

# 2014

## РАСТИ ОТВЕТСТВЕННО

ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ  
РАЗВИТИИ



## СОДЕРЖАНИЕ



<b>ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b>	<b>4</b>
О компании	4
Ключевые события	6
Обращение президента компании	8
Корпоративная социальная ответственность	10

<b>ЭКОНОМИКА</b>	<b>12</b>
Рынок пива в России	12
Позиции компании в России	16
Международный рынок пива	17
Позиции «Балтики» в мире	18
Вклад «Балтики» в экономику	19

<b>КАЧЕСТВО</b>	<b>24</b>
Качество без компромиссов	24
Агропроект	26

<b>ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА</b>	<b>30</b>
Экологический менеджмент	30
Экологически рациональная упаковка	36

<b>ОБЩЕСТВО</b>	<b>38</b>
Ответственное потребление	38
Охрана труда и безопасность	44
Персонал и права человека	48
Деловая этика	53
Участие в жизни общества	55

<b>КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ CARLSBERG GROUP</b>	<b>63</b>
---	-----------

<b>ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ</b>	<b>71</b>
-----------------------	-----------



**БАЛТИКА**  
Part of the Carlsberg Group

## О КОМПАНИИ

**№1** на российском рынке пива

ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group, — один из крупнейших производителей товаров народного потребления России. В 2015 году «Балтике» исполняется 25 лет. 19 из них она является бессменным лидером российского рынка пива. Секрет успеха — в непрерывном внедрении инноваций в разных областях деятельности.

«Балтика» вносит положительный вклад в экономику регионов своего присутствия, формируя значительную часть налоговых отчислений и создавая добавленную стоимость. Своей деятельностью «Балтика» создает 7 500 рабочих мест напрямую и более 100 000 — в смежных областях.

«Балтика» инвестирует в развитие спорта и реализацию ряда социально значимых проектов.

Мы убеждены: следуя принципам корпоративной социальной ответственности, мы открываем возможности для устойчивого роста бизнеса и создания общих ценностей для компании и общества.

«Балтика» стала первой в России пивоваренной компанией, которая построила собственные солодовни, вывела уникальный штамм дрожжей и два сорта пивоваренного ячменя по технологии Null-LOX. Следуя традиции создавать новое, «Балтика» постоянно разрабатывает и запускает новые сорта продукции. В результате компания имеет самый широкий портфель брендов высокого качества, включая уникальные авторские сорта.

Опираясь на традицию быть ответственным членом общества,

**7 500** сотрудников

**43** млн гл/год производственная мощность

**8** заводов

**2** солодовни

**40** брендов пива

**10** непивных брендов

**650** наград со всего мира

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ «БАЛТИКИ»

Стратегия развития «Балтики» включает пять ключевых направлений.



Предоставляем потребителям широкий выбор брендов, обеспечивая высокое качество продукции и ответственные маркетинговые коммуникации



Привлекаем и удерживаем высококвалифицированных сотрудников, раскрывая таланты и обеспечивая достойные условия труда



Развиваем взаимовыгодное сотрудничество с клиентами и поставщиками, учитывая нужды наших партнеров и опираясь на этические принципы ведения бизнеса



Повышаем эффективность во всех сферах деятельности, совершенствуя процессы и сокращая потребление ресурсов



Являемся социально ответственной компанией: развиваем культуру ответственного потребления пива, заботимся об экологии, положительном влиянии деятельности компании на общество и экономику



# КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ



## НОВАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО- ПРАВОВАЯ ФОРМА

«Балтика» преобразована из открытого акционерного общества в общество с ограниченной ответственностью. Реорганизация проведена исключительно с целью упрощения структуры корпоративного управления, что обеспечит большую операционную гибкость компании и будет способствовать дальнейшей интеграции в Carlsberg Group.

## «БАЛТИКА» ВЫСТУПИЛА ПАРТНЕРОМ ПМЭФ-2014 ПО ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЕ

Помимо деловых сессий и встреч с главами регионов компания приняла участие в пресс-конференции Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации по теме «Развитие раздельного сбора отходов в России».



## «БАЛТИКА» И КХЛ ПРОДЛИЛИ ПАРТНЕРСТВО

Континентальная хоккейная лига (КХЛ) и «Балтика» подписали соглашение о продолжении сотрудничества. Бренд «Балтика» останется официальным пивом лиги на сезоны 2014/2015 и 2015/2016 годов. Инвестиции, вложенные нашей компанией в проект, в первую очередь направлены на поддержку и развитие спорта в России.

## «БАЛТИКА» ВОШЛА В СОСТАВ «РУСПЭК»

В рамках работы в «РусПЭК» (Некоммерческой ассоциации «Промышленность за экологию») компания примет участие в разработке и реализации стандартов и совместных проектов в области развития упаковочных технологий и организации переработки отходов в России.



## ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА — ГАРАНТ КАЧЕСТВА

«Балтика» первой из числа организаций, входящих в состав Carlsberg Group, получила сертификат об успешном внедрении в компании интегрированной системы менеджмента, который гарантирует соблюдение самых строгих стандартов в области качества продукции, охраны окружающей среды, защиты здоровья и пищевой безопасности.

## «БАЛТИКА» — ЛИДЕР РЕЙТИНГА РОССИЙСКИХ ПОСТАВЩИКОВ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

По итогам ежегодного исследования удовлетворенности ритейлеров за 2014 год, проведенного международной организацией Advantage International, компания стала первой в шести категориях из семи.



## 40-ЛЕТИЕ ЗАВОДОВ В РОСТОВЕ-НА-ДОНУ, ТУЛЕ И ЯРОСЛАВЛЕ

В рамках празднований в Ростове-на-Дону губернатор Василий Голубев посетил завод «Балтика-Ростов» и принял участие в варке пива сорта «Дон Живое» с использованием ячменя, выращенного в регионе.



В Туле к сорокалетнему юбилею филиала были подписаны соглашения о сотрудничестве в сфере сельского хозяйства с Правительством Тульской области и состоялось открытие биологических локальных очистных сооружений.

В Ярославле губернатор Сергей Ястребов принял участие в запуске нового солодосушильного отделения. К юбилею завода был разработан и сварен специальный сорт «Ярпиво-1974».

## THE INTERNATIONAL BEER CHALLENGE 2014

## МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРИЗНАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Пять сортов «Балтики» удостоились наград крупнейшего ежегодного международного профессионального дегустационного конкурса тарированного пива International Beer Challenge. Это бренды Baltika München (золото в категории «Пшеничное пиво»), «Коллекция пивовара. Русский имперский стаут» (серебро в категории «Стауты и портеры»), «Балтика 7 Экспортное» (бронза в классе «Лагеры»), «Балтика 8 Пшеничное» (бронза в классе «Пшеничное пиво») и Old Bobby Ale (бронза в классе «Эли»).

### ЗОЛОТО

Baltika Munchen



### СЕРЕБРО

Коллекция пивовара  
Русский имперский стаут



### БРОНЗА

Балтика 7  
Балтика 8  
Old Bobby Ale



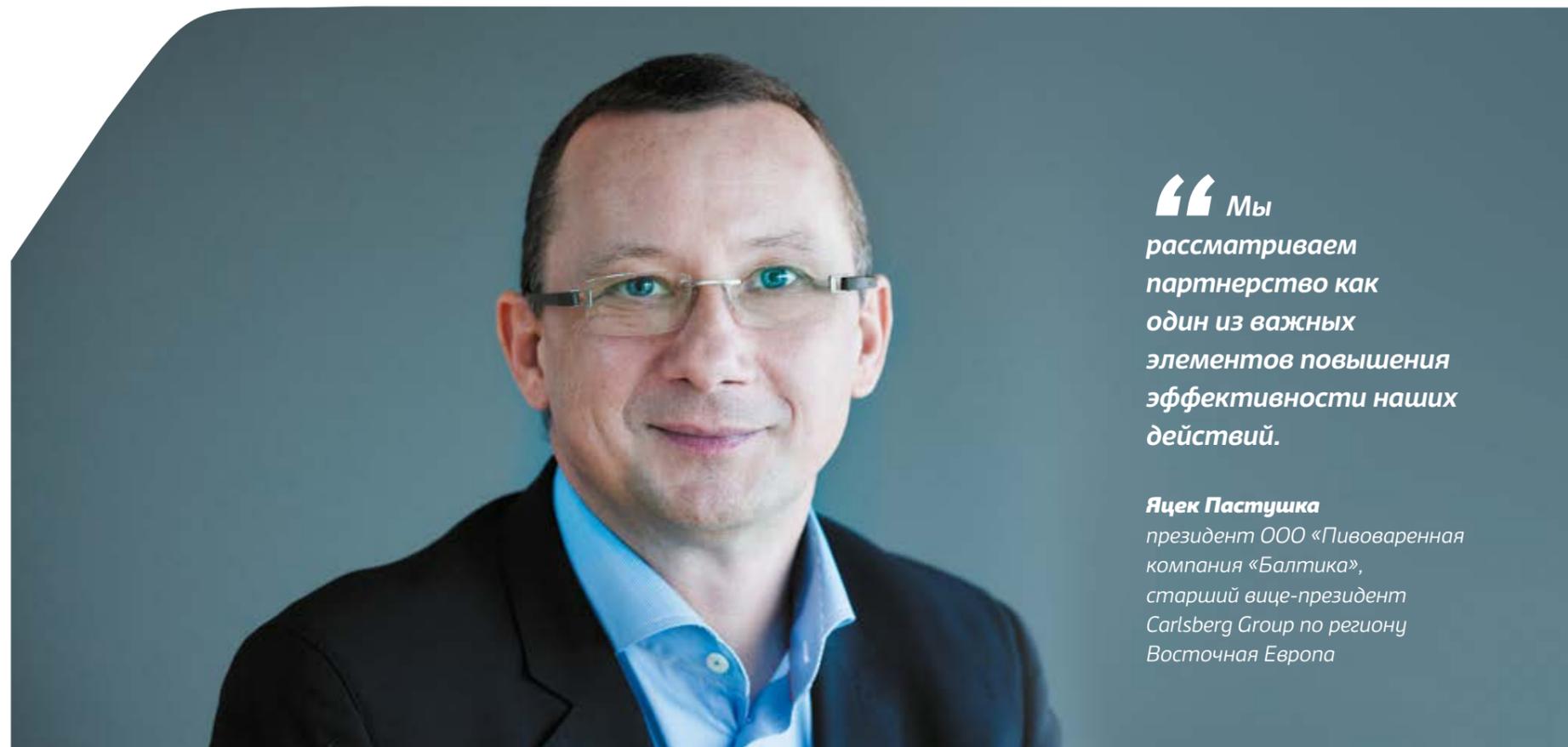
Официальный поставщик в категории «Пиво»

В качестве официального поставщика Игр 2014 года в Сочи в категории «Пиво», «Балтика» внесла свой вклад в проведение этого значимого для страны события. Компания сделала все, чтобы болельщики как в Сочи, так и по всей стране смогли насладиться качественным пивом. Мы также выступили инициаторами или партнерами ряда важных мероприятий, прошедших в поддержку Игр — Всероссийской экологической акции «Семь рек», «Бала олимпийцев России». Наши сотрудники стали олимпийскими волонтерами и приложили свои усилия, чтобы Игры прошли на высоком уровне.

Президент и Председатель Правительства Российской Федерации отметили вклад компании «Балтика» в подготовку и проведение XXII Олимпийских зимних игр 2014 года в Сочи. Топ-менеджеры компании были награждены почетными грамотами Правительства Российской Федерации.



# ОБРАЩЕНИЕ ПРЕЗИДЕНТА КОМПАНИИ



“ Мы рассматриваем партнерство как один из важных элементов повышения эффективности наших действий.

**Яцек Пастушка**  
президент ООО «Пивоваренная компания «Балтика»,  
старший вице-президент  
Carlsberg Group по региону  
Восточная Европа

*Устойчивое развитие бизнеса остается приоритетной задачей «Балтики». Особую актуальность это приобретает в условиях макроэкономической нестабильности, когда бизнес и общество сталкиваются с новыми вызовами. В этой турбулентной среде для нас важно оставаться надежным партнером для наших сотрудников, клиентов, поставщиков, потребителей и других заинтересованных сторон.*

В отчетном году мы продолжили интегрировать корпоративную социальную ответственность по всей цепочке приращения стоимости, что позволяет нам повышать экономическую эффективность, лучше управлять рисками, находить новые возможности для развития. Мы добиваемся прогресса и в то же время понимаем: нам еще многое предстоит сделать, чтобы достичь наилучших результатов.

Одним из важных событий 2014 года стали Олимпийские игры в Сочи. Мы очень гордимся, что смогли внести свой вклад в проведение этого крупнейшего спортивного форума. Являясь официальным поставщиком Игр 2014 в категории «Пиво», «Балтика» представила гостям качественный продукт, достойный событий такого масштаба.

Компания также инициировала и приняла участие в ряде мероприятий в поддержку Олимпиады.

Мы не перестаем уделять пристальное внимание качеству. В отчетном году «Балтика» завершила внедрение интегрированной системы менеджмента и получила сертификат соответствия международным стандартам управления. На основе положительного опыта «Балтики» компании Carlsberg Group по всему миру также начнут внедрение подобной системы, и к 2018 году она станет единой.

Обеспечивая высокое качество продукции, мы заботимся о том, чтобы нашим пивом наслаждались совершеннолетние потребители ответственно и в умеренном количестве.

Мы провели 40 кампаний по продвижению ответственного потребления в 2014 году и будем продолжать работу в этом направлении.

Безопасность наших сотрудников на рабочем месте и охрана их здоровья является приоритетом для «Балтики». Наш комплексный подход к обеспечению безопасности и внедрение культуры личной ответственности позволили на 20% сократить число несчастных случаев по сравнению с 2013 годом.

Сокращение воздействия на окружающую среду также остается важным направлением нашей работы в области корпоративной социальной ответственности. На заводе в Туле мы запустили современный комплекс биологи-

ческих очистных сооружений, который позволит снизить нагрузку на экосистему реки Упы. Мы также продолжили работу по сокращению объемов отходов упаковки в рамках проекта «Принеси пользу своему городу», который реализуем совместно с нашими партнерами — тарными операторами.

Мы рассматриваем партнерство как один из важных элементов повышения эффективности наших действий. «Балтика» открыта для диалога и будет расширять сотрудничество, чтобы совместными усилиями вносить положительный вклад в развитие экономики, общества и сохранение окружающей среды.

# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В 2014 году «Балтика» продолжила работать над интеграцией корпоративной социальной ответственности (КСО) по всей цепочке приращения стоимости.

Наша цель — быть социально ответственной компанией №1 среди пивоваров России. Мы хотим принимать решения, которые будут иметь положительное влияние на бизнес, сотрудников и местные сообщества в регионах нашего присутствия. Именно поэтому КСО является частью бизнес-стратегии «Балтики», и мы работаем над тем, чтобы инте-

грировать КСО по всей цепочке приращения стоимости.

В основе этой стратегической работы лежит внедрение КСО в существующие бизнес-процессы, соблюдение корпоративных политик в данной области, определение целей, чтобы обеспечить непрерывность улучшений.

## ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ «БАЛТИКИ» В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

«Балтика» выделила несколько приоритетных направлений КСО, отражающих наши обязательства по сокращению воздействия на окружающую среду и ответственность, которую мы несем перед обществом.



**БЫТЬ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЙ КОМПАНИЕЙ №1  
СРЕДИ ПИВОВАРОВ РОССИИ**

**ЭКО-КОМПАНИЯ №1**

**№1 ПАРТНЕР ДЛЯ ОБЩЕСТВА**





## РЫНОК ПИВА В РОССИИ

В 2014 году рынок пива снизился на 6,8%. Негативная динамика продолжается уже в течение семи лет, и, по данным Росстата, за период с 2008 по 2014 годы рынок пива в России сократился более чем на 30%.

На падение рынка в прошлом году повлияло ухудшение общей макроэкономической ситуации и рост инфляции, особенно во втором полугодии, что оказало негативное воздействие на покупательную способность потребителей в отношении категории пива. Кроме этого, уже не первый год существенное влияние на рынок оказывают усилившиеся законодательные ограничения, такие как непропорционально увеличившаяся налоговая нагрузка и запрет продажи пива в нестационарных торговых точках.

