilation systems and filters are insufficient unless the behaviour and habits of smokers change. That is why in many countries the company supports awareness campaigns targeting consumers of cigarettes and teaching them to respect the interests of those around them and to refrain from smoking in the presence of children, etc.



In 2005 in Germany a campaign was launched with the slogan, “Be considerate or smoking could be banned everywhere”. The campaign encouraged smokers to show respect for those around them and to be sensitive to their interests. The campaign reached 4,500 tobacco stores across

the country that gave away matchboxes bearing the campaign’s logo and message. The total number of matchboxes distributed free of charge exceeded 500,000. In addition, advertisements of the campaign were published in the press.

In 2005 British American Tobacco in cooperation with the German Automobile Club launched a national campaign under the slogan “People appreciate courtesy” which asked people not to smoke in cars if children are present. The campaign opened its website ([www.ruecksicht-kommt-gut-an.de](http://www.ruecksicht-kommt-gut-an.de)) and published a brochure that included a large amount of interesting and useful advice for travellers in addition to the appeal to abstain from smoking in cars. More than one million of these brochures have been distributed across Germany since the launch of the campaign.



#### 4. Взаимодействие с местным сообществом

##### Позиция и инициативы

✓ «БАТ Россия» принимает активное участие в жизни местного сообщества в тех городах, где находятся фабрики компании: в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове. Целями «БАТ Россия» в области социальных инвестиций являются содействие улучшению социальной среды, развитие российской культуры и защита окружающей среды. У компании есть четкие приоритеты в распределении средств, определенные, в том числе, в результате социальных диалогов. Мы стремимся поддерживать проекты, направленные на устранение причин социальных проблем, а не их последствий. «БАТ Россия» также является сторонником

конкурсного подхода, считая его фактором повышения эффективности социальных инвестиций компании и развития социальной сферы в регионах. Так, в Саратове в рамках областных конкурсов социальных проектов в 2005 и 2006 годах компанией были выделены гранты на реализацию проектов, направленных на поддержку людей с ограниченными возможностями. В 2006 году был профинансирован проект по поддержке семей с детьми-инвалидами, а в 2007 году осуществлен проект «Социальное такси», предусматривающий предоставление инвалидам специально оборудованного такси. Компания поддерживает различные социальные проекты во многих российских регионах. На период 2007–2008 годов компания выбрала в качестве своих приоритетов в области благотворительности и спонсорства следующие три направления:

#### 4. Relations with the Local Community

##### Company Position and Initiatives

✓ BAT Russia is actively involved in the life of local communities in the cities where its factories are located: Moscow, Saint Petersburg, and Saratov. BAT Russia's social investments are aimed at supporting the improvement of the social milieu, developing Russian culture, and protecting the environment. With due attention to the results of its social dialogues, BAT Russia has set clear priorities for allocation of assets. We seek to support projects designed to address the causes of social problems and not their consequences. BAT Russia also supports a competitive approach, which it believes is a

factor contributing to the effectiveness of corporate social investments and social development in the regions. In Saratov, as part of the contests for social projects the company allocated grants for projects that support physically challenged people. In 2006 BAT Russia funded a project to support families of children with disabilities, and in 2007 the "Social Taxi" project that provides specially equipped taxis for people with disabilities received the company's help. The company supports various social projects in a number of Russian regions. For 2007–2008 it has three priorities in charity and sponsorship:

- Social assistance to the underprivileged (senior citizens, people with disabilities, and those in rehabilitation)

- › Социальная помощь незащищенным группам населения (пожилым людям, инвалидам и людям, проходящим реабилитацию)
- › Поддержка институтов искусства и культуры (изобразительное искусство)
- › Поддержка экологических проектов и мероприятий (включая благоустройство территорий улиц и дворов российских городов).

**Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании**

✔ В ходе диалогов компании было рекомендовано продолжать реализовывать собственные социальные проекты, а также рассмотреть возможность сотрудничества с другими организациями.

Участники диалогов в Саратове рекомендовали «БАТ Россия» принять участие в Программе трудоустройства молодежи, которая реализуется при поддержке Министерства образования Саратова.»

- › ✔ С 2005 года «БАТ Россия» организует и поддерживает ежегодный конкурс социальных проектов. В 2006 году к участию в конкурсе «Время помогать!» приглашались проекты некоммерческих организаций, направленные на практическое решение проблем людей с ограниченными возможностями усилиями местного сообщества и волонтеров. Итоги конкурса были подведены в ноябре 2006 года, а работа по проектам началась в 2007 году.» «БАТ Россия» продолжит поддержку социальных проектов; особое внимание будет уделено



Сотрудники компании участвуют в различных экологических проектах

*Company employees take part in environmental projects*

- › Supporting institutions for the arts and culture (graphic arts)
- › Supporting ecological projects and events (including upgrading streets and public spaces in Russian cities).

**Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue**

✔ Dialogue participants recommended that the company implement its own social projects and consider the possibility of cooperation with other organisations in this area.

Participants in Saratov recommended that BAT Russia take part in the job placement programme for youth which is supported by the Saratov Ministry of Education.»

- › ✔ From 2005 BAT Russia has organised and supported an annual contest for social projects. In 2006 the “Time to Help!” contest solicited projects from NGOs that aim to find practical solutions for physically challenged people through the efforts of local communities and volunteers. The winners were named in November 2006, and the projects commenced operations in 2007.» BAT Russia will continue funding social projects, especially those that provide social aid to vulnerable groups as well as social investments in the regions, including the contest for social projects. In 2007 the company plans to double its grant budget.

социальной помощи незащищенным группам населения, социальным инвестициям в регионах, в том числе конкурсу социальных проектов. В 2007 году грантовый фонд конкурса будет увеличен компанией в 2 раза.

🔍 **Обязательство 17:** «БАТ Россия» продолжит поддержку социальных проектов (1-й квартал 2008 года).»

- Для «БАТ Россия» развитие молодых сотрудников является частью стратегии, ведь это залог успешного развития бизнеса в будущем. Так, в компании действует двухлетняя программа менеджеров-стажеров, которая позволяет выпускникам приобретать уникальный опыт работы в различных подразделениях «БАТ Россия». Компания рассмотрит возможности

сотрудничества с Программой трудоустройства Министерства образования Саратова, однако это не исключает необходимость прохождения претендентами стандартной утвержденной процедуры отбора кандидатов.

🔍 Предложения в области поддержки культурных проектов были сделаны, в основном, в ходе диалогов в Саратове. Представители общественности рекомендовали компании финансировать проведение общегородских праздников, детского музыкального конкурса и поддержать инициативу по созданию музея истории Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского.»

- Компания рассмотрит возможность оказания финансовой поддержки профиль-

🔍 **Commitment 17:** BAT Russia will continue supporting social projects (Q1 2008).»

- Development of younger personnel is a part of BAT Russia's strategy because it ensures successful growth of our business into the future. The company runs a two-year programme for management trainees in which university graduates have the unique experience of working in different BAT Russia functions. The company will consider cooperating with the job placement programme of the Ministry of Education of Saratov, but candidates must also qualify through the standard selection process.

🔍 Proposals to fund cultural projects were heard mostly during dialogues in Saratov. Community representatives recommended that the company fund city festivities, a children's music contest, and support the creation of a museum of history at the Chernyshevsky Saratov State University.»

- The company will consider providing financial support for a suitable organisation in organizing city festivities dedicated to Saratov City Day.

ной организации в проведении праздничных мероприятий по случаю Дня города в Саратове.

✔ **Обязательство 18:** «БАТ-СТФ» окажет поддержку профильной организации в проведении праздничных мероприятий по случаю Дня города в Саратове (3-й квартал 2007 года).»

- › «БАТ Россия» как табачная компания не может выступать в качестве спонсора мероприятий, направленных на детей и подростков.
- › «БАТ Россия» рассмотрит возможность оказания благотворительной помощи Саратовскому государственному университету им. Н. Г. Чернышевского в создании музея истории университета.

✔ **Обязательство 19:** «БАТ-СТФ» окажет благотворительную помощь Саратовскому государственному университету им. Н. Г. Чернышевского в создании музея истории университета (4-й квартал 2007 года).

Участники диалогов в Саратове внесли также ряд предложений, связанных с благоустройством территории, примыкающей к фабрике, в том числе по вопросам создания благоприятной городской среды для инвалидов и улучшения ситуации с проездом и парковкой автотранспортных средств, принадлежащих компании или сотрудникам. Представители общественности рекомендовали разработать проект санитарно-защитной зоны «БАТ-СТФ», привести санитарно-защитную зону в соответствие с нормами законодательства, а также просили ускорить монтаж нового



«БАТ-СТФ» активно участвует в благоустройстве прилегающих к фабрике территорий

BAT-STF takes active part in upgrading the premises adjacent to the factory

✔ **Commitment 18:** BAT-STF will support a suitable organisation in organizing city festivities dedicated to Saratov City Day (Q3 2007).»

- › Because BAT Russia is a tobacco company, it would be improper for it to sponsor events for children and adolescents.
- › BAT Russia will consider providing a donation to the Chernyshevsky Saratov State University for the creation of a museum of history.

✔ **Commitment 19:** BAT-STF will provide charitable support to the Chernyshevsky Saratov State University in setting up the university's history museum (Q4 2007).

Participants in Saratov dialogues made a number of proposals for enhancing the area adjacent to the factory, including making conditions in the city more favourable for people with disabilities and improving automobile access and parking for employees. Community representatives recommended that BAT-STF construct a health protection zone that conforms to legal requirements, and they also requested installation of odour-abating equipment to reduce odours in the area adjacent to the BAT-STF factory.»

- › BAT-STF intends to be a good neighbour to the residents of buildings near its factory, and this entails making improvements in the adjacent area. Even though development



оборудования, снижающего уровень запаха на территории, прилегающей к фабрике «БАТ-СТФ».»

- » «БАТ-СТФ» стремится поддерживать добрососедские отношения с жителями домов, расположенных вблизи фабрики, в том числе по вопросам благоустройства прилегающей территории. Несмотря на то, что вопросы, касающиеся развития городской инфраструктуры, являются сферой ответственности главным образом местных органов управления, компания участвует в благоустройстве прилегающих к фабрике территорий.

✓ В 2006 году «БАТ-СТФ» были проведены работы по благоустройству во дворе д. 42/54 по улице Аткарской: выполнена санобработка деревьев, обновлены зеленые насаждения, отремонтирована

детская площадка, установлены скамейки для отдыха жителей дома.» Вместе с тем, оставляет желать лучшего качество асфальтового покрытия, а также организация вывоза мусора во дворах некоторых домов, расположенных в непосредственной близости от «БАТ-СТФ». Вопросы благоустройства этих территорий станут предметом консультаций компании с Администрацией Фрунзенского района Саратова.

📌 **Обязательство 20:** Компания вырабатывает совместный план действий с Администрацией и организациями Фрунзенского района Саратова по благоустройству прилегающей к фабрике территории, включая вопрос о вывозе бытового мусора (4-й квартал 2007 года).»

«БАТ-СТФ» стремится поддерживать добрососедские отношения с жителями домов, расположенных вблизи фабрики

*BAT-STF seeks to maintain neighbourly relations with residents of apartment buildings adjacent to the factory*

of municipal infrastructure is primarily the responsibility of local authorities, the company contributes to upgrading the areas around the factory. ✓ In 2006 BAT-STF refurbished the public areas surrounding the residential building at 42/54 Atkarskaya Street: trees were sprayed with insecticide, new greenery was planted, a playground was repaired, and benches were installed.» However, the asphalt in the courtyard as well as the maintenance of garbage disposal areas near some of the buildings adjacent to BAT-STF are far from perfect. Improvement of those areas will be a subject of consultations between the company and the Administration of Saratov's Frunzensky District.

📌 **Commitment 20:** BAT-STF will work out a joint action plan with the Administration and organisations of Saratov's Frunzensky District to upgrade the streets and yards adjacent to the factory's premises, including garbage removal (Q4 2007).»

📌 **Commitment 21:** BAT-STF will develop a joint action plan with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 42/54, Atkarskaya str. to repair the asphalt surface in the yard of the apartment building at 42/54, Atkarskaya str. (Q4 2007).»

✔ **Обязательство 21:** «БАТ-СТФ» вырабатывает совместный план действий с Администрацией Фрунзенского района Саратова и Товариществом собственников жилья (ТСЖ) д. 42/54 по ул. Аткарская по ремонту асфальтового покрытия во дворе дома по адресу: ул. Аткарская, д. 42/54 (4-й квартал 2007 года).»

✔ **Обязательство 22:** «БАТ-СТФ» вырабатывает совместный план действий с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ дома по адресу: ул. Степана Разина, д. 20 по благоустройству двора дома по адресу: ул. Степана Разина, д. 20 при финансовой поддержке компании (4-й квартал 2007 года).»

✔ **Обязательство 23:** В 2007 году «БАТ-СТФ» совместно с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ д. 134/142 по ул. Рабочая рассмотрит возможность ремонта навеса подъезда д. 134/142 по ул. Рабочая при финансовой поддержке компании (4-й квартал 2007 года).»

» «БАТ-СТФ» с пониманием относится к проблемам, которые возникают у жильцов близлежащих домов в связи с передвижением и парковкой служебного автотранспорта компании и личных автомобилей ее сотрудников. Компания стремится минимизировать количество автомобилей, останавливающихся вблизи фабрики на улице Рабочая. Установкой дорожных знаков и проведением работ по изменению ограждения дорожного покрытия обычно занимаются органы

✔ **Commitment 22:** Together with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 20, Stepana Razina str. BAT-STF will develop a joint action plan to upgrade the yard at 20, Stepana Razina str. with the financial support of the company (Q4 2007).»

✔ **Commitment 23:** In 2007, BAT-STF along with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 134/142, Rabochaya str. will consider the possibility of repairing the roof over the porch of the apartment building at 134/142, Rabochaya str. with the financial support of the company (Q4 2007).»

» BAT-STF appreciates the inconvenience to residents of nearby buildings when company and personal vehicles belonging to the company's staff drive through the area or park in it. The company tries to keep the number of cars parked near the factory at Rabochaya Street to a minimum. Signs and road barriers are normally installed by state and municipal authorities, and that prevents BAT-STF from controlling the overall parking situation on Rabochaya Street. However, BAT-STF will continue to make every effort to resolve the issue. To prevent staff from parking their cars in front of the residential building adjacent to the factory, BAT-STF will pay for parking spaces for its staff at a parking lot.



государственной и местной власти. Это не позволяет «БАТ-СТФ» контролировать весь автотранспорт, останавливающийся на улице Рабочая. Тем не менее, «БАТ-СТФ» будет и в дальнейшем делать все возможное для разрешения этой проблемы. Чтобы исключить парковку личных автомобилей сотрудников перед жилым домом напротив фабрики, «БАТ-СТФ» обеспечит сотрудников местами на автостоянке за счет компании.

**Обязательство 24:** «БАТ-СТФ» обеспечит сотрудников компании, приезжающих на работу на личных автомобилях, местом на автостоянке за счет средств «БАТ-СТФ» (2-й квартал 2007 года).»

Одним из приоритетов социальной политики «БАТ Россия» является помощь инвалидам. Поэтому в 2007 году «БАТ-СТФ»

обсудит с органами местной власти возможность оборудования пандусами прилегающей к фабрике территории.

**Обязательство 25:** «БАТ-СТФ» вырабатывает совместный план действий с органами государственной власти в отношении возможности оборудования пандусами прилегающей к фабрике территории (3-й квартал 2008 года).»

«БАТ Россия» привержена принципам устойчивого развития, а производственная деятельность компании полностью соответствует требованиям экологического законодательства. Тем не менее, «БАТ Россия» постоянно совершенствует производственные процессы и внедряет новые технологии, минимизирующие воздействие произ-

«БАТ-СТФ» обеспечит сотрудников, приезжающих на работу на личных автомобилях, местом на автостоянке

*BAT-STF will allocate parking places to employees who own personal vehicles*

**Commitment 24:** BAT-STF will allocate parking places to employees who own personal vehicles at the company's expense (Q2 2007).»

Among the priorities of BAT Russia's social policies is support for disabled people. In 2007, BAT-STF will discuss with local governmental authorities the possibility of building access ramps in areas adjacent to the factory.

**Commitment 25:** Together with government authorities BAT-STF will develop a joint action plan to consider the possibility of installing access ramps in the area adjacent to the factory (Q3 2008).»

BAT Russia adheres to the principles of sustainable development and its manufacturing is in complete compliance with ecological legislation. Nevertheless, BAT Russia consistently improves its manufacturing processes and introduces new technologies that minimize environmental impact. The company is currently refurbishing the manufacturing and storage facilities at BAT-STF. Specifically this project includes installation of additional equipment to reduce tobacco odours outside of the factory. Reconstruction and modernisation are done in stages and will be completed by the end of 2007 so that it won't be necessary to install plastic windows in

водства на окружающую среду. В настоящее время производится реконструкция производственно-складского корпуса «БАТ-СТФ». Проектом предусмотрена, в частности, установка дополнительного оборудования по нейтрализации запаха табака за пределами фабрики. Работы по реконструкции и модернизации производства выполняются поэтапно, в соответствии с согласованным графиком, и будут завершены к концу 2007 года, в результате чего необходимость в установке пластиковых окон для устранения запаха табака в квартирах близлежащих домов отпадет. Установка нового оборудования до завершения строительных работ невозможна по техническим и технологическим причинам. Проект санитарно-защитной зоны для предприятия «БАТ-СТФ» был

разработан и утвержден в 2004 году. В соответствии с этим проектом были проведены работы по благоустройству и озеленению территории, прилегающей к фабрике по улицам Рабочая и Аткарская. После завершения реконструкции фабрики будут также внесены необходимые корректировки в проект ее санитарно-защитной зоны.»



*Работы по реконструкции и модернизации на «БАТ-СТФ» выполняются поэтапно, в соответствии с согласованным графиком*

*Reconstruction and upgrading works at BAT-STF are performed on a step-by-step basis in accordance with the approved schedule*

adjacent buildings to eliminate tobacco odours. For technical reasons new equipment cannot be installed before construction work is completed. The project for a health protection zone for BAT-STF was elaborated and approved in 2004. Its implementation included improving the area adjacent to the factory at Rabochaya and Atkarskaya Streets and planting it with trees. Once the refurbishment of the factory is completed, the project for its health protection zone will be revisited.»

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

**Компании Группы «Бритиш Американ Табакко»** стремятся вносить свой вклад в развитие местных сообществ тех стран, в которых они ведут свою деятельность. При этом, выстраивая долгосрочные отношения с местным сообществом и некоммерческими организациями, компании Группы рассматривают ресурсы, выделяемые на эти цели, как социальные инвестиции. В некоторых странах компания учреждает корпоративные благотворительные фонды. С 2006 года компании руководствуются в своей деятельности Глобальными стратегическими направлениями работы в области корпоративных социальных инвестиций, которые были разработаны штаб-квартирой Группы в Лондоне. Деятельность в сфере социальных инвестиций ведется преимущественно по следующим ключевым направлениям: устойчивое сельское хозяйство, поддержка культуры

и искусства и поддержка социальных инициатив. Однако компании могут выбрать и другие направления работы, как, например, помощь в ликвидации последствий стихийных бедствий или борьба со СПИДом, если того требуют местные условия.



«Бритиш Американ Табакко» приветствует участие сотрудников в благотворительности: во многих компаниях действуют программы частных пожертвований для сотрудников, проводятся волонтерские акции. Например, в Австралии все сотрудники могут взять раз в год однодневный отпуск для того, чтобы поработать в качестве волонтеров.



## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

**Companies of the British American Tobacco Group** seek to contribute to the development of local communities in the countries where they operate. They see their contributions to building long-term relations with their local community and NGOs as social investments. In some countries British American Tobacco establishes corporate charitable foundations. Since 2006 the companies have been guided by the Group's Strategic Governance for Corporate Social Investment developed at the Group's London headquarters. Key areas for social investments are: sustainable farming and support for culture,

arts, and social initiatives. Depending on local conditions companies may also choose other goals, such as providing aid in the aftermath of natural disasters or combating AIDS.



British American Tobacco welcomes the participation of its personnel in charity: many companies run private donation programmes for their staff as well as volunteer activities. For example, in Australia every employee once a year may take a day off to be a volunteer.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ



В России через программу частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь» (разработанной и поддерживаемой британским благотворительным фондом CAF) сотрудники «БАТ Россия» помогают людям, попавшим в беду (тяжелобольным детям, детям и взрослым с ограниченными возможностями, одиноким старикам), а также бездомным животным. Участник программы самостоятельно определяет получателя помощи и размер пожертвования, которое удерживается из его зарплаты, а компания удваивает сумму, пожертвованную сотрудником. Ежемесячно каждый жертвователю получает подробный отчет о том, как были потрачены предоставленные им средства.



«БАТ Южная Африка» реализует ряд долгосрочных программ в сфере образования. Например, в сотрудничестве с Институтом директоров и бизнес-школой Университета Кейптауна компания поддерживает Программу развития будущих лидеров. Целью программы является развитие менеджерских навыков мужчин и женщин, вышедших из социально незащищенных слоев населения, а также внедрение принципов эффективного корпоративного управления. Каждый год для участия в программе выбираются не менее 30 кандидатов по всей стране. Программа не только дает возможность участникам пройти формальное обучение, она также предоставляет возможность получить практические навыки через общение с лидерами современного бизнеса. В 2005 году компания взяла на себя обязательство продолжить финансирование программы еще в течение 3 лет.

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE



In Russia, British American Tobacco employees help people in need (seriously ill children, children and adults with disabilities, older people without family support) as well as homeless animals by participating in the “They Need Your Help” private donations programme developed and supported by the British charity foundation CAF. Participants in the programme choose the beneficiary and the sum of donation which is deducted from the employee’s salary, while the company doubles the amount of the donation made by employees. On a monthly basis participants receive a full spending report.



BAT South Africa supports a number of long-term education programmes. For instance, the company together with the Institute of Directors and the Graduate School of Business at the University of Cape Town support the Emerging Leaders Programme, which targets the development of management skills in men and women from underprivileged groups as well as promoting the principles of effective corporate governance. Each year at least 30 candidates for the programme are selected across the country. The programme provides formal education and equips its graduates with practical skills through their contacts with today’s business leaders. In 2005 the company assumed the obligation to continue funding the programme for 3 more years.



В Великобритании компания поддерживает Партнерство по биологическому разнообразию, Фонд по ликвидации детского труда при выращивании табака, а также проект реставрации исторических и культурных памятников через Всемирный фонд памятников.



Многие компании Группы поддерживают программы в сфере социальной реабилитации и адаптации людей с ограниченными возможностями. Например, на фабрике «Бритиш Американ Тобакко» в Бонкуре, Швейцария, с 1994 года существует специально оборудованный цех, в котором работают люди с ограниченными возможностями. Этот проект осуществляется в сотрудничестве с местной некоммерческой организацией Castors.



In the United Kingdom the company supports the Biodiversity Partnership, the Foundation for the Elimination of Child Labour, and restoration of historical and cultural monuments through the World Monuments Fund.



A number of companies support programmes for social rehabilitation and adaptation of people with special needs. For example, the British American Tobacco factory in Boncourt, Switzerland, has been operating a specially equipped shop for people with special needs since 1994. The project is run in cooperation with the local non-profit organisation, Castors.

## 5. Информирование потребителей

### Позиция и инициативы

«БАТ Россия» убеждена в том, что выбор – курить или не курить – должен стоять только перед взрослыми людьми, осведомленными о существующих рисках, и что потребители вправе получать значимую информацию о табачной продукции, в том числе о сопряженных с ней рисках для здоровья и возможных путях их снижения. Мы считаем, что центральную роль в информировании общества о вреде курения должны играть государственные органы, а табачные компании, со своей стороны, должны оказывать им активное содействие, в частности, размещая предупредительные надписи о вреде курения на пачках сигарет и во всех рекламных материалах, как того требует законодательство.

✓ Компания также использует и другие способы информирования потребителей о рисках, связанных с потреблением табачных изделий. Так, в соответствии с обязательствами, принятыми компанией в рамках предыдущих циклов социальной отчетности, «БАТ Россия» издала и распространила брошюру «Курение и здоровье». Информация о рисках, связанных с потреблением табачных изделий, опубликована на корпоративном веб-сайте.

В соответствии с действующим российским законодательством и внутренними решениями компании на каждой пачке сигарет, произведенной «БАТ Россия», размещается информация для потребителей. К ней относятся предупредительные надписи о вреде курения, информация об изготовителе и владельце товарного знака, информация о сертификации сигарет, адрес для отправки возможных претензий и запросов потребителей на получение дополнительной



Раздел «Курение и здоровье»  
корпоративного сайта «БАТ Россия»

Section “Smoking and Health”  
of BAT Russia’s corporate site

## 5. Consumer information

### Company Position and Initiatives

BAT Russia believes that the choice to smoke should be made only by adults who are aware of the risks of smoking and that consumers have the right to obtain relevant information about tobacco products, including their health risks and possible ways to reduce them. We believe that the State should play the central role in informing the public about the risks of smoking, while tobacco companies should actively contribute, in particular by placing warnings on cigarette packs and in all ads as required by law. ✓ The company also informs consumers of the risks associated with tobacco smoking in other ways. In line with the

commitments assumed by the company during previous social reporting cycles, BAT Russia has published and distributed the “Smoking and Health” brochure. Information on the risks associated with tobacco consumption is also posted on the corporate website.

