

2013

РАСТИ ОТВЕТСТВЕННО  
ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ  
ПИВОВАРЕННОЙ КОМПАНИИ «БАЛТИКА»

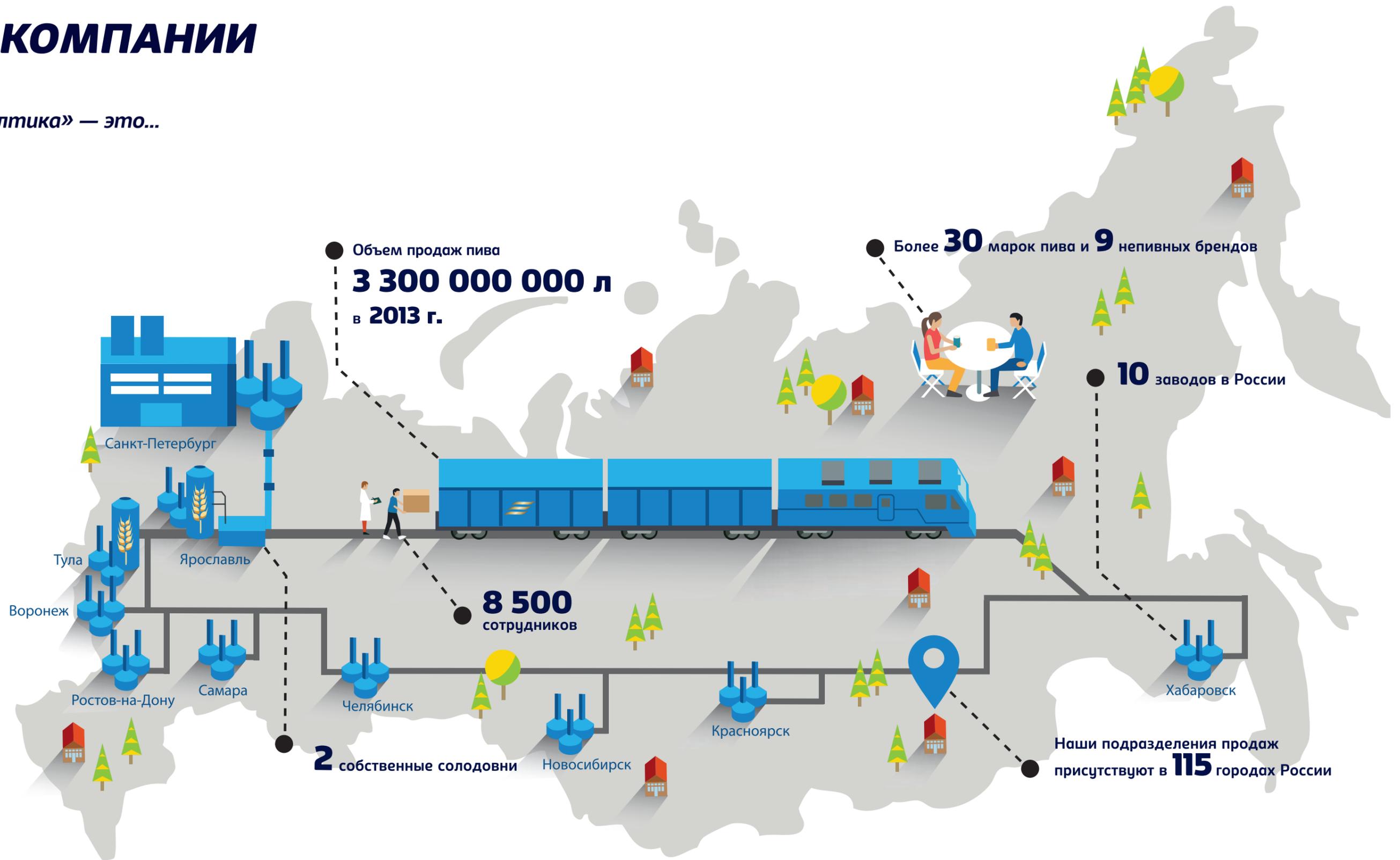


## СОДЕРЖАНИЕ

О компании	3
Ключевые события	5
Обращение президента компании Исаака Шенса	7
Цель и стратегия	9
Корпоративная социальная ответственность «Балтики»	11
Рынок пива в России	13
Позиции компании в России	16
Международный рынок пива	17
Позиции «Балтики» в мире	17
Вклад «Балтики» в экономику	18
Качество бескомпромиссно	21
Агропроект	25
Ответственное потребление	29
Окружающая среда	33
Охрана труда и безопасность	41
Персонал и права человека	43
Деловая этика	49
Участие в жизни общества	52
Корпоративная социальная ответственность Carlsberg Group	57

# О КОМПАНИИ

«Балтика» — это...



Крупнейший бизнес Carlsberg Group — четвертой по величине пивоваренной компании в мире



Компания **№1** на российском рынке пива



**24**-летняя история успеха



Более **600** наград профессиональных и потребительских конкурсов

# КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ

## ЯНВАРЬ



Открылась выставка IV международного конкурса портретов PORTRAIT NOW! — премии имени пивовара Я. К. Якобсена. Конкурс проходил при поддержке «Балтики», благодаря которой российские авторы впервые смогли представить свои работы на конкурс.

## ФЕВРАЛЬ



Филиал «Балтика-Самара» отметил десятилетний юбилей со дня открытия. В ходе празднования этой даты было подписано соглашение о социально-экономическом сотрудничестве между «Балтикой» и правительством Самарской области. Компания будет принимать участие в реализации региональных агропромышленных проектов, развитии программы «Экология и энергосбережение», сборе оборотной бутылки на территории Самарской области, реализации социальных программ в регионе.

## МАРТ



«Балтика 8» стала обладателем бронзовой награды International Brewing Awards 2013, одного из самых авторитетных конкурсов пивоварения. Этот сорт «Балтики» победил в категории «Пшеничное пиво». Конкурс ежегодно проводится в Великобритании с 1886 года и считается аналогом премии «Оскар» в области пивоварения.

## ИЮЛЬ



«Балтика» и правительство Ростовской области подписали соглашение о сотрудничестве. Соглашение предусматривает возможность создания на Дону сельскохозяйственного кластера по производству сырья для нужд компании, в частности, пивоваренного ячменя.

## АВГУСТ



Сорта «Балтики» удостоены сразу семи наград конкурса International Beer Challenge. Золотые медали конкурса были присуждены сортам «Балтика 8 Пшеничное» и «Ярпиво. Два Хмеля», получившим высшие оценки на конкурсе в своих категориях. Еще пять сортов компании, в числе которых «Балтика 6 Портер», «Балтика 4 Оригинальное», Old Bobby, Zatecky Gus Cerny и «Юбилейный Pale Ale», получили бронзовые награды International Beer Challenge.

## СЕНТЯБРЬ



«Балтика», Организация Объединенных Наций (UNIDO) и Министр экологии Дании подписали Декларацию о намерениях в поддержку ресурсосбережения, экологически чистого производства и рационального управления природными ресурсами.

## АПРЕЛЬ



Хабаровский завод «Балтики» отметил свое десятилетие. В честь юбилея в филиале компании открылся Музей истории пивоварения Дальнего Востока.

## МАЙ



Исаак Шепс, президент «Балтики», награжден Дипломом Датской Ассоциации Экспортеров и Медалью почета Его Королевского Высочества Принца Хенрика за выдающиеся достижения в продвижении и реализации датской продукции на российском рынке, а также за крупные инвестиции датского бизнеса в Россию.

## ИЮНЬ



«Балтика» стала Международным партнером Петербургского международного экономического форума, во время которого компания подписала соглашения о сотрудничестве с правительством Ярославской области и Санкт-Петербургом.

## ОКТАБРЬ



Бренд «Балтика» стал первым среди FMCG брендов и единственным пивным брендом, вошедшим в десятку рейтинга «Самые ценные российские бренды» за 2013 год.