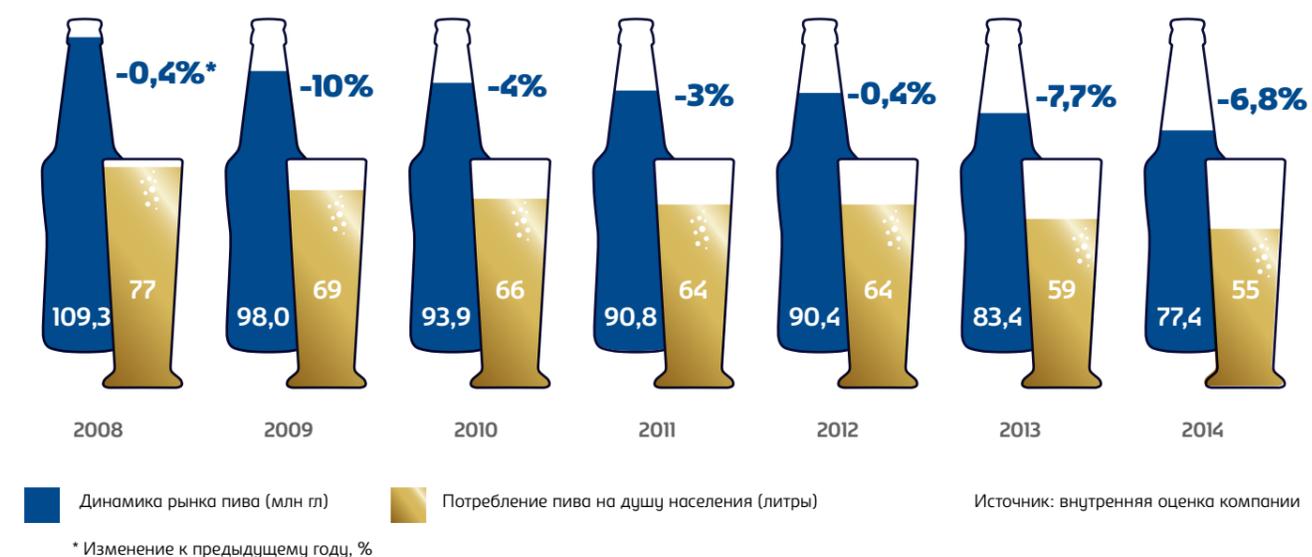
Перечисленные факторы отразились на деятельности ведущих игроков рынка. Так, в 2014 году было закрыто четыре завода крупных пивоваренных компаний (AB InBev приостановил деятель-

ность заводов в Перми и Ангарске, Efes – в Москве и Ростове-на-Дону).

Компания «Балтика» до последнего пыталась сохранить свои площадки. Однако, после тщательного изучения своей операционной деятельности и структуры производства компания приняла решение о закрытии филиалов в Челябинске и Красноярске с 30 апреля 2015 года. Являясь социально ответственной компанией, «Балтика» гарантирует неукоснительное соблюдение трудового законодательства в отношении затронутых этим решением работников и делает для них все возможное.

В целом, объем рынка пива в России, по оценкам «Балтики», в 2014 году составил 77,4 млн гл.

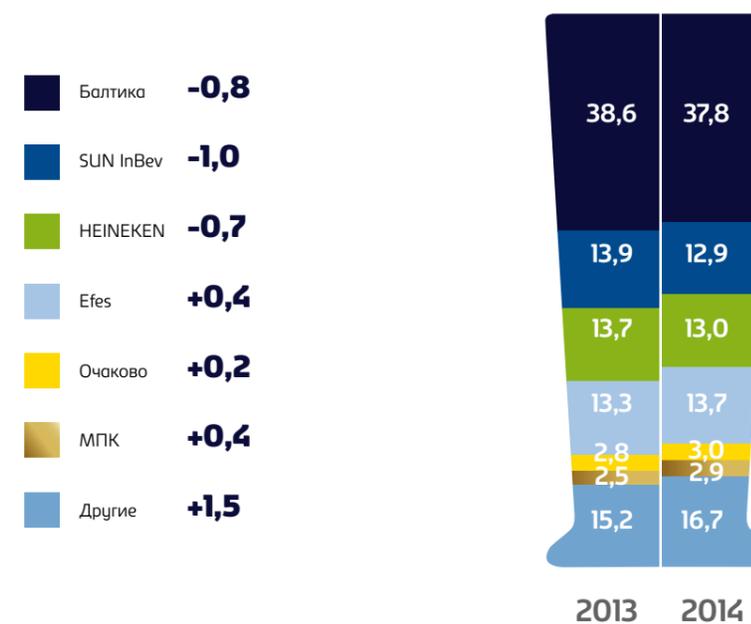
Динамика рынка пива и потребление пива на душу населения в России 2008-2014 годы



В настоящее время на российском рынке представлены все крупнейшие мировые пивоварен-

ные группы: Carlsberg Group, AB InBev, HEINEKEN, Efes, SABMiller.

Доли ведущих производителей на российском рынке пива в 2014 году и динамика в сравнении с 2013 годом (%)



Источник: По данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 год в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

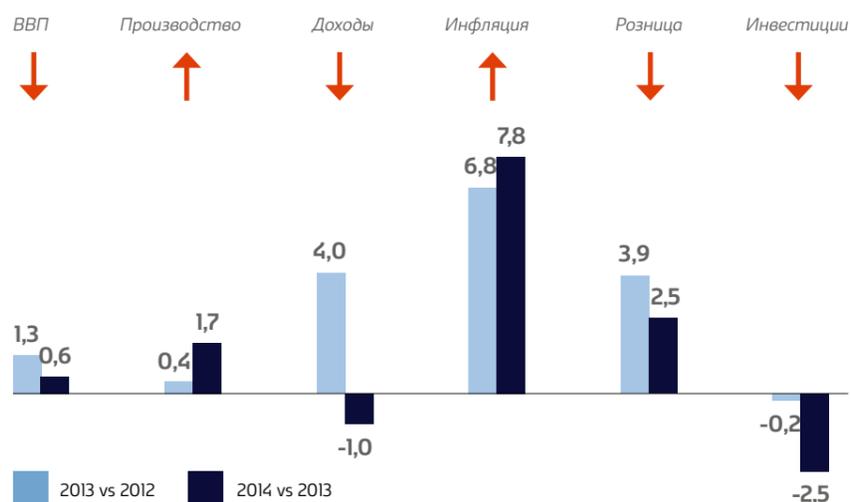
## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ В 2014 ГОДУ

Макроэкономические показатели в Российской Федерации в 2014 году по отношению к 2013 году демонстрировали динамику значительно ниже ожиданий, не в последнюю очередь за счет возникших политических трений между Россией и странами Запада, отразившихся на росте экономики.

При этом выросло производство, что связано с политикой импортозамещения, инвестициями государства в оборонный комплекс, поддержкой отечественной тяжелой промышленности.

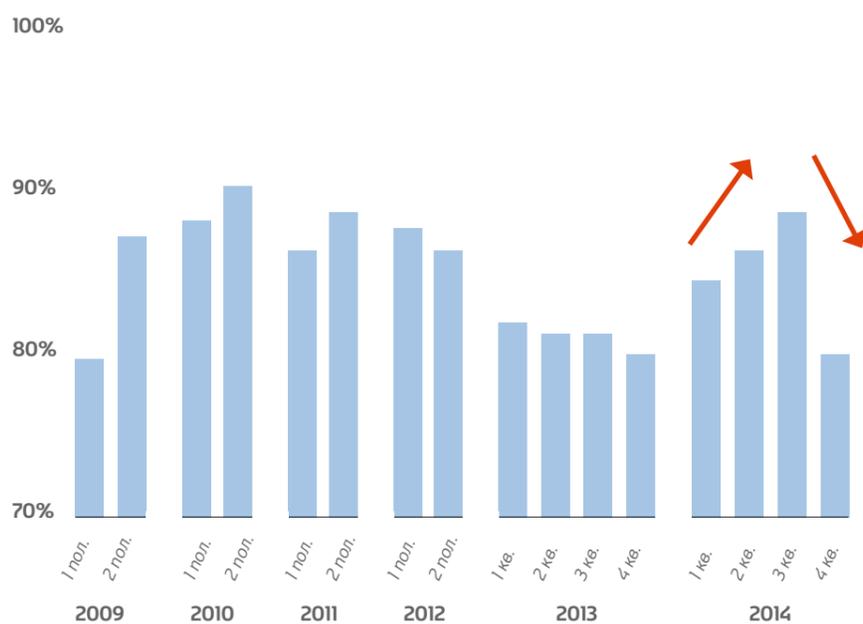
Индекс потребительской уверенности в четвертом квартале достиг наименьшего уровня с 2009 года, возросли кризисные настроения. Потребители стремились обезопасить свои сбережения и максимально вкладывали их в недвижимость и другие крупные покупки, таким образом снижая траты на товары повседневного спроса.

### Макроэкономические показатели за 2014 год (% к прошлому году)

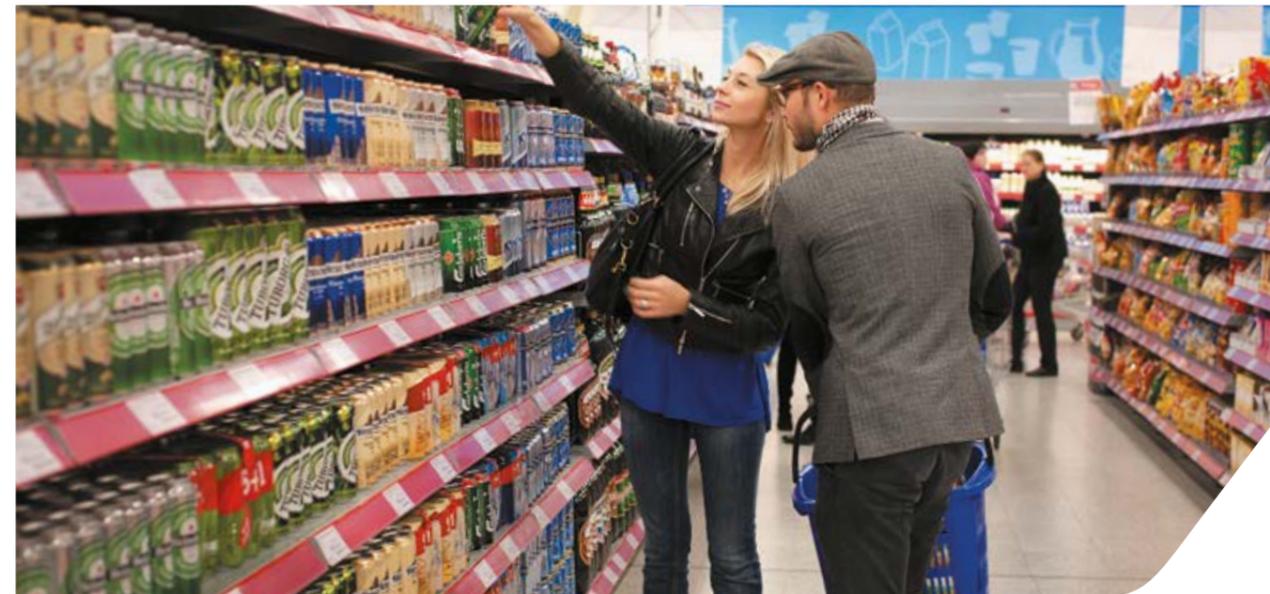


Источник: Росстат, МЭР

### Индекс потребительской уверенности



Источник: Росстат, Nielsen

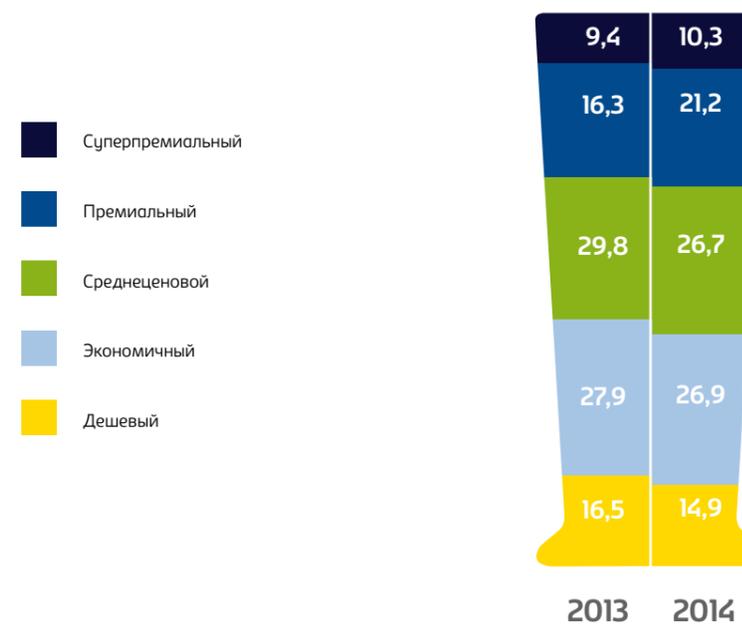


На фоне нестабильной экономической ситуации, потребители становятся более чувствительны к цене и ищут дополнительные преимущества и выгоды в продукте, так отмечается увеличение спроса на пиво более высокого качества

либо особой рецептуры. Кроме того, для покупателя возрастает важность места производства и истории конкретного продукта. Это проявляется в росте популярности более дорогих брендов, локальных и разливного пива.

В 2014 году на российском рынке наблюдалась тенденция роста премиального сегмента и сокращение низкоценовых.

### Структура российского рынка пива по ценовым сегментам в объемном выражении, %



Источник: По данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 год в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

# ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ В РОССИИ

«Балтика» продолжает удерживать лидирующие позиции на российском рынке пива, вдвое превосходя ближайшего конкурента. Доля компании по итогам 2014 года составила 37,8%.

По сравнению с 2013 годом доля рынка «Балтики» в объемном выражении сократилась на 0,8%, что обусловлено запуском новых меньших форматов упаковки для минимизации роста цен, а также временными техническими сложностями продаж вследствие изменения организационно-правовой формы «Балтики» в первом полугодии.

Вместе с тем, результаты «Балтики» по динамике доли в стоимостном выражении оказались лучше, чем по объему. Доля компании в денежной оценке сократилась всего на 0,3% за счет реализации стратегии по соблюдению баланса объемов и стоимости. Драйверами роста стали бренды «Балтика 7», «Балтика 9», «Балтика Praha» и сорта линейки «Коллекция пивовара».

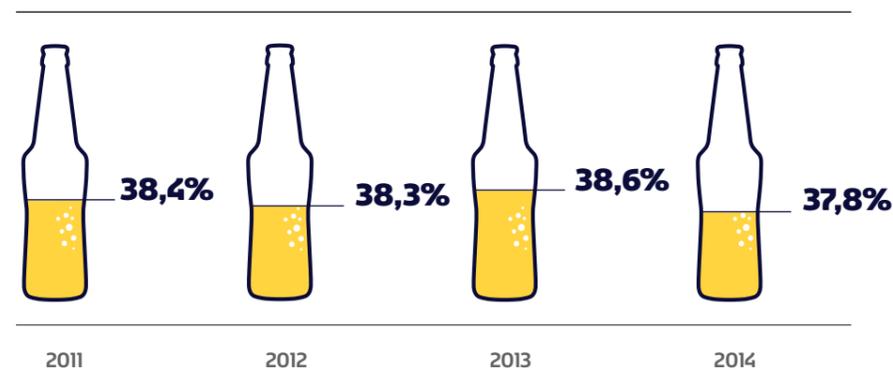
Первичные отгрузки пива компании сократились в отчетном периоде на 12,9%, что связано с

неблагоприятной экономической ситуацией в России и другими негативными факторами, оказавшими в целом влияние на отечественный рынок пива — законодательными ограничениями, запретом на продажу алкоголя в нестационарных точках продаж.

Объем продаж «Балтики» в рынок (т. е. продажи дистрибьюторов в торговые точки) по России в 2014 году составил 30,1 млн гл, в том числе 28,9 млн гл пива.

В непивной категории продажи сократились на 5,4%. Согласно данным ритейл-аудита Nielsen Россия в натуральном выражении в отношении рынка Городская Россия, по итогам 2014 года рыночная доля энергетического напитка Flash Up составила 23,2% против 26,6% в 2013 году. Аналогичный показатель кваса марки «Хлебный край» составил 5,7% (6,8% в 2013 году).

Динамика доли компании на российском рынке, %



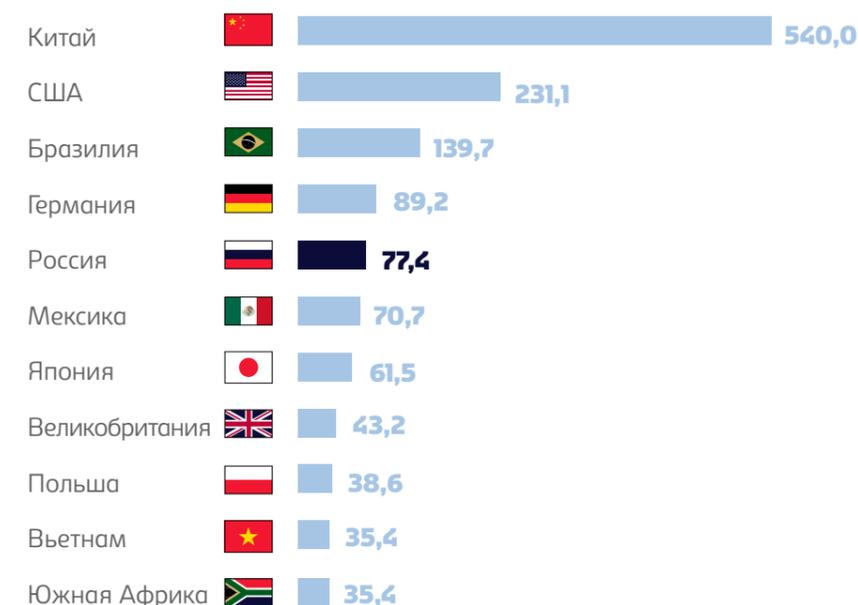
Источник: По данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 год в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ПИВА

Россия по-прежнему занимает пятое место по объему рынка пива в мире, хотя показатель сократился в сравнении с 2013 годом.