As specified by Russian legislation and in accordance with internal company decisions each pack of cigarettes produced by BAT Russia has information for consumers printed on it. This includes health warnings, information about the manufacturer and trademark owner, information about certification of the cigarettes, an address for complaints and requests for additional information on BAT Russia’s brands, the maximum retail price, and the message “Sales to minors are prohibited”. In accordance with the current norms (GOST

информации о марке сигарет, максимальная розничная цена, а также надпись «Продажа несовершеннолетним запрещена». Кроме того, согласно действующим в данный момент нормативам (ГОСТ 3935-2000) на пачке приводятся данные о содержании смолы и никотина в конденсате дыма сигарет. В 2006 году Ассоциация производителей табачной продукции «Табакпром» при активной поддержке «БАТ Россия» разработала «Технический регламент на табачную продукцию». Данный нормативный акт был внесен на рассмотре-

ние в Государственную Думу ФС РФ осенью 2006 года и в случае его принятия будет иметь силу Федерального закона. Технический регламент предусматривает увеличение размера предупредительной надписи о вреде курения на пачке сигарет, а также нанесение на пачку информации о содержании монооксида углерода (СО).

В конце 2005 года «БАТ Россия» установила для потребителей «горячую линию». В феврале 2006 года информация о «горячей линии» была опубликована на корпоративном сайте «БАТ Россия» [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).<sup>1</sup>

*По любым вопросам, касающимся деятельности «Бритиш Американ Табакко» в России, потребители могут обращаться по телефонам бесплатной «горячей линии»:*

- › для жителей Москвы: 8 (495) 777 7737
- › для жителей других городов России: 8 (800) 200 7737
- › или по электронному адресу [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru).

3935-2000) each pack also provides information on tar and nicotine content in the cigarette smoke condensate. With active support from BAT Russia the Tabakprom Association of Tobacco Products Manufacturers in 2006 developed the Technical Regulations for Tobacco Products. This document, which was submitted to the State Duma of the Russian Federation in autumn 2006, envisages a significant increase in the size of the warning

on a pack and will have the force of a federal law if adopted. Technical regulations provide for increasing the size of the health warning as well as for printing information about carbon monoxide (CO) content on cigarette packs.

At the end of 2005 BAT Russia established a hotline for its consumers. In February 2006 information about the hotline was posted on BAT Russia's official website: [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).<sup>1</sup>

*Consumers may ask any questions about British American Tobacco operations in Russia by calling the hotline:*

- › the number for Moscow residents is: 8 (495) 777 7737
- › the toll-free number for other regions is: 8 (800) 200 7737
- › or by e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru).

Потребители Dunhill, Kent, Vogue, Pall Mall, Viceroy, Ява Золотая также могут воспользоваться номерами «горячих линий», созданных специально для каждой из этих марок в начале 2006 года. Номера «горячих линий» размещены на клапане пачки. К концу 2007 года компания планирует запустить «горячие линии» для большинства своих марок.

✔ **Обязательство 26:** Компания будет размещать телефонный номер «горячей линии» на упаковке большинства марок сигарет производства «БАТ Россия» (4-й квартал 2007 года).»

**Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании**

✔ При обсуждении вопросов информирования потребителей о качестве и составе продукции, продаваемой «БАТ Россия», максимальной розничной цене и последствиях курения, представители общественности рекомендовали компании активнее использовать упаковку табачной продукции и вкладыши. Они обратили внимание на необходимость изучить и применить на практике европейский опыт размещения информации, обязательной для потребителей, на пачках сигарет. Было предложено указывать на каждой пачке конкретную фабрику-производителя и доводить до сведения потребителей адрес и телефонный номер «горячей линии», куда можно обратиться с вопросами по поводу качества

Consumers of Dunhill, Kent, Vogue, Pall Mall, Viceroy and Yava Gold also have an opportunity to use the hotline numbers set up for these brands in early 2006. The hotline numbers are indicated on the lid of the cigarette packs. By the end of 2007 the company plans to set up hotlines for most of brands produced at BAT Russia sites.

✔ **Commitment 26:** BAT Russia will publish the hotline number on cigarette packs of most brands produced by BAT Russia sites (Q4 2007).»

Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue

✔ During discussions about consumer information on the quality and ingredients of

BAT Russia products, maximum retail price (MRP) and health risks of smoking, stakeholders suggested that the company make more use of packaging and pack inserts. They noted the need to study and apply the European practice of printing information for consumers on cigarette packs. They suggested that each pack should carry information about the place of manufacture as well as an address and hotline number for inquiries about product quality. They recommended using inserts with information about the health impact of “light” cigarettes.»

› If the State Duma of the Russian Federation adopts the Technical Regulations for Tobacco Products the size of the health



сигарет. Было рекомендовано использовать вкладыши с информацией о влиянии на здоровье «легких» сигарет.»

- › В случае принятия Государственной Думой ФС РФ «Технического регламента на табачную продукцию» размер предупредительной надписи о вреде курения на пачке сигарет будет увеличен. Таким образом, изменения в российском законодательстве, касающиеся правил оформления потребительской тары сигарет, приведут его в соответствие с мировыми тенденциями, а также позволят учесть требования Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака.
- ›  Производственный контроль качества на всех фабриках «БАТ Россия» осуществляется по единым стандартам, принятым в «Бритиш Американ Табакко».» Это гарантирует потребителю приобрете-

ние высококачественной продукции вне зависимости от местонахождения предприятия-изготовителя, принадлежащего компании. Некоторые марки сигарет выпускаются на различных фабриках «БАТ Россия» в зависимости от производственного плана. Поэтому компания считает не только нецелесообразным, но и экономически невыгодным указывать конкретного производителя на каждой пачке сигарет, поскольку в этом случае возникает необходимость изготовления различных вариантов упаковки для одного и того же продукта. Кроме того, при необходимости производителя можно определить по конкретной акцизной марке.

- ›  В ассортименте продукции, выпускаемой предприятиями компании, содержатся и так называемые «легкие»

*Производственный контроль качества на всех фабриках «БАТ Россия» осуществляется по единым стандартам «Бритиш Американ Табакко»*

*Quality control at all BAT Russia sites is performed according to uniform standards of British American Tobacco*

warning on the packs will increase. In this way changes in Russian legislation concerning the rules for consumer packaging will bring it in line with practices developing worldwide and will ensure that it meets the requirements stipulated by the World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control.

- ›  Quality control at all factories of the BAT Russia is performed according to the uniform standards of British American Tobacco.» This guarantees that consumers are purchasing a high-quality product regardless of the location of the manufacturer. However, certain brands are manufactured at more than one BAT Russia site, depending on the production plan.

For this reason the company believes that it would be impractical and even counterproductive to print the specific manufacturing source on each pack given, that it would require producing different packs for the same product. Moreover, whenever it is truly necessary, the specific source can be identified by the excise stamp on the pack.

- ›  The range of products manufactured by the company's factories includes so-called "light" cigarettes.» At this time science does not have sufficient data to confirm that cigarettes with lower tar and nicotine delivery pose less health risks than other types of cigarettes. A consumer switching to lower-tar cigarettes must watch his

сигареты. В настоящее время наука не располагает достаточными данными, позволяющими утверждать, что сигареты с пониженным уровнем содержания смолы и никотина представляют меньший риск для здоровья человека по сравнению с другими типами сигарет. Потребитель, переходящий на сигареты с пониженным содержанием смолы, должен следить за своей манерой курения и помнить о том, что увеличение затяжек по количеству и объему приводит к увеличению количества поглощаемого дыма независимо от типа сигарет. Информацию по данному вопросу можно найти на сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru). Компания не планирует использовать вкладыши для информирования потребителей по этой теме.

С 1 января 2007 года вступили в силу поправки к Налоговому кодексу и другим нормативным актам РФ. Согласно новым требованиям, производители и импортеры обязаны указывать на каждой произведенной или ввезенной в Россию пачке сигарет максимальную розничную цену (МРЦ), выше которой единица потребительской упаковки (пачка) табачных изделий не может быть реализована потребителям предприятиями розничной торговли, общественного питания, сферы услуг, а также индивидуальными предпринимателями. В связи с этим участники диалогов рекомендовали компании разработать программу информирования потребителей и продавцов о механизме действия нового законодательства. Было рекомендовано проводить информационную работу с потребителями



В конце 2006 – начале 2007 годов были сделаны вкладыши в пачки сигарет «БАТ Россия» (Ява, Ява Золотая, Alliance), информирующие потребителя о нововведениях

From the end of 2006 to the beginning of 2007, the company produced pack inserts for Yava, Yava Gold, and Alliance to inform consumers of the new requirements

smoking habits and be aware that increasing the number and volume of inhalations leads to an increased smoke intake regardless of the type of cigarettes. Information on this issue is available on the company's website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru). The company does not plan to use inserts to communicate information to consumers on this topic.

Changes in the Tax Code and in other government regulations of the Russian Federation that came into effect 1 January, 2007 require that producers specify the maximum retail price on every locally manufactured or imported cigarette pack. Retailers, public food service or other service outlets as well as individual entrepreneurs are not

allowed to charge a price higher than the one specified. Dialogue participants recommended that the company develop a programme for informing consumers and retailers about how the new legislation will be implemented. They advised the company to increase consumer awareness so that they avoid purchasing tobacco products at prices higher than the maximum retail price and to develop a system to facilitate reporting any violations of the legislation.

- ›  BAT Russia took a number of measures to inform consumers, as well as wholesalers and retailers, of the new legal requirement. From the end of 2006 to the beginning of 2007, the company produced pack inserts



по предотвращению приобретения табачных изделий по ценам, превышающим максимальные розничные цены, разработать систему поощрений за сообщения о фактах нарушения соответствующего законодательства.

- ✔ Компания «БАТ Россия» предприняла целый ряд мер, чтобы проинформировать потребителей, оптовых и розничных продавцов о новых требованиях законодательства. В конце 2006 – начале 2007 годов были сделаны вкладыши в пачки сигарет «БАТ Россия» (Ява, Ява Золотая, Alliance), информирующие потребителя о нововведениях. На сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru), на пачках сигарет и в специально изданной брошюре был опубликован номер «горячей линии» «БАТ Россия», по которому потребители

и клиенты могли задать все интересующие их вопросы. Осенью 2006 года для оптовых клиентов «БАТ Россия» были проведены образовательные семинары. Совместными усилиями ведущих табачных компаний был издан буклет, информирующий широкий круг розничных клиентов о новых требованиях законодательства. В феврале 2007 года этот буклет был распространен более чем в 200 тысячах торговых точек по всей стране.

- Компания не считает возможным вводить собственную систему поощрения за сообщения о фактах нарушения закона при продаже сигаретной продукции по цене, превышающей максимальную розничную цену (МРЦ), поскольку считает, что контроль за соблюдением законодательства возложен на органы государственной власти.

*С 2007 года на каждой пачке сигарет указывается максимальная розничная цена*

*Since 2007, maximum retail price shall be indicated on each cigarette pack*



*В феврале 2007 года буклет «Об особенностях розничной продажи сигарет и папирос с 2007 года» распространен более чем в 200 тысячах торговых точек*

*In February 2007, the booklet "On New Requirements to Retail Sale of Cigarettes and Papirossy in 2007" was distributed in more than 200,000 retail outlets*

for Yava, Yava Gold, and Alliance to inform consumers of the new requirements. The website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru), cigarette packs, and a special booklet all provide the BAT Russia hotline number where consumers and clients can ask questions. In autumn 2006 BAT Russia conducted educational seminars for its wholesale clients. Leading tobacco companies jointly published a booklet for a broad range of retail customers informing them of the new legal requirements. In February 2007 the booklet was distributed to over 200,000 retail outlets across the country.

- The company does not see the feasibility of introducing its own system to encourage reporting sales at prices above the

maximum retail price as it believes that the function of law enforcement should rest with the state.

- Ⓜ Dialogue participants recommended that the company engage an independent expert to make a comparative assessment of the quality of cigarettes manufactured by British American Tobacco in Russia and in other markets and to publish its findings.

- ✔ In product quality assurance, British American Tobacco operates in compliance with global standards used by British American Tobacco companies across the world. Manufacturing companies of the Group employ uniform methods of

✓ Участники диалогов рекомендовали компании провести независимую сравнительную экспертизу качества сигарет, производимых предприятиями Группы «Бритиш Американ Табакко» в России и за рубежом, и опубликовать ее результаты.»

➤ ✓ В области обеспечения качества продукта «Бритиш Американ Табакко» руководствуется единой международной политикой, которая применяется подразделениями компании по всему миру. Производственные компании Группы используют единую методологию оценки и контроля качества,» и мы не видим необходимости в введении дополнительного сравнительного анализа продукции. Все компоненты сигарет и материалы для производства проходят международную оценку и сер-

тификацию, параметры спецификаций производственных материалов гармонизированы. Технологический процесс обработки табака на фабриках компании в целом одинаков, а разработка табачных смесей и процесс закупки табака осуществляются централизованно.



*Все компоненты сигарет и материалы для производства проходят международную оценку и сертификацию*

*All cigarette components and materials used in production are subject to international assessment and certification*

quality evaluation and control,» and we do not believe it necessary to introduce any additional comparative product analysis. All cigarette components and production materials are internationally evaluated and certified, and certification parameters for manufacturing materials are established in a consistent fashion. The international standards of British American Tobacco brands assure identical composition of cigarettes manufactured by different factories. Furthermore, the technology for processing tobacco at the company's factories is fundamentally the same, and the tobacco blends and leaf sourcing are centralised.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ

«Бритиш Американ Табакко» осуществляет информирование потребителей по двум основным темам. Во-первых, это предоставление четкой и достоверной информации о рисках для здоровья, связанных с курением, и, во-вторых, информирование потребителей о продукции компании. В течение 2006 года компании Группы «Бритиш Американ Табакко» в 78 странах опубликовали информацию по проблемам курения и здоровья и в 43 странах выпустили сборники рекомендаций для тех, кто хочет бросить курить. Полезная информация для потребителей по вопросам курения и здоровья, а также ссылки на независимые источники информации публикуются на интернет-сайтах подразделений Группы.

Основным источником информации о продукции «Бритиш Американ Табакко» является специально созданный сайт

<http://www.bat-ingredients.com>, на котором представлена информация по всем компонентам, используемым для производства сигарет, включая не только табачные ингредиенты, но и сигаретную бумагу, фильтры, клей и т. п. Информация на сайте сгруппирована по странам и по маркам сигарет. По данным штаб-квартиры Группы, на конец 2006 года на сайте были представлены ингредиенты марок компании из 90 стран. Число компаний Группы, разместивших информацию о своих марках на сайте, постоянно растет.



На сайте «Бритиш Американ Табакко Бельгия» можно найти номер телефона Национальной линии по вопросам курения (National Smoking Helpline), которая предоставляет консультации и оказывает поддержку всем желающим бросить курить.



## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE

**British American Tobacco** provides consumer information on two key topics. In the first place, it gives clear and reliable information on the health risks associated with smoking, and in the second it informs consumers about its products. In 2006 companies of the British American Tobacco Group in 78 countries published information on smoking and health, and in 43 countries they published recommendations for those who want to quit smoking. Useful information for consumers on smoking and health, as well as references or contacts for independent sources of information, is published on the websites of the Group's companies.

The main source of information about British American Tobacco products is the special

website: <http://bat-ingredients.com>. This site provides information on all the components used in cigarette manufacturing, which include cigarette paper, filters, glue, etc., in addition to tobacco ingredients. Information on the website is grouped by countries and cigarette brands. According to the Group's headquarters, by the end of 2006 the site contained information about brand ingredients from 90 countries. The number of Group companies that post information about their brands on the website keeps growing.



The British American Tobacco Belgium website lists a phone number for the National Smoking Helpline that provides consultations and support to all who wish to quit.

## «БРИТИШ АМЕРИКАН ТОБАККО» В МИРЕ



Во многих странах существуют «горячие линии» для потребителей, по которым курильщики могут задать любые интересующие их вопросы, в том числе по теме курения и здоровья. Такие «горячие линии» функционируют, например, в Корее, Японии, Мексике, Новой Зеландии и др. Номер «горячей линии», как правило, публикуется на сайте компании и печатается на пачках сигарет.

Используются и другие методы информирования потребителей. Например, четвертая часть пачек сигарет, выпущенных «БАТ Мексика», с 2004 года содержит специальный тематический вкладыш «Существуют веские причины, чтобы бросить курить». В нем опубликована информация министерства здравоохранения

Мексики о рисках для здоровья, связанных с курением. А в ответ на ожидания, высказанные представителями общественности в 2005 году в рамках процесса социальной отчетности, на обратной стороне этих вкладышей компания размещает обращения к потребителям: «Помогите нам предотвратить курение несовершеннолетних. Не посылайте детей за сигаретами!», или «Не курите в присутствии детей, беременных женщин и лиц с заболеваниями органов дыхания», или «Предотвратите пожар. Не оставляйте непотушенной сигарету!».

## BRITISH AMERICAN TOBACCO WORLDWIDE



In many countries there are hotlines for consumers where smokers can ask any question, including questions concerning smoking and health. These hotlines operate, for instance, in Korea, Japan, Mexico, New Zealand and other countries. The hotline number is normally posted on a corporate website and printed on cigarette packs.

Other means to deliver information to consumers are used as well. For example, a quarter of packs manufactured by British American Tobacco Mexico since 2004 contain a special insert entitled “There are Good Reasons to Quit Smoking”. It includes information

from the Ministry of Health on the health risks associated with smoking. In response to the expectations voiced by stakeholders in 2005 during the social reporting process, the company also places its messages for consumers on the back of those inserts: “Help us prevent underage smoking. Don’t send children for cigarettes!” or “Don’t smoke in the presence of children, pregnant women, or people with pulmonary disorders!” or “Prevent fires. Stub out your cigarettes!”

## Дополнительные темы, поднятые участниками

### 6. Техническое регулирование

☑ Участники диалогов предложили «БАТ Россия» рассмотреть возможность участия в разработке технического регламента по производству табачных изделий.»

- ☑ «Технический регламент на табачную продукцию» – документ, который призван объединить все нормы и требования к производству табачной продукции, действующие в настоящее время на территории Российской Федерации, а также привести их в соответствие с международными стандартами в данной сфере. Проект регламента разрабатывался в 2003–2006 годах Ассоциацией

производителей табачной продукции «Табакпром», активным членом которой является «БАТ Россия». По инициативе компании в проект технического регламента было включено требование, в частности, увеличить надпись, предупреждающую о вреде курения, на упаковке табачной продукции. В настоящее время данный законопроект находится на рассмотрении Государственной Думы ФС РФ.»

### 7. Социальная реклама

См. разделы «Предотвращение курения среди несовершеннолетних» и «Курение в общественных местах».

### 8. Охрана окружающей среды

См. раздел «Взаимодействие с местным сообществом».

## Other Topics Raised by Participants

### 6. Technical Regulation

☑ Dialogue participants proposed that BAT Russia consider participation in developing technical regulations for tobacco products.»

- ☑ Technical Regulations for Tobacco Products is a document that would encompass all existing regulations and requirements for manufacturing tobacco products, and would bring the Russian norms and regulations in line with the corresponding international standards. The draft regulation was developed in 2003–2006 by the Tabakprom Association

of Tobacco Products Manufacturers in which BAT Russia is an active participant. At BAT Russia’s suggestion the technical specifications now include requirement, in particular, to increase the size of the health warning indicated on the pack. The draft law is under consideration by the State Duma of the Russian Federation.»

### 7. Social Advertising

See “Underage Smoking Prevention” and “Smoking in Public Places”.

### 8. Environmental Protection

See “Relations with the Local Community”.

## 9. Курение и здоровье

### Позиция и инициативы

Компания осознает важность пропаганды здорового образа жизни и поддерживает ряд инициатив, направленных на здоровье будущего поколения, в частности, через программу по предотвращению курения среди беременных женщин. По данным проведенного независимой организацией социологического исследования, в ходе которого были опрошены 923 беременные женщины, выяснилось, что более половины из них с той или иной интенсивностью курили до беременности, а 16,6% продолжали курить, будучи «в положении». Большинство опрошенных (84,3%) в целом положительно относятся к информации, призывающей к ограничению курения во время беременности, и практически все

(97% респондентов) положительно или скорее положительно отнеслись к инициативе табачной компании по проведению информационной кампании по этой проблеме.

✓ Поэтому в 2005 году «БАТ Россия» оказала помощь Фонду «Центр независимой потребительской экспертизы» в разработке программы по предотвращению курения среди беременных женщин и поддержала запуск пилотного проекта в Санкт-Петербурге. В рамках этого проекта в 59 женских консультациях города были размещены информационные плакаты под девизом «Ему не нравится!», призывающие женщин отказаться от курения во время беременности. При этом всестороннюю поддержку Фонду оказал Комитет по здравоохранению Правительства Санкт-Петербурга, с которым, в частности, было согласовано размещение плакатов в женских консультациях. Учитывая высокую социаль-

## 9. Smoking and Health

### Company Position and Initiatives

The company appreciates the importance of promoting a healthy lifestyle and supports a number of initiatives aimed at ensuring the health of future generations, specifically with a programme for prevention of smoking by expectant women. According to a sociological survey conducted by an independent organisation among 923 expectant women, over half of the respondents smoked to some extent before pregnancy, and 16.6% continued to do so while expecting. The majority of respondents (84.3%) on the whole have a positive attitude to information indicating that smoking should be limited during pregnancy, and almost

all of them (97%) had a positive or largely positive attitude to an effort by a tobacco company to conduct an informational campaign on that issue.

✓ For that reason in 2005 BAT Russia provided assistance to the “Centre for Independent Consumer Evaluation” Foundation in its effort to develop a programme to discourage smoking by expectant women, and BAT Russia also supported its pilot project in Saint Petersburg. The project included displaying in 59 city gynaecological clinics informational posters with the slogan “He Doesn’t Like It!” that encourages women not to smoke while expecting. Significant assistance was also provided by the Health Committee of the Saint Petersburg government, which approved placing the posters in the clinics. In view of the high social significance of the project, BAT Russia made a decision to con-



ную значимость проекта, «БАТ Россия» приняла решение провести его также и в Москве. В октябре-декабре 2006 года плакаты под девизом «Ему не нравится!» были размещены в 181 профильном учреждении города. На базе Научного центра акушерства, гинекологии и перинатологии РАМН РФ был проведен круглый стол по вопросу предотвращения курения среди беременных с участием представителей медицинского сообщества Москвы.

#### Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании

☑ Участники диалогов рекомендовали продолжать и развивать проект по предотвращению курения среди беременных женщин, в том числе в сотрудничестве с Комитетом по здравоохранению Правительства Санкт-Петербурга.»

- «БАТ Россия» продолжит программу по предотвращению курения среди беременных женщин в российских регионах и окажет поддержку профильной организации. Информация о мероприятиях в этой области будет размещена на корпоративном сайте «БАТ Россия». Компания также учтет пожелание развивать сотрудничество с Комитетом по здравоохранению Правительства Санкт-Петербурга при разработке последующих информационных кампаний в Санкт-Петербурге о данном аспекте влияния курения на здоровье.

☑ **Обязательство 27:** «БАТ Россия» продолжит программу по предотвращению курения среди беременных женщин не менее чем в 2 городах России (4-й квартал 2007 года).»

*Проект «Ему не нравится» направлен на предотвращение курения среди беременных женщин*

*Project "He doesn't like it" is aimed at preventing smoking among expectant women*

duct it in Moscow as well. In October-December 2006 "He Doesn't Like It!" posters were placed in 181 municipal institutions that deal with expectant women. A round table on prevention of smoking by expectant women in which representatives of the Moscow healthcare community took part was held at the Obstetrics and Gynaecology Research Centre of the Russian Academy of Sciences.

#### Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue

☑ Dialogue participants recommended that the company maintain and enhance the project for prevention of smoking by pregnant women through cooperation with the Health Committee of the Saint Petersburg government among other means.»

- BAT Russia will continue the programme to discourage smoking by expectant women in the Russian regions and will support a suitable organisation for this purpose. Information about such events will be posted on BAT Russia's corporate website. The company will also heed the suggestion to expand its cooperation with the Health Committee of the Saint Petersburg government while developing additional informational campaigns in Saint Petersburg on the health impact of smoking by expectant women.

☑ **Commitment 27:** BAT Russia will continue the programme to discourage smoking among expectant women in at least two Russian cities (Q4 2007).»

## 10. Ответственный маркетинг

### Позиция и инициативы

Компания считает, что маркетинг табачной продукции должен осуществляться ответственно. Деятельность по продвижению и распространению табачных изделий не должна быть направлена на несовершеннолетних, а должна быть ориентирована исключительно на взрослых и проводиться с учетом рисков для здоровья, сопряженных с курением. Проведению рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов табачных изделий, посвящен отдельный пункт статьи Федерального закона «О рекламе».