## НОЯБРЬ



«Балтика» — единственная компания FMCG-сектора СНГ, вошедшая в ТОП-50 лидеров Содружества по уровню производительности труда. Рейтинг «50 лидеров крупного бизнеса СНГ по уровню производительности труда» был составлен РА «Эксперт».

## ДЕКАБРЬ



Выбран лучший бармен России в рамках всероссийского турнира Baltika Barman's Cup, организованного «Балтикой», официальным поставщиком XXII зимних Олимпийских игр в категории «Пиво». Победителем турнира стала Лиана Чихладзе из Москвы.

# ОБРАЩЕНИЕ ПРЕЗИДЕНТА КОМПАНИИ ИСААКА ШЕПСА

“Для «Балтики» устойчивый успех (быть №1 сегодня и навсегда) — результат способности нашей компании достигать целей в долгосрочной перспективе, в должной степени учитывая запросы и ожидания различных заинтересованных сторон: клиентов, инвесторов/акционеров, сотрудников, поставщиков, партнеров и общества”.

*Исаак Шепс, президент пивоваренной компании «Балтика», старший вице-президент Carlsberg Group по Восточной Европе*



Дорогие друзья!

Я рад предложить вашему вниманию первый отчет об устойчивом развитии «Балтики», в котором представлен обзор нашей работы в области корпоративной социальной ответственности (КСО) за 2013 год.

Для нас КСО — один из ключевых факторов устойчивого роста компании. Мы хотим быть не только частью местных сообществ в регионах нашего присутствия, но также вносить вклад в их развитие, отвечая на запросы и ожидания. Поэтому КСО полностью интегрирована в бизнес-стратегию «Балтики» и Carlsberg Group.

В последнее время у нас появилось много новых инициатив в этой сфере, по ряду направлений мы продвинулись довольно значительно.

Хочу отметить, что отчетный год был непростым для пивоваренной отрасли. Несмотря на падение рынка пива, вызванное жестким регулированием отрасли и неблагоприятными экономическими условиями, «Балтика», благодаря эффективной работе и целенаправленным усилиям, смогла достойно справиться с поставленными задачами и увеличить долю рынка, сохранить все 10 заводов.

## ФОКУС НА КАЧЕСТВЕ

«Балтика» ставит качество во главу угла. В отчетном году мы первыми в отрасли разработали и внедрили интегрированную систему менеджмента, которая охватывает Систему менеджмента качества, Систему экологического менеджмента, Систему менеджмента безопасности труда и охраны здоровья, Систему менеджмента безопасности пищевых продуктов и соответствует требованиям ряда международных стандартов в данных направлениях.

## ИНТЕГРАЦИЯ КСО ПО ВСЕЙ ЦЕПОЧКЕ ПРИРАЩЕНИЯ СТОИМОСТИ

В 2013 году мы создали стратегию в области охраны окружающей среды — «Эко-компания №1», которая объединила собой все инициативы «Балтики» в данной сфере, как сокращение потребления энергии, воды, уменьшение выбросов CO<sub>2</sub>. В число ключевых приоритетов мы включили направление «Экологически рациональная упаковка».

Один из экологических проектов, запущенных «Балтикой» в прошлом году, связан с управлением отходами и называется «Принеси пользу своему городу». Его цель — определить оптимальную для России систему раздельного сбора отходов и сократить воздействие

на окружающую среду. Мы реализуем проект в 11 городах страны совместно с нашими партнерами — операторами по сбору стеклотары при поддержке местных властей.

Другим ключевым приоритетом в области КСО для нас остается продвижение ответственного потребления пива. Традиционно в разных городах России наши сотрудники провели акции «Пивной дозор» по предупреждению продажи пива несовершеннолетним, «Трезвость за рулем», призванную напомнить водителям о недопустимости вождения автомобиля в нетрезвом состоянии.

## ПАРТНЕРСТВО

Мы уверены, что добиться наилучших результатов можно совместными усилиями бизнеса, общества и государства. Компания активно

развивает партнерство с различными заинтересованными сторонами.

«Балтика» и Carlsberg Group подписали меморандум о взаимопонимании с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO). В течение пяти лет мы совместно реализуем в нашей стране ряд крупных проектов в области защиты окружающей среды на общую сумму 1 млрд рублей.

В минувшем году мы также заключили соглашения с правительствами нескольких регионов России в области экономического, социального и экологического сотрудничества.

Для нас важно быть ответственным партнером для общества. Мы открыты для диалога и будем рады получить обратную связь, чтобы улучшить нашу работу.

*Исаак Шепс*

# ЦЕЛЬ И СТРАТЕГИЯ

Чтобы «Балтика» могла эффективно работать на рынке, обеспечивая устойчивые условия для роста бизнеса и развития общества, компания разработала стратегию на 2013–2015 гг. Стратегия «Балтики» связана со стратегией Carlsberg Group, поскольку компания — это значительная часть Группы и наши векторы развития совпадают. При этом в стратегии учтены особенности работы на локальном рынке.

## В ЦЕНТРЕ КОЛЕСА — ДОЛГОСРОЧНАЯ ЦЕЛЬ «БАЛТИКИ»



## БЫТЬ №1 — ЭТО НЕ ТОЛЬКО НАША ПОЗИЦИЯ, НО И БОЛЬШАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

### ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО МЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ:

- Первым выбором для потребителей;
- Лучшим партнером для клиентов;
- Наиболее привлекательным работодателем для сотрудников;
- Прибыльным бизнесом для акционеров;
- Самым предпочтительным заказчиком для поставщиков;
- Самым ответственным пивоваром для общества.

### МЫ ПРЕДСТАВЛЯЕМ НАШУ СТРАТЕГИЮ В ВИДЕ КОЛЕСА, КОТОРОЕ ВКЛЮЧАЕТ ПЯТЬ ЭЛЕМЕНТОВ — ГЛАВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАБОТЫ:

- Люди;
- Потребители и инновации;
- Клиенты;
- Эффективность;
- Общество и репутация.

### МЫ РАБОТАЕМ:

- Фокусируясь на пиве как основе нашего бизнеса;
- Используя возможности других категорий для поддержки пивного бизнеса.

### ОСНОВОЙ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ЯВЛЯЮТСЯ ПРИНЦИПЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ, КОТОРЫЕ СЛУЖАТ ОРИЕНТИРОМ В ПОВСЕДНЕВНОЙ РАБОТЕ:

- Мы учитываем нужды наших клиентов и потребителей, принимая каждое решение;
- Вместе мы сильнее;
- Каждый может внести свой вклад;
- Мы хотим побеждать;
- Мы заботимся об обществе.



Мы хотим побеждать



Каждый может внести свой вклад



Вместе мы сильнее



Мы заботимся об обществе



Мы учитываем нужды наших клиентов и потребителей, принимая каждое решение

# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ «БАЛТИКИ»

«Мы заботимся об обществе» — один из основополагающих принципов работы «Балтики». Именно поэтому корпоративная социальная ответственность (КСО) является неотъемлемой частью стратегии нашей компании.

«Быть №1 сегодня и навсегда» означает не только первенство по финансовым показателям. В нашем понимании лидерство неразрывно связано с большой ответственностью. Принимая любое решение, мы всегда думаем о влиянии, которое наши действия окажут на окружающую среду и жизнь людей.

Наша цель — быть социально ответственной компанией №1 среди пивоваров России. Мы стремимся интегрировать корпоративную социальную ответственность во все сферы бизнеса, по всей цепочке приращения стоимости. Подтверждением этого могут служить проекты по сбережению энергоресурсов на производстве, сбору оборотной бутылки, предотвращению потребления пива несовершеннолетними.

## Интеграция корпоративной социальной ответственности во все сферы бизнеса



«Балтика» выделила несколько приоритетных направлений КСО, которым уделяется повышенное внимание. Среди них защита окружающей среды, в частности, выбросы парниковых газов, экономия воды и энергии, переработка и повторное использование упаковки. «Балтика» стремится быть экологически ответственной компанией №1 среди пивоваров России (сокращенно — Эко-компанией №1).