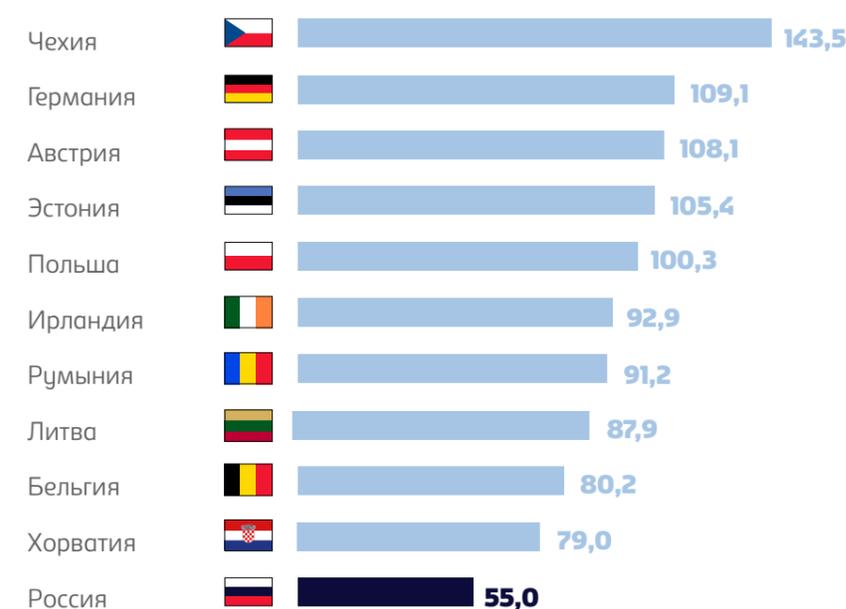
По потреблению пива наша страна находится на тридцать второй строчке списка.

Объем рынка 2014 год (прогноз), млн гл



Источник: Euromonitor, оценки компании, ТОП-10 + Россия

Потребление на душу населения 2014 год (прогноз), л



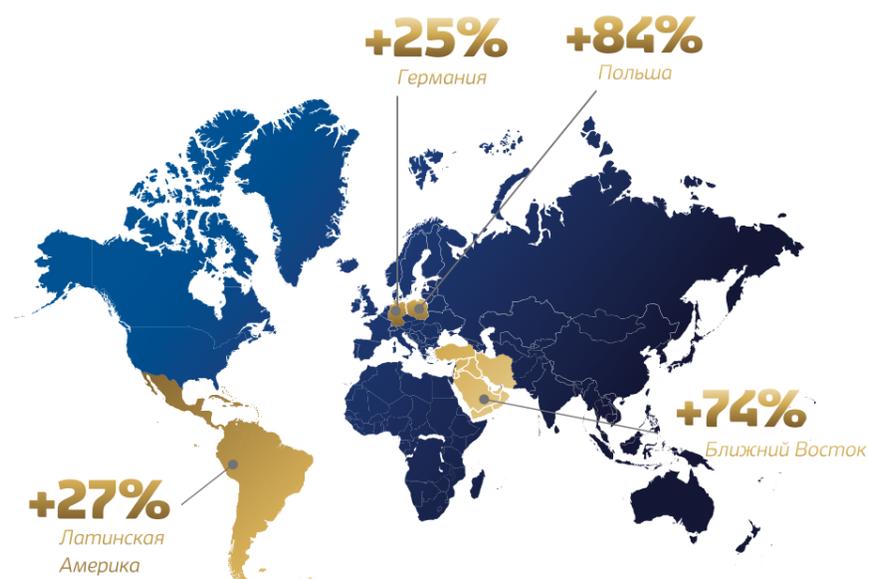
Источник: Euromonitor, оценки компании, ТОП-10 + Россия



# ПОЗИЦИИ «БАЛТИКИ» В МИРЕ

«Балтика» — крупнейший в Российской Федерации экспортер пива, поставляющий свою продукцию практически на все континенты, более чем в 75 стран мира.

Рост экспортных продаж «Балтики» в 2014 году



**«Балтика» в девятый раз удостоена звания «Лучший экспортер отрасли — пищевая промышленность (алкогольные и безалкогольные напитки)»**

67% объема экспорта российского пива приходится на долю «Балтики». Наши бренды производятся по лицензии в Украине, Казахстане, Азербайджане и Германии.

Несмотря на сложную макроэкономическую ситуацию, прибыль по экспортным поставкам компании в 2014 году выросла на 1% по отношению к предыдущему году, а объем продаж на рынках дальнего зарубежья увеличился на 50%. Рекордный рост зафиксирован в странах Ближнего Востока (+74%) и Латинской Америки (+27%), а также на основных рынках Центральной Европы: в Германии (+25%) и Польше (+84%).

Экспортные продажи бренда «Балтика» выросли на 12%, бренда Zatecky Gus — на 40%.

Компания продолжила расширять географию реализации продукции. В 2014 году «Балтика» начала осуществлять поставки в Сингапур, Малайзию, Иорданию, Парагвай и возобновила экспорт в Ливан, Коста-Рику, Тайвань и Новую Зеландию.

В июле 2014 года в рамках выставки ИННОПРОМ в Екатеринбурге состоялось награждение победителей ежегодного конкурса «Лучший российский экспортер 2013». В девятый раз звания «Лучший экспортер отрасли — пищевая промышленность (алкогольные и безалкогольные напитки)» удостоена «Балтика».

# ВКЛАД «БАЛТИКИ» В ЭКОНОМИКУ



«Балтика» — одна из самых крупных компаний в России в сфере производства товаров народного потребления. Важным показателем устойчивости развития нашего бизнеса является прямой и косвенный вклад в экономику.

## ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

Обладая заводами по всей стране и широкой сетью офисов продаж, «Балтика» предоставляет жителям регионов России рабочие места в разных сферах деятельности — производство, логистика, маркетинг, продажи и административные функции. Среднесписочная численность сотрудников в 2014 году составила 8 090 человек, что на 6% меньше, чем в 2013 году. Сокращение численности персонала связано с негативной динамикой рынка пива, вызванной усилением законодательных ограничений, непропорционально увеличившейся налоговой нагрузкой, и, как следствие, оптимизацией бизнес-процессов в компании. 7,8 млрд рублей — объем средств, выделенных компанией

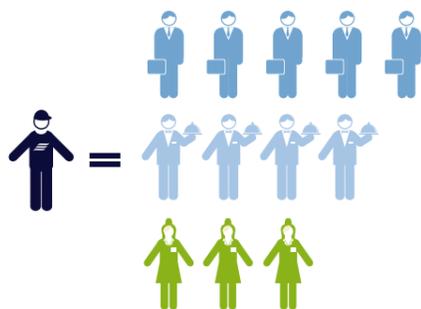
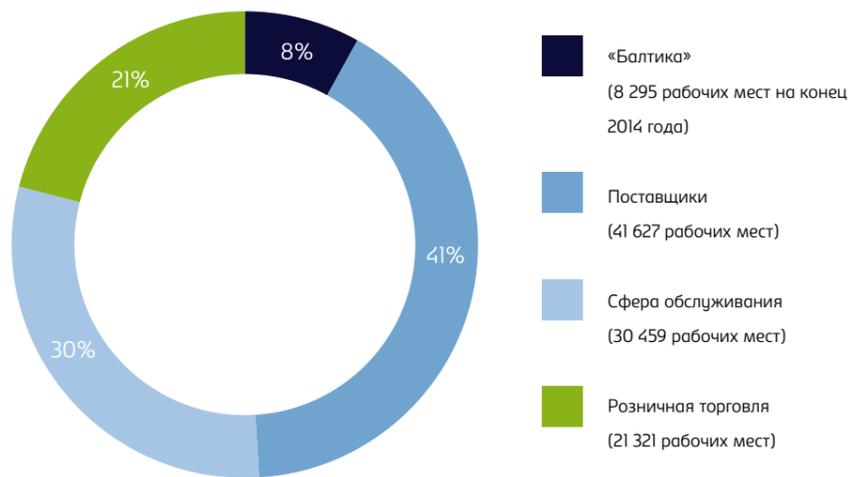
на фонд оплаты труда, компенсации и корпоративные льготы для сотрудников в предыдущем году.

Деятельность «Балтики» интегрирована в длинную цепочку поставок, поэтому ее влияние на экономику проявляется в прямом и косвенном воздействии. Компания стремится закупать сырье и материалы локально. В 2014 году 95% компаний, с которыми сотрудничала «Балтика», являлись локальными поставщиками.

В 2014 году компания создала 101 531 рабочее место напрямую и в смежных областях. «Балтика» оказывает косвенное и индуцированное влияние на занятость через закупки у сельхозпредприятий, производителей упаковки и логистику, работу с предприятиями сферы услуг и розничной торговли.



**Количество рабочих мест, созданных «Балтикой» напрямую и косвенно/индуцированно, 2014 год**



**101 531**  
рабочих мест создано «Балтикой» напрямую и в смежных областях (косвенно/индуцированно)

1 сотрудник «Балтики» — 12 рабочих мест в смежных областях\*

\*Рассчитано в сотрудничестве с EY с использованием признанной методологии. Более подробная информация о методологии представлена на сайте [www.carlsberggroup.com](http://www.carlsberggroup.com)

**ВЫПЛАТЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ**

«Балтика» — один из крупнейших налогоплательщиков страны, формирующий значительную часть налоговых поступлений

в городах, где находятся её штаб-квартира и филиалы. В 2014 году объем совокупных налоговых перечислений компа-

нии в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды составил 75,1 млрд рублей.



Источник: данные компании

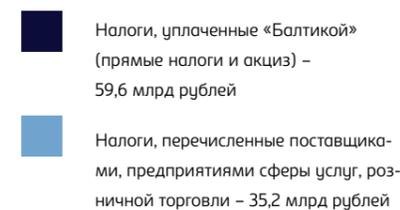


**75,1 млрд рублей**  
общая сумма налоговых перечислений «Балтики»

В 2014 году деятельность «Балтики» косвенно обеспечила поступления в государственный бюджет 35,2 млрд рублей через уплату НДС и налогов на доходы физических лиц, выплаты во внебюджетные фонды наших поставщиков, предприятий сферы услуг,

розничной торговли. При этом общий вклад в государственный бюджет в 2014 году составил 94,8 млрд рублей. Эта цифра включает в себя налоги, уплаченные непосредственно «Балтикой» (включая акцизы, налог на прибыль, перечисления во внебюд-

жетные фонды, прочие налоги), а также налоги, перечисленные поставщиками, предприятиями сферы услуг, розничной торговли, чья прибыль зависит от продаж продукции компании.



\* Рассчитано в сотрудничестве с EY с использованием признанной методологии. Более подробная информация о методологии представлена на сайте [www.carlsberggroup.com](http://www.carlsberggroup.com)



**94,8 млрд рублей**  
общий вклад в государственный бюджет



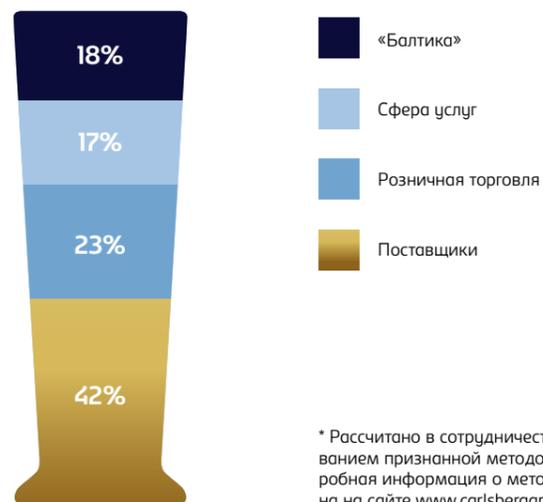


## ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ

Деятельность «Балтики» создает добавленную стоимость как напрямую для самой компании, так и для ее поставщиков, предприятий сферы услуг и розничной

торговли. В 2014 году добавленная стоимость от производства и потребления продукции «Балтики» составила 58,5 млрд рублей.

**58,5 млрд рублей**  
добавленная стоимость от производства и потребления продукции «Балтики»



- «Балтика»
- Сфера услуг
- Розничная торговля
- Поставщики

\* Рассчитано в сотрудничестве с EY с использованием признанной методологии. Более подробная информация о методологии представлена на сайте [www.carlsberggroup.com](http://www.carlsberggroup.com)

Добавленная стоимость — это разница между рыночной стоимостью готовой продукции и стоимостью сырья, материалов, услуг, которые необходимы для ее производства. Она позволяет платить зарплату сотрудникам,

развивать бизнес, приносить доход инвесторам. Для государства добавленная стоимость является источником дохода от уплаты предприятиями НДС (налога на добавленную стоимость).



## ИНВЕСТИЦИИ

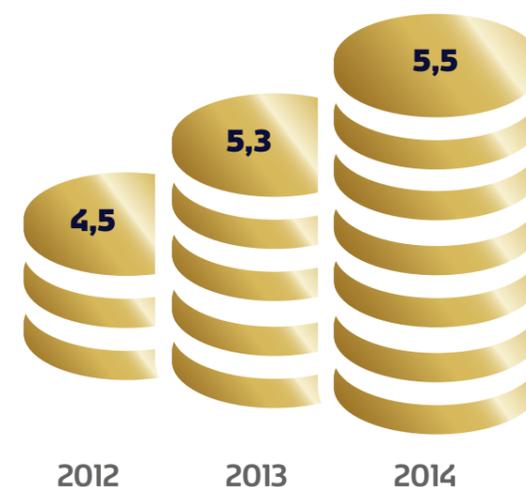
Общий объем инвестиций «Балтики» в 2014 году составил 5,5 млрд рублей.

Основные инвестиции компании в 2014 году были направлены

на модернизацию ПЭТ-линии и приобретение линии для производства мультипаков в Санкт-Петербурге, закупку оборудования для сушки дрожжей в Самаре и оборудования для точек продаж,

а также на модернизацию парка железнодорожных вагонов для перевозки готовой продукции.

### Объем инвестиций, млрд рублей



Источник: данные компании

Наш прямой и косвенный (индуцированный) вклад в экономику положительно влияет на местные сообщества в регионах присут-

ствия компании. Мы осознаем свою ответственность и продолжим развивать наш бизнес, создавая устойчивые условия для

**5,5 млрд рублей**  
общий объем инвестиций «Балтики» в 2014 году

благополучного существования нашей компании, общества и окружающей среды.



## КАЧЕСТВО БЕЗ КОМПРОМИССОВ

*В своей деятельности «Балтика» ставит качество во главу угла. Мы обеспечиваем высокое качество продукции и совершенствуем бизнес-процессы, чтобы удовлетворять запросы всех заинтересованных сторон.*

В отчетном году «Балтика» завершила внедрение интегрированной системы менеджмента (ИСМ), и в результате аудита, проведенного компанией Det Norske Veritas (DNV), получила сертификат соответствия международным стандартам. Уникальность ИСМ компании заключается в том, что она объединила четыре стандарта в области управления качеством (ISO 9001), пищевой продукцией (ISO 22000), экологического менеджмента (ISO 14001) и менеджмента безопасности труда и охраны здоровья (OHSAS 18001).

В течение года, предшествующего сертификации, были созданы все элементы системы, необходимые для успешной работы в соответ-

ствии с требованиями международных стандартов: разработана политика по интегрированной системе менеджмента, пересмотрены основные регламенты и инструкции, проведено обучение сотрудников, оценены риски в области охраны труда, экологии и пищевой безопасности и подготовлены планы мероприятий по снижению этих рисков.

На основе положительного опыта «Балтики» компании Carlsberg Group по всему миру также начнут внедрение подобной системы, и к 2018 году она станет единой.

### КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

«Балтика» применяет комплексный подход к обеспечению качества своей продукции, начиная с контроля сырья и заканчивая работой с потребителями.

В отчетном году в рамках внедрения интегрированной системы менеджмента наши заводы успешно прошли сертификационные аудиты по международному стандарту ISO 22000:2005 «Система менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции».

Качество продукции компания оценивает с помощью специального индекса, который учитывает различные параметры готового пива и внешний вид упаковки. В 2014 году специалисты «Балтики» включили в расчет индекса ряд дополнительных показателей для более точного и комплексного анализа результатов. Обновленный индекс теперь будет применяться во всех компаниях региона Восточная Европа Carlsberg Group.

Для повышения эффективности контроля качества на заводах «Балтики» в отчетном году были созданы инициативные группы сотрудников, которые проверяют внешний вид, ассортимент, сроки годности готовой продукции в торговых точках и с помощью мобильного устройства направляют собранную информацию в централизованную систему учета для дальнейшей обработки специалистами компании. В случаях выявления нарушений компания предпринимает меры по их устранению.

### ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Обратная связь является для нас важной составной частью управления качеством. Поэтому «Балтика» продолжает совершенствовать систему по работе с обращениями различных заинтересованных сторон.

Любой желающий может обратиться в компанию по телефону «горячей линии» (8 800 333 3303) и на сайт [www.baltika.ru](http://www.baltika.ru).

В 2014 году специалисты компании вели разработку мобильного приложения, которое станет дополнительным каналом для получения обратной связи. Кроме того, была начата работа по усовершенствованию базы обращений, призванной оптимизировать учет обращений, обеспечить безопасность и сохранность поступивших данных.

В отчетном году в адрес компании поступило 12 972 обращения. Большая часть из них — вопросы, касающиеся сотрудничества, уточнения по составу ингредиентов, сроке годности продукции, обозначениях на этикетке, участию в промо-акциях.

Оценка удовлетворенности обратной связью от компании в 2014 году составила 4,9 балла (по пятибалльной шкале).



*Гуннар Карстберг, генеральный директор российского отделения международного сертификационного общества DNV GL:*

*«Сертификат о внедрении интегрированной системы менеджмента подтверждает, что компания заботится о проверенных сферах деятельности не только на словах, но и на деле, поставив очень высокую планку требований к себе и выполняя их на постоянной основе. На данный момент «Балтика» — одна из немногих компаний в России, которая смогла интегрировать в единую систему менеджмента четыре стандарта».*

**Телефон горячей линии:**  
**8 800 333 3303**  
**[www.baltika.ru](http://www.baltika.ru)**





## АГРОПРОЕКТ

Развивая собственный агропроект в России, «Балтика» создает устойчивую цепочку поставок ячменя, которая позволяет обеспечить стабильное снабжение наших заводов необходимым объемом качественного сырья, поддержать бизнес отечественных сельхозпредприятий и сократить воздействие на экосистемы.

«Балтика» является крупным переработчиком и потребителем сельхозсырья. Ежегодно компания приобретает около 30% общего объема зерна, выращиваемого в России. В 2014 году «Балтика» на 100% обеспечила свои потребности в пивоваренном ячмене за счёт урожая отечественных производителей.

Значительную часть сырья «Балтика» закупает у сельхозпредприятий-участников агропроекта. В 2014 году цифра составила 260 000 тонн, что на 20% больше чем в предыдущем году. К проекту присоединились 66 новых хозяйств. В результате общее число партнеров, с которыми сотрудничает компания, достигло 110.

География посевных площадей агропроекта сейчас охватывает 11 регионов.

# 100%

**пивоваренного ячменя «Балтика» закупила у отечественных производителей**

### Количество участников агропроекта



### СОТРУДНИЧЕСТВО С ПОСТАВЩИКАМИ

«Балтика» проводит отбор и заключает договоры с местными сельхозпредприятиями, которые становятся нашими поставщиками и участниками системы постоянного сотрудничества.

В рамках партнерства «Балтика» гарантирует покупку указанного в договоре объема ячменя по фиксированной цене, обеспечивая производителям стабильный доход и предсказуемость развития их бизнеса. Производители со своей стороны берут на себя обязательства выращивать высококачественное зерно, соответствующее строгим требованиям компании.

Наши специалисты принимают участие в контроле процесса выращивания, качества подработки и хранения ячменя на элеваторах. Компания передает сельхозпредприятиям элитные семена наиболее перспективных сортов,

знакомит с новыми сельскохозяйственными технологиями и предоставляет возможность получить консультации специалистов.

Благодаря агропроекту «Балтики» в России началось выращивание новых сортов ячменя Null-LOX, выведенного в Исследовательском Центре Carlsberg Group. Эти сорта выведены классическим методом, не являются генетически модифицированными продуктами и не содержат ферментов, ускоряющих окисление зерна, что позволяет пиву дольше сохранять вкусовые качества.

Изучение технологий выращивания пивоваренного ячменя осуществляется в лабораториях и в полях. Сотрудники «Балтики» проводят отбор и анализ состава почв в сельхозпредприятиях и с учетом полученных при исследовании образцов данных разрабатывают технологические схемы



**Юрий Андрианов, первый заместитель губернатора Тульской области - председатель правительства Тульской области:**

«Мы поддерживаем инициативы бизнеса, который вкладывает в долгосрочное развитие экономики региона. «Балтика» активно участвует в развитии сельского хозяйства Тульской области – не только созданием рабочих мест и гарантированного спроса на сельхозпродукцию, но также и привнесением лучшего опыта и практик в области выращивания пивоваренного ячменя, что выводит отрасль на новый уровень».

выращивания, которые включают рекомендации по внесению оптимальных доз удобрений и использованию средств защиты растений. С одной стороны, это позволяет добиваться высокого качества сырья, с другой — снизить объем внесения удобрений, что положительно влияет на окружающую среду.





## ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС «ЯЧМЕННЫЙ КОЛОС-2014»

*В 2014 году «Балтика» при поддержке Российского зернового союза провела Всероссийский конкурс среди производителей пивоваренного ячменя «Ячменный колос-2014».*

Проект призван стимулировать развитие отраслевого сельского хозяйства в стране и обратить внимание представителей бизнеса к аграрному сектору и его инвестиционной привлекательности; выявить и поощрить лучших сельхозпроизводителей страны, стать открытой площадкой для коммуникации между аграриями и потенциальными покупателями их продукции.

Старт конкурсу был дан 3 июля в рамках Всероссийского Дня поля. Лучшие агропроизводители пиво-

варенного ячменя России выполнили ряд конкурсных заданий. Сначала независимые эксперты оценивали заявки и показатели урожайности по объемам собранного пивоваренного ячменя с засеваемой площади. Далее конкурсанты присылали образцы нового урожая ячменя, которые проверялись по ключевым показателям качества — влажности, экстрактивности и содержанию белка.

Итоги конкурса подвели на 16-й Всероссийской выставке

*Российские производители ячменя посетили Исследовательский Центр Carlsberg Group, чтобы перенять лучшие практики*

«Золотая осень» в Москве. Помимо солидных денежных призов победители получили возможность посетить Данию, чтобы перенять опыт селекции и выращивания пивоваренного ячменя.

В ходе тура отечественные производители побывали в лаборатории Исследовательского Центра Carlsberg Group, где происходит выведение новых сортов пивоваренного ячменя с высокими показателями урожайности и устойчивости к болезням и засухе. Данные исследования чрез-

вычайно важны не только для Carlsberg Group, но и для фермеров, выращивающих ячмень по всему миру.

В ходе экскурсии глава лаборатории Сорен Кнудсен рассказал гостям об особенностях селекции экспериментальных сортов и инновациях, внедряемых для этого датскими специалистами.



*Геннадий Кириченко, руководитель крестьянско-фермерского хозяйства из Курской области, победитель конкурса «Ячменный колос-2014»:*

*«Было интересно посетить Данию и узнать о технологиях, которые эксперты Carlsberg Group применяют для выращивания пивоваренного ячменя. Мне, как профессионалу, особенно запомнились теплицы исследовательского центра, где происходит селекция новых сортов ячменя – кое-что из увиденного мы взяли себе на заметку и попробуем применить на практике».*



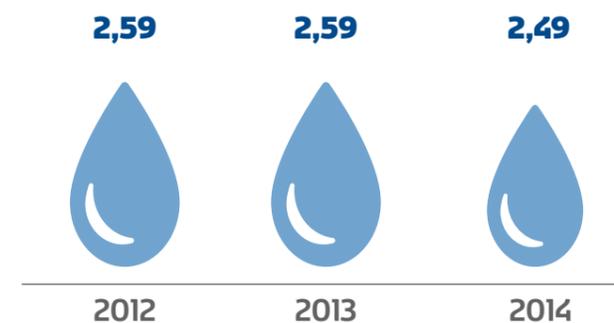
## ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Оптимизация потребления природных ресурсов и сокращение воздействия на окружающую среду являются для «Балтики» ключевыми приоритетами в обеспечении устойчивого роста.

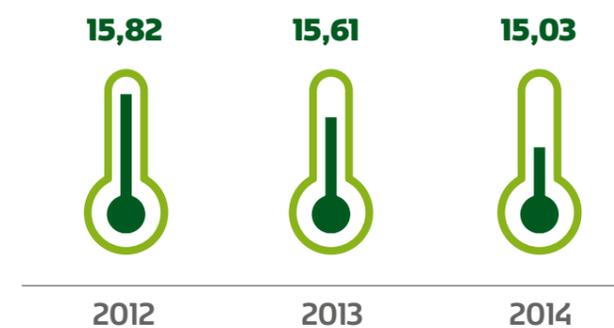
Истощение природных ресурсов, увеличение отходов и деградация земель влияют на бизнес «Балтики» и устойчивое развитие всего общества. Мы ставим цель — быть экологически ответственной компанией №1 среди пивоваров России и тем самым берем на себя обязательства постоянно совершенствовать систему экологического менеджмента. В своей работе компания руководствуется международными стандартами и корпоративной Экологической политикой, в которой описаны принципы работы наших производственных площадок и логистики.

Чтобы оценивать результаты своей работы, ежегодно мы выставляем цели по потреблению энергоресурсов (воды, энергии), уменьшению выбросов CO<sub>2</sub>. В 2014 году нам, к сожалению, не удалось достичь намеченных амбициозных целей по энергоэффективности, что связано с изменениями объемов производства в течение года, вызванными внешними факторами. Однако мы улучшили результаты в сравнении с аналогичными показателями за 2013 год: эффективность потребления воды увеличилась на 9%, тепловой энергии — на 4%, электроэнергии — на 3%.

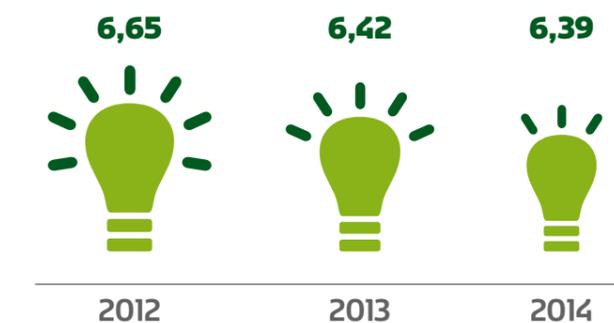
Удельное потребление воды на производстве (г/г)



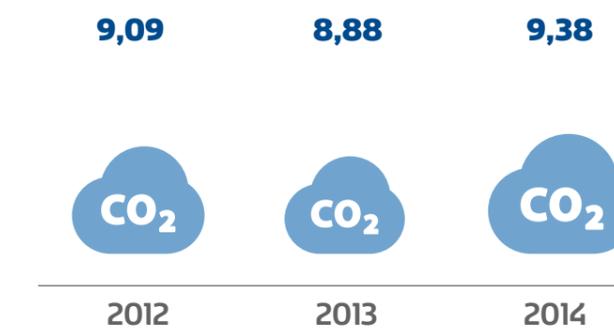
Удельное потребление тепловой энергии на производстве (кВт\*ч/г)



Удельное потребление электроэнергии на производстве (кВт\*ч/г)



Выбросы углекислого газа (кг CO<sub>2</sub>/г) (производство, солодовни, логистика)



### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОДЫ И ОЧИСТКА СТОКОВ

Вода является одним из наиболее важных ресурсов для компании и местных сообществ в регионах присутствия «Балтики». Мы активно принимаем меры по сокращению объемов потребления водных ресурсов и последовательно уменьшаем их величину.

В 2014 году нам удалось добиться улучшения показателя потребления воды за счет оптимизации работы систем мойки оборудования на заводах в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Хабаровске. Помимо этого, предприятия «Балтики» продолжили работать над проектами по

налаживанию систем оборотного и повторного водоснабжения для технических нужд.

В отчетном году на заводе «Балтика-Самара» был реализован уникальный проект — введена в эксплуатацию не имеющая аналогов в России система доочистки стоков. Ее применение позволяет значительно экономить водные ресурсы путем повторного использования очищенной воды с биологических очистных сооружений (БОС) для технических нужд в котельной и холодильно-компрессорной станции (ХКС) завода.

Запуск проекта позволяет на 12-15% сократить удельные показатели водопотребления, а также на 7% уменьшить объем стоков, передаваемых в коммунальную систему МП «Самараводоканал» после их очистки на БОС предприятия.





**На заводе «Балтика-Тула» открыт современный комплекс биологических очистных сооружений.**

В рамках юбилейных мероприятий, приуроченных 40-летию филиала «Балтика-Тула», на заводе состоялась торжественная церемония открытия биологических локальных очистных сооружений (БЛОС).

Уникальность открытого современного комплекса БЛОС в первую очередь заключается в высокой степени очистки сточных вод, стабильности процесса, его надежности и безопасности. Цикл очистки состоит из нескольких технологических ступеней: анаэробной, аэробной и других систем. Запуск БЛОС позволит снизить нагрузку на городские очистные сооружения и экосистему реки Упа, в которую осуществляется сброс воды из городской канализации.

Кроме того, на объекте используется оборудование с низким

расходом энергии и реагентов. Применены технологии, обеспечивающие возможность использования выделяемого в процессе очистки стоков биогаза в качестве топлива для котельной филиала «Балтика-Тула».

Мощность очистных сооружений составляет 6 500 м<sup>3</sup>/сутки. Общая сумма инвестиций в этот масштабный экологический проект составила с начала строительства около 500 млн рублей.



**«Балтика» начала использовать терморубашки для пивоваренных котлов, чтобы экономить тепловую энергию**

Для «Балтики» энергосбережение является стратегической составляющей повышения эффективности производства и сокращения влияния на окружающую среду.

Мы применяем комплекс мер для повышения энергоэффективности, используя системный подход. На всех заводах компании внедрена международная система энергоменеджмента, соответствующая стандарту ISO 50001. В 2014 году «Балтика» также разработала собственную Энергетическую политику, в которой описаны основополагающие принципы работы по снижению объемов потребления энергоресурсов.

Одной из наиболее успешных инициатив компании в области энергоэффективности является использование биогаза, побочного продукта работы биологических локальных очистных сооружений, который «Балтика»

применяет в качестве альтернативного источника энергии для работы котельных предприятий.

На данный момент биогаз используется на заводах компании в Самаре, Хабаровске и Ярославле. Применение этого топлива привело к снижению затрат на тепловую энергию на 8-15%, уменьшению выбросов углекислого газа в атмосферу, экономии природных ресурсов. Например, только в Самаре сокращение использования природного газа составляет 2,5 млн м<sup>3</sup>/год.

В 2014 году была запущена работа нового солодосушильного отделения филиала «Балтика-Ярославль», позволяющего экономить около 15% используемого газа. Если раньше горячий воздух для сушки солода подавался из котельной, то теперь греется газовыми горелками непосредственно на месте производства.



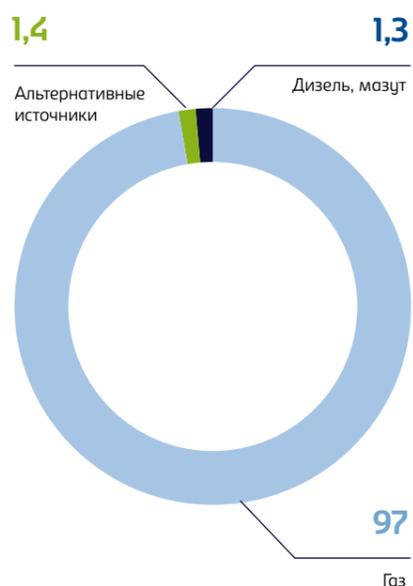
**Юрий Чентырев, региональный директор по производству:**

*«Повышение энергоэффективности — одна из наиболее экономически оправданных мер, способствующих удовлетворению растущего спроса на энергию и уменьшению негативного влияния на окружающую среду, приводящего в том числе к изменению климата. Мы непрерывно оптимизируем технологические операции, взяв за основу цикл постоянных улучшений, отслеживаем прогресс в достижении целей, активно вовлекаем сотрудников в разработку инновационных решений».*





Основные виды топлива, используемые «Балтикой», %



## ЛОГИСТИКА

Транспортировка готовой продукции нашим клиентам влияет на содержание углекислого газа в атмосфере.

В 2014 году «Балтика» продолжила реализацию проекта «Эко-драйвинг», начатого в предыдущем году. За период проведения мероприятий удалось сэкономить 226 745 литров топлива, что существенно снизило выбросы углекислого газа в атмосферу. Компания продолжит обучать водителей принципам экологичного вождения.

## УМЕНЬШЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ОТХОДОВ

«Балтика» на практике реализует принцип расширенной ответственности производителя в части обращения с отходами. Компания начала системно работать в этом направлении с 2009 года, когда были выявлены пути вторичного использования материалов, отходы были разбиты по группам и определены методы повышения их ценности. С того времени «Балтика» непрерывно оптимизирует свою деятельность, уменьшая образование отходов и увеличивая долю повторно используемых и перерабатываемых материалов.