✓ В Кодексе ответственного маркетинга «БАТ Россия», кроме того, содержатся дополнительные ограничения, связанные с содержанием и размещением рекламы

табачной продукции, а также проведением мероприятий, направленных на стимулирование спроса. Причем в ряде случаев внутренний документ компании содержит более строгие ограничения, нежели действующее рекламное законодательство. Так, например, Кодекс не допускает использования в рекламе табачных изделий компании образов людей моложе (или выглядящих моложе) 25 лет, тогда как Федеральный закон «О рекламе» ограничивается требованием не использовать в рекламе образы несовершеннолетних. Хотя распространение рекламы табачных изделий в интернете законодательно не запрещено, в соответствии с Кодексом доступ к интернет-сайтам, на которых размещена реклама продукции «БАТ Россия» (например, сайты марок), получают только те пользователи, которые могут предоставить достоверное подтверждение своего совершеннолетия.

Раздел «Ответственный маркетинг» корпоративного сайта «БАТ Россия»

Section “Responsible Marketing” of BAT Russia’s corporate website



## 10. Responsible Marketing

### Company Position and Initiatives

The company believes that tobacco products should be marketed responsibly. Promotion and distribution activities should not be targeted at underage citizens. Such activities should be directed at adult consumers only and carried out with due recognition of the health risks associated with smoking. A separate provision of the Federal Law “On Advertising” addresses advertising campaigns which include distributing samples of tobacco products free of charge. The BAT Russia Code of Responsible Marketing of Tobacco Products places additional restrictions on the content and placement of tobacco advertising, as well as

on promotional activities. ✓ In some respects the Code of Responsible Marketing is more restrictive on marketing activities than the current advertising legislation in Russia. For example, according to the BAT Russia Code tobacco advertising may not depict any person under or appearing to be under the age of 25, while the Federal Law “On Advertising” prohibits only tobacco advertising that uses images of underage persons. Furthermore, BAT Russia imposes restrictions on marketing its products via the internet even though the law does not restrict this type of marketing. The BAT Russia Code of Responsible Marketing of Tobacco Products allows only users who can prove their age to have access to websites where advertising of its brands is placed (e. g. brands’ websites).

Дополнительная информация по данному вопросу содержится на корпоративном веб-сайте [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

**Обзор ожиданий, высказанных представителями общественности по данной теме, и ответ компании**

Представители общественности не рекомендовали компании осуществлять акции по раздаче бесплатной продукции в присутствии детей и подростков.

- › Компания стремится ограничить воздействие рекламы на некурящих людей и подростков, поэтому осуществляет раздачу образцов табачных изделий (сэмплинг) только среди совершеннолетних курильщиков непосредственно в местах покупки или потребления сигарет.

*Компания считает, что маркетинг табачной продукции должен осуществляться ответственно*

*The company believes that tobacco products should be marketed responsibly*



More information on this issue is available on the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

**Overview of Expectations Expressed by Stakeholders and Company Response to the Issue**

Stakeholders recommended that the company refrain from distributing samples free of charge in the presence of children and teenagers.

- › Seeking to limit the impact of advertising on non-smokers and teenagers, the company's promotions that distribute free samples are targeted exclusively at adult consumers and take place only at points of sale for cigarettes and places where they are consumed.

**🔗 Обязательства компании, принятые по результатам четвертого цикла социальной отчетности «БАТ Россия» (2006–2007)**

№	Обязательство	Срок выполнения	Индикатор выполнения
1	«БАТ Россия» поддержит разработку и запуск программы «Ответственные родители», направленной на родителей учащихся средней школы	4 квартал 2007 года	Программа «Ответственные родители» разработана и запущена в средних школах 25 субъектов Российской Федерации. Корпоративный сайт компании содержит ссылку на информацию о дальнейшем распространении программы
2	«БАТ Россия» обратится в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор» с просьбой обсудить с соответствующими государственными органами, в том числе Комиссией по делам несовершеннолетних при Правительстве Саратовской области, возможность реализации программы «Ответственные родители» в Саратове	4 квартал 2007 года	Запрос о возможности реализации программы «Ответственные родители» и об участии в ней ряда школ Саратова направлен в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор». Корпоративный сайт компании содержит ссылку на информацию о дальнейшем распространении программы
3	«БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в разработке эскизов плакатов социальной рекламы, направленной на подростков, на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, и рассмотрит возможность распространения плакатов среди целевой аудитории	4 квартал 2007 года	Эскизы плакатов социальной рекламы, направленной на подростков, на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, разработаны. Плакаты в количестве 20 000 экземпляров распространены среди целевой аудитории в средних школах Москвы. Информация о проекте размещена на корпоративном сайте компании
4	«БАТ Россия» примет участие в Московском фестивале социальной рекламы с роликом на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, созданным с целью обучения торговых представителей компании	2 квартал 2007 года	Ролик на тему предотвращения курения среди несовершеннолетних, созданный с целью обучения торговых представителей компании, представлен на конкурс Московского фестиваля социальной рекламы. Информация об итогах конкурса размещена на корпоративном сайте компании
5	«БАТ Россия» предоставит наклейки, предупреждающие о запрете продаж табачных изделий несовершеннолетним Северо-Западному Общественному совету по проблеме подросткового курения, а также организаторам рейдов «Социальный патруль» для размещения их в торговых точках Санкт-Петербурга	3 квартал 2007 года	Наклейки (1 000 шт.), предупреждающие о запрете продаж табачных изделий несовершеннолетним, предоставлены Северо-Западному Общественному совету по проблеме подросткового курения, а также организаторам рейдов «Социальный патруль» для размещения в торговых точках Санкт-Петербурга. Корпоративный сайт компании содержит ссылку на информацию о местах размещения наклеек
6	«БАТ Россия» предоставит материалы на тему «Предотвращение курения среди несовершеннолетних» в Музей гигиены Санкт-Петербурга	4 квартал 2007 года	Печатные материалы на тему «Предотвращение курения среди несовершеннолетних» предоставлены в Музей гигиены Санкт-Петербурга. Информация о переданных материалах размещена на корпоративном сайте компании

№	Обязательство	Срок выполнения	Индикатор выполнения
7	«БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении в Саратове круглого стола с участием заинтересованных государственных и общественных организаций Саратова на тему профилактики курения среди несовершеннолетних	4 квартал 2007 года	Информация об итогах проведения круглого стола на тему профилактики курения среди несовершеннолетних в Саратове размещена на корпоративном сайте компании
8	«БАТ Россия» направит на рассмотрение в Федеральную таможенную службу (ФТС) РФ проект Меморандума о взаимопонимании между «БАТ Россия» и ФТС РФ для того, чтобы способствовать борьбе с нелегальным оборотом табачных изделий	2 квартал 2007 года 3 квартал 2007 года	Текст проекта передан в ФТС РФ Отчет о результатах проекта размещен на корпоративном сайте компании
9	«БАТ Россия» инициирует обсуждение вопроса о внесении в Правительство РФ предложения об унификации минимальной акцизной нагрузки на сигареты на всем постсоветском пространстве, кроме стран Балтии	4 квартал 2007 года	Информация о проведенных встречах и предварительных итогах обсуждения данного вопроса размещена на корпоративном сайте компании
10	«БАТ Россия» инициирует обсуждение вопроса разработки Федерального реестра табачного оборудования вместе с другими крупнейшими производителями табачных изделий	3 квартал 2007 года	Информация о результатах и предварительных итогах обсуждения данного вопроса размещена на корпоративном сайте компании
11	«БАТ Россия» наладит обмен информацией с таможенными органами, в том числе Главным управлением по борьбе с контрабандой Федеральной таможенной службы (ГУБК ФТС) РФ по вопросу управления и таможенного администрирования системы прямых закупок табачного сырья	4 квартал 2007 года	Информация о проведенных встречах с представителями ФТС РФ и их итогах размещена на корпоративном сайте компании
12	«БАТ Россия» внесет ряд товарных знаков сигарет, производимых на фабриках компании, в реестр товарных знаков Федеральной таможенной службы (ФТС) РФ	1 квартал 2008 года	Ряд товарных знаков сигарет, производимых на фабриках «БАТ Россия», внесен в реестр товарных знаков ФТС РФ
13	«БАТ Россия» продолжит поддержку проекта «Табачный этикет» не менее чем в 10 городах России	4 квартал 2007 года	Проект «Табачный этикет» проведен не менее чем в 10 городах России. Информация о формате, тираже и количестве мест распространения размещена на корпоративном сайте компании

**Обязательства компании, принятые по результатам четвертого цикла социальной отчетности «БАТ Россия» (2006–2007) (Продолжение)**

№	Обязательство	Срок выполнения	Индикатор выполнения
14	«БАТ Россия» продолжит участие в мероприятиях, посвященных обсуждению темы «Курение в общественных местах», и будет приглашать к дискуссии представителей объединений системы общественного питания и индустрии развлечений и отдыха	4 квартал 2007 года	Информация о мероприятиях на тему с участием представителей заинтересованных сторон и «БАТ Россия» размещена на корпоративном сайте компании
15	«БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении пилотного проекта, направленного на предотвращение загрязнения территории одного из районов Саратова окурками и пачками сигарет	4 квартал 2007 года	Пилотный проект, направленный на предотвращение загрязнения территории одного из районов Саратова окурками и пачками сигарет, проведен. Информация о проекте размещена на корпоративном сайте компании
16	«БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении круглого стола на тему «Курение в общественных местах» в Саратове	4 квартал 2007 года	Информация о проведении круглого стола размещена на корпоративном сайте компании
17	«БАТ Россия» продолжит поддержку социальных проектов	1 квартал 2008 года	Спонсорская и благотворительная деятельность ведется согласно политике и стратегии «БАТ Россия», принятой на 2007–2008 годы. Отчет о спонсорской и благотворительной деятельности за 2007 год опубликован в 1-м квартале 2008 года
18	«БАТ-СТФ» окажет поддержку профильной организации в проведении праздничных мероприятий по случаю Дня города в Саратове	3 квартал 2007 года	«БАТ-СТФ» оказала поддержку профильной организации в проведении праздничных мероприятий по случаю Дня города в Саратове
19	«БАТ-СТФ» окажет благотворительную помощь Саратовскому государственному университету им. Н. Г. Чернышевского в создании музея истории университета	4 квартал 2007 года	«БАТ-СТФ» оказала благотворительную помощь Саратовскому государственному университету им. Н. Г. Чернышевского в создании музея истории университета
20	Компания выработает совместный план действий с Администрацией и организациями Фрунзенского района Саратова по благоустройству прилегающей к фабрике территории, включая вопрос о вывозе бытового мусора	4 квартал 2007 года	Компания выработала совместный план действий с Администрацией и организациями Фрунзенского района Саратова по благоустройству прилегающей к фабрике территории, включая вопрос о вывозе бытового мусора. Информация о совместном плане действий размещена на корпоративном сайте компании
21	«БАТ-СТФ» выработает совместный план действий с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ д. 42/54 по ул. Аткарская по ремонту асфальтового покрытия во дворе дома по адресу: ул. Аткарская, д. 42/54	4 квартал 2007 года	Компания выработала совместный план действий с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ д. 42/54 по ул. Аткарская по ремонту асфальтового покрытия во дворе дома по адресу: ул. Аткарская, д. 42/54. Информация о плане действий и ходе реализации проекта размещена на корпоративном сайте компании

№	Обязательство	Срок выполнения	Индикатор выполнения
22	«БАТ-СТФ» выработает совместный план действий с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ дома по адресу: ул. Степана Разина, д. 20 по благоустройству двора дома по адресу: ул. Степана Разина, д. 20 при финансовой поддержке компании	4 квартал 2007 года	Работы по благоустройству двора дома по адресу: ул. Степана Разина, д. 20 при финансовой поддержке «БАТ-СТФ» проведены. Отчет о проведенных ремонтных работах (асфальтировании территории двора и установке скамеек во дворе по адресу: ул. Степана Разина, д. 20) размещен на корпоративном сайте компании
23	В 2007 году «БАТ-СТФ» совместно с Администрацией Фрунзенского района Саратова и ТСЖ д. 134/142 по ул. Рабочая рассмотрит возможность ремонта навеса подъезда д. 134/142 по ул. Рабочая при финансовой поддержке компании	4 квартал 2007 года	Компания рассмотрела возможность проведения ремонта навеса подъезда д. 134/142 по ул. Рабочая при финансовой поддержке «БАТ-СТФ». Информация о принятом решении и ходе реализации проекта размещена на корпоративном сайте компании
24	«БАТ-СТФ» обеспечит сотрудников компании, приезжающих на работу на личных автомобилях, местом на автостоянке за счет средств «БАТ-СТФ»	2 квартал 2007 года	Компания предоставила сотрудникам возможность пользоваться автостоянкой вблизи фабрики
25	«БАТ-СТФ» выработает совместный план действий с органами государственной власти в отношении возможности оборудования пандусами прилегающей к фабрике территории	3 квартал 2008 года	Компанией выработан совместный план действий с органами государственной власти в отношении возможности оборудования пандусами прилегающей к фабрике территории. Отчет о выполнении плана размещен на корпоративном сайте компании
26	Компания будет размещать телефонный номер «горячей линии» на упаковке большинства марок сигарет производства «БАТ Россия»	4 квартал 2007 года	Телефонный номер «горячей линии» размещен на упаковке большинства марок сигарет производства «БАТ Россия»
27	«БАТ Россия» продолжит программу по предотвращению курения среди беременных женщин не менее чем в 2 городах России	4 квартал 2007 года	Программа по предотвращению курения среди беременных женщин проведена не менее чем в 2 городах России при поддержке «БАТ Россия». Информация о программе размещена на корпоративном сайте компании

**Consolidated Table of Commitments Assumed by BAT Russia in Response to External Stakeholders' Expectations in Cycle 4 of Social Reporting (2006–2007)**

#	Commitments Assumed by BAT Russia	Timing	Performance Indicators
1	BAT Russia will support the development and launch of the “Responsible Parents” programme targeted at parents of schoolchildren	Q4 2007	The “Responsible Parents” programme is developed and launched at secondary schools in 25 regions of the Russian Federation. The corporate website contains information about further expansion of the programme
2	BAT Russia will request that the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes discuss implementing the “Responsible Parents” programme in Saratov with appropriate government bodies including the Saratov Juvenile Delinquency Commission	Q4 2007	A request to implement the “Responsible Parents” programme and solicit the participation of some Saratov schools in the programme is forwarded to the “My Choice” Centre for Educational and Social Programmes. A reference to information about further expansion of the programme is posted on the corporate website
3	BAT Russia will support a suitable public organisation in developing social advertising posters aimed at underage smoking prevention and targeted at minors, and it will consider the possibility of disseminating such posters among the target audience	Q4 2007	Social advertising posters are designed. Twenty thousand copies of the posters are distributed to the target audience in the secondary schools of Moscow. Information about the project is posted on the corporate website
4	BAT Russia will participate in the Moscow Festival of Social Advertising with a video clip dedicated to underage smoking prevention to be produced for the purpose of training its Trade Marketing Representatives (TMRs)	Q2 2007	A video clip dedicated to underage smoking prevention is submitted to the Moscow Festival of Social Advertising. Information about the Festival's result is posted on the corporate website
5	For distribution at points-of-sale in Saint Petersburg BAT Russia will provide to the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking and to organisers of the Social Patrol's activities stickers saying that sale of tobacco products to teenagers is banned	Q3 2007	One thousand stickers with a warning that sale of tobacco products to teenagers is banned are provided to the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking and also to organisers of activities for the Social Patrol. The stickers are distributed to points-of-sale in Saint Petersburg. Information about the placement of the stickers is posted on the corporate website
6	BAT Russia will provide materials on the topic of underage smoking prevention to the Saint Petersburg Hygiene Museum	Q4 2007	Printed materials on underage smoking prevention are provided to the Saint Petersburg Hygiene Museum. Information about it is posted on the corporate website
7	BAT Russia will support a suitable NGO in organising and conducting a round table dedicated to underage smoking prevention with participation of appropriate government bodies and public organisations in Saratov	Q4 2007	Information about the results of the round table on underage smoking prevention in Saratov is posted on the corporate website

#	Commitments Assumed by BAT Russia	Timing	Performance Indicators
8	In order to combat illicit trade in tobacco products, BAT Russia will submit for consideration by the Federal Customs Service of the Russian Federation the draft Memorandum of Understanding between BAT Russia and the Federal Customs Service	Q2 2007 Q3 2007	The draft is submitted to the Federal Customs Service of the Russian Federation A report on the results of the submission is posted on the corporate website
9	BAT Russia will initiate discussions on submitting a proposal to the Government of the Russian Federation to introduce a common minimum excise rate on cigarettes in post-Soviet territories, except for the Baltic states	Q4 2007	Information about meetings conducted and preliminary outcomes of the discussions is posted on the corporate website
10	BAT Russia will initiate discussions with other major tobacco producers on establishing a Federal Register of Tobacco Machinery	Q3 2007	Information on outcomes and preliminary results of the discussions is posted on the corporate website
11	BAT Russia will put in place a process for regular exchange of information with Customs authorities, including the Head Department for Anti-illicit Trade of the Federal Customs Service of the Russian Federation, for the management and Customs administration of direct procurement of leaf	Q4 2007	Information on meetings with the Federal Customs Service of the Russian Federation and their results is posted on the corporate website
12	BAT Russia will include a number of trademarks of cigarettes produced at the sites of the British American Tobacco Group in the Register of Trademarks of the Federal Customs Service of the Russian Federation	Q1 2008	A number of trademarks of cigarettes manufactured at the Group's sites are included in the Register of Trademarks of the Federal Customs Service
13	BAT Russia will continue to promote the concept of "Tobacco etiquette" in at least 10 Russian cities	Q4 2007	The "Tobacco etiquette" project is conducted in at least 10 Russian cities. Information about the format, circulation, and number of distribution points is posted on the corporate website
14	BAT Russia will continue to take part in events dedicated to the issue of smoking in public places and will invite representatives of companies operating in the public food service and hospitality industries to participate in the discussion	Q4 2007	Information about events attended by stakeholders and BAT Russia is posted on the corporate website
15	BAT Russia will support an NGO in running a pilot project in one of the districts of Saratov that will address the issue of cigarette litter	Q4 2007	The pilot project to address the problem of cigarette litter in one of the districts in Saratov is conducted. Information about the project is posted on the corporate website

**Consolidated Table of Commitments Assumed by BAT Russia in Response to External Stakeholders' Expectations in Cycle 4 of Social Reporting (2006–2007)** (Continued)

#	Commitments Assumed by BAT Russia	Timing	Performance Indicators
16	BAT Russia will support an NGO in holding a round table discussion in the city of Saratov on the issue of smoking in public places	Q4 2007	Information about the round table is posted on the corporate website
17	BAT Russia will continue supporting social projects	Q1 2008	Sponsorship and charitable activities are carried out in accordance with the BAT Russia policy and strategy for 2007–2008. A report on sponsorship and charitable activities for 2007 is published in the first quarter of 2008
18	BAT-STF will support a suitable organisation in arranging city festivities dedicated to Saratov City Day	Q3 2007	BAT-STF has supported a suitable organisation in arranging city festivities dedicated to Saratov City Day
19	BAT-STF will provide charitable support to the Chernyshevsky Saratov State University in creating the university's history museum	Q4 2007	BAT-STF has provided charitable support to the Chernyshevsky Saratov State University in creating the university's history museum
20	BAT-STF will work out a joint action plan with the Administration and public organisations of Saratov's Frunzensky District to upgrade the streets and public areas adjacent to the factory's premises, including garbage removal	Q4 2007	The company has worked out a joint action plan with the Administration and public organisations of Saratov's Frunzensky District to upgrade the streets and public areas adjacent to the factory's premises, including garbage removal. Information about the joint plan of action is posted on the corporate website
21	BAT-STF will develop a joint action plan with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 42/54, Atkarskaya Street to repair the asphalt surface in the yard of the apartment building at 42/54, Atkarskaya Street	Q4 2007	The company has developed a joint action plan with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 42/54, Atkarskaya Street to repair the asphalt surface in the yard of the apartment building at 42/54, Atkarskaya Street. Information about the plan of action and progress of the project is posted on the corporate website
22	Together with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 20, Stepana Razina Street BAT-STF will develop a joint action plan to upgrade the public spaces surrounding 20, Stepana Razina Street with the financial support of the company	Q4 2007	Upgrading of the public spaces surrounding 20, Stepana Razina Street is completed. A report on the improvements (putting down asphalt and installation of benches in the public areas surrounding 20, Stepana Razina Street) is posted on the corporate website

#	Commitments Assumed by BAT Russia	Timing	Performance Indicators
23	In 2007, BAT-STF along with the Administration of Saratov's Frunzensky District and the housing and communal services organisation of the apartment building at 134/142, Rabochaya Street will consider repairs to the roof over the porch of the apartment building at 134/142, Rabochaya Street with the financial support of the company	Q4 2007	The company has considered repairing the roof over the porch of the apartment building at 134/142, Rabochaya Street with the financial support of BAT-STF. Information about the decision made and on implementation of the project is posted on the corporate website
24	BAT-STF will allocate parking places to employees who own personal vehicles at the company's expense	Q2 2007	The company has given its employees access to a parking lot near the factory
25	Together with governmental authorities BAT-STF will develop a joint action plan to consider installing access ramps in the area adjacent to the factory	Q3 2008	The company together with government authorities has developed a joint action plan to consider installing access ramps in the area adjacent to the factory. A report on execution of the plan is posted on the corporate website
26	The company will publish the hotline number on cigarette packs of most brands produced by BAT Russia sites	Q4 2007	The hotline number is published on cigarette packs of most brands produced by BAT Russia sites
27	BAT Russia will continue the programme to discourage smoking among expectant women in at least two Russian cities	Q4 2007	The programme to discourage smoking among expectant women has been conducted in at least two Russian cities with BAT Russia's support. Information about the programme is posted on the corporate web site

## ГЛАВА 6

# НЕЗАВИСИМОЕ АУДИТОРСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ «БЮРО ВЕРИТАС РУСЬ» ПО ЗАВЕРЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Адресовано руководству «Бритиш Американ Табакко Россия» («БАТ Россия»)

### Введение

Мы предоставили «БАТ Россия» услуги по независимому аудиту социальной отчетности, включая заверение «Социального отчета 2006–2007» (далее Отчет). Отчет был подготовлен «БАТ Россия», которая несет ответственность за сбор и представление всей информации в Отчете. Мы несем ответственность за результаты работы по заверению Отчета только перед «БАТ Россия» в рамках согласованного с ней задания и не принимаем на себя никакой ответственности за любые иные оценки или перед любым третьим лицом.

### Критерии и принципы заверения

- 1 Заверить Отчет на соответствие принципам стандарта заверения отчетности

AA1000 Assurance Standard (Значимость представленной информации, Полнота представленной информации, Реагирование компании на запросы заинтересованных сторон).

- 2 Предоставить три уровня заверения информации в Отчете: продвинутый, стандартный, базовый.
- 3 Оценить соответствие процесса социальной отчетности требованиям стандарта AA1000.
- 4 Применить для заверения принципы и процедуры международного стандарта на деятельность по заверению International Standard On Assurance Engagement ISAE-3000.

При верификации Отчета учитывалась информация, опубликованная на корпоративном сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).

## CHAPTER 6

# INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT

# OF BUREAU VERITAS RUS ON BAT RUSSIA SOCIAL REPORTING

To British American Tobacco Russia (BAT Russia) management

### Introduction

Bureau Veritas has been engaged to provide independent assurance services to BAT Russia with regard to its social reporting, including verification of the Social Report 2006–2007 (hereinafter “Social Report”). The preparation of the Social Report and its content is the responsibility of BAT Russia. The responsibility of Bureau Veritas is to provide assurance of the Social Report of BAT Russia as part of the assignment. We do not undertake any responsibility for any other assurance or toward any third parties.

### Assurance Criteria and Principles

- 1 To provide assurance of the Social Report based on the AA1000 Assurance Standard principles (Materiality, Completeness, and Responsiveness).
- 2 To provide three levels of assurance: advanced, standard, and basic (see Appendix to the Statement).
- 3 To assess compliance of the social reporting process with the AA1000 Standards.
- 4 To provide assurance based on principles and procedures of the International Standard On Assurance Engagement ISAE-3000.

In the course of verification of the Social Report we took into consideration information published on the company’s corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru).



**BUREAU  
VERITAS**

## Выполненные работы

- › Провели интервью с руководством, менеджерами и специалистами «БАТ Россия», чтобы расширить представление о приверженности компании принципам социальной ответственности, реализуемым в производственной сфере, в природоохранной деятельности, во взаимодействии с обществом, населением регионов присутствия и персоналом.
- › Оценили подход «БАТ Россия» к вовлечению и учету мнений и ожиданий заинтересованных сторон путем посещения консультаций с потребителями табачных изделий в Москве, Новосибирске, Перми и Диалогов 1 и 2 с представителями общественности в Москве, Санкт-Петербурге, Саратове.
- › Изучили результаты аудитов интегрированной системы менеджмента качества, охраны труда и окружающей среды на соответствие международным Стандартам ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.
- › Провели консультации с представителями заинтересованных сторон с целью изучения их мнения о процессе социальной отчетности компании и для выборочной проверки достоверности информации о процессе.
- › Проверили используемые в «БАТ Россия» процессы сбора, обработки, документирования, передачи, анализа, отбора и консолидации данных, подлежащих включению в Отчет.
- › Проверили выборку включенных в Отчет заявлений и данных о производственной деятельности, управлении персоналом, обеспечении промышленной

## Scope of Work

- › Interviews with the Top Team, management and employees of BAT Russia to get a better understanding of the company's commitment to the principles of corporate social responsibility in areas such as operations, environmental protection, stakeholder engagement, relations with local community and employees.
- › Evaluation of BAT Russia approach toward engagement with stakeholders and of the company's response to stakeholder expectations by way of attending consumer dialogues in Moscow, Novosibirsk, Perm and Dialogues 1 and 2 with stakeholders which took place in Moscow, Saint Petersburg and Saratov.
- › Review of the audit results of BAT Russia's integrated quality and EHS management system to verify compliance with the international standards ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.
- › Discussion with stakeholders to learn their opinion of the social reporting process of the company and verify its validity.
- › Analysis of processes used by BAT Russia for gathering, processing, recording, sharing, analyzing, selecting and consolidating information to be included in the Social Report.
- › Analysis of samples of statements and information on manufacturing, HR management, EHS, investment in social programmes included in the Social Report.