«Балтика» также хочет быть партнером №1 для общества. Ключевые инициативы компании в этом направлении: продвижение ответственного потребления пива, «ответственный работодатель» (создание рабочих мест и благоприятных условий труда для наших сотрудников), поддержка спорта.

На «Балтике» приняты и действуют шесть политик в области КСО: «Экологическая политика», «Персонал и права человека», «Обеспечение охраны труда», «Деловая этика», «Маркетинговые коммуникации», «Взаимодействие с местным сообществом». За каждую из политик отвечает сотрудник, который координирует ее внедрение, отслеживает выполнение положений и достижение целей политики.

Ежегодно «Балтика» оценивает прогресс по показателям, установленным для каждого из направлений КСО. На основе этих отчетов компания определяет области для дальнейшего улучшения и формулирует новые цели.

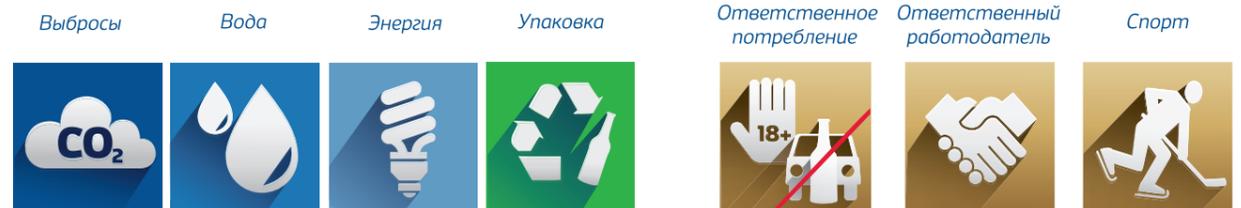
## ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ «БАЛТИКИ» В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ



Быть социально ответственной компанией №1 среди пивоваров России

Эко-компания №1

№1 партнер для общества



Такой комплексный подход к КСО позволяет «Балтике» не только поддерживать репутацию лидера и управлять рисками.

КСО становится стратегическим драйвером, открывающим возможности для роста бизнеса и создания общих ценностей компании и общества.

# РЫНОК ПИВА В РОССИИ

В течение многих лет российский рынок пива демонстрировал устойчивые темпы роста. Однако ежегодное увеличение акцизов и ужесточение государственного регулирования привели к тому, что в последние шесть лет он стабильно сокращается. В 2013 году его объемы снизились на 7,7%.

К числу основных факторов, повлиявших на динамику рынка, следует отнести запрет на продажу алкоголя в нестационарных точках продаж (в киосках и павильонах), а также в ночное время. Эти ограничения вступили в силу еще в 2012 году, однако в полной мере последствия изменений в законодательстве отразились на пивном рынке год спустя.

Кроме того, на динамике потребления пива сказывается демографический фактор — снижение численности населения в возрастной группе от 18 до 55 лет. Переключение потребителей на другие категории напитков, в том числе крепкие, также оказало заметное влияние на динамику рынка. Такое положение в отрасли не могло не отразиться на деятельности

ведущих участников рынка. Так, в 2013 году были закрыты три завода крупных пивоваренных компаний.

Несмотря на сложную ситуацию на рынке, «Балтика» сумела сохранить все 10 заводов.

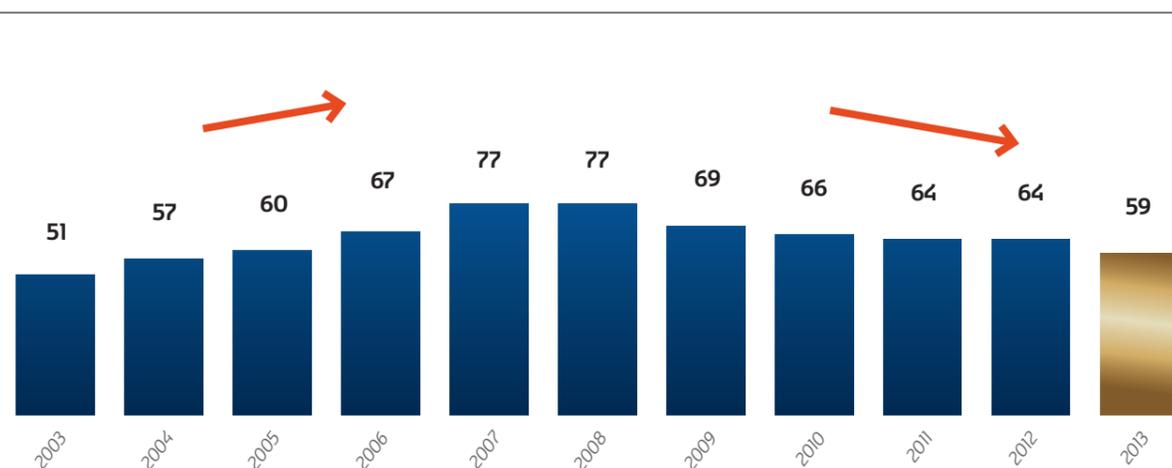
По оценкам «Балтики», в 2013 году объем рынка пива в России составил 83,4 млн гл, что на 7,7% меньше, чем в 2012 году.

## Динамика рынка пива в России, 2005–2013 годы

Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Российский рынок пива, млн гл	86,3	94,9	109,7	109,3	98	93,9	90,8	90,4	83,4
Изменение к предыдущему году, %	6%	10%	16%	-0,4%	-10%	-4%	-3%	-0,4%	-7,7%

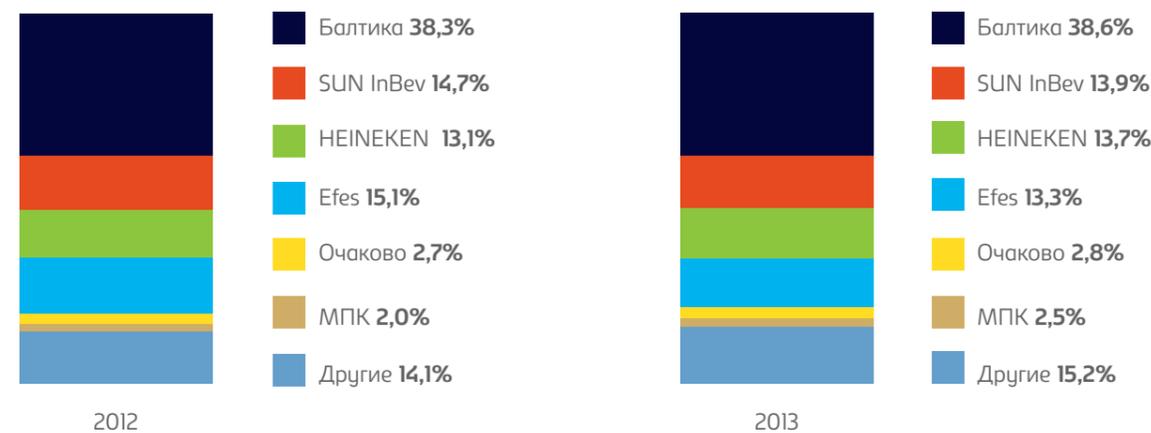
Источник: внутренние оценки компании

## Потребление пива на душу населения в России



## Доли ведущих производителей на российском рынке пива, %

В настоящее время на российском рынке представлены все крупнейшие мировые пивоваренные группы: AB InBev, SABMiller, HEINEKEN, Carlsberg Group, Efes.