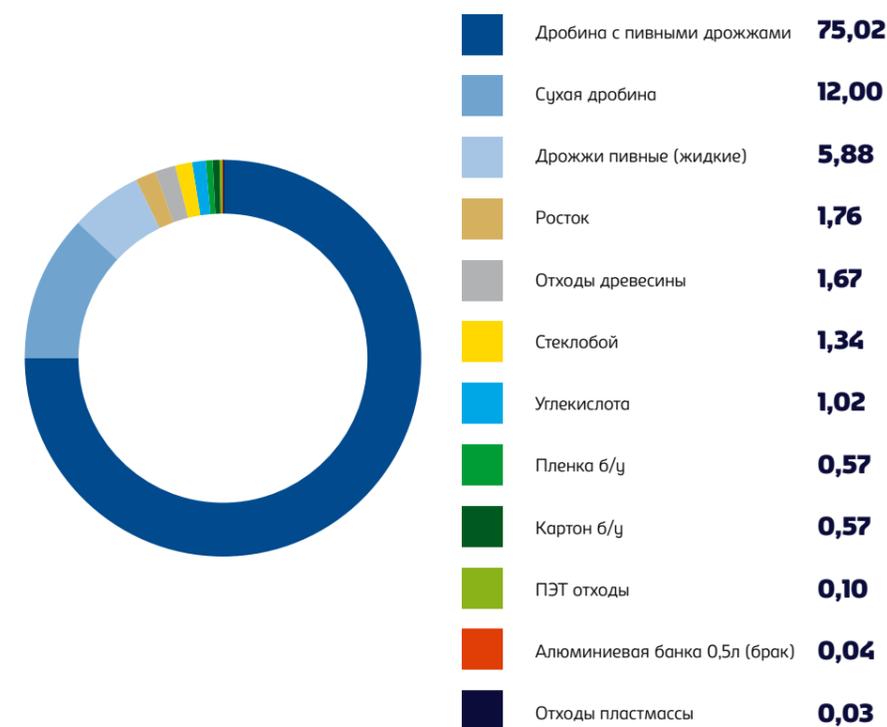
Основным отходом, образующимся в процессе пивоварения, является пивная дробина. «Балтика» использует системы переработки сырой дробины в сухой продукт,

который затем применяется как кормовая добавка в молочном и мясном животноводстве, а также в качестве удобрения. 98% дробины, произведенной компанией в 2014 году, было передано сельхозпредприятиям для использования в качестве кормовой добавки в животноводстве.

Другие биологические отходы (отработанные дрожжи, зерновые отходы) также используются в качестве корма для животных. Углекислый газ, который образуется в процессе брожения пивного сусла, «Балтика» направляет производителям газированных напитков, в лечебные заведения, машиностроительные предприятия. Так, в прошлом году почти 3 500 тонн CO<sub>2</sub> не оказались в атмосфере.

**98%**  
дробины, произведенной компанией в 2014 году, было передано сельхозпредприятиям

Основные отходы производства по объему в 2014 году, %





## ЭКОЛОГИЧЕСКИ РАЦИОНАЛЬНАЯ УПАКОВКА

*Истощение природных ресурсов и увеличение количества отходов потребления ставят вопрос об эффективности использования упаковки на одно из первых мест для компаний, стремящихся к устойчивому развитию.*

В структуре твердых бытовых отходов в России упаковочные материалы составляют 50%. Это наиболее заметный для потребителей вид отходов, главным образом, из-за широкого применения и в большинстве случаев его одноразового использования.

Согласно исследованиям Carlsberg Group, на долю первичной и вторичной упаковки приходится 45% выбросов углекислого газа Группы. В целях сокращения воздействия на окружающую среду, работа в области экологически рациональной упаковки выделена как один из приорите-

тов корпоративной социальной ответственности «Балтики» и Carlsberg Group. На уровне Группы разработана соответствующая стратегия, состоящая из четырех ключевых подходов.

«Балтика» активно сотрудничает с поставщиками по вопросам уменьшения веса и толщины упаковки. В 2014 году в производстве собственных и закупаемых преформ стали использоваться энергосберегающие добавки, которые снижают потребление электроэнергии при выдуве ПЭТ-бутылок на 15%. Компания также перешла на сверхпрочную стретч-пленку

### Стратегия в области экологически рациональной упаковки

- Сократить вес упаковки или перейти к видам упаковки, оказывающим наименьшее влияние на окружающую среду
- Увеличить повторное использование упаковочных материалов (основной фокус – стеклянная оборотная бутылка)
- Призывать потребителей отдельно собирать виды упаковки и увеличить объем переработанных материалов, используемых в производстве новой упаковки
- Переосмыслить отношение к упаковке и отходам, рассматривать их как потенциальный материал для создания новых вещей



машинной намотки толщиной 27 микрон вместо 35 микрон, что позволяет экономить до 570 тонн пленки в год.

Компания ведет отдельный сбор отходов упаковки как на производственных площадках, так и на рынке. Через наших партнеров — тарных операторов — мы направляем все собранные отходы упаковки (стекло, алюминиевые банки, ПЭТ, макулатуру) на переработку и повторное использование. Сотрудничество с партнерами ведется в том числе в рамках совместного проекта «Принеси пользу своему городу». Благодаря этой инициативе, к концу 2014 года в 12 городах было установлено 1 547 контейнеров для сбора отходов.

В 2014 году «Балтика» продолжила развитие использования оборотной тары, вернув на производство около 150 млн бутылок. Эта цифра, к сожалению, меньше достигнутого в 2013 году уровня, что в первую очередь связано

с сокращением объемов продаж пива в стекле и закрытием пунктов приема тары в связи с их нерентабельностью.

В прошедшем году компания вместе с тарными операторами запустила инициативу по сбору стеклобоя, который направляется на стекольные заводы для переплавки и использования в производстве новых бутылок. В результате на заводы была отгружена 21 тысяча тонн стекла, что позволило сэкономить почти столько же тонн природных ресурсов.

В 2014 году «Балтика» провела 24 акции, направленные на экологически рациональное использование упаковки. Среди них — инициатива «Семь рек», специальные программы на фестивалях Greenfest в Санкт-Петербурге и «Простор» в Хабаровске. Подробная информация о проведенных мероприятиях представлена в разделе «Участие в жизни общества» настоящего Отчета.

**21 тыс. тонн**

*природных ресурсов мы сохранили благодаря сбору стеклобоя*

**24 акции**

*в области экологически рациональной упаковки провела компания в 2014 году*





## ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Продвижение ответственного потребления является одной из приоритетных задач компании «Балтика». Мы производим качественный продукт и хотим, чтобы им наслаждались совершеннолетние потребители ответственно и в умеренном количестве.

### ОТВЕТСТВЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Наша Политика по маркетинговым коммуникациям определяет стандарты работы, чтобы наши коммуникации соответствовали обязательствам компании по продвижению ответственного потребления пива совершеннолетними людьми.

В соответствии с законодательством Российской Федерации, на этикетки всех алкогольных брендов компании «Балтика» нанесена предупредительная надпись о недопустимости потребления алкогольной продукции детьми и подростками до 18 лет, беременными

женщинами и людьми с заболеваниями центральной нервной системы и органов пищеварения. Все маркетинговые материалы (печатная продукция, электронные рекламные материалы, теле- и радиоролики) алкогольных брендов компании содержат информацию о вреде чрезмерного потребления алкоголя и знак 18+.

«Балтика» также руководствуется международными обязательствами, подписанными Carlsberg Group на глобальном уровне о мерах по сокращению злоупотребления алкоголем.



### «ПИВНОЙ ДОЗОР»: ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ

В отчетном году «Балтика» продолжила проводить акции «Пивной дозор», цель которых повысить осведомленность и ответственность общественности относительно запрета на продажу пива несовершеннолетним. С одной стороны, мы напоминаем продавцам торговых точек, что у них есть законное право требовать у покупателей документы, подтверждающие возраст, с другой — призываем совершеннолетних посетителей магазинов не оставаться равнодушными, если они становятся свидетелями нарушений закона.

Мероприятия проекта включают в себя размещение специального знака-стикера «Есть 18? Подтверди!» в торговых точках по всей территории страны, а также информирование сотрудников магазинов о том, что у них есть законное право проверить возраст покупателя.

Акции проводятся компанией совместно с представителями контролирующих органов, городских администраций, УВД, общественных организаций.

В 2014 году участниками акции стали более 1 000 человек, в том числе сотрудники компании, дозоры охватили порядка 9 000 торговых точек в 15 городах.

В Новосибирске акция прошла в новом формате. Перед началом нового учебного года в Центральном парке столицы Сибири совершеннолетние жители города получали от волонтеров предупредительные стикеры «Есть 18? Подтверди!» для размещения в магазинах, где они считают необходимым усилить контроль за соблюдением запрета продажи пива несовершеннолетним. Также новосибирцы могли сообщить адреса магазинов, где, по их мнению,

необходимо провести работу с продавцами и напомнить об исполнении законодательства, ограничивающего доступ несовершеннолетних к алкогольной продукции.

## ПИВНОЙ ДОЗОР

В 2014 году  
**15** городов

**> 1 000**  
участников

**9 000**  
торговых точек





## «ТРЕЗВОСТЬ ЗА РУЛЕМ»: ВОЖДЕНИЕ И ПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ НЕСОВМЕСТИМЫ

«Трезвость за рулем» — социальный проект федерального масштаба, который на протяжении пяти лет реализуется компанией «Балтика». Его цель – убедить водителей отказаться от управления любыми транспортными средствами после потребления алкоголя. Особое внимание в ходе проекта уделяется просветительской работе на дорогах как одному из ключевых элементов повышения культуры вождения.

В 2014 году профилактические месячники «Трезвость за рулем» прошли в Рязани, Туле, Воронеже и Ярославле. Стартовали они мотопробегами с участием партнерских мотоклубов, автоклубов, местных общественных организаций и жителей городов. В ходе акций волонтеры (в том числе сотрудники «Балтики») раздавали пришедшим зрителям ленточки с символикой «Трезвость за рулем» и напоминали водителям об ответственности за свою жизнь и жизни других участников дорожного движения. Одновременно в барах и ресторанах городов участники акции распространяли информационные материалы с призывом воздержаться от вождения автомобиля после употребления алкоголя. Только в Туле акцию поддержали более 30 000 человек.

В Екатеринбурге проект «Трезвость за рулем» прошел в несколько этапов. Стартовал он с автопробега по улицам города. Вторым этапом стала традиционная для дорожной полиции

города операция «Бахус», которую компания «Балтика» дополнила активной работой по пропаганде отказа от употребления алкоголя за рулем. Команда проекта «Трезвость за рулем» вручала каждому водителю листовку-памятку с актуальными пунктами ПДД. Помимо правовых данных, в листовках использованы работы победителей студенческого конкурса плакатов, который провела ранее общественная организация «Мы против пьянства за рулем». Третий этап проекта охватил места общественного питания. Вместе с заказанным бокалом пива посетитель получал от официанта полезные сувениры, напоминающие об ответственности в вопросах дорожной безопасности. В акции приняли участие более 30 заведений города, почти 1 000 посетителей были проинформированы об ответственности за рулем.

В отчетном году мероприятия проекта «Трезвость за рулем» также прошли в Санкт-Петербурге, Новосибирске и Хабаровске.



## СОТРУДНИЧЕСТВО С БАРМЕНСКОЙ АССОЦИАЦИЕЙ РОССИИ

Сотрудничество с другими участниками рынка мы считаем действенным инструментом, способным обеспечить более широкий эффект от реализации наших инициатив. В ряде регионов «Балтика» и Барменская Ассоциация России подписали соглашение о совместной работе по продвижению культуры потребления пива и о принятии дополнительных мер по контролю соблюдения законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним.

Бары, кафе и рестораны — подходящие места для знакомства

посетителей с культурой ответственного потребления. Бармены являются проводниками информации о напитке для посетителей и в их силах предупредить клиентов заведения о последствиях чрезмерного потребления.

В рамках соглашения стороны берут на себя обязательства предпринимать меры, направленные на сокращение злоупотребления алкоголем, а также информировать посетителей баров и ресторанов о важности культурного потребления пива.

## МАНИФЕСТ ОТВЕТСТВЕННОГО БОЛЕЛЬЩИКА

«Балтика» продвигает идею ответственного потребления пива в ходе сотрудничества со спортивными клубами. По инициативе компании в отчетном году состоялось подписание Манифеста ответственного болельщика с болельщиками хоккейного клуба «Амур», футбольных клубов «Арсенал» и «Крылья советов».

В Манифесте закреплены правила поддержки честной спортивной борьбы, справедливого судейства и достойного поведения как на поле, так и на стадионе, а также принципы ответственного потребления алкоголя. Цель документа — привлечь внимание к необходимости формирования культуры поддержки спорта, взаимной ответственности



Руслан Панов, директор «Барменской Ассоциации России-Смоленск»:

«Бармены являются проводниками информации о свойствах и характеристиках пенного напитка, рассказывают гостям, как правильно его потреблять и как определить для себя меру. Это прекрасно понимают и наши партнеры из «Балтики». Повышение уровня подготовки и качества знаний барменов для того, чтобы дать возможность посетителям культурно наслаждаться любимым напитком, — наша общая задача. Поэтому мы рады подписанию нового соглашения с «Балтикой».

В отчетном году подобные соглашения были заключены между компанией и представителями Ассоциации в Смоленске, Оренбурге и Хабаровске.

сти спортсменом и болельщиком. Ведь любая профессиональная команда сильна не только своими титулами, но и настоящими и преданными поклонниками.

40

инициатив по ответственному потреблению провела «Балтика» в 2014 году



## ПРОДВИЖЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ФЕСТИВАЛЯХ

Особое внимание при организации фестивалей «Балтика» уделяет обеспечению порядка, общественной безопасности, продвижению ответственного потребления пива и соблюдению запрета продажи алкоголя несовершеннолетним.

Greenfest – один из самых популярных музыкальных фестивалей, который проводится при поддержке бренда Tuborg. В 2014 году география фестиваля расширилась и помимо Санкт-Петербурга он прошел в Красноярске и Екатеринбурге.

В рамках фестиваля во всех трех городах была проведена акция «Drink Responsibly» (перевод с английского — «потребляй ответственно»). В Санкт-Петербурге гости получили памятные значки



со слоганом акции, а в Красноярске и Екатеринбурге совершеннолетние посетители могли создать личное креативное послание, призывающее потреблять алкогольные напитки ответственно в знак уважения к музыке, люби-

мому исполнителю, друзьям.

Подобные акции также прошли во время фестивалей DAS FEST в Санкт-Петербурге, «ДОН-фест» в Ростове-на-Дону, «Простор» в Хабаровске.

## РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА

«Балтика» продолжает реализацию образовательного проекта «Пивной сомелье», который представляет собой серию увлекательных тематических лекций о технологии производства пива, классификации сортов, правилах дегустации и, самое главное, культуре потребления янтарного напитка.

В 2014 году компания также запустила уникальный образовательно-гастрономический проект «Пивной Гурме». Это серия уникальных кулинарных практикумов от российских и зарубежных экспертов в области сочетания пива и еды, на которых участники знакомятся с интересными



фактами культуры потребления янтарного напитка и осваивают принципы его сочетания с различ-

ными блюдами. В отчетном году прошло более 20 кулинарных мастер-классов в 7 городах России.

## ИНИЦИАТИВЫ СОЮЗА РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ



В 2014 году Союз Российских Пивоваров, членом которого является «Балтика», разработал и утвердил новую редакцию Кодекса чести российских пивоваров. Кодекс представляет собой свод принципов и правил ведения профессиональной деятельности пивоваренными предприятиями России. В его основу положены высокие этические стандарты профессиональной деятельности и саморегулирования. Один из разделов документа посвящен корпоративной социальной ответственности, где прописаны обязательства подписантов уделять особое внимание следующим вопросам: предотвращение продажи пива несовершеннолетним и постоянная просветительская работа с представителями сферы торговли; профилактика управления транспортными средствами в состоянии алкогольного опьянения; предотвращение чрезмерного потребления пива и злоупотребления алкоголем в целом; информирование потребителей, что потребление пива запрещено беременным и кормящим женщинам; предупрежде-

ние потребления пива лицами, которым запрещено потребление алкоголя по состоянию здоровья или в связи с условиями трудовой деятельности.

В 2014 году Союзом начата реализация программы «Семейный разговор». Впервые программа стартовала в США в 1982 году. Консультативной группой специалистов была подготовлена специальная методика и разработаны пособия по детской психологии, которые разошлись тиражом более 7 миллионов экземпляров. Сегодня программа существует во всем мире.

По инициативе Союза и при участии Центра практической психологии образования РФ аналогичная программа была разработана и для России. Ее методическую основу составляют последние достижения отечественных и зарубежных специалистов, инновационные методы и модели работы по предупреждению детского алкоголизма.