безопасности, охране труда и окружающей среды, инвестициях в социальные программы.

- › Проанализировали выборку данных СМИ и опубликованные заявления третьих лиц в отношении приверженности «БАТ Россия» ее миссии и ценностям в области социальной ответственности в качестве референций для проверки обоснованности заявлений в Отчете.
- › Проанализировали Отчет и информацию об экономических, экологических и социальных аспектах деятельности компании, опубликованную на корпоративном сайте «БАТ Россия», на соответствие принципам стандарта AA1000AS.
- › Оценили соответствие процесса социальной отчетности требованиям стандарта AA1000 с использованием аудиторской методики «Бюро Веритас» VeriSEAAR©.

- › Проверили доступность социального отчета для всех заинтересованных сторон и форм обратной связи.

#### **Ограничения заверения**

- › Заверение ограничено временными рамками текущего цикла отчетности 2006–2007 годов, за исключением Отчета о выполнении обязательств цикла отчетности 2004–2005 годов.
- › Заверение не учитывало заявления, выражающие мнения, убеждения или намерения «БАТ Россия» предпринять какие-либо действия в будущем.
- › Заверение не включало оценку соответствия Отчета рекомендациям по отчетности GRI-G3 (Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines).

- › Verification of samples of media reviews and statements of third parties regarding BAT Russia's commitment to its Vision and values in social reporting as references to verify the validity of statements included in the Social Report.
- › Analysis of the Report and information on company economic, environmental and social performance published on the corporate website to verify their compliance with AA1000AS Standards.
- › Analysis of compliance of the social reporting process with the AA1000 Assurance Standards through the Bureau Veritas assessment tool VeriSEAAR©.
- › Verification of availability of the Social Report to all stakeholders and feedback tools.

#### **Exclusions from the Scope of Work**

- › Activities outside the current social reporting period of 2006–2007 with the exception of the Report on Fulfilment of the Commitments Assumed by BAT Russia as a Result of the Social Reporting Process in 2004–2005.
- › Statements expressing opinions, beliefs or intentions of BAT Russia to perform certain activities in future.
- › Analysis of compliance of the Social Report with Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines GRI-G3.

## Уровень заверения

Мы осознаем, что осуществленная нами выборочная проверка информации в Отчете обеспечивает меньший уровень гарантий для заверения, чем полная проверка всех данных. Применение ограниченного уровня заверения предусмотрено международным стандартом на деятельность по заверению ISAE-3000. В своей работе мы полагались на предоставленную по нашему запросу подтверждающую информацию, на данные из доступных источников и на аналитические методы подтверждения. Мы полагаем, что данные, собранные в процессе работы, являются достаточной основой для формирования наших выводов в отношении каждого из принципов AA1000AS (Значимость, Полнота, Реагирование).

## Наше мнение

- Отчет в целом адекватно отражает основную деятельность «БАТ Россия» в сфере корпоративной социальной ответственности.
- Отчет изложен в ясной и понятной форме, он объективен и информативен.
- Информация в Отчете в значительной степени отвечает принципам стандарта AA1000AS.
- Реализованный процесс социальной отчетности в целом соответствует основным требованиям стандарта AA1000.
- «БАТ Россия» имеет инструменты менеджмента, позволяющие идентифицировать существенные социальные, экологические и социальные аспекты деятельности, управлять относящимися к ним процессами, определять ожидания заинтересованных сторон в отношении этих аспектов и реагировать на них.

## Level of Assurance

We recognise that verification of data samples from the Social Report provides a lower level of guarantees for assurance as opposed to complete verification of all information. Limited assurance level is stipulated by the International Standard on Assurance Engagement ISAE-3000. During the assurance process we have relied on information provided to us by BAT Russia's management, on public domain information and on analytical assurance methods. We believe that data collected in the course of this assurance process provides a sufficient foundation for our conclusions with regard to each of the AA1000AS Principles (Materiality, Completeness, and Responsiveness).

## Our Opinion

- This Social Report as a whole provides an adequate representation of BAT Russia's key activities concerning corporate social responsibility.
- This Social Report is presented in a clear and comprehensive form and is informative.
- Information in the Social Report complies with AA1000AS Standards to a significant degree.
- The social reporting process on the whole complies with AA1000 Standards.
- BAT Russia has the capability to identify material social and environmental issues, to manage related processes, to understand stakeholder expectations related to those issues and respond to them.

### Соответствие Отчета принципам AA1000AS

#### Значимость информации

- › За исключением сводных данных о платежах государству и инвестициях в сообщество (GRI-G3: EC1, EC8), мы не можем назвать ни одного существенного аспекта социальной отчетности, который был бы упущен менеджментом компании при составлении Отчета или необоснованно исключен из отчетности.
- › Отчет публикует ответы и обязательства «БАТ Россия» по предложениям заинтересованных сторон, высказанным в ходе текущего цикла отчетности.
- › Отчет содержит оценку выполнения обязательств «БАТ Россия» по предложениям заинтересованных сторон, выска-

занных в рамках предыдущего цикла отчетности.

- › Отчет приводит информацию о ряде существенных показателей результативности в терминах GRI-G3.
- › Информация, представленная в Отчете и на корпоративном сайте, значима для заинтересованных сторон и может повлиять на их будущие решения и поведение в отношении компании.

#### Полнота информации

- › Мы не обнаружили каких-либо упущений, которые могли бы повлиять на полноту раскрытия в Отчете информации о выбранных показателях результативности.
- › Отчет представляет подробный обзор предложений заинтересованных сторон

### Compliance of the Social Report with the AA1000AS Principles

#### Materiality

- › With the exception of consolidated information on payments to governmental budgets and company investment (GRI-G3: EC1, EC8), we cannot name a single material aspect of the social reporting process which has been omitted by company management in the Social Report or which has been unfoundedly excluded from the social reporting process.
- › The Report contains detailed responses and commitments made by BAT Russia concerning expectations expressed during the current social reporting cycle.

- › The Report contains assessment of the fulfilment of commitments assumed by BAT Russia as a result of expectations expressed by stakeholders during the previous cycle of social reporting.
- › The Report includes information on certain significant performance results in the terms of GRI-G3.
- › Information which is included in the Report and available on the corporate website is meaningful for stakeholders and can impact their future decisions and attitude toward the company.

#### Completeness

- › We have not discovered any defaults that could impact completeness of information on selected performance indicators.

и ответов на них компании, высказанных и документированных в ходе десяти сессий Диалогов 1 и 2.

- Отчет содержит подробную информацию о существенных для компании показателях результативности GRI в области экологии, охраны труда и развития персонала.
- Отчет включает оценку соответствия законодательным и другим требованиям, относящимся к продукции, маркетингу и охране окружающей среды.
- Мы считаем, что первичные данные предприятий «БАТ Россия» были правильно объединены и представлены в Отчете.
- Отчет неполон в отношении представленной информации о консультациях с потребителями табачной продукции.

#### Реагирование на запросы заинтересованных сторон

- Нам неизвестны области, которые могли бы быть, но не были раскрыты в Отчете, в которых компания была бы неспособна реагировать на обоснованные запросы заинтересованных сторон.
- Продемонстрировано проведением Диалога 2 (2007 год) с заинтересованными сторонами с целью представить ответ компании на предложения, высказанные в ходе Диалога 1 (2006 год).
- Отражено в 27 социальных обязательствах компании на 2007–2008 годы, принятых по предложениям заинтересованных сторон.
- Отражено в аргументированных разъяснениях компании в отношении предложений заинтересованных сторон,

- The Report provides a complete overview of stakeholder expectations and of the company's responses articulated and recorded during 10 sessions of Dialogues 1 and 2.
- The Report contains full information on GRI performance indicators for EH&S and employee development which serve as a benchmark for the company.
- The Report includes an assessment of compliance with legal and other requirements for production, marketing and environmental protection.
- We believe that information about BAT Russia's activities was properly compiled and presented in the Report.
- The Report is incomplete as regards information on consumer dialogues.

#### Responsiveness

- We are aware of certain areas that could have been but were not included into the Report, which the company would have been incapable of responding to in reply to reasonable stakeholder expectations.
- Responsiveness has been demonstrated by conducting Dialogue 2 (2007) with stakeholders in order to present the company's response to expectations articulated during Dialogue 1 (2006).
- Responsiveness has been reflected in 27 social commitments accepted by the company for 2007–2008 following expectations voiced by stakeholders.
- Responsiveness has been shown through sub-

по которым компания не может принять социальных обязательств. Отмечено, что по ряду предложений мероприятия уже проведены или проводятся.

- › Резюмировано в обзорах выполнения социальных обязательств компании, принятых в первом, втором и третьем циклах отчетности.

#### Оценка соответствия процесса требованиям стандарта AA1000

В ходе четвертого цикла социальной отчетности получили дальнейшее развитие все предусмотренные стандартом AA1000 шаги процесса социальной отчетности. Согласно оценке по методике VeriSEAR©, степень соответствия стандарту была высокой на каждом шаге (см. диаграмму) и составила в среднем 94%.

#### Области дальнейшего развития социальной отчетности

- › Внедрение рекомендаций Руководства GRI по отчетности в области устойчивого развития.
- › Разработка и внедрение структурированной системы менеджмента взаимодействия с заинтересованными сторонами в соответствии со стандартом AA1000SES (Stakeholder Engagement Standard 2005).

stantiated explanations made by the company concerning those stakeholder expectations toward which the company is unable to make a commitment. It has been noted that certain expectations are already being answered through events already conducted or being conducted.

- › Responsiveness has been summarised in the company's reports on fulfilment of commitments assumed as a result of Cycles 1, 2 and 3 of the Social Reporting process.

#### Assessment of Compliance with AA1000

In the course of Cycle 4 of social reporting all the steps of the Social Reporting process as envisaged by AA1000 were further developed. According to the assessment made using the

VeriSEAR© tool, compliance with the Standards was high at each step (see diagram below) and was 94% on average.

#### Areas for Further Development of Social Reporting

- › Implementation of GRI Sustainability Reporting Guidelines.
- › Development and implementation of a structured management system for stakeholder relations in compliance with AA1000SES (Stakeholder Engagement Standard 2005).

## Шаги

### Планирование

- 1 Определение обязательств и управленческих процедур
- 2 Идентификация представителей общественности
- 3 Определение/пересмотр ценностей

### Отчетность

- 4 Идентификация актуальных вопросов
- 5 Определение рамок процесса
- 6 Установление индикаторов
- 7 Сбор информации
- 8 Анализ информации, постановка целей и разработка плана усовершенствования деятельности

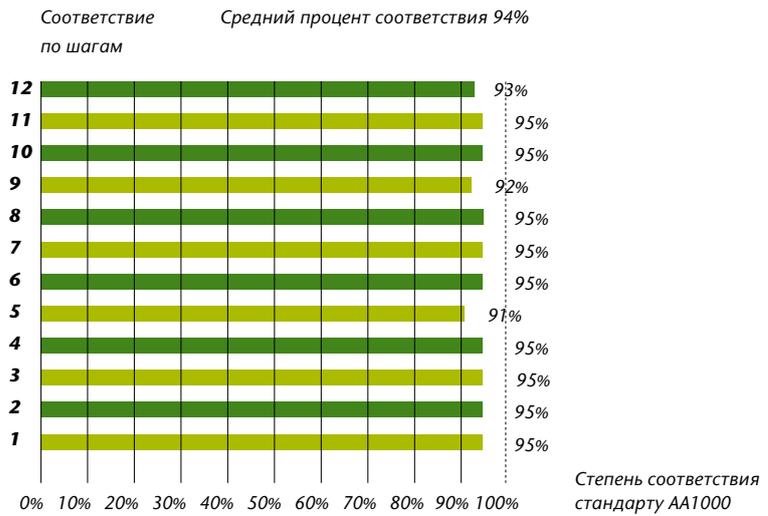
### Подготовка отчета и проведение аудита

- 9 Подготовка отчета
- 10 Аудиторский отчет
- 11 Распространение отчета и сбор комментариев

### Внедрение социальной отчетности в повседневную практику организации

- 12 Разработка и внедрение процедур

## Шаги процесса AA1000



## Steps

### Planning

- 1 Establish commitments and governance procedures
- 2 Identify stakeholders
- 3 Define / review values

### Accounting

- 4 Identify issues
- 5 Determine process scope
- 6 Identify indicators
- 7 Collect information
- 8 Analyse information, set targets and develop improvement plan

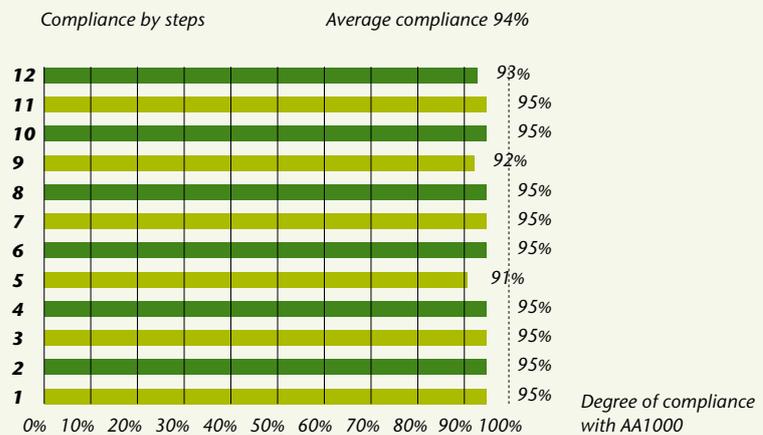
### Auditing and Reporting

- 9 Prepare report
- 10 Audit report
- 11 Communicate report and obtain feedback

### Embedding

- 12 Establish and embed systems

## AA1000 process steps



### **Заявление «Бюро Веритас Сертификейшн» о независимости, непредвзятости и компетентности**

«Бюро Веритас Сертификейшн» — это независимая профессиональная транснациональная компания, специализирующаяся на предоставлении услуг в области аккредитованной сертификации различных систем менеджмента (в частности, систем менеджмента качества, профессионального здоровья и безопасности, природоохранной деятельности, социальной ответственности и др.).

«Бюро Веритас Сертификейшн» ведет деятельность во всех своих подразделениях в соответствии с Этическим кодексом. Все его сотрудники придерживаются высоких этических стандартов в повседневной работе и прилагают все необходимые усилия, чтобы избежать конфликта интересов.

«Бюро Веритас Сертификейшн» имеет команду аудиторов, систематически выполняющих

услуги по заверению социальных отчетов и обладающих обширным опытом в области оценки соответствия информации, систем и процессов в области качества, охраны труда, промышленной безопасности, экологии и социальной ответственности. Все они хорошо знакомы с лучшим мировым опытом в области аудита и оценки соответствия корпоративной социальной отчетности.

«Бюро Веритас Сертификейшн» официально заявляет, что настоящее Заключение представляет независимую оценку социального аудитора (аудит «третьей» стороны). «Бюро Веритас Сертификейшн» не имеет никаких значимых и коммерческих интересов в деятельности «БАТ Россия», за исключением предоставленных услуг по заверению.

ЗАО «Бюро Веритас Сертификейшн Русь»  
19 июля 2007 г.  
Ведущий Аудитор, к.т.н. Леонид Яскин

### **Bureau Veritas Statement of Independence, Impartiality and Competence**

Bureau Veritas Certification is an independent professional international company that specializes in providing services in accredited certification of various management systems (in particular quality, health and safety, environment, social responsibility management and other).

Bureau Veritas Certification has implemented a Code of Ethics throughout the organisation which is intended to ensure that all its staff maintain high ethical standards in their day-to-day business activities. All employees in the organization are particularly vigilant in the prevention of conflict of interest.

Bureau Veritas Certification team of auditors provide regular assurance services and have extensive

experience in verifying information and compliance of quality, health and safety, environmental and social responsibility systems and processes. They all are well familiar with best practices in corporate responsibility reporting and assurance.

Bureau Veritas Certification testifies that this Assurance Statement contains an independent evaluation by a social assessor (third party assurance). Bureau Veritas Certification has no commercial or other significant interest in the operation of BAT Russia aside from assurance services.

CJSC Bureau Veritas Certification Rus  
19 July, 2007  
Leonid Yaskin  
Senior Auditor, Doctor of Science

## Приложение:

Три уровня заверения достоверности информации в Отчете и использованные символы:

✔ **Продвинутый уровень:** Относится к информации, отражающей процессы и мероприятия, проведенные в соответствии с требованиями Стандарта AA1000, подкрепленной необходимыми свидетельствами, в том числе полученными при посещении аудитором Диалогов компании с заинтересованными сторонами.

✔ **Стандартный уровень:** Относится к информации, демонстрирующей деятельность компании в соответствии с ее Основными Убеждениями, подкрепленной необходимыми данными, собранными путем запроса или иной аудиторской методики.

✔ **Базовый уровень:** Относится к числовым данным и отдельным примерам, достоверность которых проверена на основе доступных источников.

Начало фрагмента текста, содержащего верифицированную информацию, отмечено одним из верификационных символов, приведенных выше; конец фрагмента обозначен закрывающей скобкой: „».

## Appendix:

Three levels of assurance for Social Report information and symbols used:

✔ **Advanced assurance:** Applies to information that reflects processes and events conducted in accordance with the AA1000 Standards and supported by the requisite evidence, including evidence obtained by the assurator during dialogues between the company and stakeholders.

✔ **Standard assurance:** Applies to information that demonstrates the company's operation in accordance with its Core Beliefs and supported by the requisite evidence gathered through enquiry or other assurance tools.

✔ **Basic assurance:** Applies to statistical data or specific examples whose validity has been confirmed through available sources.

The beginning of a text fragment that contains assured information is marked with one of the assurance symbols explained above; the end of such a fragment is marked with a closing symbol: „».

## ГЛАВА 7 ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### 📌 Список участников

- › Ассоциация производителей табачной продукции «Табакпром»
- › Балтийская таможня Северо-Западного таможенного управления Федеральной таможенной службы РФ
- › Главное управление по борьбе с контрабандой Федеральной таможенной службы РФ
- › Городской центр медицинской профилактики Санкт-Петербурга
- › Государственная Дума Федерального Собрания РФ
- › Государственная инспекция труда в Саратовской области
- › Группа компаний Vatel
- › Главное управление внутренних дел по Саратовской области
- › Департамент государственного регулиро-
- вания в экономике Министерства экономического развития и торговли РФ
- › Департамент государственного регулирования внешнеторговой деятельности Министерства экономического развития и торговли РФ
- › Департамент молодежной политики, воспитания и социальной защиты детей Министерства образования и науки РФ
- › Департамент науки и промышленной политики Правительства Москвы
- › Департамент социальной политики и трудовых отношений Российского союза промышленников и предпринимателей
- › Жильцы домов, расположенных рядом с фабрикой «БАТ-СТФ» (Саратов)
- › Жилищно-строительный кооператив «Серп и молот» (Саратов)
- › Комиссия по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве Саратовской области

## CHAPTER 7 APPENDICES

### Appendix 1

#### 📌 List of participants

- › Tabakprom Association of Tobacco Products Manufacturers
- › Baltic Division of the North-West Customs Administration (Federal Customs Service of the Russian Federation)
- › Head Department for Anti-illicit Trade of the Federal Customs Service of the Russian Federation
- › Saint Petersburg City Centre for Medical Prevention
- › State Duma of the Russian Federal Assembly
- › State Labour Inspectorate in the Saratov Region
- › “Vatel” Group
- › Central Administration of the Internal Affairs for the Saratov Region
- › Department for Enforcement of Economic Regulations (Russian Ministry of Economic Development and Trade)
- › Department for Enforcement of Foreign Trade Regulations (Russian Ministry of Economic Development and Trade)
- › Department of Youth Policy and the Welfare and Advancement of Children (Russian Ministry of Education and Science)
- › Moscow City Government Department for Science and Industrial Policy
- › Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, Social Policy and Labour Relations Department
- › Residents of buildings adjacent to BAT-STF factory (Saratov)
- › “Serp i Molot” Construction Cooperative for Residential Premises (Saratov)

- › Комиссия Совета Федерации Федерального Собрания РФ по международному техническому и гуманитарному сотрудничеству
- › Комитет социальной защиты населения Саратова Министерства здравоохранения и социальной поддержки Саратовской области
- › Комитет Государственной Думы Федерального Собрания РФ по гражданскому, уголовному, арбитражному и процессуальному законодательству
- › Комитет общественных связей и национальной политики Правительства Саратовской области
- › Комитет Государственной Думы Федерального Собрания РФ по аграрным вопросам
- › Комитет по здравоохранению администрации Санкт-Петербурга
- › Комитет по культуре Администрации Саратова
- › Комитет по труду и социальному развитию Администрации Саратова
- › Комитет по труду Министерства здравоохранения и социальной поддержки Саратовской области
- › Комитет рекламы, информации и оформления Москвы Правительства Москвы
- › Министерство здравоохранения и социальной поддержки Саратовской области
- › Министерство промышленности и энергетики Саратовской области
- › Московская Городская Дума
- › Муниципальный Совет муниципального образования «Лакhta-Ольгино» Санкт-Петербурга
- › Некоммерческое партнерство «Межрегиональная лига защиты потребительского рынка»

- › Saratov Juvenile Delinquency Commission (Saratov Regional Government)
- › Commission for International Technical and Humanitarian Cooperation of the Federation Council of the Federal Assembly
- › Committee for the Social Protection of Saratov Residents (Saratov Regional Ministry of Healthcare and Social Support)
- › State Duma Committee for Civil, Criminal, Arbitration and Procedural Legislation
- › Public Relations and National Policy Committee of the Government of Saratov Region
- › Committee for Agriculture of the State Duma of the Russian Federal Assembly
- › Healthcare Committee of the Saint Petersburg Administration
- › Committee for Culture of the Saratov City Administration
- › Saratov Administration Committee for Labour and Social Development
- › Committee for Labour of the Saratov Regional Ministry of Healthcare and Social Support
- › Moscow City Government Committee for Advertising, Information and Decoration of the City
- › Saratov Regional Ministry of Healthcare and Social Support
- › Saratov Regional Ministry of Industries and Power Industry
- › Moscow City Duma
- › Municipal Educational Council of the Lakhta-Olgino Municipality (Saint Petersburg)
- › Interregional League for Consumer Market Protection (Non-Profit Partnership)
- › “Your Choice” Public Council in Support of

- › Некоммерческое партнерство «Общественный совет в поддержку позитивного развития молодежи «Твой выбор»
- › Общественный совет Санкт-Петербурга
- › Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- › Общество потребителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- › ООО «Автоматторг»
- › ООО «Свои в городе»
- › Оперативно-розыскное бюро № 6 МВД России
- › Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека Министерства здравоохранения и социального развития РФ (Роспотребнадзор)
- › Санкт-Петербургская ассоциация малого бизнеса в сфере потребительского рынка
- › Санкт-Петербургская государственная педиатрическая медицинская академия
- › Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата
- › Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы
- › Санкт-Петербургский медицинский информационно-аналитический центр
- › Саратовская областная психиатрическая больница им. Святой Софии
- › Саратовская региональная общественная организации трезвости и здоровья
- › Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского
- › Северо-Западное таможенное управление Федеральной таможенной службы РФ
- › Северо-Западный Общественный совет по проблеме подросткового курения
- › Совет директоров предприятий Фрунзенского района Саратова

- the Positive Development of Youth
- › Saint Petersburg Public Council
- › Saint Petersburg and Leningrad Regional Public Council for Advertising
- › Consumer Association of the Saint Petersburg and Leningrad Region
- › “Automattorg” LLC
- › “Svoi v Gorode” LLC
- › Operational Search Bureau No. 6 of the Russian Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation
- › Russian Trade and Sanitary Inspection of the Ministry of Healthcare and Social Development (Rosпотребнадзор)
- › Saint Petersburg Association of Consumer-Oriented Small Businesses
- › Saint Petersburg State Pediatric Medical Academy
- › Saint Petersburg Chamber of Trade and Industry
- › Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Activities
- › Saint Petersburg Medical Information and Analysis Centre
- › Saratov Regional Psychiatric Clinic of Saint Sofia
- › Saratov Regional Public Organisation for Abstinence and Health
- › The Chernyshevsky Saratov State University
- › North-West Customs Administration of the Federal Customs Service of the Russian Federation
- › North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking
- › Council of Directors of Enterprises located in Saratov Frunzensky District
- › “Neftemash-SAPKON” company (Saratov)
- › Saratov Regional Union of Employers and

- › ОАО «Нефтемаш-САПКОН» (Саратов)
- › Союз товаропроизводителей и работодателей Саратовской области
- › Студенческий совет Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы
- › Управление охраны окружающей среды Комитета государственного экологического контроля и природопользования Саратовской области
- › Управление Росздравнадзора по Санкт-Петербургу и Ленинградской области
- › Управление Роспотребнадзора по Саратовской области
- › Управление таможенного сотрудничества Федеральной таможенной службы РФ
- › Управление программ развития предприятий по выпуску товаров потребительского назначения Департамента науки и промышленной политики Правительства Москвы
- › Факультет психологии Санкт-Петербургского государственного университета
- › ФГУ ГНИИ Центр профилактической медицины Министерства здравоохранения и социального развития РФ
- › Федерация рестораторов и отельеров
- › Фонд «Институт экономики города»
- › Фонд «Качество жизни»
- › Фонд «Саратовская губерния»
- › Фонд «Центр независимой потребительской экспертизы»
- › Фонд социального развития и охраны здоровья «Фокус-Медиа»
- › Центральная акцизная таможня Федеральной таможенной службы РФ
- › Экспертное управление Администрации Президента РФ
- › Южное таможенное управление Федеральной таможенной службы РФ»

- Manufacturers of Consumer Goods
- › Student Council of the Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Support
- › Environmental Protection Administration of the Saratov Regional Committee for State Environmental Control and the Use of Natural Resources
- › Roszdravnadzor Administration for the Saint Petersburg and Leningrad Region
- › Rospotrebnadzor Administration for the Saratov Region
- › Administration for Customs Cooperation of the Russian Federal Customs Service
- › Administration for Programmes to Develop Producers of Consumer Goods (Moscow City Government Department for Science and Industrial Policy)
- › Psychology Department, Saint Petersburg
- State University
- › Preventive Medicine Centre (Federal State Research Institution of the Russian Ministry of Healthcare and Social Development)
- › Federation of Hotel and Restaurant Owners
- › Institute for Urban Economics Foundation
- › Quality of Life Foundation
- › Saratov District Foundation
- › Centre for Independent Consumer Expertise Foundation
- › Focus-Media Foundation for Social Development and Healthcare
- › Central Excise Customs Authority
- › Specialist Department of the Russian Presidential Administration
- › Southern Customs Administration (Russian Federal Customs Service of the Russian Federation)»

## Приложение 2

### Справка о российском законодательстве, регулирующем курение в общественных местах

Законодательство Российской Федерации устанавливает ограничение на курение табака в общественных местах. Согласно Федеральному закону № 87-ФЗ от 10 июля 2001 года (в последней редакции от 26 июля 2006 года) «Об ограничении курения табака» курение табака запрещается:

- › на рабочих местах
- › в городском и пригородном транспорте, на воздушном транспорте при продолжительности полета менее трех часов
- › в закрытых спортивных сооружениях
- › в организациях здравоохранения, организациях культуры, на территориях и в помещениях образовательных организаций

- › в помещениях, занимаемых органами государственной власти, за исключением курения табака в специально отведенных местах для курения табака.