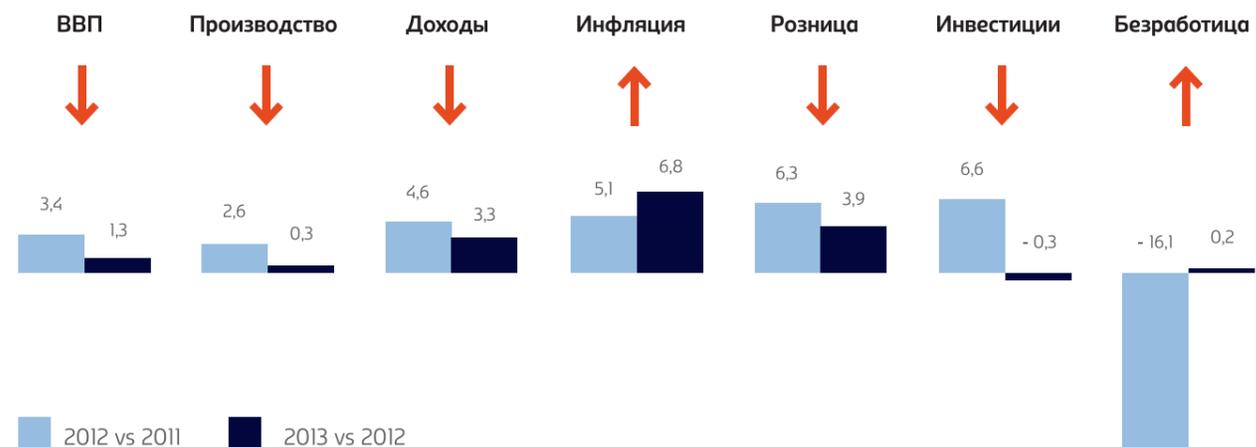


Источник: ЗАО «Эй Си Нильсен», городская и сельская Россия

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ В 2013 ГОДУ

Макроэкономические показатели в Российской Федерации в 2013 году по отношению к 2012 году демонстрировали динамику значительно ниже ожиданий: Россия показала самый медленный рост экономики среди стран БРИКС.

## Динамика макроэкономических показателей



Источник: Росстат/МЭП

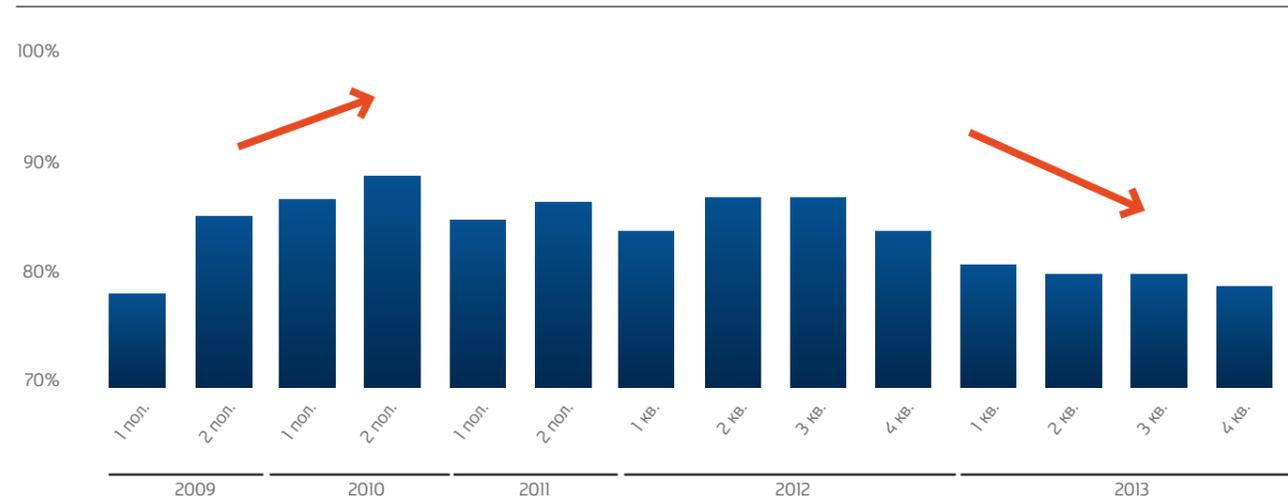
Общая экономическая ситуация оказала негативное влияние на поведение потребителей. Индекс потребительской уверенности в четвертом квартале достиг наименьшего уровня с 2009 года. Потребители сокращали расходы на крупные и долгосрочные покупки,

а также экономили на продуктах ежедневного спроса. Позитивную динамику демонстрировали только сбережения.

Тем не менее, в потребительском поведении было отмечено увеличение спроса на пиво более высокого качества либо особой рецептуры.

Кроме того, место производства и история конкретного продукта становятся более важными для покупателя. Это проявляется в росте популярности более дорогих брендов, локальных, так называемых «ностальгических», сортов и разливного пива.

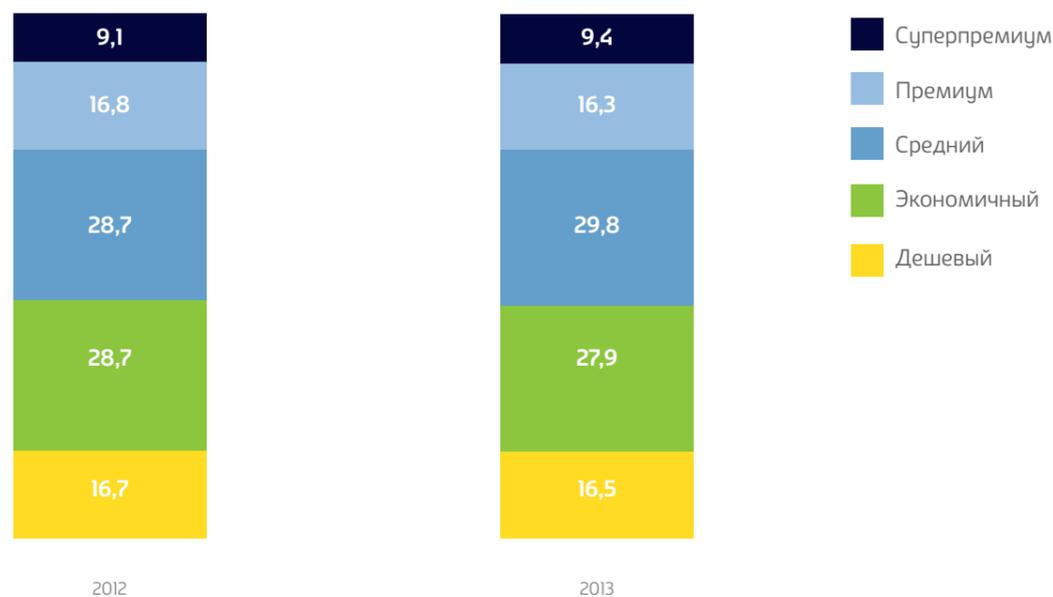
Индекс потребительской уверенности в России, 2009–2013 годы



Источник: Росстат, ЗАО «Эй Си Нильсен»

В 2013 году на российском рынке наблюдалась тенденция сокращения премиального сегмента и рост среднеценового.

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



Источник: ЗАО «Эй Си Нильсен», городская и сельская Россия

## ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ В РОССИИ

Пивоваренная компания «Балтика» — бесспорный лидер рынка. В 2013 году «Балтика» улучшила свои позиции на рынке России, оставаясь крупнейшим игроком. Согласно данным ЗАО «Эй Си Нильсен», доля компании в 2013 году составила 38,6%, что вдвое больше доли ближайших конкурентов.

Первичные отгрузки пива компании сократились в минувшем году на 6,8%. Это падение объясняется теми же факторами, которые оказали влияние на рынок пива в целом.

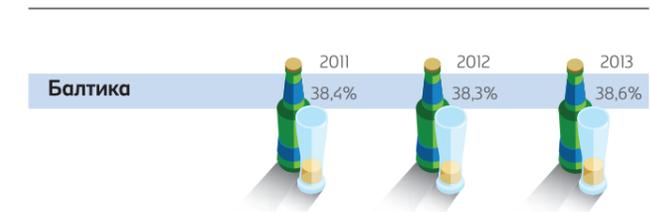
Объем продаж «Балтики» в рынок (т. е. продажи дистрибьюторов в торговые точки) по России в 2013 году составил 33 млн гл, в том числе 31,7 млн гл пива.

В непивной категории продажи сократились на 4%. При этом продажи в рынок энергетического напитка Flash Up, занимающего второе место на рынке энергетических напитков с долей 24%, выросли на 2,5%.