Задача программы не просто дать родителям знания о вреде алкоголя для несовершеннолетних. Программа направлена на формирование определенного типа поведения, повышение культуры внутрисемейных отношений и духовно-нравственных ценностей. Авторы предложили системный способ профилактики подросткового алкоголизма. Кроме тренингов и информационных материалов были использованы организационные формы работы и методики стимулирования, а также специальные семинары для родителей со школьными психологами.

В 2014 году специальные тренинги в рамках программы «Семейный разговор» прошли в Краснодаре, Ярославле, Самаре и Челябинске. В них приняли участие 249 преподавателей и психологов из 190 школ.





## ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ

*Безопасность наших сотрудников на рабочем месте и охрана их здоровья являются приоритетной задачей для «Балтики».*

*Мы внедряем самые высокие стандарты в сфере охраны труда, совершенствуем систему работы компании, развиваем культуру личной ответственности персонала за безопасность, чтобы свести число несчастных случаев к нулю.*

Мы стремимся создать правильное отношение сотрудников к охране труда и культуре, в которой забота о своем здоровье и безопасности, а также здоровье и безопасности коллег является привычной моделью поведения.

В отчетном году все заводы «Балтики» подтвердили соответствие системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья международному стандарту OHSAS 18001:2007. Сертификация прошла в ходе аудита интегрированной системы менеджмента, внедренной в компании.

Комплексный подход «Балтики» к совершенствованию процессов в области охраны труда, промышленной, пожарной безопасности позволяет добиваться снижения

уровня травматизма. В 2014 году количество несчастных случаев уменьшилось на 20% по сравнению с 2013 годом.

**В отчетном году все заводы «Балтики» подтвердили соответствие системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья международному стандарту OHSAS 18001:2007**

### «НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ»



В июне 2014 года в штаб-квартире «Балтики» в Санкт-Петербурге состоялась конференция Carlsberg Group «Безопасность труда и охрана здоровья», на которой была озвучена стратегическая цель Группы — ноль несчастных случаев. Для ее достижения в течение трех лет будет внедрена комплексная программа.

Проведение конференции Группы в России демонстрирует признание успешного опыта «Балтики» в сфере охраны труда.

В 2014 году на нескольких заводах компании совместно с международными экспертами была проведена оценка системы управления и культуры труда. Ее результаты помогли определить ключевые направления работы, которые позволят интегрировать безопасность в ежедневную деятельность сотрудников, сфокусировать работу «Балтики» на предупреждении травм и происшествий, а также сформировать

системный подход к управлению в сфере охраны труда и промышленной безопасности.

В отчетном году компания уделила особое внимание совершенствованию системы предупреждения травм и происшествий. Мы разрабатываем и внедряем процедуры оценки рисков и расследования происшествий, в том числе микротравм и инцидентов травматизма. Проводятся поведенческие аудиты безопасности, которые имеют большое значение для изменения менталитета сотрудников и руководителей в сторону заботы о жизни и безопасности. В целях обеспечения эффективного процесса внедрения системы управления безопасностью предусмотрено развитие навыков и компетенций руководителей производственных подразделений. Кроме того, были созданы комитеты по безопасности с вовлечением всех линейных руководителей.

**НОЛЬ** НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ  
**БАЛТИКА**  
Part of the Carlsberg Group

На **20%**  
сократилось  
количество  
несчастных случаев  
в 2014 году по  
сравнению  
с прошлым годом



# 1 632

осмотра по  
соблюдению  
принятых в  
компании норм  
безопасности  
прошли  
в 2014 году



В 2014 году в компании сформирован пул внутренних тренеров по безопасности в рамках программы «SafeStart» (безопасный старт). «SafeStart» является базовой платформой, детально описывающей правила безопасного поведения на производстве, при управлении автотранспортом, в быту и прочих сферах. Тренерами становятся наиболее инициативные сотрудники, пользующиеся авторитетом среди коллег. В 2014 году они обучили свыше 1 800 своих коллег. Еще 1 711 человек прошли обучение и сертификацию знаний во внешних организациях.

В целях контроля над обеспечением безопасности в 2014 году на предприятиях «Балтики» было проведено 340 аудитов и 1 632 осмотра. В процессе аудитов проводилась оценка соблюдения правил безопасности как со стороны персонала компании, так и подрядных организаций. Особое внимание было уделено правильности ведения огневых работ и работ на высоте. В ходе осмотров оценивалось общее состояние дел в области охраны труда и здоровья.



*Для повышения осведомленности и вовлечения персонала в рамках Всемирного дня охраны труда на всех заводах «Балтики» прошла масштабная кампания, где каждый сотрудник смог почувствовать себя в роли спецагента по безопасности.*



## БЕЗОПАСНОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Деятельность «Балтики» неразрывно связана со значительным количеством перевозок, в том числе на автомобильном транспорте, и компания ставит целью достижение нулевого уровня несчастных случаев как на производстве, так и на дорогах. В нашем штате работает большое число водителей по всей России, и мы стремимся максимально исключить риски ДТП, чтобы сохранить здоровье и жизни наших сотрудников и других участников дорожного движения.

В целях повышения безопасности автотранспортных перевозок, в 2014 году «Балтика» продолжила реализацию программы «Alert Driving» (предупредительное вождение). Она предоставляет возможность пройти интерактивный компьютерный курс, состоящий из 20 модулей. На каждом уровне обучения выявляются недостатки в подготовке водителей и предлагаются способы их

устранения, после чего сотрудник должен ответить на тестовые вопросы. В 2014 году курс прошли 832 сотрудника.

Компания также реализует программу «Защитное вождение», которая представляет собой очные практические занятия водителей с опытным инструктором. 1 047 сотрудников стали участниками программы в 2014 году.

Кроме того, мы проводим обязательное тестирование всех сотрудников, получающих корпоративный транспорт. На все автомобили «Балтики» для повышения уровня личной ответственности корпоративных водителей нанесены специальные наклейки с телефоном горячей линии, на которую можно сообщить о нарушении правил сотрудником компании. С этой же целью осуществляется спутниковый мониторинг корпоративного транспорта.

Проводимая компанией работа по обеспечению безопасности на дорогах приносит позитивные результаты. В 2014 году на 17% сократилось число дорожно-транспортных происшествий по вине наших водителей по сравнению с предыдущим годом. Общее число ДТП уменьшилось на 31%.

Мы продолжим активную работу в сфере охраны труда и безопасности.





## ПЕРСОНАЛ И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

Люди — основа успеха компании. «Балтика» следует высоким корпоративным стандартам, чтобы обеспечить справедливые и комфортные условия труда для сотрудников, возможности для профессионального развития и роста.

Обязательства компании по соблюдению стандартов закреплены в нашей Политике по персоналу и правам человека. Мы уважаем трудовые права и права человека, соблюдаем законодательство в данной сфере, не допускаем ни при каких условиях дискриминации сотрудников.

Среднесписочная численность сотрудников в 2014 году составила 8 090 человек, что на 6% меньше, чем в 2013 году. Сокращение численности персонала связано с негативной динамикой рынка пива, вызванной усилением законодательных ограничений, непропорционально увеличившейся налоговой нагрузкой, ухудше-

нием общей макроэкономической ситуации, и, как следствие, оптимизацией бизнес-процессов в компании.

## СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО

В 2014 году «Балтика» подписала коллективный договор на 2014-2017 годы — основной правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в компании и устанавливающий взаимные обязательства между сотрудниками и работодателем. В новой редакции коллективного договора уровень социальных гарантий работникам был не только сохранен в полном объеме, но и улучшен по ряду позиций.

Договор регламентирует такие вопросы, как производственно-экономическая деятельность, оплата труда, трудовые отношения, рабочее время и время отдыха, условия и охрана труда, социальные гарантии и льготы, а также основные принципы социального партнерства. Со стороны сотрудников в переговорах по заключению коллективного договора принял участие Совет трудового коллектива (СТК) компании, состоящий из 17 выборных представителей

от различных подразделений компании из 11 городов. Также к участию в переговорах СТК были приглашены представители ряда профсоюзов, действующих в компании. Со стороны работодателя в переговорах приняли участие топ-менеджеры «Балтики».

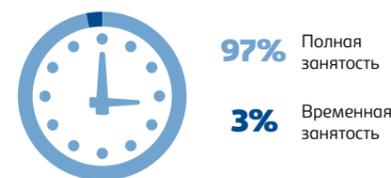
Впервые коллективный договор в компании был подписан в 2008 году. Он пересматривается каждые три года полномочными представителями сторон на равноправной основе в целях совершенствования системы социально-трудовых отношений в компании, способствующей ее стабильной работе; закрепления трудовых прав и гарантий работников, улучшающих положение работников по сравнению с действующим законодательством, а также реализации принципов социального партнерства и взаимной ответственности сторон за принятые обязательства.



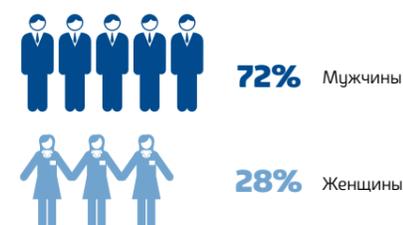
Юрий Чипчев, председатель СТК «Балтики», ведущий инженер по эксплуатации транспорта завода «Балтика-Санкт-Петербург»:

«Подписание коллективного договора стало результатом эффективного диалога между руководством и представительным органом сотрудников «Балтики» в лице СТК. В договоре сохранен расширенный перечень гарантий и льгот для сотрудников. Мы ценим стремление руководства компании поддерживать прозрачные и понятные отношения с сотрудниками, которые являются основой успеха нашей компании».

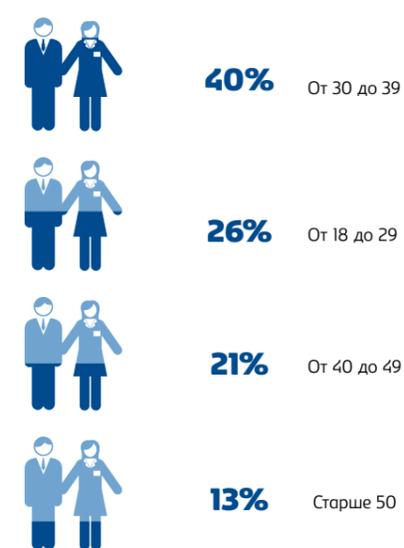
### Распределение сотрудников по видам занятости



### Распределение сотрудников по полу



### Возрастной состав сотрудников



### Распределение сотрудников по функциям



## ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ И ПРИЗНАНИЕ

Для обеспечения конкурентоспособной заработной платы «Балтика» регулярно отслеживает уровень оплаты труда, особенно среди предприятий сферы потребительских товаров. В 2014 году заработная плата сотрудников пересматривалась с учетом динамики российского рынка оплаты труда.

Около 260 млн рублей выделила компания на компенсации и льготы в 2014 году.

Как социально ответственная компания мы стремимся к тому, чтобы каждый сотрудник по-настоящему чувствовал себя частью большой команды и ощущал поддержку своего работодателя во многих сферах своей жизни. Поэтому мы также предоставляем сотрудникам комплексный пакет льгот, который направлен на такие сферы как здоровье и безопасность, повышение качества жизни, благополучие, отдых и комфортные условия работы.

Мы разделяем успех компании с теми сотрудниками, которые добиваются особенных результатов – например, предлагают и реализовывают уникальные проекты, достигают амбициозных целей. Для этого в нашей компании существуют различные программы признания достижений.



## РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСТВА И УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ

«Балтика» постоянно совершенствует систему управления эффективностью персонала, чтобы она отвечала самым последним требованиям бизнеса. Новые условия и вызовы требуют от компании и ее сотрудников особых качеств. Чтобы побеждать, нужно уметь управлять изменениями, быть нацеленным на результат, проявлять увлеченность и цельность, отвечать на запросы клиентов/потребителей.

Carlsberg Group в 2013 году внедрила восемь лидерских компетенций (компетенция — способность применять навыки и знания — прим. ред.), которые отражают дух компании, нашу культуру, основанную на Принципах Победителей, и служат ориентиром сотрудникам, как стать успешным лидером.

В течение 2014 года лидерские компетенции Carlsberg Group были внедрены во все процессы «Балтики», связанные с привлечением, оценкой потенциала и результатов деятельности персонала. Более 1700 руководителей всех уровней прошли обучение и

познакомились с новой моделью лидерских компетенций.

На основе компетенций проводится ежегодная оценка деятельности сотрудников. Исходя из результатов работы, для каждого сотрудника составляется индивидуальный план развития на год, определяется размер вознаграждения, а также планируется карьерное развитие.

**69%**

**число внутренних продвижений в компании по ключевым позициям в 2014 году**

## РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЗНАНИЙ И ЛУЧШИХ ПРАКТИК

В 2014 году система управления знаниями «Балтики» получила признание и международную награду — премию MAKE (Most Admired Knowledge Enterprise). Эксперты премии особо отметили системный подход к сохранению, формализации и распространению знаний в компании. Построение такой системы основано на эффективном обмене информацией между подразделениями, участии руководителей в развитии сотрудников, применении наставничества и коучинга, а также вовлечении сотрудников в передачу знаний. Так, например, Корпоративный университет «Балтики» совместно с операционной дирекцией компании внедрила систему каскадного обучения — новую форму передачи знаний от руководителя к сотрудникам. Для этого были обучены руководители, которые теперь могут проводить обучение для своих подчиненных по программам «Постановка мотивирующих и развивающих задач и целей SMART», «Делегирование и наделение полномочиями», «Обратная связь, нацеленная на высокую эффективность». Благодаря новому методу удалось обучить 138 линейных менеджеров производства в трех филиалах-участниках пилотной программы.

В 2015 году эта практика будет продолжена на других заводах.

Силами внутренних тренеров «Балтики», также играющих значительную роль в системе распространения знаний в компании, было обучено более 2000 сотрудников. В отчетном году для повышения эффективности сотрудников появились новые тренинги «Проведение интервью», «Роль финансов в управлении компанией» и «Раскрытие личного потенциала». Всего в компании на данный момент разработано более 20 внутренних тренингов.

В прошлом году Корпоративный университет «Балтики» совместно с представителями стран региона Восточная Европа Carlsberg Group работали над созданием новой лидерской программы, цель которой объединить таланты региона на основе единого подхода к лидерству.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА «МОЙ ГОЛОС»



Компания заинтересована в постоянном диалоге с сотрудниками, поэтому Carlsberg Group на ежегодной основе проводит опрос вовлеченности «Мой голос». По результатам опроса любой сотрудник совместно со своей командой может затем принять активное участие в разработке плана и реализовать действия по улучшению своего места работы.

В 2014 году в опросе приняло участие рекордное количество сотрудников – 95%. По результатам опроса индекс вовлеченности вырос по сравнению с прошлым годом на 6% и достиг 86%. Это стало высокой оценкой компании как работодателя со стороны сотрудников.

### Участие сотрудников в опросе

**90%** **95%**

2013

2014

### Индекс вовлеченности

**80%** **86%**

2013

2014



**«БАЛТИКА» ПРИЗНАНА  
ЛУЧШИМ РАБОТОДАТЕЛЕМ  
СРЕДИ КОМПАНИЙ  
FMCG СЕКТОРА РОССИИ,  
СОГЛАСНО РЕЙТИНГУ  
HEAD HUNTER**

По результатам ежегодного исследования «Рейтинг работодателей России», проводимого компанией Head Hunter, «Балтика» в 2014 году поднялась с 18 места на 6 в общем списке победителей и заняла первое место среди компаний FMCG сектора по сравнению с результатами 2013 года.

При подготовке «Рейтинга работодателей России» оценка компаний-работодателей производилась по трем показателям — мнения соискателей, ищущих работу, мнение сотрудников компаний и экспертная оценка эффективности работы департаментов компаний, ответственных за работу с персоналом. Итоговый балл в рейтинге российских работодателей рассчитывался как сумма баллов, набранных в ходе каждого из трех этапов и взвешенных с определенными коэффициентами. Проверку правильности применения методологии и подсчета результатов проводили международные аудиторские компании.

По оценкам компании, такое место в рейтинге стало возможно благодаря устойчивому лидерству «Балтики» на пивоваренном рынке в условиях сложной макроэкономической ситуации и несбалансированного регулирования отрасли в России, а также высокой корпоративной социальной ответственности компании.



**«БАЛТИКА» ПОЛУЧИЛА  
НАГРАДУ ПЕРВОЙ СТЕПЕНИ  
«ПРЕМИИ HR-БРЕНД 2014»**

Эксперты «Премии HR-Бренд 2014» высоко оценили проект «Балтики» по повышению производственной культуры и управленческой эффективности сотрудников производства, технических служб и логистики. Компания победила в самой конкурентной номинации «Федерация», набрав 90 из 100 возможных голосов жюри.

«Премия HR-бренд» сегодня признана самой авторитетной наградой в области HR, ее называют «HR-Оскар». Это признание профессионального сообщества, «знак качества» для соискателей и возможность делать рынок труда более цивилизованным через обмен лучшими практиками.