Оснащение специально отведенных мест для курения табака является обязанностью работодателя.

Нарушение требований данного Закона влечет за собой привлечение к административной ответственности в соответствии с законодательством.

#### Источники:

1. Федеральный закон № 87-ФЗ от 10 июля 2001 года «Об ограничении курения табака».
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.

## Appendix 2

### Summary of Russian legislation that regulates smoking in public places

Russian law limits smoking tobacco in public places. Federal Law #87 “On Restricting Tobacco Smoking” dated 10 July, 2001 (final edition of July 26, 2006) prohibits smoking in the following locations:

- › In workplaces
- › On municipal and suburban public transport and on air transport if the flight duration is under 3 hours
- › In enclosed sports facilities
- › In healthcare and cultural facilities, on campuses and in the buildings of educational institutions

- › On premises where government authorities are located (with the exception of areas specially designated for smoking).

Employers are responsible for establishing tobacco smoking areas.

Failure to comply with these legal requirements incurs responsibility according to law.

#### Sources:

1. Federal Law #87 “On Restricting Tobacco Smoking” dated 10 July, 2001.
2. The Administrative Code of the Russian Federation.

### Приложение 3

#### **Выдержки из Рамочной конвенции по борьбе против табака по теме «Борьба с незаконным оборотом табачных изделий (контрабандная и контрафактная табачная продукция)»**

Статья 15. Незаконная торговля табачными изделиями.

1. Стороны признают, что ликвидация всех форм незаконной торговли табачными изделиями, включая контрабанду, незаконное производство и подделку, а также разработка и осуществление соответствующего национального законодательства, помимо субрегиональных, региональных и глобальных соглашений, являются необходимыми компонентами борьбы против табака.

2. Каждая Сторона принимает и осуществляет эффективные законодательные,

исполнительные, административные или иные меры для обеспечения того, чтобы все пачки и упаковки табачных изделий и любая внешняя упаковка таких изделий были маркированы для оказания Сторонам помощи в определении происхождения табачных изделий и, в соответствии с национальным законодательством и соответствующими двусторонними и многосторонними соглашениями, оказания Сторонам помощи в установлении точки отклонения, а также мониторинга, документирования и контроля за движением табачных изделий и их юридическим статусом. Кроме того, каждая Сторона:

(а) требует, чтобы все отдельные пачки и упаковки табачных изделий для розничной и оптовой реализации, которые продаются на ее внутреннем рынке, содержали следующий текст: «Продажа разрешается только

### Appendix 3

#### **Extract from the Framework Convention on Tobacco Control Pertaining to the Topic “Anti-Illicit Trade: Prevention of Counterfeit and Contraband Products”**

Article 15. Illicit trade in tobacco products.

1. The Parties recognize that the elimination of all forms of illicit trade in tobacco products, including smuggling, illicit manufacturing and counterfeiting, and the development and implementation of related national law, in addition to subregional, regional and global agreements, are essential components of tobacco control.

2. Each Party shall adopt and implement effective legislative, executive, administrative or

other measures to ensure that all unit packets and packages of tobacco products and any outside packaging of such products are marked to assist the Parties in determining the origin of tobacco products, and in accordance with national law and relevant bilateral or multilateral agreements, assist the Parties in determining the point of diversion and monitor, document and control the movement of tobacco products and their legal status. In addition, each Party shall:

(a) require that unit packets and packages of tobacco products for retail and wholesale use that are sold on its domestic market carry the statement: “Sales only allowed in (insert name of the country, subnational, regional or federal unit)” or carry any other effective mark-

в (включить название страны, субнациональной, региональной или федеральной территориальной единицы)» – или содержащую любую другую эффективную маркировку, указывающую конечный пункт назначения или помогающую органам определить, на законном ли основании поступило данное изделие для продажи на внутреннем рынке; и

(b) рассматривает в соответствующих случаях вопрос о создании системы практического отслеживания и режима отслеживания, которая далее защитит систему распределения и поможет расследованию случаев незаконной торговли.

3. Каждая Сторона требует, чтобы информация на упаковке или маркировка, указанная в пункте 2 настоящей Статьи, была представлена разборчиво и/или на основном языке или основных языках.

4. В целях ликвидации незаконной торговли табачными изделиями каждая Сторона:

(a) осуществляет мониторинг и сбор данных о трансграничной торговле табачными изделиями, включая незаконную торговлю, а также, в соответствующих случаях, обменивается информацией между таможенными, налоговыми и иными органами согласно национальному законодательству и применимым двусторонним или многосторонним соглашениям;

(b) принимает или укрепляет законодательство с соответствующими санкциями и исправительными мерами, направленное против незаконной торговли табачными изделиями, в том числе поддельными и контрабандными сигаретами;

(c) предпринимает необходимые шаги по обеспечению того, чтобы все конфискованное производственное оборудование, поддельные и контрабандные сигареты и другие табачные

ing indicating the final destination or which would assist authorities in determining whether the product is legally for sale on the domestic market; and

(b) consider, as appropriate, developing a practical tracking and tracing regime that would further secure the distribution system and assist in the investigation of illicit trade.

3. Each Party shall require that the packaging information or marking specified in paragraph 2 of this Article shall be presented in legible form and/or appear in its principal language or languages.

4. With a view to eliminating illicit trade in tobacco products, each Party shall:

(a) monitor and collect data on cross-border

trade in tobacco products, including illicit trade, and exchange information among customs, tax and other authorities, as appropriate, and in accordance with national law and relevant applicable bilateral or multilateral agreements;

(b) enact or strengthen legislation, with appropriate penalties and remedies, against illicit trade in tobacco products, including counterfeit and contraband cigarettes;

(c) take appropriate steps to ensure that all confiscated manufacturing equipment, counterfeit and contraband cigarettes and other tobacco products are destroyed, using environmentally-friendly methods where feasible, or disposed of in accordance with national law;

(d) adopt and implement measures to monitor, document and control the storage and

изделия уничтожались ли с использованием, в случае практической осуществимости, экологически чистых методов, или удалялись в соответствии с внутренним законодательством;

(d) принимает и осуществляет меры в целях мониторинга, документирования и контроля за хранением и распределением складируемых или транспортируемых в безналоговом или беспошлинном режиме табачных изделий в пределах своей юрисдикции; и

(e) принимает необходимые меры в целях конфискации доходов от незаконной торговли табачными изделиями.

5. Информация, собранная на основании подпунктов 4(a) и 4(d) настоящей Статьи, в соответствующих случаях представляется в сводном виде Сторонами в их периодических докладах Конференции Сторон в соответствии со Статьей 21.

6. Стороны, в соответствующих случаях и согласно национальному законодательству, содействуют сотрудничеству между национальными учреждениями, а также соответствующими региональными и международными межправительственными организациями в той мере, в какой это относится к расследованиям, судебным преследованиям и процедурам, в целях ликвидации незаконной торговли табачными изделиями. Особое внимание обращается на сотрудничество на региональном и субрегиональном уровнях в целях борьбы с незаконной торговлей табачными изделиями.

7. Каждая Сторона стремится принять и осуществить дальнейшие меры, включая в соответствующих случаях лицензирование, для контроля или регулирования производства и распределения табачных изделий в целях предотвращения незаконной торговли.

*Источник:  
Рамочная конвенция по борьбе против табака Всемирной организации здравоохранения.*

distribution of tobacco products held or moving under suspension of taxes or duties within its jurisdiction; and

(e) adopt measures as appropriate to enable the confiscation of proceeds derived from the illicit trade in tobacco products.

5. Information collected pursuant to subparagraphs 4(a) and 4(d) of this Article shall, as appropriate, be provided in aggregate form by the Parties in their periodic reports to the Conference of the Parties, in accordance with Article 21.

6. The Parties shall, as appropriate, and in accordance with national law, promote cooperation between national agencies, as well as relevant regional and international intergov-

ernmental organisations as it relates to investigations, prosecutions and proceedings, with a view to eliminating illicit trade in tobacco products. Special emphasis shall be placed on cooperation at regional and subregional levels to combat illicit trade of tobacco products.

7. Each Party shall endeavour to adopt and implement further measures including licensing, where appropriate, to control or regulate the production and distribution of tobacco products in order to prevent illicit trade.

*Source:  
WHO Framework Convention on Tobacco Control.*

#### Приложение 4

##### ✓ Политика «БАТ Россия» в области корпоративных социальных инвестиций (КСИ)

Введение. В данной политике описаны:

- цели и задачи, которыми руководствуется «БАТ Россия» в своей деятельности в области корпоративных социальных инвестиций
- критерии выбора проектов для оказания спонсорской или благотворительной помощи
- механизм принятия решений о поддержке проектов
- виды деятельности «БАТ Россия» в области КСИ (Приложение 1 к «Политике по КСИ»)
- процедура подачи заявок на оказание спонсорской или благотворительной помощи (Приложение 2 к «Политике по КСИ»).

<sup>1</sup> Местное сообщество – это коалиция местных жителей или организаций, действующих в разных секторах (органы власти, бизнес, некоммерческий сектор), созданная с целью развития своей территории.

Цели и задачи «БАТ Россия» в области корпоративных социальных инвестиций (КСИ)

Целями «БАТ Россия» как социально ответственной компании являются содействие развитию социальной среды, улучшение экологии и поддержка российской культуры. В своей деятельности в области КСИ «БАТ Россия» стремится поддерживать организации, проекты и инициативы которых направлены на вовлечение местных сообществ<sup>1</sup> в решение социальных проблем и на устранение причин социальных проблем, а не их последствий.

Приоритетные направления деятельности «БАТ Россия» в области КСИ на 2007–2008 годы

- Социальная помощь незащищенным группам населения (пожилым людям, инвалидам и людям, проходящим реабилитацию).

#### Appendix 4

##### ✓ BAT Russia Policy for Corporate Social Investments

Introduction. This policy describes:

- Goals and objectives BAT Russia pursues in its corporate social investments
- Criteria used for selecting the beneficiaries of sponsorship and charitable contributions
- The decision-making mechanism used for projects to be supported
- Categories of BAT Russia's corporate social investments (Appendix 1 to the Policy for Corporate Social Investments)
- The procedure for applying for sponsorship or charitable contributions (Appendix 2

to the Policy for Corporate Social Investments).

BAT Russia goals and objectives for corporate social investments (CSI)

As a socially responsible company, BAT Russia has set goals for itself that include enhancing the social milieu, improving the ecology, and supporting Russian culture. Through its CSI BAT Russia intends to support organisations whose projects and activities are aimed at involving local communities<sup>1</sup> in efforts to solve social problems by addressing their causes rather than their consequences.

BAT Russia has the following imperatives for its CSI in 2007–2008:

<sup>1</sup> A local community is a coalition of local residents and organisations working in various sectors (government, business, or the non-profit sector) created for the purpose of improving their territory.

- › Поддержка экологических проектов и мероприятий (включая благоустройство территорий улиц и дворов городов Российской Федерации).
- › Поддержка институтов искусства и культуры (изобразительное искусство).

#### Критерии выбора проектов для оказания спонсорской и благотворительной помощи

«БАТ Россия» оказывает поддержку проектам, которые:

- › соответствуют изложенным в разделе «Цели и задачи “БАТ Россия” в области КСИ» глобальным приоритетам «Бритиш Американ Табакко» в сфере социальных инвестиций
- › находятся в рамках ожиданий, высказанных в адрес «БАТ Россия» различными общественными группами в рамках процесса социальной отчетности

- › осуществляются только на территории России, в городах, которые рассматриваются «БАТ Россия» в качестве приоритетных
- › имеют перспективы долгосрочного развития
- › способствуют укреплению репутации «БАТ Россия».

«БАТ Россия» не оказывает поддержку:

- › мероприятиям с участием несовершеннолетних и направленным на несовершеннолетних
- › спортивным мероприятиям
- › религиозным организациям (в том числе и учебным организациям, имеющим религиозную направленность)
- › военным организациям (в том числе некоммерческим организациям, связанным с военной тематикой)
- › политическим партиям и движениям
- › органам законодательной, исполнительной и судебной власти

- › Social assistance to the underprivileged (senior citizens, people with disabilities, and people in rehabilitation).
- › Supporting ecological projects and events (including upgrading streets and public areas in Russian cities).
- › Supporting institutes of art and culture (graphic arts).

Selection criteria for recipients of sponsorship or charitable assistance

BAT Russia supports projects that:

- › Conform to the British American Tobacco global imperatives for social investments stated in “BAT Russia Goals and Objectives for CSI”
- › Conform to expectations expressed by

various stakeholders during BAT Russia’s social reporting process

- › Operate exclusively in the Russian Federation in the cities that are regarded by BAT Russia as high priority locations
- › Have long-term development potential
- › Enhance BAT Russia’s reputation.

BAT Russia does not support:

- › Events for minors or targeting minors
- › Sports events
- › Religious organisations (including educational organisations with a religious basis)
- › Military organisations (including non-profit organisations related to military issues)
- › Political parties and movements
- › Legislative, executive, and judicial authorities

- › физическим лицам и инициативным группам, не имеющим юридического статуса
- › проектам, участие в которых может быть истолковано общественностью как скрытая реклама табачной продукции среди несовершеннолетних.

#### Принятие решений о поддержке проектов

Решение о поддержке того или иного проекта принимается Отделом корпоративных отношений «БАТ Россия» в рамках утвержденной стратегии компании.

*Прием заявок на оказание спонсорской и благотворительной помощи:*

факс: 8 (495) 228 4399  
e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)

#### Приложение 1 к «Политике “БАТ Россия” в области КСИ»

##### Виды деятельности «БАТ Россия» в области КСИ

«БАТ Россия» осуществляет свою деятельность в области КСИ в рамках корпоративной стратегии и глобальных приоритетных направлений. Компания стремится поддерживать долгосрочные проекты, направленные на устранение причин социальных проблем, а не их последствий.

Задача «БАТ Россия» в области корпоративных социальных инвестиций – построение долгосрочных партнерских отношений, и на протяжении многих лет компания поддерживает ряд организаций-благотворителей (их перечень приводится в ежегодном отчете по спонсорству и благотворительности, публикуемом на сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru)).

- › Individuals and initiative groups without a legal status
- › Projects in which participation could be perceived by the public as indirect advertising of tobacco products to minors.

#### Making decisions on supporting projects

Decisions on supporting projects are made in accordance with the strategy adopted by the Corporate and Regulatory Affairs Department of BAT Russia.

*Applications for sponsorship or charity assistance may be submitted:*

by fax: 8 (495) 228 4399  
by e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)

#### Attachment 1 to BAT Russia Policy for CSI

##### BAT Russia CSI activities

BAT Russia performs its CSI activities in accordance with its corporate strategy and its global imperatives. The company aims to support long-term projects that deal with the causes of social problems rather than with their consequences.

BAT Russia's objective in corporate social investments is to build long-term partnerships, and the company has been supporting a number of beneficiary organisations (listed in the annual sponsorship and charity report published on the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru)).

Тем не менее, один раз в год – в июле – Проектная группа по КСИ пересматривает список благополучателей и программ на предмет соответствия целям и задачам КСИ.

Процедура подачи заявок и критерии отбора проектов изложены в Приложении 2 к «Политике по КСИ “БАТ Россия”».

Кроме того, в компании существуют следующие программы и механизмы в области КСИ:

► **Грантовый конкурс социальных проектов**

Конкурсный механизм обеспечивает наиболее объективную оценку проектов и полную прозрачность в принятии решений. Тема конкурса, требования к заявке и критерии отбора объявляются ежегодно в сентябре на сайте компании [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru) в разделе «Социальные инвестиции». Побе-

дителей отбирает Экспертный совет, состоящий из независимых экспертов, при участии представителей «БАТ Россия».

► **Программа частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь»**

Сотрудники «БАТ Россия» принимают личное участие в благотворительной деятельности с помощью программы частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь».

Программа разработана и администрируется российским отделением британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation («CAF Россия», сайт программы [www.donatenow.ru](http://www.donatenow.ru)).

Благополучатели программы выбираются с помощью внутреннего опроса сотрудников компании.

Each year in July, the CSI Project Group reviews the list of beneficiaries and programmes to make sure that they comply with the CSI goals and objectives.

The application procedure and selection criteria for projects are described in Attachment 2 to the BAT Russia Policy for CSI.

In addition, the company has the following programmes and mechanisms pertaining to CSI:

► **Social projects grant contest**

The contest format ensures an unbiased evaluation of projects and complete transparency in decision-making. The contest theme, application requirements,

and selection criteria are announced annually in September in the Social Investments section of the corporate website [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru). Winners are chosen by an Expert Council consisting of independent experts and British American Tobacco representatives.

► **“They Need Your Help” Private Charitable Donations Programme**

Staff members of BAT Russia personally participate in charity through the “They Need Your Help” private charitable donation programme.

The programme has been developed and is administered by the UK Charities Aid Foundation (CAF Russia, [www.donatenow.ru](http://www.donatenow.ru)).

«БАТ Россия» дополнительно перечисляет сумму, равную сумме пожертвований сотрудников. Таким образом, на счет благотворительных организаций поступает удвоенная сумма пожертвований. Регулярные подробные отчеты о расходовании средств публикуются на сайте программы [www.donatenow.ru](http://www.donatenow.ru).

› **Волонтерство**

Откликаясь на пожелания сотрудников, «БАТ Россия» стремится развивать такое направление благотворительной деятельности, как волонтерство. В частности, сотрудники «БАТ Россия» участвуют в субботниках по уборке территорий и парков в Москве, Саратове и Санкт-Петербурге, помогают детским домам.

› **Оказание материальной нефинансовой помощи**

Помимо финансовой помощи, «БАТ Россия» безвозмездно передает некоммерческим организациям списанную офисную оргтехнику, мебель, канцелярские товары и другие предметы. Среди сотрудников регулярно проводятся сборы вещей для нуждающихся.

The programme's beneficiaries are selected by an internal survey of the company's staff. BAT Russia matches the contribution made by its staff. A beneficiary charity then receives a double contribution. Detailed regular expense reports are published on the programme's website [www.donatenow.ru](http://www.donatenow.ru).

› **Volunteering**

In response to the expectations of its staff, BAT Russia organises volunteer efforts. Its employees take part in weekend cleaning of public areas and parks in Moscow, Saratov and Saint Petersburg and also help orphanages.

› **Providing in-kind non-financial assistance**

In addition to financial assistance, BAT Russia donates superfluous office equipment, furniture, office supplies, and other goods to non-profit organisations. The company staff also regularly donates clothing to needy families.

## Приложение 2 к «Политике «БАТ Россия» в области КСИ»

### Процедура подачи заявок и критерии отбора заявок

В данном приложении описана процедура подачи заявок на получение спонсорской или благотворительной помощи и критерии отбора заявок, принятые «БАТ Россия».

Проекты, поступившие в компанию извне, и проекты, инициированные подразделениями компании, оцениваются по единым критериям.

#### 1. Процесс подачи заявок, требования к заявке:

Претендент должен заполнить форму заявки и предоставить следующую информацию (заявка на оказание благотворительной помощи):

- › описание проекта
- › стоимость проекта
- › перечень участников проекта
- › график реализации проекта
- › устав организации.

В случае подачи заявки на спонсорскую помощь претендент должен предоставить подробное описание преимуществ, которые дает компании спонсорское участие, и список спонсоров проекта либо уже взявших на себя обязательства по его поддержке, либо потенциальных.

Рекомендуется включить в заявку:

- › копии годовых отчетов
- › копии публикаций в прессе или отчетов третьих сторон, потенциально важных для принятия решения относительно проекта.

## Attachment 2 to the BAT Russia Policy for CSI

### Application procedure and selection criteria

This Attachment describes the procedure for applying for sponsorship or charitable assistance and also the selection criteria used by BAT Russia.

Projects submitted by outside organisations and projects initiated by the company's own departments are evaluated according to the same criteria.

#### 1. Application procedure and requirements:

The applicant should fill out the application form and provide the following information:

- › Description of the project

- › Cost of the project
- › List of participants
- › Schedule of the project
- › Charter of the organisation (when applying for charitable assistance).

When applying for sponsorship, the applicants should provide a detailed description of the benefits of sponsorship for the company, as well as a list of the participants in the project who have either accepted some obligations to support it or who potentially might do so.

It is recommended that the application include the following:

- › Copies of annual reports

2. Ограничения на поддержку проектов и организаций изложены в пункте «Критерии выбора проектов для оказания спонсорской или благотворительной помощи» настоящей Политики.
3. Оценка, принятие решений и информирование претендентов
  - 3.1. Все поступающие заявки анализируются компанией в соответствии с существующей политикой по КСИ.
  - 3.2. Заявки рассматриваются конфиденциально. Поступившая информация и принятое решение не разглашаются третьим сторонам, если иное не предусмотрено договоренностью между компанией и претендентом.
  - 3.3. В течение месяца после поступления заявки «БАТ Россия» информирует претендентов о принятых решениях по почте, электронной почте или факсу.
- 3.4. Один раз в год «БАТ Россия» публикует отчет о деятельности компании в области спонсорства и благотворительности с перечнем организаций и проектов, которым в течение года была оказана поддержка.
4. Договорные отношения
  - 4.1. Вся спонсорская и благотворительная деятельность, которую оказывает компания, осуществляется на основании письменного договора между компанией и стороной, которой оказывается помощь. Стандартная форма договора направляется организации-благотворителю в случае положительного решения о предоставлении компанией спонсорской или благотворительной помощи. Определенные изменения

- › Copies of publications or third party reports that could influence the decision regarding the project.
2. Limitations on supporting projects and organisations are listed in “Selection Criteria for Recipients of Sponsorship or Charitable Assistance” of this Policy.
3. Evaluation, decision-making, and informing applicants
  - 3.1. All applications received are analysed by the company in accordance with the Policy for CSI.
  - 3.2. Applications are considered in a confidential manner. The information received and the decision made are not disclosed to third parties unless specified otherwise in an agreement between the company and the applicant.
  - 3.3. BAT Russia informs applicants about its decision by mail, e-mail, or fax within a month of receiving the application.
  - 3.4. BAT Russia publishes annual Sponsorship and Charity Reports including a list of organisations and projects it has supported during the year.
4. Agreements
  - 4.1. All sponsorship and charitable assistance by the company is delivered based on written agreements between the company and the beneficiary. The standard sample agreement is forwarded to the beneficiary once the company has decided in favour of providing sponsorship or charitable assistance. The standard agree-

могут быть внесены в данный тип договора, но договоры других типов не используются.