Также можно отметить хороший темп роста продаж воды «Живой ручей» — он достиг 27% по сравнению с прошлым

годом. Тем не менее, доля «Балтики» в этой категории пока невелика (0,5%).

Динамика доли компании на российском рынке



Источник: ЗАО «Эй Си Нильсен», городская и сельская Россия

## ПОРТФЕЛЬ БРЕНДОВ КОМПАНИИ «БАЛТИКА»



# МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ПИВА

Россия занимает пятое место в мире по объему пивного рынка. В 2013 году потребление пива в стране на душу населения составило 59 литров.

Потребление на душу населения 2013 год (прогноз), л

Чехия	144,1
Германия	105,4
Ирландия	102,8
Эстония	101,5
Польша	101,0
Австрия	99,1
Словения	89,9
Румыния	88,5
Литва	88,3
Бельгия	84,9
Россия	59

Объем рынка 2013 год (прогноз), млн гл

Китай	525,7
США	238,5
Бразилия	138,7
Германия	86,3
Россия	83
Мексика	70,7
Япония	61,5
Великобритания	43,7
Польша	38,6
Южная Африка	37,1

Источник: Euromonitor, оценки компании. Top-10 + Россия

Источник: Euromonitor, оценки компании. Top-10 + Россия

# ПОЗИЦИИ «БАЛТИКИ» В МИРЕ

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

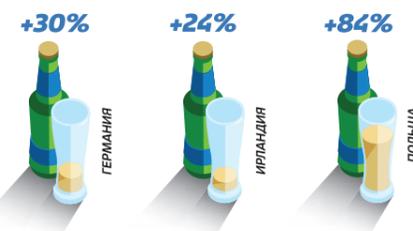


Ключевым брендом в экспортном портфеле компании является «Балтика». Кроме того, бренды компании производятся по лицензии в Азербайджане, Германии, Казахстане и Украине.

В 2013 году объем продаж брендов компании за рубежом составил 2,9 млн гл или 7,9% от общего объема продаж брендов компании. «Балтика» продолжила расширять географию продаж. В прошлом году компания приступила к экспорту пива в Таиланд, а также возобновила поставки в Болгарию и Панаму.

«Балтика» — единственная компания среди российских производителей пивной отрасли, получившая сертификат «Халаль». Наличие этого сертификата позволило усилить позиции безалкогольного портфеля компании на растущих рынках Ближнего Востока.

КОМПАНИИ УДАЛОСЬ ДОБИТЬСЯ ДВУЗНАЧНОГО РОСТА ПРОДАЖ НА СТАГНИРУЮЩИХ РЫНКАХ ЕВРОПЫ:



Наиболее удачным этот год стал для рынков Латинской Америки. Объем продаж пивных брендов компании увеличился во всех странах региона. Особенно заметным этот рост был в Чили (+35%).

# ВКЛАД «БАЛТИКИ» В ЭКОНОМИКУ

«Балтика» — одна из самых крупных компаний в России в сфере производства товаров народного потребления. Работа компании оказывает положительный эффект на экономику регионов нашего присутствия.

Являясь частью Carlsberg Group, «Балтика» привлекает инвестиции в Россию. Группа инвестировала в нашу страну более 13 млрд долларов США с 1990-х гг.

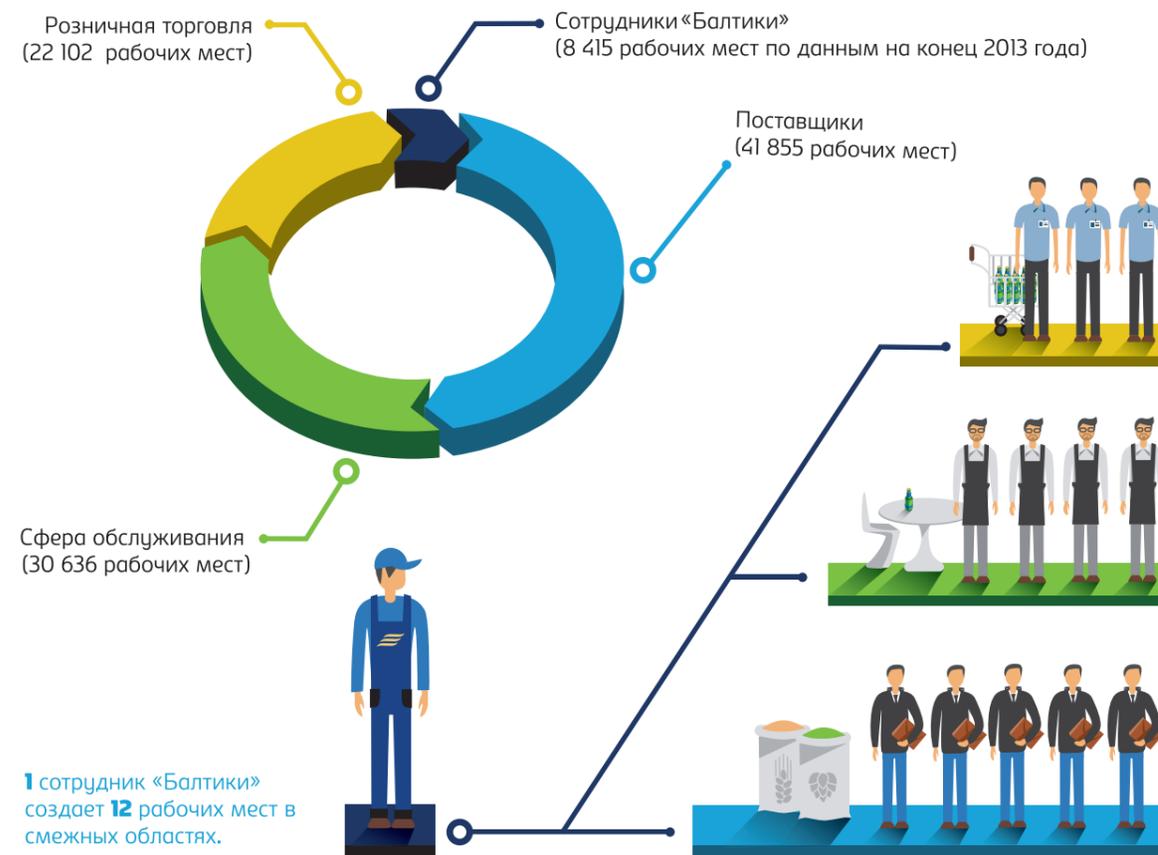
## ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

Обладая 10 заводами по всей стране и широкой сетью офисов продаж, «Балтика» предоставляет жителям регионов России около 8 500 рабочих мест в разных сферах деятельности — производство, логистика, маркетинг, продажи и административные функции. В 2013 году затраты на сотрудников составили более

8 млрд руб. (включая фонд оплаты труда, компенсации и корпоративные льготы).

Деятельность «Балтики» интегрирована в длинную цепочку поставок, поэтому ее влияние на экономику проявляется в прямом и косвенном воздействии. Компания создает рабочие места в смежных отраслях, связанных с производством, продажей и маркетингом продукции. Косвенное и индуцированное влияние на занятость происходит через закупки у сельхозпредприятий, производителей упаковки и логистику, работу с предприятиями сферы услуг и розничной торговли.

Количество рабочих мест, созданных «Балтикой» напрямую и в смежных областях (косвенно/индуцировано), 103 008



Источник: REGIOPLAN, 2013

## ВЫПЛАТЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ

«Балтика» является одним из крупнейших налогоплательщиков страны, формирующим значительную часть налоговых поступлений в городах, где находятся ее штаб-квартира и филиалы. Объем совокупных налоговых отчислений компании в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды в 2013 году составил 70,8 млрд рублей.

Деятельность «Балтики» создает добавленную стоимость как напрямую для самой компании, так и для наших поставщиков, предприятий сферы услуг и розничной торговли. Добавленная стоимость позволяет платить зарплату сотрудникам, развивать бизнес, приносит доход инвесторам.