**Светлана Старикова,  
директор по организационному  
развитию и управлению  
талантами «Балтики»:**

*«Первое место в рейтинге работодателей России среди компаний FMCG сектора — это признание лидерства и стабильности, а также усилий компании, направленных на создание возможностей для роста и развития своих сотрудников. Мы очень ценим наших людей и делаем все возможное, чтобы развивать и продвигать их. Так, если говорить о принципах подбора персонала, то на открывающиеся вакансии в первую очередь мы ищем кандидатов внутри компании. Мы гордимся корпоративным университетом с уникальной школой внутренних тренеров».*



## ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

**Ответственный подход к ведению бизнеса является для «Балтики» ключом к достижению успеха. Ведь неэтичные практики, такие, как коррупция, создают преграды для устойчивого развития компании.**

Соблюдение принципов и правил деловой этики крайне важно для компании как ответственного работодателя и партнера, ведущего бизнес честно и добросовестно. Политика деловой этики и соответствующие ей Руководящие принципы являются частью нашей корпоративной социальной ответственности (КСО) и служат основой, формирующей этическое поведение сотрудников «Балтики».

Продолжая внедрять принципы этического ведения бизнеса, в 2014 году «Балтика» приняла ряд дополнительных мер для укрепления своего статуса социально ответственной компании.

**528**  
**сотрудников**  
**«Балтики» прошли**  
**обучение Политике**  
**деловой этики**  
**в 2014 году**



Мария Сергеева,  
юрист по комплаенсу:

«Балтика» берет на себя обязательства не отступать от своих ценностей для удержания или улучшения позиций на рынке. Чтобы обеспечить применение Политики деловой этики на практике, мы совершенствуем внутренние управленческие процедуры, обучаем сотрудников и ведем целенаправленную работу с нашими подрядчиками».

#### Обновлена процедура проверки контрагентов

В целях снижения риска вовлечения компании в коррупционную, а также иную нарушающую принятые стандарты деятельность, дополнительно к проверке благонадежности и добросовестности контрагентов введена предварительная оценка организаций и совершаемых с ними сделок на соответствие положениям Политики деловой этики компании и антикоррупционному законодательству Российской Федерации.

#### Принята новая редакция пункта по деловой этике в договорах

Все договоры, заключаемые компанией, содержат положение «Этика ведения бизнеса и противодействие коррупции», которое учитывает современные тенденции развития антикоррупционных норм и, в частности, требования Федерального закона №273-ФЗ «О противодействии коррупции».

#### Введено правило «двух ключей»

С 1 сентября 2014 года в компании действует правило «двух ключей» — процедура, предусматривающая

обязательное подписание всех заключаемых компанией договоров двумя уполномоченными лицами. Нововведение призвано исключить риски, связанные с возможными злоупотреблениями сотрудниками должностными полномочиями.

#### Обучение деловой этике

Сотрудники могут ознакомиться с положениями Политики деловой этики и научиться находить правильные решения в неоднозначных ситуациях через очный или заочный (электронный) курсы обучения.

Программа включает теоретическую часть, этап ответов на контрольные вопросы и прохождение обязательного экзамена. Новые сотрудники компании должны пройти курс и сдать экзамен в течение двух месяцев после зачисления в штат. Все сотрудники обязаны проходить курс повторно раз в два года.

В 2014 году 528 сотрудников «Балтики» прошли обучение Политике деловой этики. Целью компании является 100% участие персонала в этих тренингах.

(Supplier and Licensee Code of Conduct);

- продолжить обучение сотрудников Политике деловой этики и расширить перечень должностей, на которых обязательно прохождение данного курса.

- усовершенствовать электронную систему для облегчения процедуры проверки контрагента;
- ввести обязательное соблюдение контрагентами, осуществляющими поставку товаров, работ или услуг, принятого на уровне Carlsberg Group Кодекса поведения поставщиков и лицензиатов

#### ПЛАНЫ НА 2015 ГОД

В 2015 году «Балтика» продолжит вести активную работу по обеспечению этических принципов ведения бизнеса.

Планируется предпринять следующие шаги в целях повышения этических стандартов внутри компании:



## УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

*С момента основания «Балтика» стремится быть надежным партнером для общества. Мы развиваем культуру ответственного потребления пива, экологические инициативы, поддерживаем спорт и искусство. Реализуя долгосрочные социальные проекты, мы хотим внести положительный вклад в развитие регионов нашего присутствия.*

Обязательства компании в области взаимодействия с местным сообществом закреплены в соответствующей корпоративной политике, согласно которой «Балтика» развивает долгосрочные устойчивые отношения с заинтересованными сторонами. Мы ведем общественную деятельность совместно с нашими сотрудниками, партнерами, некоммерческими организациями, органами власти.

Одним из направлений работы в области взаимодействия с местным сообществом являются социальные инвестиции, к которым мы относим социальные проекты компании, волонтерство и благотворительность.

#### ПОДДЕРЖКА СПОРТА

Поддержка культурно-массовых проектов, в частности, развитие спорта, стоит в числе социальных приоритетов «Балтики». На протяжении многих лет компания поддерживала различные виды спорта, спортивные клубы и лиги.

На федеральном уровне «Балтика» является партнером Континентальной хоккейной лиги. Компания также спонсирует региональный спорт. В 2014 году мы поддерживали футбольные клубы «СКА-Энергия» (Хабаровск), «Шинник» (Ярославль), «Крылья Советов» (Самара) и «Арсенал» (Тула).



# ВКЛАД «БАЛТИКИ» В ПРОВЕДЕНИЕ XXII ЗИМНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР



Зимние Олимпийские игры в Сочи стали самым ярким и грандиозным спортивным событием в 2014 году. Они запомнятся триумфом нашей олимпийской сборной, новыми рекордами, инновациями и неповторимыми эмоциями, которые пережили миллионы людей из разных уголков мира. «Балтика» гордится тем, что смогла внести свой вклад в проведение Олимпийских игр.

История партнерских отношений между компанией и Оргкомитетом «Сочи 2014» началась в 2011 году, когда лидер российского рынка пива, «Балтика», стала официальным поставщиком Игр 2014 года в Сочи в категории «Пиво». Для компании получение статуса официального поставщика было высокой честью и признанием того, что мы делаем качественное пиво, и «Балтика» способна достойно представлять страну на мероприятиях самого высокого уровня.

В поддержку Олимпийских игр компания инициировала и приняла участие в ряде мероприятий. «Балтика» организовала федеральную акцию «Вдохновим на победу», которая подарила жителям разных городов России возможность записать пожелание нашей олимпийской сборной, провела всероссийский турнир барменов Baltika Barmen's Cup.

**Президент и Председатель Правительства Российской Федерации отметили вклад компании «Балтика» в подготовку и проведение XXII зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи. Ряд топ-менеджеров нашей компании получили почетные грамоты Правительства Российской Федерации.**

«Балтика» вручила специальную премию «Золотой вклад в развитие спорта» Любови Владимировне Барановой – легендарной лыжнице, завоевавшей первую для советского спорта золотую олимпийскую медаль в зимних видах спорта.



## ПАРТНЕР «БАЛА ОЛИМПИЙЦЕВ РОССИИ»

Бренд «Балтика» стал генеральным партнером «Бала олимпийцев России – 2014» в Государственном Кремлевском дворце. Торжественное мероприятие было посвящено успешному выступлению Олимпийской команды России на XXII Олимпийских зимних играх 2014 года в Сочи. Гостями праздника стали более 1 300 гостей, среди которых члены национальной команды, подарившие отечественному спорту исторические победы на первых «домашних» зимних Играх.

Одним из ярких событий Бала стала уже традиционная церемония награждения специальной премией «Золотой вклад в развитие спорта» от официального поставщика XXII Олимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи компании «Балтика». Во второй

раз компания чествовала самых выдающихся и легендарных спортсменов нашей страны, внесших огромный вклад в развитие отечественного спорта высших достижений. В 2014 году премией была отмечена Любовь Владимировна Баранова – легендарная лыжница, завоевавшая первую для советского спорта золотую олимпийскую медаль в зимних видах спорта. Первой премией «Золотой вклад в развитие спорта» «Балтика» наградила в 2012 году выдающуюся советскую легкоатлетку, метательницу диска, двукратную олимпийскую чемпионку Нину Аполлоновну Пономарёву (Ромашкову).



**Александр Жуков, Президент Олимпийского комитета России:**

«Спорт обладает уникальной особенностью – он объединяет людей. И в этом его сила. Мы очень рады, что у Олимпийского комитета России есть надежные партнеры, которые не просто увлечены спортом, но и готовы вкладывать свои силы и возможности в его развитие. Бизнес помогает нам в решении целого ряда задач, среди которых: популяризация олимпийского движения, реализация проектов по развитию массового спорта и, конечно, поддержка российских спортсменов. Одним из таких надежных партнеров является компания «Балтика». Мы очень ценим наше сотрудничество и надеемся, что оно будет успешным и долгосрочным».



**Ирина Дедюхина,**  
помощник вице-президента, волонтер Сочи-2014:

«В течение Олимпиады я работала на информационной стойке: отвечала на различные вопросы гостей, помогала ориентироваться на олимпийских объектах. Волонтер — лицо и улыбка Олимпиады, и я старалась сделать так, чтобы каждый гость уходил от меня в отличном настроении. Я чувствовала большую ответственность и гордость. Безгранично рада, что смогла стать частью такого невероятного события, как Олимпийские игры! Спасибо «Балтике» за подаренную возможность и коллегам за то, что подменили меня в течение этого времени!»

25 тысяч волонтеров стали своеобразными героями Олимпийских игр, оказав неоценимую помощь в проведении мероприятия на высоком уровне. Среди них оказались 12 сотрудников «Балтики». Наша компания развивает добровольчество, поэтому «Балтика» поддержала желание сотрудников стать волонтерами и оплатила поездку в Сочи.



**ПОДДЕРЖКА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ «СОЧИ 2014»**



Реализация «Экологической стратегии «Сочи 2014» означала интеграцию экологического аспекта в подготовку Игр 2014. Такой подход в работе очень близок нашей компании. При поддержке Оргкомитета «Сочи 2014» мы инициировали Всероссийскую экологическую акцию «Семь рек», направленную на продвижение культуры раздельного сбора отходов и сохранение уникальных экосистем рек.

С 2012 года в акции приняли участие 11 городов, порядка 2 000 волонтеров, раздельно собрано и отправлено на переработку 15 тонн отходов.

Оргкомитет «Сочи 2014» включил «Семь рек» в число лауреатов премии «Навстречу будущему!» в номинации «Лучший проект года по направлению «Гармония с природой», за вклад в устойчивое развитие в рамках подготовки XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в Сочи. Более подробная информация об итогах акции в 2014 году представлена далее в этом разделе.

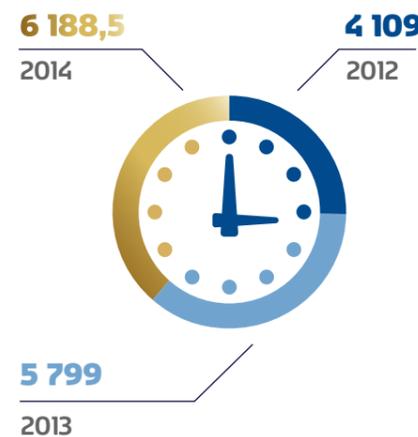
**РАЗВИТИЕ ВОЛОНТЕРСТВА**

Мы развиваем волонтерское движение и поощряем социальные инициативы сотрудников, которые желают своими силами внести положительные изменения в регионах проживания. Это вдохновляет и объединяет сотрудников.

В 2014 году наши коллеги из разных уголков России принимали участие в экологических акциях, мероприятиях по продвижению ответственного потребления — «Пивной дозор», «Трезвость за рулем» — и других полезных и добрых инициативах.



**Количество часов, затраченных сотрудниками компании на социальные активности**



**Количество сотрудников-участников волонтерских акций**



**«ЧАС ЗЕМЛИ»**



В 2014 году «Балтика» в шестой раз присоединилась к международной акции «Час Земли» Всемирного фонда дикой природы (WWF), цель которой — привлечь внимание к проблеме изменения климата. Для нас важно быть частью одной из крупнейших международных инициатив и внести свой вклад в продвижение идеи бережного отношения к окружающей среде.

29 марта наши заводы по всей стране от Санкт-Петербурга до Хабаровска отключили электричество, за исключением самых необходимых мощностей, обеспечивающих безопасность и непрерывность производственного процесса. К акции также присоединились сотни наших сотрудников, их друзья и родственники в разных регионах страны.



Волонтеры акции из Самары организовали экологический веломарафон: навели порядок на «зеленых стоянках» велосипедистов на одном из популярных маршрутов вдоль протока Волги и продемонстрировали принципы экологического туризма.

Итоги марафона «Семь рек» в 2014 году:

**10** городов участников

**>800** волонтеров

**~9 тонн** отходов, собранных отдельно и отправленных на переработку и повторное использование

Цель экологической акции «Семь рек» — развитие культуры раздельного сбора, переработки и повторного использования отходов, которые в конечном счете направлены на сокращение выбросов в атмосферу CO<sub>2</sub>, а также сохранение уникальной экосистемы рек России.

В 2014 году акция «Семь рек» стартовала 5 июня, Всемирный день окружающей среды. Отправной точкой экологического марафона стал Новосибирск, где волонтеры акции объединили усилия с участниками Международного экологического субботника, который проводился по инициативе Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. В течение всего лета и осени акции также прошли в Воронеже, Ярославле, Самаре, Красноярске, Хабаровске, Ростове-на-Дону, Челябинске, Отрадном. Очищены от отходов берега рек: Обь, Дон, Волга, Енисей, Амур, Миасс и Нева.

Финальное мероприятие сезона-2014 состоялось на берегу реки Упа в городе Тула, который впервые присоединился к акции в этом году.

Итоги экологического марафона, продлившегося почти пять месяцев, в цифрах: 10 городов-участников, более 800 волонтеров, почти 9 тонн отходов, собранных отдельно и отправленных на переработку и повторное использование.

В каждом городе участники акции стремились сделать экстра-шаг для сохранения природы. В Ярославле к сотрудникам «Балтики» присоединились игроки футбольного клуба «Шинник». Участники акции обустроили площадку для раздельного сбора мусора, установили скамейки и урны.

В Хабаровске, где акция прошла дважды в этом году, в августе к мероприятию присоединились



«ЗЕЛЕНАЯ» УПАКОВКА

игроки хоккейного клуба «Амур», а в сентябре «Семь рек» объединила сотрудников филиала «Балтики» и дальневосточного отделения РЖД.

В Отрадном акция прошла в поддержку старта проекта по раздельному сбору отходов в Ленинградской области. «Балтика» передала в дар городу специальные контейнеры для раздельного сбора отходов. Кроме того, чтобы жители и гости Отрадного могли наслаждаться чистым берегом Невы, компания установила скамейки, на которых под руководством профессионального художника участники акции изобразили красивые пейзажи, напоминающие отдыхающим не мусорить и заботиться о природе.

В Туле после уборки волонтеры из числа сотрудников тульского завода компании посадили живописную аллею, которая будет радовать нынешних горожан и будущие поколения туляков.

Мы активно интегрируем «зеленые» инициативы в области экологически рациональной упаковки в различные мероприятия. В Санкт-Петербурге в рамках фестиваля Greenfest, спонсором которого является бренд Tuborg, мы организовали EcoZone («зеленую» зону). Посетители могли обменять использованные бумажные стаканчики и алюминиевые банки на памятные браслеты с надписью Go Green. После фестиваля вся собранная в EcoZone упаковка была отправлена на переработку.

На фестивале «Простор» в Хабаровске, проходящем при поддержке бренда «ДВ», прошел «Эко Патруль». Участники акции обменивали пластиковые стаканы и бутылки на призы с символикой фестиваля. Всего было собрано около 100 кг упаковки, которая отправилась в переработку.

**9000**

бумажных стаканчиков, собранных в Greenfest EcoZone в Санкт-Петербурге, было отправлено на переработку



Кристина Климашевская, ведущий специалист по информационным технологиям, волонтер Greenfest:

«Работа волонтером на Greenfest — прекрасная возможность не только весело провести время с коллегами, но и помочь в деле защиты окружающей среды. Зачем раскидывать мусор, если можно принести банку, стакан в экозону, проявить заботу о природе и получить симпатичный браслет? Гости фестиваля очень позитивно реагировали на эту инициативу, с удовольствием участвовали в обмене».





# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ CARLSBERG GROUP

## ЮБИЛЕЙНЫЕ АЛЛЕИ

В 2014 году заводам «Балтики» в Ростове-на-Дону, Туле и Ярославле исполнилось 40 лет. Сотрудники решили отметить это событие по-особому и подарить городам памятные аллеи, которые будут радовать многие поколения жителей.

В Ростове-на-Дону наши коллеги в преддверии общегородского субботника приняли участие в благоустройстве Ботанического сада: привели в порядок один из участков и высадили саженцы черемухи, черешни и сакуры. Сотрудники ярославского филиала посадили каштановую аллею в парке культуры и отдыха «Юбилейный», а в Туле появилась дубовая аллея на берегу реки Тулицы.