4.2. Договор заключается на срок не более года, с возможностью продления его действия в случае, если результаты проекта были оценены компанией как положительные.

4.3. В договоре определяются вид и размер помощи, права и обязанности сторон, а также, в случае необходимости, оговариваются вопросы страхования и другие вопросы ответственности сторон.

4.4. По условиям договора, «БАТ Россия» запрашивает финансовый отчет о целевом использовании денежных или иных средств.

## 5. Механизм подачи заявки

5.1. Соискатели могут выбрать и заполнить одну из форм, приведенных ниже:

- › Заявка на получение спонсорской помощи
- › Заявка на получение благотворительной помощи

*Соискатели могут направить заявление и предложение:*

*e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)*

*факс: 8 (495) 228 4399*

*факс: 8 (812) 326 3601 (для проектов, осуществляемых в Санкт-Петербурге)*

*факс: 8 (8452) 51 3901 (для проектов, осуществляемых в Саратове)»*

ment can be amended in part, but agreements of other types are not used.

4.2. The agreement covers a maximum period of one year with the option of an extension if the company's evaluation of the project's results is positive.

4.3. The agreement specifies the kind and scope of assistance, the rights and duties of the parties, and, where applicable, insurance and other liabilities of the parties.

4.4. In accordance with the provisions of the

agreement, BAT Russia requests a financial report on the use of funds or other forms of assistance for the purposes agreed.

## 5. Application mechanism

5.1. Applicants may select and fill out the following forms:

- › Application for Sponsorship
- › Application for Charitable Assistance

*Applicants may forward their applications and proposals:*

*e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)*

*fax: 8 (495) 228 4399*

*fax: 8 (812) 326 3601 (for projects in Saint Petersburg)*

*fax: 8 (8452) 51 3901 (for projects in Saratov)»*

## Приложение 5

✓ Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области охраны труда и окружающей среды в 2005–2006 годах: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI)

	Аспект: Материалы	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN1 Используемые материалы с указанием массы или объема				
	Количество использованных материалов	тонна, т	130 329	129 126	
	Табак	т	66 681	69 952	
	Технологические и упаковочные материалы	т	62 497	58 572	
	Вспомогательные материалы	т	1 151	602	

	Аспект: Энергия	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN3 Прямое использование энергии с указанием первичных источников				
	Общее количество потребляемой энергии	гигаджоуль, ГДж	464 388	533 552	Общее количество потребляемой энергии возросло в связи с ростом объема производства
	Потребление энергии в офисах и на фабриках	ГДж	384 387	433 781	
	Электроэнергия	ГДж	171 384	202 242	
	Природный газ	ГДж	195 307	211 042	
	Пар от внешнего поставщика	ГДж	17 696	20 497	
	Потребление энергии другими транспортными средствами	ГДж	6 319	4 611	
	Транспортные средства торгового маркетинга	ГДж	73 682	95 160	Потребление энергии транспортными средствами торгового маркетинга возросло в связи с увеличением объема производства и расширением географии деятельности компании в России
Основной	EN4 Косвенное использование энергии				
		ГДж	496 667	585 629	

	Аспект: Вода	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN8 Общее количество забираемой воды				
	Общий объем потребления воды	кубический метр, м <sup>3</sup>	162 711	179 777	Рост потребления воды обусловлен расширением объемов производства

	Аспект: Биоразнообразие	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN11 Местоположение и площадь земель, находящихся в собственности, аренде, под управлением организации и расположенных на охраняемых природных территориях, территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне их границ или примыкающих к таким территориям	гектар, га	0	0	Фабрики «БАТ Россия» не располагаются на охраняемых природных территориях, территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне их границ или примыкающих к таким территориям
Дополнительный	EN14 Стратегии, осуществляемые действия и планы на будущее по управлению воздействиями на биоразнообразие				«БАТ-СТФ» – поддержка программы по восстановлению природных родников  «БАТ-СПб» – поддержка программы по озеленению района  «БАТ-Ява» – акции по уборке и озеленению территорий

**Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области охраны труда и окружающей среды в 2005–2006 годах: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI) (Продолжение)**

	Аспект: Выбросы, сбросы и отходы	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN16 Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы	CO <sub>2</sub> (т)	43 427	48 864	Рост количества выбросов обусловлен ростом объемов производства и расширением географии деятельности компании в России
Основной	EN21 Общий объем сбросов сточных вод				
	Общий объем сбросов сточных вод	м <sup>3</sup>	109 652	164 509	Рост количества сбросов сточных вод обусловлен ростом объемов производства и расширением географии
	Промышленные и бытовые стоки	м <sup>3</sup>	82 216	126 532	
	Ливневые стоки	м <sup>3</sup>	27 436	37 977	
Основной	EN22 Общая масса отходов в разбивке по типу и способу обращения				
	Общий объем образовавшихся отходов	т	8 141	7 559	
	Вторичная переработка отходов	т	6 218	6 222	
	Процент перерабатываемых отходов	% от общего объема отходов	76,4	82,32	
	Отходы на захоронение	т	1 697	1 322	
	Отходы на переработку	т	6 426	6 214	
	Опасные отходы на переработку	т	17	23	
Основной	EN23 Общее количество и объем существенных разливов		0	0	Значительные разливы отсутствуют

	Аспект: Продукция и услуги	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN26 Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия				На фабриках «БАТ Россия» активно внедряются программы по снижению энергопотребления и использования воды, а также программы по минимизации отходов производства

	Аспект: Соответствие требованиям	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	EN28 Денежное значение штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	фунт стерлингов	нет	нет	Случаев несоответствия применяемым требованиям международного и российского законодательства, а также наложения штрафов зарегистрировано не было

	Аспект: Транспорт	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Дополнительный	EN29 Значимое воздействие на окружающую среду перевозок продукции и других товаров и материалов, используемых для деятельности организации, и перевозок рабочей силы				Воздействие при использовании энергии, образовании выбросов и отходов рассматривается в разделах EN3 и EN22 соответственно

	Аспект: Общие	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Дополнительный	EN30 Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам				Цифры включают суммарные денежные затраты на охрану окружающей среды, труда и технику безопасности
	Капитальные затраты	фунт стерлингов	1 911 290	1 279 538	
	Текущие расходы	фунт стерлингов	710 349	1 034 338	

**Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области охраны труда и окружающей среды в 2005–2006 годах: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI) (Продолжение)**

	Аспект: Здоровье и безопасность на рабочем месте	Единица измерения	2005	2006	Комментарий
Основной	LA7 Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам				
	Профессиональные заболевания	число	0	0	
	Несчастные случаи с потерей рабочих дней	число	7	2	
	Тяжелые несчастные случаи	число	3	1	
	Коэффициент производственного травматизма	коэффициент	0,22	0,06	
Дополнительный	LA9 Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных соглашениях с профсоюзами				Работодатель и работники предприятия считают, что основой успешной работы является обеспечение безопасных условий для жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, поэтому коллективные трудовые договоры содержат исчерпывающую информацию, отражающую вопросы здоровья и безопасности. Условия труда сотрудников «БАТ Россия» регламентируются коллективными договорами и правилами внутреннего трудового распорядка

## Appendix 5

### ✓ BAT Russia Environmental Health and Safety Report 2005–2006: GRI Performance Indicators

	Aspect: Materials	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN1 Materials used by weight or volume				
	Total materials use	tonnes	130 329	129 126	
	Leaf	tonnes	66 681	69 952	
	Direct Materials	tonnes	62 497	58 572	
	Indirect Materials	tonnes	1 151	602	
	Aspect: Energy	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN3 Direct energy consumption by primary energy source				
	Total direct energy use	GJ	464 388	533 552	Total energy consumption increased as a result of an increase in production output
	Total sites and offices direct energy	GJ	384 387	433 781	
	Electricity	GJ	171 384	202 242	
	Natural gas	GJ	195 307	211 042	
	Steam by external provider	GJ	17 696	20 497	
	Other fleet vehicles energy consumption	GJ	6 319	4 611	
	Trade Marketing fleet energy	GJ	73 682	95 160	Energy consumption by Trade Marketing fleet vehicles increased as a result of production output growth and geographical expansion of company operations in Russia
Core	EN4 Indirect energy consumption	GJ	496 667	585 629	

**BAT Russia Environmental Health and Safety Report 2005–2006: GRI Performance Indicators** (Continued)

	Aspect: Water	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN8 Total water withdrawal				
	Total water use	cubic meters	162 711	179 777	Water use increase is the result of growth in production output
	Aspect: Biodiversity	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN11 Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	hectare, ha	0	0	BAT Russia factories do not occupy protected areas, or areas of high biodiversity value outside protected areas, or areas adjacent to such
Additional	EN14 Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity				BAT-STF: support for natural water springs restoration programme BAT-SPb: support for local greenery planting programme BAT-Yava: volunteer cleaning and planting activities
	Aspect: Emissions, Effluents, and Waste	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN16 Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight				
	Total CO <sub>2</sub> emissions	tonnes CO <sub>2</sub> equiv.	43 427	48 864	Increase in emissions results from an increase in production output and geographical expansion of company operations in Russia
Core	EN21 Total water discharge				
	Total water discharged	cubic meters	109 652	164 509	Increase in total water discharged results from increase in production output and geographical expansion

	Aspect: Emissions, Effluents, and Waste	Unit of measurement	2005	2006	Comments
	Process and sewage water discharged	cubic meters	82 216	126 532	
	Storm water discharged	cubic meters	27 436	37 977	
Core	EN22 Total weight of waste by type and disposal method				
	Total amount of waste generated	tonnes	8 141	7 559	
	Total waste recycled	tonnes	6 218	6 222	
	Waste recycled	%	76.4	82.32	
	Non-hazardous waste sent to landfills	tonnes	1 697	1 322	
	Non-hazardous waste recycled	tonnes	6 426	6 214	
	Hazardous waste recycled	tonnes	17	23	
Core	EN23 Total number and volume of significant spills		0	0	No significant spills
	Aspect: Products and Services	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN26 Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation				BAT Russia sites have programmes in place to actively reduce energy and water consumption; there is also a programme to limit output of waste products
	Aspect: Compliance	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	EN28 Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations	pound sterling	No cases registered	No cases registered	Cases of non-compliance with international or Russian environmental laws were not registered; no fines were imposed

**BAT Russia Environmental Health and Safety Report 2005–2006: GRI Performance Indicators** (Continued)

	Aspect: Transport	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Additional	EN29 Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organisation's operations, and transporting members of the workforce				Environmental impacts resulting from energy use, emissions and waste are covered in sections EN3 and EN22 respectively

	Aspect: Overall	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Additional	EN30 Total environmental protection expenditures and investments by type				Includes total money spent on environmental, health and safety protection

	Aspect: Health and safety	Unit of measurement	2005	2006	Comments
Core	LA7 Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work-related fatalities by region				
	Occupational diseases	number	0	0	
	Lost work cases	number	7	2	
	Serious accident	number	3	1	
	Lost work case incident rate	rate	0,22	0,06	
Additional	LA9 Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions				Both BAT Russia and employees believe that successful performance is ensured by healthy and safe working conditions. Collective labour agreements contain comprehensive information on health and safety issues. Labour conditions of BAT Russia employees are regulated by collective agreements and internal HR policies ↴

## Приложение 6

### ✓ Отчет о деятельности «БАТ Россия» в области труда, прав человека в 2006 году: сравнение по показателям Глобальной инициативы по отчетности (GRI)

ЕС3 Обеспечение обязательств организации, связанных с пенсионным планом с установленными льготами (Основной)

«БАТ Россия» стремится предоставить своим сотрудникам привлекательный, конкурентоспособный и сбалансированный пакет льгот. Одно из достойных мест в этом пакете занимает корпоративная пенсионная программа «Забота о будущем», которая была внедрена 1 сентября 2004 года в дополнение к государственному пенсионному обеспечению. Финансирование осуществляется полностью за счет средств компании, и по прошествии почти 3 лет успешного функционирования программы

компания исследует возможности дополнительного пополнения счета из собственных средств сотрудников.

На данный момент все постоянные сотрудники имеют персонализированные счета в Негосударственном пенсионном фонде ИНГ (одном из лидеров на международном рынке пенсионного страхования), на которые ежеквартально перечисляется 5% от оклада. В 2006 году компания перечислила на эти цели 73 миллиона рублей. Общая численность сотрудников на конец 2006 года составила 3861 человек, из них 3300 человек являются участниками корпоративной пенсионной программы.

ЕС5 Диапазон соотношений стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности организации (Дополнительный)

## Appendix 6

### ✓ BAT Russia Labour Practices and Human Rights Report 2006: GRI Performance Indicators

EC3 Coverage of the organisation's defined benefit plan obligations (Core)

BAT Russia strives to provide to employees an attractive, competitive, and well-balanced package of benefits. One of the key benefits in the package is the Corporate Pension Programme "Planning for the Future" which was launched on 1 September 2004 as a supplement to statutory pension provisions. The programme is entirely financed at the expense of the BAT Russia. After almost 3 years of effective operation of the programme, we are explor-

ing the feasibility of allowing personal contributions by employees in addition to the company's.

All permanent employees are eligible for this benefit and thus have personal accounts at the Non-Governmental Pension Fund "ING" (one of the international leaders in the non-governmental pension insurance market). The company transfers 5% of base salary on a quarterly basis. The absolute figures are as follows: 73 million rubles were transferred to the NPF "ING".

Total workforce headcount at the end of the year was 3,861, of which 3,300 are permanent employees and eligible for the benefit.

EC5 Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation (Additional)

Коэффициент соотношения стандартной заработной платы начального уровня рабочих и служащих к законодательно установленному минимальному размеру оплаты труда, который во второй половине 2006 года составил 1100 рублей, колеблется от 6,5:1 до 17,7:1.

Более детальная разбивка по юридическим лицам, входящим в Группу компаний «БАТ Россия», представлена ниже:

- › ОАО «БАТ-Ява» (Москва) – 8,8
- › ЗАО «БАТ-СПб» (Санкт-Петербург) – 8,8
- › ОАО «БАТ-СТФ» (Саратов) – 6,5
- › ЗАО «МУМТ» (основные регионы деятельности):
  - Москва – 17,7
  - Санкт-Петербург, Владивосток – 16
  - Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Екатеринбург, Новосибирск – 13,3

LA1 Общая численность рабочей силы в разбивке по типу занятости, договору о найме и региону (Основной)

Общая численность на конец 2006 года – 3861 человек.

В разбивке по договору о найме:

- › постоянные сотрудники – 3300
- › временные сотрудники – 312
- › сотрудники, выведенные за штат – 205
- › подрядчики (ГПХ) – 44

В разбивке по типу занятости:

- › полная занятость – 3814
- › частичная занятость – 47

В разбивке по регионам:

- › ОАО «БАТ-Ява» (Москва) – 588
- › ЗАО «БАТ-СПб» (Санкт-Петербург) – 632
- › ОАО «БАТ-СТФ» (Саратов) – 843

The ratio of starting base salary of blue- and white-collars at entry level vs. statutory defined minimal base salary, which was 1,100 rubles in the second half of 2006, varies from 6.5:1 to 17.7:1.

Detailed distribution is as follows:

- › BAT-Yava (Moscow) – 8.8
- › BAT-SPb (Saint Petersburg) – 8.8
- › BAT-STF (Saratov) – 6.5
- › ITMS. Key regions:
  - Moscow – 17.7
  - Saint Petersburg, Vladivostok – 16
  - Rostov on Don, Nizhniy Novgorod, Ekaterinburg, Novosibirsk – 13.3

LA1 Total workforce by employment type, employment contract, and region (Core)

Total headcount at year end 2006 – 3,861

Breakdown by type of contracts:

- › permanent – 3,300
- › temporary – 312
- › outsource – 205
- › contractors – 44

Full-part – time distribution:

- › Full-time – 3,814
- › Part-time – 47

Regional distribution:

- › BAT-Yava (Moscow) – 588
- › BAT-SPb (Saint Petersburg) – 632

- › ЗАО «МУМТ» (по регионам):  
Москва и Московская область – 745  
Северо-Запад – 153  
Центр-Юг – 308  
Урал-Волга – 342  
Сибирь-Дальний Восток – 250

LA3 Выплаты и льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости, в разбивке по основной деятельности (Дополнительный)

LA4 Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами (Основной)  
«БАТ Россия» предоставляет всем постоянным сотрудникам следующие льготы:

- › премия по итогам работы за год
- › медицинское страхование (включая

- членов семьи)
- › страхование жизни и страхование от несчастного случая (включая членов семьи)
- › корпоративная пенсионная программа
- › продукт компании на льготных условиях
- › спортивные программы
- › материальная помощь
- › доплата в размере 60% от среднего заработка по больничному листу
- › доплата до 100% от оклада, но не более 90 000 рублей, в зависимости от стажа работы в компании в период отпуска по беременности и родам.

Временным сотрудникам предоставляются:

- › страхование жизни и страхование от несчастного случая
- › продукт компании на льготных условиях
- › материальная помощь (если стаж работы в компании превысил 1 год)

- › BAT-STF (Saratov) – 843
- › ITMS. Key regions:  
Moscow & Moscow region – 745  
North-West – 153  
Centre-South – 308  
Urals-Volga – 342  
Siberia-Far East – 250

LA3 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations (Additional)

LA4 Percentage of employees covered by collective bargaining agreements (Core)  
BAT Russia provides to all permanent employees the following benefits:

- › Annual Performance Bonus

- › Medical Insurance (family members included)
- › Life & Accident Insurance (family members included)
- › Corporate pension programme
- › Subsidized purchases of company products
- › Sport activities
- › Financial aid
- › Sick leave compensation at 60% of average earnings
- › Maternity leave compensation up to 100% of base salary but not exceeding 90,000 Rubles depending on length of service.

Temporary employees are eligible for:

- › Life & Accident Insurance
- › Subsidized purchases of company products
- › Financial aid (if length of service > 1 year)

- › спортивные программы (если стаж работы в компании превысил 1 год)
- › доплата в размере 60% от среднего заработка по больничному листу
- › доплата до 100% от оклада, но не более 90 000 рублей, в зависимости от стажа работы в компании в период отпуска по беременности и родам.

Все постоянные и временные сотрудники на фабриках также получают:

- › дотацию на питание
- › униформу
- › компенсацию за медицинскую книжку, необходимую при поступлении на работу.

Временные сотрудники составляют 10% от общей численности. Условия труда 1430 сотрудников, которые составляют 37% от общей численности, охвачены коллективными договорами. Пакет льгот, предоставляемых

компанией, является сбалансированным и конкурентоспособным, его составляющие зависят исключительно от вида трудового договора.

**LA5 Минимальный(ые) период(ы) уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации, а также определен(ы) ли он(и) в коллективном соглашении (Основной)**

В соответствии с трудовым законодательством и позицией компании как ответственного работодателя, обо всех значительных изменениях в деятельности организации сотрудники уведомляются за 2–3 месяца.

**LA10 Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в год, в разбивке по категориям сотрудников (Основной)**

«БАТ Россия» предоставляет своим сотрудникам широкие возможности для развития своих профессиональных навыков. Компа-

- › Sport activities (if length of service > 1 year)
- › Sick leave compensation at 60% of average earnings
- › Maternity leave compensation up to 100% of base salary but not exceeding 90,000 Rubles depending on length of service.

Permanent and temporary employees at factories are eligible also for:

- › Lunch subsidies
- › Uniform
- › Medical certificate reimbursement when entering the company.

Ratio of temporary employees vs. total headcount is 10%. Out of the total employee headcount 1,430 employees, which is 37%, are covered by collective bargaining agreements.

However the company's package of benefits is competitive and well-balanced, and depends only on the type of contract.

**LA5 Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements (Core)**

In accordance to both labour legislation and as a responsible employer, the company informs employees of significant changes in the organization 2–3 months in advance.

**LA10 Average hours of training per year per employee by employee category (Core)**

BAT Russia provides its employees with vast opportunities to develop their professional skills. The company continuously supports

ния заботится о профессиональном и личностном росте сотрудников на регулярной основе, предлагая для различных категорий сотрудников следующие программы:

- › изучение английского языка
- › изучение новых компьютерных программ и совершенствование знаний по программам, уже известным сотрудникам
- › повышение профессиональной квалификации и сертификация для финансистов (ACCA, CIMA, CIFA)
- › технические тренинги для рабочих
- › повышение профессиональной квалификации для сотрудников отделов по работе с персоналом, маркетинга, производственного отдела
- › программы по развитию лидерства и личностной эффективности.

В 2006 году «БАТ Россия» инвестировала в развитие своих сотрудников 52,6 млн рублей,

средняя продолжительность обучения составила 16 часов на каждого обучающегося.

В 2006 году 4903 человека прошли тренинги и повысили свою квалификацию.

2311 сотрудника прошли техническое обучение, в рамках которого 315 человек посетили курсы повышения квалификации (работа с оборудованием), 916 человек участвовали в программе точечного обучения по обслуживанию оборудования, 43 сотрудника прошли обучение по курсу «участок электроавтоматики» и 1037 сотрудника получили необходимые знания по охране труда.

1600 сотрудников прошли функциональное обучение в области маркетинга – различные тренинги в этой сфере посетили 1592 человека, 8 человек прошли обучение в сфере управления персоналом.

992 человека повысили квалификацию, участвуя в общих тренингах. Общие тренинги подразделяются на международные и локальные. Локальные тренинги: развитие менед-

employees' professional and personal growth by offering the following development trainings to various categories of employees:

- › English language course
- › PC user basic and advanced trainings
- › Professional qualifications and certifications for finance specialists (ACCA, CIMA, CIFA)
- › Vocational trainings for workers
- › Professional qualifications for specialists in Human Resources, Marketing, Production, etc.
- › Leadership and personal development programmes.

BAT Russia invested 52,6 million Rubles in 2006 in employee development; average duration of the educational hours amounts to 16 ones per every student.

4,903 employees were trained and enhanced in their qualifications in 2006.

2,311 employees participated in vocational training. Of these 315 enhanced their qualifications (equipment operations), 916 took part in equipment maintenance training, 43 employees were trained for the relay ladder system, and 1,037 received Health and Safety trainings.

1,600 employees participated in marketing development programmes, 1,592 received marketing education, and 8 had training in HR management.

992 developed their competencies in general trainings. There are two streams of general trainings – local and international. Local trainings cover development of such areas as managerial competencies, leadership and personal effectiveness.

жерских, лидерских навыков и персональной активности – в данных программах участвовало 932 человека. Объем необходимых знаний, заложенных в международных тренингах, включающих в себя лидерские, функциональные программы, получили 60 человек.

**LA11 Программы развития навыков, призванных поддерживать способность сотрудников к занятости, а также к управлению завершением карьеры (Дополнительный)**  
«БАТ Россия» делает значительные инвестиции в развитие и обучение персонала с точки зрения повышения как профессиональной квалификации, так и личностной эффективности, что дает сотрудникам инструментарий для достижения стратегических целей в меняющейся рабочей обстановке. Степень уверенности и качество трудовых отношений сотрудников повышается благодаря знанию того, что им

будет оказана финансовая поддержка в случае выхода на пенсию или в случае, если компания в стратегических целях будет вынуждена сокращать рабочие места. Компенсационный пакет, зависящий от стажа работы в компании, и выплаты по корпоративной пенсионной программе призваны поддержать сотрудников в период адаптации к новым условиям жизни.

**LA12 Доля сотрудников, в отношении которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры (Дополнительный)**  
Оценка деятельности сотрудников по итогам работы за год очень важна для компании. Она помогает информировать сотрудников об ожидаемых стандартах и результатах работы. Все сотрудники компании в конце года проходят ежегодную оценку и составляют планы развития на будущий год.

932 employees were enrolled. 60 employees participated in international programmes, which cover leadership competencies development and functional education.

LA11 Programmes for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings (Additional)

BAT Russia makes a significant investment in its employees through training and development which enhances both their professional qualifications and their personal effectiveness. This provides employees with tools for reaching strategic goals in a constantly changing business environment. Self-confidence and attitude toward work improve as employees know that they will receive

financial support when they retire on a pension or in the event of staff reductions for strategic purposes of the company. Severance, which depends on length of service with the company, and corporate pension payments are available to support employees during the transition to new conditions.

LA12 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews (Additional)

The Annual Performance Appraisal is of major importance to the company because it helps communicate to people the standards and results that the company requires. Thus all employees are subject to performance appraisal and development planning processes at the year's end.

**HR4 Общее количество случаев дискриминации и предпринятые действия (Основной)**

Случаи дискриминации не были зарегистрированы в компании.

**HR8 Доля сотрудников службы безопасности, прошедших обучение политикам и процедурам в отношении аспектов прав человека, связанных с осуществляемой деятельностью (Дополнительный)**

Общее число сотрудников службы безопасности в «БАТ Россия» составляет 136 человек. 18 человек являются сотрудниками компании. Большинство из них (15 человек) имеют высшее или среднее профессиональное образование, в рамках которого они изучали законодательство РФ и ознакомлены с действующими нормами, касающимися прав человека. 118 человек являются сотрудниками организаций-подрядчиков.

В подрядных организациях всё обучение

проводится в рамках обязательной подготовки сотрудников охраны, что определено законами страны. Использование лицензированных охранников и, соответственно, подрядных организаций, имеющих лицензию на осуществление охранной деятельности, является обязательным условием договоров с подрядными охранными организациями.