Согласно подсчетам «Эрнст энд Янг», в 2013 году деятельность «Балтики» косвенно обеспечила поступления в государственный бюджет 32,8 млрд рублей через НДС, налоги на доходы физических лиц, выплаты во внебюджетные фонды наших поставщиков, предприятий сферы услуг, розничной торговли.

При этом общий вклад в государственный бюджет в 2013 году, согласно данным «Эрнст энд Янг», составил 88,2 млрд рублей. Эта цифра включает в себя как налоги, уплаченные непосредственно «Балтикой» (включая акцизы, налог на прибыль, отчисления во внебюджетные фонды, прочие налоги), так и налоги, перечисленные

поставщиками, предприятиями сферы услуг, розничной торговли, чья прибыль зависит от продаж продукции «Балтики».

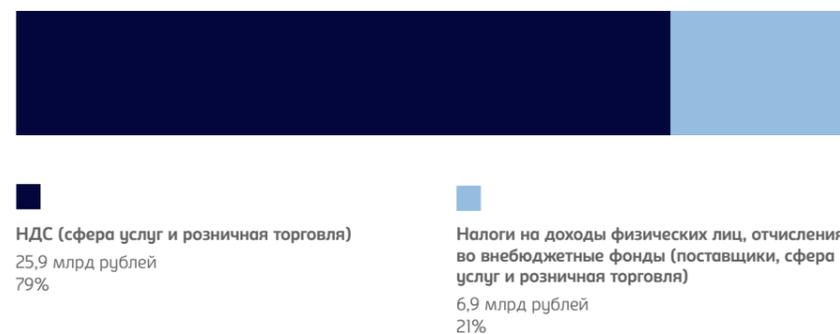
Наш прямой и косвенный/индуцированный вклад в экономику положительно влияет на местные сообщества в регионах нашего присутствия. Мы осознаем свою ответственность и продолжим развивать наш бизнес, создавая устойчивые условия для благополучного существования нашей компании, общества и окружающей среды.

### Общий вклад в государственный бюджет

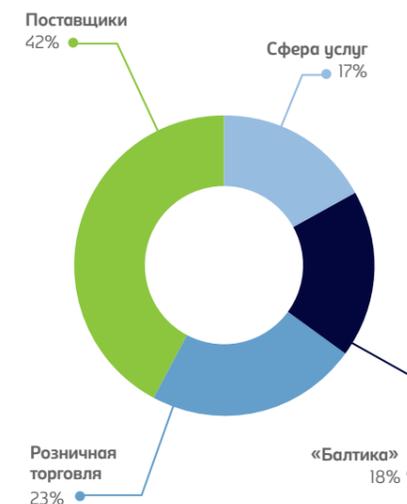
Общая сумма налоговых отчислений «Балтики» (70,8 млрд рублей)



Сумма налоговых отчислений в государственный бюджет (косвенные/индуцированные) (32,8 млрд рублей)



Добавленная стоимость (68 млрд рублей)



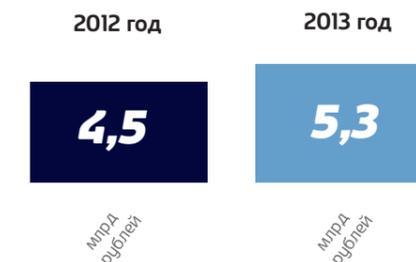
## ИНВЕСТИЦИИ

Основные инвестиции компании в 2013 году были направлены на поддержание производственных мощностей, а также на реализацию проектов в области энергоэффективности и охраны окружающей среды. Следует отметить несколько проектов, которые были реализованы в прошедшем году.

1. Модернизация парка железнодорожных вагонов для перевозки готовой продукции.
2. Модернизация очистных сооружений сточных вод в филиале «Балтика-Ярославль» (завершен первый этап).
3. Экологический проект филиала «Балтика-Самара» по организации процесса сушки жидкой пивной дробины и ее утилизации.
4. Проекты в области энергоэффективности в филиалах «Балтика-Самара» и «Балтика-Ярославль» (сроки реализации — 2013–2014 годы).
5. Повышение эффективности работы линий розлива во всех филиалах компании.
6. Модернизация части высокотехнологичного оборудования производственных лабораторий всех заводов компании.



Общий объем инвестиций «Балтики»



### «КЛУБ ПАРТНЕРОВ»

Компания располагает широкой дистрибуционной сетью и через своих партнеров поставляет продукцию в 98 % торговых точек России. Мы помогаем повышать квалификацию и уровень информированности сотрудников наших партнеров, чтобы внести свой вклад в устойчивое развитие их бизнеса.

Весной 2013 года «Балтика» запустила программу «Клуб партнеров» для сотрудников и владельцев торговых точек канала традиционной торговли,

с которыми работает компания. Клуб служит площадкой для выстраивания эффективного диалога по тем вопросам, которые критически важны для успеха бизнеса наших партнеров и самой «Балтики», а также для обмена знаниями, опытом и актуальной информацией.

В рамках программы сотрудники «Балтики» проводят семинары, на которых их участники знакомятся с современными методами взаимодействия с потребителями, получают возможность обсудить последние изменения в законодательстве и правильно применять новые нормы в своей деятельности и др. Мы также приглашаем дистрибьюторов посетить заводы компании и познакомиться с процессом производства пива на практике.

В 2013 году «Клуб партнеров» охватил более 700 торговых точек в 15 городах России: Москва, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Красноярск, Новосибирск, Хабаровск, Екатеринбург, Казань, Пермь, Тюмень, Уфа, Челябинск, Краснодар, Ростов-на-Дону, Сочи.

«Мы очень тесно сотрудничаем с «Балтикой» и с удовольствием участвовали в мероприятиях в рамках «Клуба партнеров». Очень интересно было услышать актуальную информацию по налогам, законодательству — узнала много нового. Полученные знания мы уже применяем в работе, и они очень нам помогают. Например, сразу же «взяли на вооружение» информацию об оформлении магазина и прилавка. Очень приятно, что «Балтика» не только предоставляет популярное пиво, но и так активно помогает нам в бизнесе».

**Инесса Хрусталева,**  
заведующая магазином «Юнифрост»,  
Санкт-Петербург

# КАЧЕСТВО БЕСКОМПРОМИССНО

“Рост конкуренции на рынке сделал качество одним из важнейших факторов дальнейшего развития компании. Специалисты «Балтики» хорошо понимают, что для достижения успеха и устойчивого роста компании необходим переход от качества продукции и удовлетворения запросов потребителей к более широкой сфере применения — качеству организации и удовлетворению запросов всех заинтересованных сторон”.

Исаак Шенс, президент «Балтики», старший вице-президент Carlsberg Group по Восточной Европе, Член Международного комитета ISO/TC176



Качество бескомпромиссно — это один из основных принципов работы «Балтики». Компания берет на себя обязательство обеспечить все необходимые ресурсы для производства и поставки продукции высочайшего уровня качества, полностью соблюдая все требования к продукции и процессам на каждой стадии производства, и тем самым соответствовать нуждам и ожиданиям потребителей и клиентов, а также других заинтересованных сторон.

## КАЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ

В 1999 году «Балтика» одной из первых в стране получила сертификат о соответствии системы менеджмента качества требованиям международного стандарта ISO 9001.

На данный момент в компании разработана и внедрена интегрированная система менеджмента (ИСМ), соответствующая требованиям нескольких стандартов серии ISO: ISO 9001 (Система менеджмента качества), ISO 14001 (Система экологического менеджмента), OHSAS 18001 (Система менеджмента безопасности труда и охраны здоровья) и ISO 22000 (Система менеджмента безопасности пищевых продуктов). ИСМ — один из основных инструментов поддержания стабильного роста и устойчивого развития «Балтики». Эта система обеспечивает результативность действующих в компании систем управления. Структура ИСМ основана на трех типах

процессов: процессах управления, процессах жизненного цикла продукции и процессах обеспечения ресурсами.

ИСМ существенно снижает нагрузку на бизнес за счет сокращения количества проверок и объема документооборота, а также более четкой расстановки приоритетов.