## «ПАМЯТЬ СЕРДЦА»

День Победы — праздник, который никого не оставляет равнодушным, который близок и дорог каждой семье. В майские дни наши сотрудники решили отдать долг ветеранам и поблагодарить за Победу.

В разных городах наши волонтеры не только вручили ветеранам подарки, но и откликнулись на просьбы о помощи от пожилых людей: кому-то помыли окна в квартире, навели порядок в доме, купили продукты.



*Евгения Иванова,  
специалист по корпоративным коммуникациям,  
Санкт-Петербург:*

*«Мне выпала честь поздравить Азаренко Антонину Павловну — старшего лейтенанта медицинской службы. Ее призвали на фронт в 20 лет, а сейчас ей 93 года. Антонина Павловна с 1941-го по 1945 год принимала участие в обороне Ленинграда и области, работала фельдшером. Удивительно было слушать эту добрую пожилую женщину и представлять, что когда-то она под обстрелами спасала раненых и даже была ранена сама. Меня переполняли чувства гордости и благодарности ко всем нашим ветеранам».*

## В 2014 году Carlsberg Group продолжила работу по достижению стратегической цели — интегрировать КСО во все бизнес-функции и компании Группы.

Сотрудничество является краеугольным камнем нашего подхода к КСО. Мы развиваем партнерство, чтобы приносить положительные изменения совместными усилиями.

Наши обязательства выражены в виде приоритетных направлений работы, прогресс по которым мы измеряем через постановку краткосрочных и среднесрочных целей, а также ежегодных планов действий.

В 2014 году Carlsberg Group разработала новую модель устойчивого развития, которая отражает и объясняет наши приоритеты в области КСО, представленные тремя тематическими блоками.

В блоке «Ресурсы и Окружающая среда» наши действия ориентированы на решение проблем, связанных с нехваткой ресурсов и необходимостью сокращать воз-

действие нашей операционной деятельности на окружающую среду, заботясь об источниках, из которых мы черпаем сырье.

Положение и влияние нашей продукции в обществе, наша работа по продвижению ответственного потребления пива, которое может быть частью здорового образа жизни, находятся в центре внимания блока «Здоровье и Благополучие».

Третий блок — «Люди и Корпоративные политики» — фокусируется на том, что мы как глобальная компания являемся работодателем для людей из разных культур со своими нормами. Поэтому в Carlsberg мы внедряем универсальные стандарты работы, обеспечивающие безопасные условия труда, в которых люди могут развиваться, и заботимся о вкладе в развитие местных сообществ.



## РЕСУРСЫ И ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

Наши продукты зависят от природных ресурсов. Так как данные ресурсы ограничены, нам необходимо сокращать влияние на окружающую среду нашей операционной деятельности и продукции по всей цепочке поставок. Мы делаем это через внедрение принципа циркулярности, эффективное производство и поддержку здоровья экосистем.



## ЛЮДИ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОЛИТИКИ

Мы хотим обеспечивать безопасность рабочих мест, устанавливать стандарты работы в области персонала и прав человека, вести бизнес в соответствии с этическими нормами и взаимодействовать с местным сообществом.

## ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Мы хотим, чтобы наши продукты были частью сбалансированного образа жизни. Мы продвигаем умеренное потребление, предпринимаем меры по предотвращению вождения автомобиля в нетрезвом виде и потребления алкоголя несовершеннолетними, обеспечиваем ответственные маркетинговые коммуникации.

## ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ



Сотрудниками Carlsberg Group являются около 46 000 человек. При этом деятельность компании косвенно создает более 466 000 рабочих мест в смежных областях, таких как сельское хозяйство, сфера услуг.

В отчетном году налоговые перечисления Carlsberg Group составили 42 млрд датских крон, общий вклад в государственные бюджеты — 108,8 млрд датских крон. Добавленная стоимость, которую генерирует производство и потребление продукции Группы, составила 81,1 млрд датских крон.



# 46 000

количество сотрудников Carlsberg Group

## РЕСУРСЫ И ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

Carlsberg Group стремится оптимизировать потребление ресурсов в операционной деятельности и ведет проактивную работу, чтобы сократить воздействие на окружающую среду и внести вклад в обеспечение устойчивого будущего.

## ЭКОЛОГИЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

В 2014 году Carlsberg Group представила новую глобальную стратегию по ресурсоэффективности, чтобы улучшить нашу работу на всех заводах в течение трех лет. Ключевые элементы этой стратегии: разработка индивидуального подхода для каждой пивоварни; внедрение глобальных процессов для производственных площадок, которые оказывают наибольшее воздействие; разработка новых технологий через исследования и партнерства.

В целом в 2014 году экологическая эффективность Группы снизилась в связи с появлением новых производственных площадок в Китае и Индии (водопотребление +2%; энергопотребление +5%; выбросы CO<sub>2</sub> +10%). В то же время по сравнению с сопоставимыми данными 2013 года экологическая эффективность продолжает улучшаться (водопотребление -5%; энергопотребление -2,3%; выбросы CO<sub>2</sub> -2,5%). Группа работает по плану для достижения целей, выставленных до 2017 года. Carlsberg Group повторно использовала в производстве более 6,4 миллиардов оборотных бутылок.

## ЦЕЛИ 2017

5-10% — сокращение удельных показателей по выбросам CO<sub>2</sub>, потреблению воды и энергии;

17 партнеров в сообществе Carlsberg Circular Community;

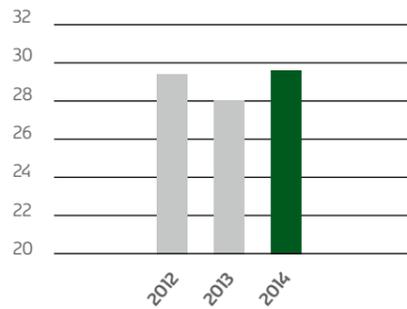
3 продукта сертифицированы на соответствие Cradle-to-Cradle®;

Улучшить уровень возврата оборотной бутылки на рынках, где показатель является частью стратегии по работе с упаковкой;

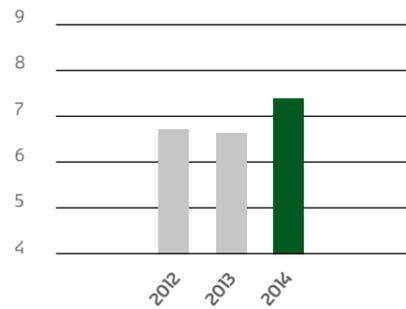
Ежегодные кампании по экологически рациональной упаковке, ориентированные на потребителей.



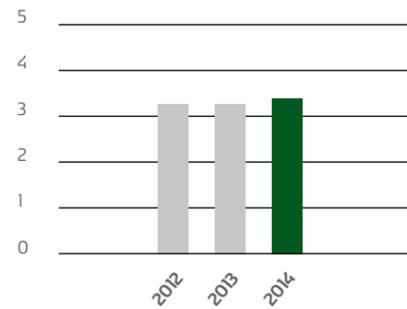
Удельное потребление энергии на производстве (кВт/гЛ)



Удельные выбросы CO2 на производстве (кг CO2/гЛ)



Удельное потребление воды на производстве (гЛ/гЛ)



## СООБЩЕСТВО CARLSBERG CIRCULAR COMMUNITY

Отходов не должно быть. Ресурсы и продукты должны рассматриваться и использоваться как высококачественный материал, оптимизированный для повторного использования и переработки. Новое циркулярное мышление является императивом для обеспечения устойчивого роста нашего бизнеса и общества в целом.



Сообщество Carlsberg Circular Community продолжает развитие благодаря совместной работе Группы с шестью партнерами-учредителями, которая основана на сотрудничестве и применении концепции Cradle-to-Cradle®

(C2C) в разработке упаковки оптимальной для экономики замкнутых циклов (циркулярной экономики). В 2014 году компания Carlsberg получила сертификаты соответствия Cradle to Cradle® (C2C) на алюминиевые банки для

брендов Carlsberg и Somersby в Великобритании. Было проведено 45 кампаний, направленных на потребителей, в целях повышения осведомленности о переработке.

6

партнеров присоединились к Carlsberg Circular Community

15

заводов используют биогаз, выработанный на очистных сооружениях

45

компаний, направленных на потребителей, проведено в сфере экологически рациональной упаковки

## ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

### ЦЕЛИ 2017

Все печатные рекламные материалы больше формата А4, интернет и телевизионные коммуникации должны содержать надпись об ответственном потреблении;

Все компании Группы должны внедрить как минимум одну программу по ответственному потреблению;

Вся упаковка должна содержать предупредительную надпись о вреде чрезмерного потребления;

Опубликовать специальное руководство для розничной торговли;

100% компаний Группы должны внедрить процедуру для обеспечения соответствия Политике по маркетинговым коммуникациям;

100% компаний Группы должны включить положения Политики по маркетинговым коммуникациям в договора с агентствами;

100% релевантных сотрудников должны пройти обучение Политике по маркетинговым коммуникациям.

Потребление пива в умеренном количестве и подходящей обстановке может быть частью здорового и сбалансированного образа жизни. Однако безответственное потребление может принести вред человеку и обществу. Наши глобальные обязательства служат руководством для действий на локальном уровне по продвижению ответственного потребления.

### УМЕРЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Наша цель — быть частью решения проблем, связанных со злоупотреблением алкоголем. Мы осознаем риски, которые влечет чрезмерное потребление пива, и предпринимаем меры на локальном и глобальном уровнях, а также в рамках отраслевых организаций.

### ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ И ВОЖДЕНИЯ В НЕТРЕЗВОМ СОСТОЯНИИ

На протяжении ряда лет Группа реализует программы, направленные на предотвращение потребления алкоголя несовершеннолетними.

В 2014 году был разработан проект руководства для розничной торговли в рамках Международного альянса по ответственному потреблению.

62%

компаний Группы реализовали проекты по продвижению ответственного потребления

56%

компаний Группы используют надписи об ответственном потреблении в маркетинговых коммуникациях (ТВ, печатные материалы, интернет)

115

компаний по продвижению ответственного потребления проведено компаниями Группы в 2014 году

67%

нашей продукции естественного брожения содержит надпись о вреде чрезмерного потребления



## ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Правильный подход к рекламе пива крайне необходим для сокращения злоупотребления алкоголем. Устанавливая стандарты и подписывая обязательства в области маркетинговых коммуникаций, мы стремимся внести вклад в создание норм ответственного потребления.

В 2014 году была проверена исполнительская деятельность на глобальном уровне и предприняты меры по устранению случаев несоответствия Политике по маркетинговым коммуникациям; были представлены специальные процедуры для всех рынков.

На уровне Группы внедрено соглашение о включении положений Политики по маркетинговым коммуникациям в договора с агентствами.



# 56%

компаний Группы обеспечивают наличие информации об ответственном потреблении на всех печатных маркетинговых материалах

# 90%

компаний Группы внедрили процедуры для соблюдения Политики по маркетинговым коммуникациям

## ЛЮДИ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОЛИТИКИ



Мы стремимся развивать и вовлекать наших сотрудников, вносить положительный вклад в жизнь местных сообществ в регионах нашего присутствия.

### ЦЕЛИ 2017

Увеличить гендерное разнообразие и представленность женщин на руководящих позициях;

Сократить число несчастных случаев на производстве и в логистике на 40%;

Обеспечить проведение раз в два года тренингов по Политике деловой этики для всех сотрудников;

В общей сложности 100 000 часов ежегодно сотрудники компаний Группы будут задействованы в волонтерских активностях.

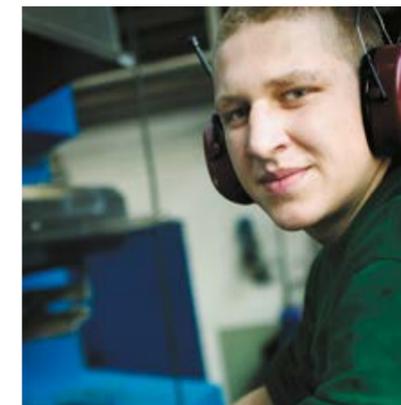
## ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ

Обеспечение безопасных условий труда вне зависимости от того, где работает сотрудник, является приоритетом для Carlsberg Group. Определяя стандарты, внедряя эффективную систему и фокусируясь на ответственном поведении, по всей Группе мы создаем культуру безопасности, где нормой является ноль несчастных случаев.

В 2014 году была внедрена новая стратегия на три года, разработан и внедрен стандарт транспортно-го движения, цель которого со-

кратить риски несчастных случаев на складах и в ходе автоперевозок. Помимо этого, в отчетном периоде была запущена программа SHAPE (Safety and Health Assessment Program Excellence), которая помогает нашим заводам планировать активности для постоянных улучшений, расширять осведомленность, вовлекать менеджмент и рядовых сотрудников в мероприятия по охране труда и безопасности.

Хотя в 2014 году мы не достигли намеченных целей безопасности на производстве и в логистике, в рамках Группы мы добились



снижения коэффициента несчастных случаев с временной потерей трудоспособности на 9,9%. За последние три года этот показатель сократился на 42%.

## ПЕРСОНАЛ И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

Ведение бизнеса в соответствии с международными стандартами, уважение сотрудников и обеспечение рабочей среды, в которой сотрудники могут реализовать свой потенциал, являются ключевыми факторами успеха компании.

В течение 2014 года Carlsberg Group начала пересмотр Политики по персоналу и правам человека на соответствие глобальным принципам ООН, чтобы получить более широкое представление о том, где наша деятельность затрагивает права человека.

Группа определила, что в то время, как наша Политика по персоналу и правам человека раскрывает данные принципы, нам необходимо применить более широкий подход, охватывающий несколько направлений корпоративной социальной ответственности Carlsberg Group. В 2015 году наша работа будет посвящена определению данного подхода.

В 2014 году был разработан обучающий модуль, чтобы лучше познакомить менеджеров с положениями Политики по персоналу и правам человека. К настоящему времени модуль был представлен в двух странах, работа по его внедрению продолжится в 2015 году.



В течение 2014 года была представлена модель лидерских компетенций, в которой обозначены способности, знания, отношение, необходимые для реализации нашей бизнес-стратегии.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА «МОЙ ГОЛОС»

# 79%

Индекс вовлеченности сотрудников 2014

# 78%

Индекс вовлеченности сотрудников 2013

# 90%

Участие сотрудников в опросе 2014

# 88%

Участие сотрудников в опросе 2013



## ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

Мы работаем на различных рынках по всему миру и привержены тому, чтобы развивать бизнес ответственно, применяя честные и прозрачные деловые практики.

В 2014 году Группа запустила информационную кампанию в целях повысить осведомлен-

ность и понимание сотрудников обновленной Политики деловой этики, уделяя особое внимание неприемлемости осуществления платежей для продвижения.

Мы запустили программу очного обучения для топ-менеджеров, работающих на рынках с высокими рисками в сфере деловой этики, чтобы увеличить личную

ответственность за соблюдение принципов деловой этики.

Обучение сотрудников Политике остается ключевым приоритетом. В отчетном году мы продолжили внедрение электронного курса обучения в компаниях Группы. В фокусе также было обновление инструментов проверки контрагентов.

## ОТВЕТСТВЕННЫЕ ПОСТАВКИ



Мы хотим быть уверенными, что наши поставщики работают по тем же стандартам, которыми руководствуются компании Carlsberg Group.

Группа стремится добиться этого через соблюдение корпоративной политики, сотрудничество и фокусирование на областях с высокими рисками и степенью влияния.

В течение 2014 года Carlsberg Group продолжила привлекать партнеров к инициативе «Ответственный поставщик», в то же время уделяя особое внимание аудитам поставщиков в регионе Азия.

Мы привлекли 53 поставщика, которые присоединились к Sedex. В результате в системе зарегистрировано 65 поставщиков и 113 их сайтов.

В отчетном году мы оказали поддержку поставщикам в устранении несоответствий, которые были выявлены в ходе аудитов в 2013 году. Мы также провели более ста качественных аудитов, включающих пункты по корпоративной социальной ответственности.

В Carlsberg мы стремимся обеспечить положительное влияние нашего бизнеса на местные сообщества в регионах нашего присутствия, и у нас есть опыт, накопленный за 170 лет существования компании.



## УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Основатель Carlsberg, Я.К. Якобсен, делился своими знаниями и оказывал поддержку обществу. Сегодня заложенные им традиции продолжает Фонд Carlsberg.

Ключевым направлением работы по взаимодействию с местным

сообществом является развитие волонтерства среди наших сотрудников. В 2014 году 17 648 часов уделили наши сотрудники участию в волонтерских акциях.

Будем рады получить обратную связь о данном отчете и ответить на Ваши вопросы.

Департамент по корпоративным коммуникациям  
ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group  
pr@baltika.ru



Электронная версия отчета об устойчивом развитии  
ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group,  
за 2014 г.



Электронная версия отчета о корпоративной социальной  
ответственности Carlsberg Group за 2014 г.

# 17 648

часов уделили наши  
сотрудники участию  
в волонтерских акциях  
в 2014 году