Итого 97% от общего числа сотрудников отдела безопасности прошли формализованное обучение.

Отдельных средств на обучение политикам и процедурам в отношении аспектов прав человека компанией и ее подрядчиками не выделяется.

**HR9 Общее число случаев нарушения прав коренных и малочисленных народов и предпринятые действия (Дополнительный)**

Случаи нарушения прав коренных и малочисленных народов не были зарегистрированы в компании. »

**HR4 Total number of incidents of discrimination and actions taken (Core)**

No cases of discrimination were registered in the company.

**HR8 Percentage of security personnel trained in the organisation's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations (Additional)**

The total number of security department employees in Russia is 136 people, of these 18 people are company employees and 118 are subcontractors.

The overwhelming majority of company employees (15 people) have a higher education or secondary professional degree. All of them have studied Russian legislation and are aware of current standards concerning human rights.

In contracting organisations education is

conducted in conformity with compulsory guard service training, as this is defined by Russian legislation. We contract only licensed security guard organisations since use of licensed security guards is an indispensable condition of our contracts with such organisations.

Overall 97% of the total number of security department employees have formal education.

The company and its contractors provide any additional instruction in policies and procedures regarding human rights.

**HR9 Total number of incidents of violations involving rights of indigenous and low-population peoples and actions taken (Additional)**

No cases of discrimination against indigenous and low-population peoples were registered in the company. »

✓ **LA2 Общее количество сотрудников и текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону (Основной)**

Количество сотрудников в разбивке по возрастной группе		Текучесть, %
<30 лет	1533	24
30–50 лет	1884	16
>50 лет	239	22
Итого	3656*	20

Количество сотрудников в разбивке по региону		Текучесть, %
ОАО «БАТ-Ява» (Москва)	538	17
ЗАО «БАТ-СПб» (Санкт-Петербург)	632	6
ОАО «БАТ-СТФ» (Саратов)	726	28
ЗАО «МУМТ» (Москва)	745	15
ЗАО «МУМТ» (Северо-Запад)	152	30
ЗАО «МУМТ» (Центр–Юг)	295	25
ЗАО «МУМТ» (Урал–Волга)	329	27
ЗАО «МУМТ» (Сибирь и Дальний Восток)	239	25
Итого	3656*	20

Количество сотрудников в разбивке по полу		Текучесть, %
Женский	1013	19
Мужской	2643	20
Итого	3656*	20

\* Данные не включают временных сотрудников.

**✓ LA13 Состав руководящих органов и персонала организации с разбивкой по полу и возрастной группе, с указанием представительства меньшинств, а также других показателей разнообразия (Основной)**

	Высший менеджмент	Общая численность	% высшего менеджмента в общей численности
Количество сотрудников в разбивке по возрастной группе			
<30 лет	0	1533	0
30–50 лет	48	1884	3
>50 лет	7	239	3
Итого	55	3656*	1,5
Количество сотрудников в разбивке по полу			
Женский	15	1013	1
Мужской	40	2643	2
Итого	55	3656*	1,5

**✓ LA14 Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категориям сотрудников (Основной)**

Отношение базового оклада женщин к базовому окладу мужчин:	
Высший менеджмент	93%
Средний менеджмент	98%
Специалисты и административный персонал	97%
Рабочие	100%

\* Данные не включают временных сотрудников.

✓ **LA2 Total number and rate of employee turnover by age group, gender, and region (Core)**

Headcount breakdown by age		Turnover, %
<30	1533	24%
30–50	1884	16%
>50	239	22%
Total	3656*	20%

Headcount breakdown by regions		Turnover, %
BAT-Yava (Moscow)	538	17
BAT-SPb (Saint Petersburg)	632	6
BAT-STF (Saratov)	726	28
ITMS (Moscow & Moscow region)	745	15
ITMS (North – West)	152	30
ITMS (Centre – South)	295	25
ITMS (Ural – Volga)	329	27
ITMS (Siberia – Far East)	239	25
Total	3656*	20

Headcount breakdown by male / female		Turnover, %
Female	1013	19%
Male	2643	20%
Total	3656*	20% <sub>1</sub>

\* This data does not include temporary staff.

✓ **LA13 Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity (Core)**

	Senior management	Total headcount	Senior management vs Total headcount, %
Headcount breakdown by age			
<30	0	1533	0
30–50	48	1884	3
>50	7	239	3
Total	55	3656*	1,5
Headcount breakdown by female / male			
Female	15	1013	1
Male	40	2643	2
Total	55	3656*	1,5

✓ **LA14 Ratio of basic salary of men to women by employee category (Core)**

Base salary female vs. Base salary male	
Senior management	93%
Middle management	98%
Professionals & administrative staff	97%
Workers	100%

\* This data does not include temporary staff.

## Приложение 7 Принципы работы в сфере трудовых отношений «БАТ Россия»

Как ответственный работодатель «Бритиш Американ Табакко» стремится следовать самым высоким стандартам в области взаимоотношений с сотрудниками. Это позволяет нам привлекать в компанию и удерживать специалистов высокого уровня. Отражением такого подхода стали специально разработанные Принципы работы в сфере трудовых отношений – рамочный документ, определяющий взаимоотношения «Бритиш Американ Табакко» с сотрудниками, а также права сотрудников и правила поведения на рабочем месте.

Принципы работы в сфере трудовых отношений базируются на четырех Основополагающих Принципах компании:

- › Сила в разнообразии
- › Открытость
- › Свобода через ответственность
- › Дух предпринимательства

*Зачем нам нужны Принципы?*

Мы всегда стремимся к тому, чтобы наша внутренняя политика соответствовала лучшим стандартам, принятым на данном рынке, и не противоречила требованиям местного законодательства.

Кроме того, мы высоко ценим наших сотрудников и уделяем особое внимание развитию персонала, придерживаясь принципов эффективного и демократического управления, осуществляем свой вклад в укрепление экономики страны и сохраняем репутацию компании, достойной уважения в обществе. Разработка данных Принципов

## Appendix 7 BAT Russia Statement of Employment Principles

As a responsible employer British American Tobacco pursues the highest standards in employee relations. This enables us to engage and retain the best professionals thus ensuring a wide range of both professional competencies and personal qualities in our team. The written statement of our employment approach is these Employment Principles, which provide a framework for British American Tobacco workplace practices, employee relations and employee human rights.

We have developed this Statement of Employment Principles based upon our four Guiding Principles:

- › Strength from Diversity
- › Open Minded
- › Freedom through Responsibility
- › Enterprising Spirit

*Why do we need these Principles?*

Historically British American Tobacco has adopted policies that aim to be both good practice in each local/end market while also being consistent with the obligations, requirements and commitments imposed by national governments.

In addition, we have always taken seriously the value of our people and their development, ensuring good governance, strengthening the local economy and being a valued member of

свидетельствует о стремлении нашей компании проводить в области трудовых отношений политику, основанную на принципах ответственности, честности и открытости, а также завоевать репутацию образцового работодателя.

### **Сила в разнообразии**

«Активное использование преимуществ многообразия людей, культур, мнений, марок, рынков и идей для открытия новых возможностей и достижения высоких результатов».

«Бритиш Американ Тобакко» предоставляет равные возможности всем сотрудникам. При приеме на работу, продвижении по службе и принятии решения относительно выхода на пенсию не допускается дискриминация по расовой принадлежности, полу, возрасту, социальному статусу, вероиспове-

данию, курительным привычкам, сексуальной ориентации, политическим убеждениям и физическому состоянию (инвалидности); при этом учитывается специфика конкретной должности. Предоставляя всем кандидатам равные возможности, мы стремимся добиться разнообразия и репрезентативности состава сотрудников. Мы также обязуемся соблюдать требования законодательства в отношении позитивной дискриминации<sup>1</sup>.

### **Открытость**

«Активное выслушивание мнений заинтересованных сторон, учитывание разных точек зрения и беспристрастность».

Чувство причастности к общему делу и доверие сотрудников к компании достигается благодаря особому вниманию, которое компания «Бритиш Американ Тобакко»

<sup>1</sup> Позитивная дискриминация, также известная под названием утвердительных действий, — это сознательное предоставление преимуществ определенным группам, например, женщинам, инвалидам или определенным этническим группам. Основная цель такой политики заключается в преодолении структурных форм дискриминации, которым в противном случае подвергались определенные социальные группы, как правило, меньшинства, и изменении баланса представительства.

the wider community. The development of these Principles demonstrates our commitment to good employment practices within our markets, and to our position as an employer of choice.

### **Strength From Diversity**

“Actively utilising diversity – of people, cultures, viewpoints, brands, markets and ideas – to create opportunities and strengthen performance.”

British American Tobacco is dedicated to providing equal opportunity to each employee. Our employment beliefs and standards mean that we will not discriminate when making decisions on hiring, promotion or retirement on the grounds of the employees’ or candidates’ race, colour, gender, age, social class, religion, smok-

ing habits, sexual orientation, politics, or disability – subject to the inherent requirements of the role to be performed. A fundamental aim is to ensure a diverse and representative workforce profile through the promotion of employment equality. We shall observe national legislation relative to positive discrimination<sup>1</sup>.

### **Open Mindedness**

“Being an active listener, genuinely considering others’ viewpoints and not pre-judging.”

Employees’ sense of belonging to, and trust in, British American Tobacco is enhanced by our focus on internal communications, a sense of pride in our brands and being part of a socially respected Group of companies.

<sup>1</sup> Positive discrimination, also known as affirmative action is intentional provision of preferential terms to certain groups, for example women, disabled people or an ethnic population. The main purpose of such policies is to eliminate structural forms of discrimination that would otherwise be targeted at certain social groups, usually minorities, and to change the balance of representation.

уделяет внутренним коммуникациям. Мы действительно гордимся нашими марками и тем, что входим в Группу компаний, которая пользуется заслуженным уважением в обществе.

Мы стремимся к тому, чтобы быть полностью открытой компанией, и регулярно предоставляем достоверную информацию о нашей деятельности и табачной отрасли в целом, используя разнообразные каналы внутренних коммуникаций, с тем чтобы все сотрудники имели доступ к корпоративной информации. В то же время политика компании о неразглашении конфиденциальной информации и политика в области коммуникаций учитывает обязательства компании в отношении конфиденциальности бизнеса, а также другие вопросы, касающиеся нашей конкурентоспособности. При этом мы активно поощ-

ряем новые идеи и обмен информацией между компанией и сотрудниками.

Мы уважительно относимся к праву сотрудников как вступать, так и не вступать в различного рода организации и объединения, защищать свои интересы через признанные на местном уровне профсоюзные организации либо через других полномочных представителей и в тех случаях, когда это необходимо, консультироваться с соответствующими организациями. При этом сотрудники должны действовать в рамках законодательства, положений и сложившейся практики в области трудовых отношений, а также правил внутреннего распорядка, принятых в компании.

Мы признаем правомерность действий различных объединений представителей трудовых коллективов, таких как профсоюзные организации (в тех случаях, когда деятель-

We aim to be open and transparent and to provide regular, reliable and relevant business and industry – related information, through a wide range of internal communication channels to allow access for all employees. Disclosure/communication policies take into account our obligations to business confidentiality and other competitive concerns. However, subject to this, we actively encourage and promote the free flow of ideas and information between our Operating companies and their workforce.

We respect both freedom of association and freedom of non-association. We acknowledge the right of employees to be represented by local company recognised Trade Unions, or other bona fide representatives, and for

these, where appropriate, to consult with the relevant company – within the framework of applicable law, regulations, the prevailing labour relations and practices, and company procedures.

We acknowledge the activities of recognised worker representative bodies such as Trade Unions (where such activities are practised in accordance with national law) and we ensure that they are able to carry out their representative activities within agreed procedures.

#### **Freedom Through Responsibility**

“We believe decisions should be pushed down the organisation to the appropriate level, as

ность таких организаций не противоречит национальному законодательству), и обеспечиваем их возможность осуществлять свою деятельность в соответствии с правилами и процедурами, утвержденными в компании.

### **Свобода через ответственность**

«Мы убеждены, что решения в компании должны приниматься на разных уровнях и по возможности как можно ближе к потребителю, и что сотрудники, которые принимают соответствующие решения, должны сами нести за них ответственность».

### **Справедливое отношение**

Мы поощряем создание на работе такой атмосферы, в которой любой сотрудник может поднять вопросы или сообщить о проблемах, возникающих в ходе его работы, и стремим-

ся быстро находить решения, отвечающие интересам всех заинтересованных сторон.

Временные сотрудники являются важным элементом трудовых ресурсов компании и играют значительную роль в выполнении стоящих перед ней задач. Везде, где мы используем временных сотрудников, мы всегда действуем в соответствии с требованиями местного законодательства о труде. «Бритиш Американ Табакко» не относится к числу компаний, которые намеренно используют случайную занятость, чтобы лишиться сотрудников корпоративных и государственных льгот.

### **Защита чести и достоинства**

«Бритиш Американ Табакко» считает неприемлемыми оскорбления и притеснения в любой форме. Мы намерены исключить все подобные явления из взаимоотношений между сотрудниками.

close to the consumer as possible and that decision takers should accept responsibility for their decisions.”

### **Fairness at Work**

We seek to encourage a climate of confidence to ensure that employees can air questions and problems arising during the course of their work and aim for quick resolution to the satisfaction of all concerned.

Temporary labour is an important element of the overall employment mix and essential to meet the local business requirement and cycles. Where this form of labour is used, we will act at all times to conform to local labour laws and practices. British American Tobacco companies do not have a policy of engaging in

the use of casual labour to avoid an employee receiving company and government benefits.

### **Dignity at Work**

British American Tobacco finds all aspects of harassment and bullying unacceptable and we are committed to removing any such actions or attitudes in the workplace.

### **Restructuring**

The company undertakes restructuring in a responsible manner. Any of our global Operating companies involved in restructuring will explain the initiatives that make change necessary to its employees and all appropriate groups and bodies, in accordance with local laws and regulations.

**Структурная реорганизация**

«Бритиш Американ Табакко» проводит структурную реорганизацию компании ответственно и в соответствии с нормами местного законодательства. Необходимость изменений разъясняется сотрудникам и всем заинтересованным группам и организациям.

Мы не можем гарантировать пожизненное трудоустройство, но мы прекращаем трудовой контракт лишь в случае отсутствия приемлемого альтернативного решения. Если это происходит, мы принимаем необходимые меры в соответствии с требованиями законодательства, например, выплачиваем достойное выходное пособие.

**Неприемлемость эксплуатации**

«Бритиш Американ Табакко» не использует детский труд. Мы также считаем абсолютно неприемлемым использование

подневольного и принудительного труда. Нам представляется недопустимым требование сдать документы, удостоверяющие личность, или заплатить денежный взнос в качестве условия приема на работу. Использование документов, удостоверяющих личность, осуществляется строго в соответствии с требованиями местного законодательства или соответствующих нормативных документов.

Мы считаем эксплуатацию или незаконное использование труда иммигрантов неприемлемым.

**Правила делового поведения**

Этот документ является неотъемлемой частью нашей корпоративной системы управления и определяет рамки процесса принятия решений, применимые ко всем сотрудникам. Требования, сформулиро-

We cannot offer a job guarantee for life but compulsory termination of employment is only actioned after a comprehensive review of all the alternatives. Where such situations do occur, we will adopt responsible local approaches and procedures to address each instance, including severance pay.

**Against Exploitation**

British American Tobacco does not condone or employ child labour. Bonded or involuntary labour is completely unacceptable, as is the requirement to surrender identity papers or pay deposits as a condition of employment. Where national legislation or employment procedures require the use of identity documents, these will be used strictly in accor-

dance with the local legislation and procedures.

We do not condone exploitation or the unlawful use of immigrant labour.

**Standards of Business Conduct**

These are an integral part of our corporate governance and are designed to provide a decision-making framework for all employees. Employees are the key upholders of such standards and are expected to comply with them.

**Proper Use of Company Systems**

British American Tobacco companies deploy many systems to help in the achievement of business goals. In doing so, we entrust the use of these systems and facilities to our em-

ванные в Правилах делового поведения «Бритиш Американ Табакко», должны неукоснительно соблюдаться сотрудниками компании.

#### **Надлежащее использование систем компании**

При работе над достижением своих целей компании Группы используют различные системы. Мы доверяем нашим сотрудникам использование этих систем и необходимого оборудования. Сотрудник обязан ознакомиться с системами, а также следовать инструкции по эксплуатации и соблюдать требования по конфиденциальности.

Сотрудники могут вносить свои предложения по улучшению самих систем и по обучению работе с ними.

#### **Ответственность за результаты работы**

Мы ждем от наших сотрудников, что они

будут вносить существенный вклад в успех компании. Сотрудники несут ответственность за результаты своей работы. Компания информирует сотрудников об ожиданиях компании по отношению к ним и предоставляет обратную связь по результатам трудовой деятельности.

#### **Экология**

«Бритиш Американ Табакко» применяет системы по управлению и мониторингу охраны окружающей среды, здоровья и безопасности сотрудников. Ежегодно мы ставим перед собой цели и формулируем индикаторы выполнения по ключевым областям охраны окружающей среды и стремимся к достижению этих целей. И компания в целом, и каждый сотрудник в частности играют большую роль в достижении и поддержании существующих стандартов.

employees. It is the responsibility of employees to familiarise themselves with these systems and to adhere to all operational and confidentiality procedures including those concerning personal use of the systems.

Employees are encouraged to make suggestions to improve either the training or the systems themselves.

#### **Performance Responsibility**

We expect our employees to make a meaningful and confident contribution to the success of British American Tobacco and their own place within it. As such, employees are held accountable for their performance. We therefore provide employees with clarity on our expectations of them and feedback on their performance.

#### **Environmental Responsibilities**

British American Tobacco has in place environmental, health and safety management and monitoring systems, and strives to achieve annual targets and performance indicators in each of the key areas of environmental management. Both our companies and our employees have an integral part to play in the achievement and maintenance of these standards.

#### **A Constructive Place in the Community**

British American Tobacco thinks globally but it is a local citizen. As such, we encourage our employees to play an active role both in their local and business communities. British American Tobacco seeks to create opportunities for skills development for employees and communities in markets where we operate.

**Взаимодействие с местным сообществом**

Являясь международной компанией, «Бритиш Американ Табакко» в то же время вносит значительный вклад в развитие местного сообщества. Мы стремимся к тому, чтобы наши сотрудники играли более активную роль в жизни местного сообщества и деловых кругов, а также чтобы наша работа гармонично сочеталась с целями и инициативами местных государственных органов.

**Безопасность деловой информации**

Обеспечение безопасности деловой информации является многосторонней задачей, требующей эффективного сотрудничества между всеми подразделениями организации, нашими партнерами, сотрудниками и организациями, представляющими интересы сотрудников.

Политика компании по безопасности обеспечивает наиболее эффективное использование информации и доступ к ней всем, кому это необходимо. Крайне важно, чтобы все сотрудники понимали свою личную роль в выполнении этой задачи.

Мы уважаем частную информацию, касающуюся наших сотрудников, в соответствии с требованиями национального законодательства и интересами бизнеса и его безопасности.

**Личное развитие и обучение**

Мы разрабатываем и осуществляем инициативы в сфере обучения и развития персонала в соответствии с потребностями и запросами отдельных компаний Группы и их сотрудников. Мы стремимся воспитать в наших сотрудниках чувство гордости за то, что они работают в «Бритиш Американ Табакко», и быть образцовым работодателем.

We also aim to work in harmony with the development objectives and initiatives of host governments.

**Business Information Security**

Business information security is a multifaceted challenge requiring effective co-operation between all parts of the business, our business partners, employees and employee representatives.

Our policy is to maximise the business leverage of our information, ensuring that it is reliable and available to those who need it. It is of paramount importance to ensure that all our employees are fully aware of their personal responsibilities in this regard.

We honour the privacy of workforce data according to the requirements of national legislation and the security and interests of the business.

**Personal Development and Learning**

We develop and deliver high quality learning and development initiatives appropriate to the needs of the individual Operating companies and their employees. We aim to foster a sense of pride in working for British American Tobacco and to be the employer of choice wherever we operate.

Whilst we put great emphasis and resources in training and opportunities for development, employees are encouraged to take responsibility for their own development.

**Valued Business Partners**

Whilst we are not responsible for standards of employment practice throughout our supply chain, we seek to influence our business

Хотя мы уделяем большое внимание обучению и развитию персонала, мы поощряем стремление сотрудников нести самостоятельную ответственность за свое развитие.

#### Партнеры по бизнесу

Хотя мы не несем ответственности за то, какие стандарты в области работы с персоналом соблюдают наши деловые партнеры, мы стремимся повлиять на них, чтобы не допустить использования детского труда, продажи сигарет несовершеннолетним, использования принудительного труда и труда нелегальных иммигрантов, любых форм дискриминации, оскорбительного поведения и злоупотреблений.

Наши партнеры несут ответственность за построение взаимоотношений с сотрудниками в соответствии со своими стандартами ведения бизнеса, ценностями и требованиями

местного законодательства. Однако мы будем продолжать убеждать их внедрить данные Принципы в свою практику.

#### Дух предпринимательства

«Постоянный поиск новых возможностей для достижения успеха, стремление использовать новые подходы и учитывать связанные с этим риски».

#### Физическое и материальное благополучие

Неизбежно, что в определенные периоды времени потребности бизнеса диктуют необходимость большей отдачи на различных уровнях организации. Однако мы признаем и поддерживаем стремление наших сотрудников находить разумный баланс между работой и личными интересами и везде, где это возможно, внедряем гибкий рабочий график.

partners to avoid the employment of children particularly in any industrial process; the selling of cigarettes to minors; the use of forced or illegal immigrant labour; any form of unlawful discrimination, harassment, abuse or bullying.

Whilst each partner organisation has the responsibility to manage its employment practice in accordance with its own business standards, values and local legislative framework, we will work with them to embrace these Principles.

#### Enterprising Spirit

“The confidence to seek out opportunities for success, to strive for innovation and to accept the considered risk taking that comes with it.”

#### Physical and Material Well Being

It is almost inevitable that in most roles, and at certain times of the year, business needs will dictate more concentrated periods of work than at other times. However, we acknowledge and support the need of employees to balance work and personal interests and will encourage flexibility where possible.

We encourage our markets to explore and adopt family friendly policies as relevant according to local practice.

The company complies with internal health and safety policies and procedures and national regulations to ensure a safe working environment.

We work continuously to maximise the physical security of our employees wherever they are

«Бритиш Американ Табакко» проводит политику поддержки семьи и поощряет компании Группы разрабатывать и внедрять соответствующие подходы и политики.

«Бритиш Американ Табакко» обеспечивает сотрудникам безопасные условия труда в соответствии с внутренними правилами и процедурами.

Мы также непрерывно работаем над улучшением физической безопасности сотрудников. Чтобы наши сотрудники понимали стандарты и правила в области охраны здоровья и безопасности труда, а также требования, предъявляемые к ним на их рабочем месте, мы проводим для них соответствующие тренинги.

**Справедливая, прозрачная и конкурентоспособная система оплаты труда**  
«Бритиш Американ Табакко» считает, что система оплаты труда, существующая

в компании, должна быть справедливой и конкурентоспособной на рынке. При этом данная система должна учитывать такие критерии, как квалификация, навыки, результаты деятельности, вклад в успех компании и уровень ответственности сотрудников.

«Бритиш Американ Табакко» при определении уровня ответственности, масштаба деятельности и, соответственно, заработной платы сотрудников использует проверенные методы оценки трудовой деятельности, зарекомендовавшие себя как объективные инструменты. Эти показатели сравниваются с показателями на рынке труда для обеспечения их конкурентоспособности.

Систему вознаграждения и поощрения мы активно используем в качестве инструмента для создания и поддержания

employed. We will ensure that our standards and policies are understood and trainings are provided so that all employees understand the health, safety and security issues and requirements concerning their job/position.

**Fair, Clear and Competitive Remuneration and Benefits**

The company recognises the need for our remuneration policies to be competitive and they have been designed to ensure a real differentiation amongst individuals and teams within companies, using criteria such as: qualifications, skills, performance, contribution and responsibility.

The company uses objective instruments in determining the level and seniority of roles within the business by means of a well-defined

method of job evaluation, which defines roles, scope and subsequent salary positions and ranges. These are then compared against the local labour market to ensure their competitiveness.

We use remuneration and reward as an active tool to build and maintain a high performance, highly motivated culture. Our approach is based on a mix of financial and non-financial, long and short term incentives. All employees are provided with clear information for each pay period, including any and all deductions from their pay.

**Equal Opportunity**

Where possible we fill vacancies internally, although we will seek out external talent as this provides the opportunity for fresh thinking,

культуры высоких результатов и высокой мотивации сотрудников. Наша система сочетает материальные и нематериальные, краткосрочные и долгосрочные виды поощрения. Все сотрудники получают подробную информацию за каждый платежный период, в том числе и обо всех отчислениях из их зарплаты.