Все ответственные за качество подразделения «Балтики» объединены в Дирекцию по управлению качеством, которая контролирует процессы внутри компании и устраняет дублирование функций. Дирекция также составляет единый план работ и обучения сотрудников, план проведения комплексных внутренних аудитов и развития всех систем менеджмента.

Уделяя особое внимание удовлетворению потребностей всех заинтересованных сторон, руководство «Балтики» приняло решение о переходе с функционального подхода управления компанией к процессному. Процессный подход позволяет более эффективно объединить работу различных подразделений компании и дает возможность сотрудникам действовать как единая команда в достижении общих стратегических целей. В этом изменении заложен потенциал повышения результативности работы на всех уровнях, поэтому задача по внедрению процессного подхода является одной из ключевых инициатив «Балтики» на ближайшие годы.



«Балтика» продемонстрировала экономические выгоды от внедрения стандартов

## «Балтика» награждена сертификатом IQNet

В июне 2013 года «Балтика» получила сертификат IQNet, как одна из самых успешных компаний, сертифицированных партнерами IQNet, международной сети по сертификации систем менеджмента качества, признаваемой в 35 странах мира.

Компания во второй раз подтвердила соответствие своих систем менеджмента качества высоким международным стандартам. В 2003 году «Балтика» первой в отрасли получила сертификат и знак IQNet.

В 2013 году «Балтика» стала первой компанией, принявшей участие в исследовании экономических выгод от применения стандартов, которое провели эксперты Международной организации по стандартизации совместно с Росстандартом. Результаты исследования были представлены на пленарном заседании 36 Генеральной Ассамблеи ISO, прошедшей в сентябре 2013 года в Санкт-Петербурге.

Основное внимание эксперты уделили пяти ключевым бизнес-функциям: закупкам, логистике, производству, дистрибуции и сервисному обслуживанию.

Говоря об итогах исследования, Даниэль Джерундино, стратегический советник Генерального секретаря ISO, отметил: «Балтика» строго соблюдает стандарты, которые являются ключевым инструментом

для обеспечения высокого качества сырья и продукции компании, а также двигателем постоянного совершенствования бизнес-процессов. «Балтика», лидер российского рынка пива, выполняет на практике требования более 200 ГОСТов и многих стандартов ISO, важнейшие из которых касаются системы управления контроля качества».



«Балтика» обеспечивает строгий контроль качества продукции на каждом из этапов

Отбор ингредиентов

Производство

Упаковка

Логистика

Продажи



КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

«Балтика» добивается высокого качества и безопасности продукции путем постоянного контроля на каждом этапе производства и сбыта, начиная с сырья и материалов и заканчивая контролем срока годности в торговых точках, получением обратной связи от потребителей.

Сырье является основой будущего продукта, поэтому так важен ответственный подход на этапе его отбора — ведь именно в этот момент закладывается гарантия качества будущего продукта.

Отчасти это объясняет, почему компания начала сама выращивать ячмень, сравнимый по качеству с европейским. Сегодня его возделывают сельхозпредприятия-участники агропроекта «Балтики» в ряде регионов страны. Это обеспечивает значительную часть потребности наших заводов в таком важном для пивоваренного процесса продукте. У «Балтики» есть две собственных солодовни в Туле и Ярославле, где проводится подготовка ячменя к последующим стадиям производства пива.

«Балтика» разработала четкие правила взаимоотношений с внешними поставщиками сырья, определив требования к качеству и условиям поставок. Мы отдаем приоритет партнерам, качество продукции которых соответствует этим требованиям или превышает их. Компания проводит аудит пробных партий сырья на соответствие заявленному потенциальным контрагентом уровню качества (проверяются хмель, солод и материалы, которые контактируют с продуктами). По итогам аудита предложение поставщика получает заключение на одобрение или неодобрение поставок.

Дополнительно на заводах компании действует процедура входного контроля: из каждой приходящей партии зерна берется проба для анализа в производственной лаборатории всех показателей качества на соответствие государственным и корпоративным стандартам.

Компания имеет сертификат соответствия процессов производства пива системе менеджмента безопасности пищевой продукции

(СМБПП), основанной на принципах ХАССП (Hazard Analysis and Critical Control Points, НАССР), одной из главных моделей управления качеством и безопасностью производства пищевых продуктов в мире.

Современные лаборатории «Балтики» контролируют качество пива по десяткам показателей, согласно требованиям ГОСТ, Carlsberg Group и Европейской пивоваренной конвенции. Проверка соответствия продукции компании санитарным правилам и нормам также проводится в сторонних аккредитованных лабораториях и центрах.

Контроль продукции в 1300 торговых точках в 10 городах России ежемесячно. Более 1000 сотрудников компании участвуют в таких проверках

Готовая продукция, ее транспортировка и хранение, соблюдение температурного режима, сроков и условий перевозок также проверяются на соответствие принятым в компании и утвержденным законодательно показателям качества.

Благодаря высокому уровню контроля качества продукции «Балтика» получила разрешение не отправлять ее на дегустационную оценку в лаборатории Carlsberg в Копенгаген.



«БАЛТИКА» НА СВЯЗИ

Обратная связь является для нас важной составной частью управления качеством. Мы предоставляем всем заинтересованным сторонам возможность высказать свою точку зрения о наших продуктах, качестве услуг или иных вопросах, связанных с нашей деятельностью.

Система по работе с обращениями потребителей и клиентов компании организована в соответствии с требованиями стандарта ISO 10002 (Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей).

Любой желающий может обратиться в компанию по телефону «горячей линии» (8 800 333 3303) и на сайт www.baltika.ru. После этого запускается механизм обработки запроса: он направляется специалистам компании, при необходимости проводится исследование, после чего обратившийся получает достоверный и квалифицированный ответ. Ни один вопрос, поступивший в «Балтику», не остается без ответа. Срок рассмотрения обращений

в 2013 году сократился с двух недель до семи рабочих дней, а список тем, по которым к нам могут обратиться с вопросами, в последние годы был расширен. Помимо качества продукции, мы также готовы учитывать мнения и пожелания по экологическим аспектам, репутации компании.

«БАЛТИКА» НА СВЯЗИ:  
8 800 333 3303  
www.baltika.ru

ГЛ — горячая линия

МРТ — менеджер по развитию территории

ТТ — торговая точка

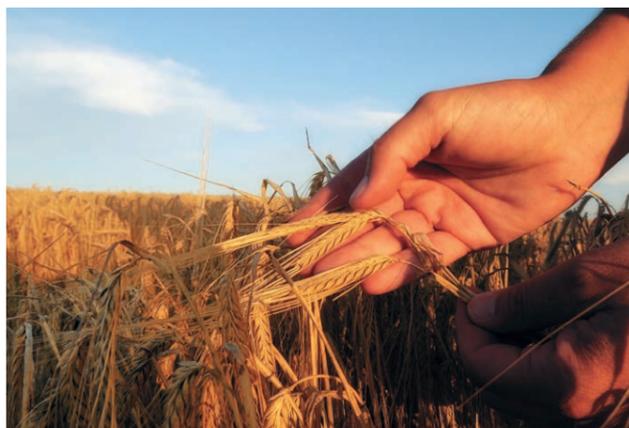


# АГРОПРОЕКТ

«Балтика» как ответственный производитель продукции уделяет внимание устойчивой модели снабжения своих заводов необходимыми сырьем и материалами. С 2005 года компания развивает собственный агропроект по выращиванию пивоваренного ячменя, который позволяет обеспечить поставки необходимого объема сырья высокого качества, снизить зависимость от импорта. «Балтика» — одна из первых пивоваренных компаний в России, которая приняла решение о создании собственной сырьевой базы.

Ежегодно «Балтика» приобретает около 30% от общего объема пивоваренного ячменя, производимого в стране. При этом значительную часть сырья компания закупает у сельхозпредприятий-участников агропроекта. В 2013 году цифра составила 204 000 тонн, что в 10 раз больше,

чем в первый год реализации проекта. К социальным преимуществам агропроекта относится содействие развитию сельского хозяйства и малого бизнеса: он предоставляет рабочие места примерно 15 тысячам человек по всей России, включая Сибирь и Дальний Восток.