#### **Равные возможности для всех**

При появлении вакансий мы отдаем предпочтение внутренним кандидатам. Тем не менее, мы приветствуем прием на работу внешних соискателей, поскольку это приносит в компанию свежие идеи и новый опыт. Наша стратегия по подбору персонала основана на стремлении привлекать и удерживать лучших претендентов на всех уровнях организации. Этот принцип находит свое отражение в нашем объективном под-

ходе к процессу отбора и найма персонала. В основе этого подхода лежит оптимальное сочетание требований, предъявляемых к той или иной должности, и способностей и потенциала кандидата.

new ideas and experiences. Our recruitment strategy is based on retaining and attracting the most suitable people at all levels of the business and this is reflected in our objective approach to recruitment and selection. The approach is based on the inherent requirements of the job, matching the ability and potential of the individual.

## Приложение 8

### ☑ Отчет о выполнении обязательств, принятых «БАТ Россия» по результатам третьего цикла социальной отчетности (2004–2005 годы)

	Обязательства, принятые компанией	Срок выполнения	Статус
1	«БАТ Россия» окажет поддержку некоммерческой организации в проведении конкурса социальных проектов. Темы конкурса будут определены с учетом мнений заинтересованных сторон, а также рекомендаций сотрудников компании	4-й квартал 2005 года	Конкурс социальных проектов анонсирован. Информация о конкурсе социальных проектов и о профильной организации, приглашенной «БАТ Россия» для его реализации, опубликована на корпоративном сайте компании
2	Руководство ОАО «БАТ-Ява» рассмотрит возможность осуществления, при финансовой поддержке компании, хозяйственных работ на прилегающих к фабрике территориях	3-й квартал 2005 года	Жители микрорайона проинформированы о принятом решении и сроках его выполнения через территориальную общину
3	ОАО «БАТ-СТФ» осуществит поиск партнера среди некоммерческих организаций для проведения конкурса социальных проектов в Саратове в 2006 году (на основании опыта ОАО «БАТ-Ява» и в сотрудничестве с местными властями)	4-й квартал 2005 года	Информация о критериях отбора партнера, а также результаты проведенного в 2005 году поиска партнера опубликованы на корпоративном сайте компании
4	«БАТ Россия» определит приоритетные направления в области социальных инвестиций	2-й квартал 2005 года	Приоритетные направления опубликованы на корпоративном сайте компании
5	«БАТ Россия» опубликует брошюру «Курение и здоровье» и распространит 60 тысяч копий среди широкой общественности в местах продаж табачных изделий в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове	3-й квартал 2005 года	60 тысяч экземпляров распространено среди широкой общественности в местах продаж табачных изделий в Москве, Санкт-Петербурге и Саратове. Заинтересованные стороны проинформированы о местах распространения брошюры через корпоративный сайт компании
6	«БАТ Россия» окажет помощь профильной организации в разработке программы по предотвращению курения среди беременных женщин. Компания поддержит запуск этой программы в Санкт-Петербурге в качестве пилотного проекта	4-й квартал 2005 года	Начата реализация пилотного проекта в Санкт-Петербурге. Отчет о запуске пилотной программы размещен на корпоративном сайте компании
7	«БАТ Россия» окажет поддержку профильной организации в проведении опроса общественного мнения, чтобы выяснить отношение представителей широкой общественности к вопросу курения в общественных местах и определить приемлемые способы его решения	4-й квартал 2005 года	Результаты опроса доведены до сведения заинтересованных сторон
8	«БАТ Россия» расширит проект «Табачный этикет» и окажет помощь профильным организациям в распространении 50 тысяч экземпляров открыток среди широкой общественности в местах потребления табачных изделий в Москве и Санкт-Петербурге	3-й квартал 2005 года	50 тысяч экземпляров открыток «Табачный этикет» распространено среди широкой общественности в местах потребления табачных изделий в Москве и Санкт-Петербурге. Заинтересованные стороны проинформированы о местах распространения открыток через корпоративный сайт компании
9	«БАТ Россия» предложит представителям табачной отрасли обсудить вопрос о создании видеоролика, направленного на борьбу с курением несовершеннолетних, и его демонстрации в кинотеатрах	4-й квартал 2005 года	Принятое компанией решение, основанное на обсуждении вопроса с представителями табачной индустрии, доведено до сведения заинтересованных лиц через корпоративный сайт компании

	Обязательства, принятые компанией	Срок выполнения	Статус
10	«БАТ Россия» обратится в Общественный совет по проблеме подросткового курения с предложением предоставить отчет о результатах рекламно-информационной кампании, направленной на продавцов розничной торговли, которая проводилась в 2004 году (количество городов, щитов и другое)	2-й квартал 2005 года	Отчет о результатах кампании предоставлен Общественным советом по проблеме подросткового курения по просьбе «БАТ Россия» и размещен на корпоративном сайте компании
11	«БАТ Россия» продолжит поддерживать программы, направленные на предотвращение продажи табачных изделий несовершеннолетним, а также участвовать в организации семинаров для работников розничных сетей и круглых столов для представителей органов исполнительной и законодательной власти. В рамках семинаров и круглых столов будут обсуждаться такие вопросы, как предотвращение продажи табачных изделий несовершеннолетним, отношение общества к проблеме подросткового курения и возможность расширения географии распространения данной программы и ее дальнейшего развития	4-й квартал 2005 года	Программы, направленные на предотвращение продажи табачных изделий несовершеннолетним, осуществляются. Информация о выполняемых программах по предотвращению продажи сигарет несовершеннолетним и их организаторах опубликована на корпоративном сайте компании
12	«БАТ Россия» направит запрос в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор» о возможности дальнейшего распространения программы «Мой выбор» и об участии в ней ряда школ Северного округа Москвы	3-й квартал 2005 года	Запрос о возможности дальнейшего распространения программы «Мой выбор» и об участии в ней ряда школ Северного округа Москвы направлен в Центр образовательных и социальных программ «Мой выбор». Корпоративный сайт компании содержит ссылку на информацию о дальнейшем распространении программы «Мой выбор»
13	После завершения проекта модернизации производства на фабрике «БАТ-СТФ» будет установлено дополнительное оборудование для снижения уровня запаха за пределами фабрики. Компания будет регулярно информировать всех заинтересованных лиц о ходе реализации данного проекта	4-й квартал 2007 года	Информация о ходе проекта модернизации производства и установки очистного оборудования доводится до сведения администрации Фрунзенского района Саратова на совещаниях Совета директоров предприятий Фрунзенского района Саратова дважды в год
14	«БАТ Россия» проведет ряд встреч с некоммерческими и другими организациями, чтобы выяснить, являются ли материальные отходы от потребления табачных изделий, по их мнению, серьезной проблемой, и считают ли они социальную рекламу приемлемым способом ее решения	4-й квартал 2005 года	Информация об итогах встреч опубликована на корпоративном сайте компании
15	Конкурс «Экологичные технологии» будет проводиться в крупнейших регионах России	Начиная со 2-го квартала 2005 года	Информация о конкурсе предоставлялась заинтересованным сторонам через корпоративный сайт компании.»

## Appendix 8

### 🔍 Report on Fulfilment of the Commitments Assumed by BAT Russia in Cycle 3 of Social Reporting (2004–2005)

	Commitments assumed by the company	Time of completion	Status
1	BAT Russia will continue supporting a public organisation in conducting a contest for social projects. Topics for the contest will be determined in accordance with stakeholders' expectations and employees' recommendations	Q4 2005	A contest among social projects is announced. Information on the social project contest and the suitable partner invited by BAT Russia to implement it is placed on the corporate website
2	BAT-Yava management will consider the possibility of financial support for upgrading the territory adjacent to the factory	Q3 2005	Local residents are informed about the decision and the schedule for its implementation via the district community
3	BAT-STF will look for a partner among NGOs to conduct a contest for social projects in Saratov in 2006 (in cooperation with local authorities and based on BAT-Yava's experience)	Q4 2005	Information on selection criteria for partners and the results of the search conducted in 2005 are placed on the corporate website
4	BAT Russia will define key imperatives in its social investment strategy	Q2 2005	Key imperatives are published on the corporate website
5	BAT Russia will publish the "Smoking and Health" booklet and disseminate 60,000 copies of the booklet to the general public at points of sale in Moscow, Saint Petersburg and Saratov	Q3 2005	60,000 copies of the booklet are disseminated to the general public at points of sale in Moscow, Saint Petersburg and Saratov. Stakeholders are informed where the booklets are available via the corporate website
6	BAT Russia will support a suitable public organisation in developing a programme to discourage smoking by pregnant women. The company will support the launch of the programme as a pilot project in Saint Petersburg	Q4 2005	Pilot project in Saint Petersburg is launched. The report on the programme launch is placed on the corporate website
7	BAT Russia will support a suitable organisation in conducting a survey of the general public to ascertain the attitude toward smoking in public places and to decide on acceptable solutions	Q4 2005	Results of the survey are communicated to stakeholders
8	BAT Russia will expand the "Tobacco etiquette" project and support appropriate organisations in distributing 50,000 copies of the handout cards to the general public in cafes, restaurants and clubs in Moscow and Saint Petersburg	Q3 2005	50,000 copies of the handout cards are distributed to the general public in cafes, restaurants and clubs in Moscow and Saint Petersburg. Stakeholders are informed where handout cards are available via the corporate website
9	BAT Russia will propose that industry representatives consider producing and exhibiting in cinemas a video clip to counteract underage smoking	Q4 2005	The company's decision on the issue based on the results of industry discussions is communicated to stakeholders via the corporate website

	Commitments assumed by the company	Time of completion	Status
10	BAT Russia will request that the Public Council on the Problem of Underage Smoking present a report on the results of the advertising campaign targeted at retailers in 2004 (indicating the number of cities, number of billboards, etc.)	Q2 2005	The report on the results of the campaign is presented by the Public Council on the Problem of Underage Smoking at the request of BAT Russia and is made available on the corporate website
11	BAT Russia will continue to support the Retail Access Prevention Programmes and to participate in arranging seminars for retailers and round tables for representatives of both the executive and legislative bodies. The agenda of such seminars and round tables will include such issues as retail access prevention, society's attitude to underage smoking and opportunities for expanding the geographic scope and content of the programme	Q4 2005	Retail Access Prevention Programme is implemented. Information about Underage Smoking Prevention Programmes and their organisers is made available on the corporate website
12	BAT Russia will ask the "My Choice" Centre for Educational and Social Programmes about the feasibility of expanding the "My Choice" educational programme and including a number of schools of the Moscow Northern District in the programme	Q3 2005	The inquiry about the feasibility of expanding the "My Choice" programme and including a number of schools located in Moscow's Northern Administrative District is made to the "My Choice" Centre for Educational and Social Programmes. The company's corporate website contains a link with information on expansion of the "My Choice" programme
13	After completion of the modernisation project at BAT-STF, additional equipment will be installed to reduce the odour released from the factory. The company will regularly update all interested parties on the progress of the project	Q4 2007	Reports on the progress of plant modernisation and installation of odour-abating equipment are delivered to the Administration of Saratov's Frunzensky District at meetings of Council of Directors of Enterprises located in Saratov's Frunzensky District that are held twice each year
14	BAT Russia will conduct consultations with NGOs and other organisations to find out whether cigarette litter is an issue and whether social advertising is an appropriate instrument to address it	Q4 2005	Information on the results of the consultations is made available on the corporate website
15	The EcoLogical Technologies Contest will be conducted in Russia's largest regions	Starting Q2 2005	Updated information on the contest was provided to stakeholders via the corporate website

## Приложение 9

## ГЛОССАРИЙ

**Аудит процесса отчетности**

Проверка и подтверждение правильности процесса подготовки социального отчета и его соответствия заявленным стандартам, проводимая квалифицированными независимыми специалистами (аудиторами), которое завершается выражением точки зрения аудитора (аудиторским заключением). Аудит является инструментом укрепления доверия пользователя к достоверности предоставляемой информации.

**Благотворительная деятельность**

«Добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» (Федеральный закон от 11 августа 1995 года

N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»).

**Верификация**

Метод, который с помощью ряда конкретных принципов и подходов позволяет оценить качество подготавливаемых организацией материалов, например, ее отчетов, а также существующих в организации систем, процессов и уровень компетентности, которые обеспечивают эффективность ее работы. Верификация предполагает, что результаты такой оценки будут открыты для широкой публики, что послужит для получателей отчета гарантией его достоверности.

**Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, или GRI)**

Механизм унификации отчетности в области устойчивого развития, предложенный

## Appendix 9

## GLOSSARY

**Audit of the Reporting Process**

Verifying and confirming the accuracy of the social reporting process and its compliance with declared standards. The audit is conducted by qualified independent specialists (auditors) and results in a statement of the auditors' position (an official report). An audit is a tool for reinforcing users' confidence in the reliability of the information presented.

**Charity**

"A voluntary activity by individuals or organisations that involves a disinterested (either free of charge or on preferential conditions) transfer to other individuals or organisations of assets that may include funds, or performance of work or provision of services without remuneration, or other forms

of assistance." (Federal Law #135-FZ of 11 August 1995 "On Charity and Charitable Organisations".)

**Assurance**

A method using a number of specific principles and approaches that permits an evaluation of the quality of materials prepared by an organisation, such as its reports, as well as its systems, processes, and the levels of competence that ensure its effectiveness. It is assumed that the outcomes of verification will be accessible to the general public, and that these outcomes will assure the audience for a report that it is a reliable one.

**Global Reporting Initiative (GRI)**

A mechanism for unifying sustainability reporting proposed in 1997 by the Coalition for Environ-

в 1997 году «Коалицией за экологически ответственный бизнес» и «Программой ООН по окружающей среде». Представляет собой систему показателей, описанных в «Руководстве по отчетности в области устойчивого развития», позволяющую проводить сравнение между организациями, учитывая при этом особенности используемых ими способов сбора и представления информации. Для достижения этой цели в процессе социальной отчетности используются конкретные индикаторы.

#### **Диалог**

Встреча сотрудников компании и заинтересованных сторон (стейкхолдеров), на которой последние высказывают свои пожелания по улучшению деятельности компании, в том числе в социальной сфере.

#### **Информирование потребителей**

Предоставление значимой информации о табачных изделиях и курении, которая помогает взрослым потребителям делать осознанный выбор.

#### **«Кодекс ответственного маркетинга “БАТ Россия”»**

Внутренний документ, который сводит воедино требования российского законодательства, «Международных стандартов маркетинга табачных изделий» и внутренние положения о деятельности по продвижению продукции, принятые в «БАТ Россия». Кодекс вводит дополнительные требования к содержанию рекламы, упаковке, процессу продаж и дистрибуции, а также описывает правила проведения акций по продвижению продукции и поддержки мероприятий. Новые требования введены с тем, чтобы маркетинговая деятельность

mentally Responsible Economies and the United Nations Environment Programme. The GRI is a system of indicators described in the Sustainability Reporting Guidelines, which enables comparisons between organisations with regard to the specifics of the information they collect and the presentation methods they use. Specific indicators are also used for that purpose.

#### **Dialogue**

A meeting between company staff and stakeholders where the latter express their expectations for improving the work of the company, including its social activities.

#### **Consumer information**

Providing significant information on tobacco

products and smoking that helps adult consumers make an informed choice.

#### **The BAT Russia Code of Responsible Marketing of Tobacco Products**

The Code is a company policy containing basic requirements prescribed by the Legislation of the Russian Federation, the International Tobacco Marketing Standards and internal BAT Russia marketing procedures. The Code includes additional requirements on advertising content, packaging, sales and distribution of products as well as rules for promotional activities and support of events. New requirements are included to make sure that marketing activities of the company are targeted at adult smokers only and that consumers receive

компании была обращена исключительно к взрослым курильщикам и чтобы потребители получали полную и достоверную информацию о продукции компании.

#### **Международные стандарты маркетинга табачных изделий**

Свод принципов осуществления маркетинговой деятельности, подписанный тремя ведущими международными табачными компаниями, включая «Бритиш Американ Тобакко», в сентябре 2001 года. Главная цель «Международных стандартов маркетинга табачных изделий» – исключить несовершеннолетних из аудитории любых видов мероприятий по продвижению и дистрибуции табачной продукции. «Международные стандарты маркетинга табачных изделий» накладывают ограничения на содержание и способы распространения маркетинговых сообщений, устанавливают правила проведения спонсиру-

емых мероприятий и акций по продвижению табачной продукции, а также требования к ее упаковке, процессу продаж и дистрибуции.

#### **Северо-Западный Общественный совет по проблеме подросткового курения**

Негосударственная организация, объединяющая в настоящий момент более 30 человек – представителей учреждений образования, медицины, государственного управления, общественных организаций, ряда крупнейших табачных компаний, журналистов, спортсменов. Деятельность участников Совета направлена на ограничение и недопущение потребления табачной продукции несовершеннолетними. Основные формы работы Совета – формирование инициатив и реализация целевых программ, ориентированных на профилактику курения среди подростков, а также на привлечение общественного внимания к проблеме

comprehensive and reliable information about company products.

#### **International Tobacco Marketing Standards**

A document containing marketing principles signed in September 2001 by three leading international tobacco companies including British American Tobacco. The key purpose of the Standards is to exclude minors from the intended audience of any tobacco promotion and distribution activities. The Standards impose restrictions on the content of and means for delivering marketing messages; they also set the rules for sponsored and promotional events along with requirements for packaging and for the sales and distribution processes.

#### **North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking**

A non-governmental organisation currently including over 30 participants – representatives of educational, healthcare, government and public organisations, a number of major tobacco companies, as well as journalists and sportsmen. Activities of the Council participants are aimed at solving the problem of underage smoking. The main activities of the Council include initiatives and programmes aimed at underage smoking prevention as well as raising public awareness of the problem of underage smoking. More information about the North-West Public Council on the Problem of Underage Smoking is available on the website [www.youth-non-smoking.ru](http://www.youth-non-smoking.ru).

подросткового курения. Более полная информация о Северо-Западном Общественном совете по проблеме подросткового курения содержится на сайте [www.youth-non-smoking.ru](http://www.youth-non-smoking.ru).

### **Разумное регулирование табачной отрасли**

Нормативные акты по государственному контролю производства, маркетинга и потребления табачных изделий, основанные на взвешенном подходе ко всем аспектам деятельности табачной индустрии и на продуманном анализе всех возможных последствий принимаемых решений.

### **Социальная деятельность компании**

Некоммерческая деятельность компании, в частности, в области благотворительности, поддержки культуры и образования, охраны окружающей среды.

### **Корпоративные социальные инвестиции**

Финансовые и иные ресурсы, направляемые компанией на реализацию внешних и внутренних программ, направленных на решение социальных проблем, в результате которых предполагается достижение определенного позитивного результата в интересах общества и компании. Социальные инвестиции являются важным инструментом корпоративной социальной ответственности. В рамках программ социальных инвестиций «БАТ Россия» в первую очередь стремится строить долгосрочные партнерские отношения с некоммерческими и общественными организациями.

### **Спонсорство**

«Осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения

### **Reasonable Regulation of the Tobacco Industry**

Regulations pertaining to the state supervision of manufacturing, marketing and consumption of tobacco products based on a balanced approach to all aspects of the operation of the tobacco industry and on a thoughtful analysis of all the possible consequences of decisions being taken.

### **Corporate Social Activities**

Non-profit activities of a company, specifically pertaining to charity, support of culture and education, and environmental protection.

### **Corporate Social Investments**

Financial and other resources allocated by the company for external and internal programmes

targeting the solution of social problems with an expectation that they will produce a definite positive result for society and the company. Social investments are an important instrument of corporate social responsibility. Through its social investment programmes BAT Russia primarily intends to build long-term partnerships with non-profit and non-governmental organisations.

### **Sponsorship**

“A contribution made by an organisation or an individual (the sponsor) (through provision of property or intellectual input, provision of services or performance of work) to the work of another organisation or individual (the beneficiary) on the condition that the beneficiary advertise the sponsor or its products. The spon-

работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемой рекламы о спонсоре, его товарах. Спонсорский вклад признается платой за рекламу, а спонсор и спонсируемый – соответственно рекламодателем и рекламораспространителем. Спонсор не вправе вмешиваться в деятельность спонсируемого» (Федеральный закон от 18 июля 1995 года N 108-ФЗ «О рекламе»).

#### **Стандарт AA1000**

Международный стандарт социальной отчетности, разработанный Институтом социальной и этической отчетности (Institute of Social and Ethical AccountAbility – [www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk)), международной организацией, способствующей развитию корпоративного бизнеса и подготовке профессиональных кадров в области социально-этической ответственности и отчетности. Этот документ, устанавливающий рамки процесса

социальной отчетности, предназначен для коммерческих, некоммерческих и общественных организаций, ставящих цель повысить эффективность своих социальных инициатив. Основным инструментом при этом является диалог с представителями общественности.

#### **Стейкхолдеры**

Физические и юридические лица, которые оказывают влияние на то, как компания осуществляет свою деятельность, либо на которые влияет деятельность компании.

#### **Фасилитатор**

Независимое физическое или юридическое лицо, оказывающее содействие в организации и проведении диалога. Выступает в роли посредника между компанией и стейкхолдерами.

sorship contribution is treated as payment for the advertising, and the sponsor and beneficiary as an advertiser and distributor of advertising respectively. The sponsor shall not interfere with the work of the beneficiary.” (Federal Law #108-FZ of 18 July, 1995 “On Advertising”.)

#### **AA1000 Standards**

International standards for social reporting developed by the Institute of Social and Ethical AccountAbility ([www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk)), an international organisation that promotes the development of corporate business and training of professionals in social and ethical responsibility and accountability. The document provides the framework for the social reporting process and is intended for businesses as well as for NGOs and public organi-

sations that wish to increase the effectiveness of their social initiatives. The main tool used for that purpose is a dialogue with stakeholders.

#### **Stakeholders**

Individuals or organisations that have an impact on the way the company operates or that experience the impact of its operations.

#### **Facilitator**

An independent individual or organisation that facilitates organising and conducting a dialogue. Acts as a mediator between the company and its stakeholders.



## ГЛАВА 8 КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нам интересно узнать ваше мнение  
о «Социальном отчете «БАТ Россия» 2006–2007».

Пожалуйста, с комментариями и предложениями обращайтесь в Отдел корпоративных отношений «БАТ Россия»:

Россия, 121614,  
Москва,  
ул. Крылатская,  
д. 17, корп. 2

тел.: 8 (495) 974 0555  
факс: 8 (495) 228 4399

*info@batrussia.ru*  
*www.batrussia.ru*

## CHAPTER 8 CONTACT INFORMATION

We are interested to know what you think about  
the BAT Russia Social Report 2006-2007.

Please send your comments and recommendations  
to the BAT Russia Corporate and Regulatory Affairs  
Department at:

17, building 2,  
Krylatskaya street,  
Moscow,  
Russia, 121614

tel.: 8 (495) 974 0555  
fax: 8 (495) 228 4399

*info@batrussia.ru*  
*www.batrussia.ru*





## ГЛАВА 9 ФОРМА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Нам интересно узнать ваше мнение о Социальном отчете 2006–2007.  
Пожалуйста, отправьте эту форму в Отдел корпоративных отношений «БАТ Россия»  
по факсу, электронной или обычной почте:

Россия, 121614,  
Москва,  
ул. Крылатская,  
д. 17, к. 2

тел.: 8 (495) 974 0555  
факс: 8 (495) 228 4399  
e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)  
сайт: [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru)

### 1 Ваши общие комментарии по поводу Отчета

.....  
.....

### 2 Ваши предложения относительно процесса социальной отчетности «БАТ Россия»

.....  
.....

### 3 Какую дополнительную информацию следует включить в социальные отчеты в будущем?

.....  
.....

### 4 Какие еще организации, с вашей точки зрения, следует пригласить для участия в последующих диалогах?

.....  
.....

### 5 Было бы интересно вам или вашей организации принять участие в следующем диалоге?

Да  (пожалуйста, оставьте свою контактную информацию)  Нет

Хотели бы вы получить экземпляр нашего следующего отчета?

Да  (пожалуйста, оставьте свою контактную информацию)  Нет

### 6 Какой способ связи для вас наиболее предпочтителен?

- По почте  
 По электронной почте

### 7 Контактная информация

Название организации: .....

ФИО: .....

Должность: .....

Адрес: .....

Телефон: .....

Факс: .....

E-mail: .....

# CHAPTER 9

## FEEDBACK FORM



We would be very grateful to you for sharing your opinion on the Social Report 2006–2007. Please return this form either by fax or e-mail or by post to the BAT Russia Corporate and Regulatory Affairs Department at:

17, building 2,  
Krylatskaya street,  
Moscow,  
Russia, 121614

tel.: 8 (495) 974 0555  
fax: 8 (495) 228 4399  
e-mail: [info@batrussia.ru](mailto:info@batrussia.ru)  
website: [www.batrussia.ru](http://www.batrussia.ru)

### 1 Your overall comments on this Report

.....  
.....

### 2 Do you have any specific suggestions regarding BAT Russia social reporting process?

.....  
.....

### 3 What additional information would you like to see in future social reports?

.....  
.....

### 4 What other organisations would you like us to invite to next dialogues?

.....  
.....

### 5 Will you or your organisation be interested in participating in future dialogue sessions:

Yes  (please provide your contact details below)  No

Would you like to receive a copy of our next report?

Yes  (please provide your contact details below)  No

### 6 How would you like us to contact you in the future?

By post at the address below  
 By e-mail at the electronic address below

### 7 Contact details

Organisation: .....

Name: .....

Job title: .....

Address: .....

Telephone: .....

Fax: .....

E-mail: .....