В 2013 году

**79**  
сельхозпредприятий  
приняли участие  
в агропроекте

**27** новых  
партнеров  
начали  
сотрудничать  
с «Балтикой»

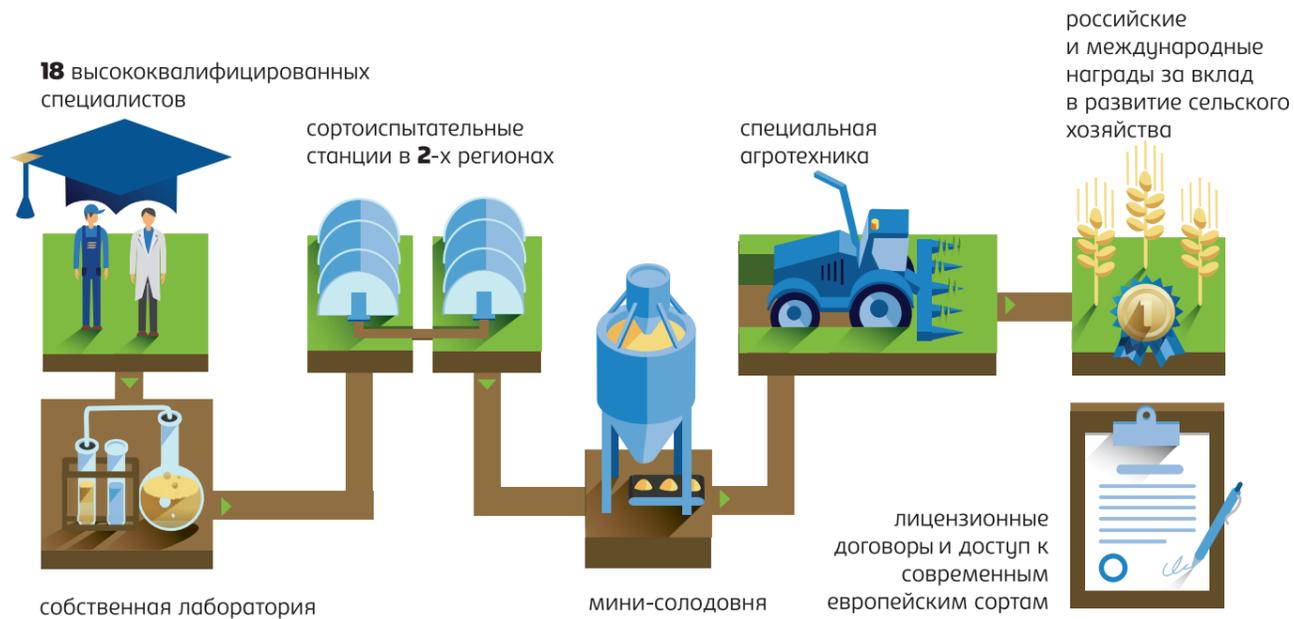
**204 000**  
тонн пивоваренного  
ячменя приобретено  
компанией

## ГЕОГРАФИЯ ПОСЕВНЫХ ПЛОЩАДЕЙ АГРОПРОЕКТА:

Значительный потенциал у проекта есть в Сибири, на Урале и Дальнем Востоке. География агропроекта постепенно расширяется.



## АГРОПРОЕКТ СЕГОДНЯ:



Ячмень, выращенный партнерами-участниками агропроекта, должен соответствовать параметрам спецификации.

# 22

Его качество значительно превышает требования государственных стандартов.

В исследовательском центре «Балтики» работают мини-солодовня и мини-пивоварня, дающие нам возможность следить за качеством зерна и солода на всех этапах производства — от поля до транспортировки на солодовню и пивоваренные заводы.

## СОТРУДНИЧЕСТВО С ПОСТАВЩИКАМИ

«Балтика» проводит отбор и заключает договоры с местными сельхозпредприятиями, которые становятся поставщиками компании и участниками системы постоянного сотрудничества. Наши специалисты контролируют соблюдение технологий на всех этапах производства пивоваренного ячменя, от создания семенного фонда до хранения урожая. Производители со своей стороны берут на себя обязательства выращивать высококачественное зерно, соответствующее строгим требованиям компании. При этом «Балтика» гарантирует покупку указанного в договоре объема ячменя по фиксированной цене, обеспечивая производителям стабильный доход и предсказуемость развития их бизнеса.

В 2013 году к агропроекту присоединились 27 новых партнеров. Общее число хозяйств, с которыми сотрудничает компания, достигло 79.

«Балтика» обеспечивает участников агропроекта высококачественным семенным материалом, знакомит

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

Компания передает сельхозпредприятиям элитные семена наиболее перспективных сортов, тщательно исследованных и получивших одобрение Дирекции по управлению качеством. Ежегодно в рамках агропроекта высевается примерно 20 000 тонн семян.

Наши специалисты принимают участие в контроле процесса выращивания, качества обработки и хранения ячменя на элеваторах. Изучение технологий выращивания пивоваренного ячменя осуществляется в лабораториях и в полях. Так, сотрудники «Балтики» проводят анализ состава почв в сельхозпредприятиях и с учетом полученных при исследовании образцов данных разрабатывают технологические схемы выращивания, которые включают рекомендации по внесению оптимальных доз удобрений. С одной стороны, это позволяет добиваться высокого качества сырья, с другой — снизить объем внесения удобрений, что положительно влияет на окружающую среду.

## ИННОВАЦИИ В ПИВОВАРЕНИИ

**Благодаря агропроекту «Балтики» в России началось выращивание новых сортов ячменя Null-LOX. Эти сорта выведены в селекционном центре Carlsberg Group классическим методом, не являются генетически модифицированными продуктами и не содержат ферментов, ускоряющих процессы окисления зерна. Благодаря свойствам новых сортов ячменя пиво дольше сохраняет вкусовые качества.**

Первый сорт под названием «Чилл» (Chill) был внесен в Государственный реестр селекционных достижений в 2012 году. Семена были размножены сначала в Дании, а затем в России и переданы для выращивания лучшим сельскохозяйственным предприятиям Тульской, Липецкой, Рязанской, Тамбовской, Владимирской и Ивановской областей.

В 2013 году в нашей стране была получена первая промышленная партия ячменя «Чилл», показавшего высокую урожайность при очень низком содержании белка в его структуре, что крайне важно для пивоваренного производства. В связи с этим «Балтика» приняла решение увеличить посевные площади под сорта ячменя Null-LOX в ближайшем будущем (в отчетном году они составили 26 тысяч гектаров).

«Черио» (Cheerio), второй сорт ячменя, выведенный по технологии Null-LOX, был включен в реестр в январе 2014 года. Мы планируем завезти 15 тонн элитных семян ячменя «Черио» в Россию из Дании и запустить семеноводческую программу для этого сорта в текущем году.

# ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ



“Наша компания выпускает многообразие сортов пива высокого качества, и мы хотим, чтобы совершеннолетние потребители наслаждались нашей продукцией ответственно и умеренно”.

Максим Лазаренко, вице-президент по маркетингу

Пиво — это натуральный слабоалкогольный напиток с вековыми традициями. На протяжении многих столетий пивом наслаждаются представители разных народов по всему миру, оно стало частью культурной и экономической жизни общества.

Вне зависимости от повода при ответственном потреблении совершеннолетними людьми в умеренном количестве употребление пива становится приятным

временпрепровождением, которое позволяет насладиться общением с друзьями и близкими.

Carlsberg Group и «Балтика» признают, что чрезмерное потребление алкоголя губительно влияет на организм и здоровье человека. Мы хотим внести положительный вклад в решение проблем, связанных со злоупотреблением алкоголя, и принимаем меры по следующим направлениям:



предотвращение употребления алкоголя несовершеннолетними



противодействие управлению автомобилем в нетрезвом состоянии



сотрудничество с предприятиями розничной торговли по сокращению злоупотребления алкоголем



полное и достоверное информирование потребителей о брендах компании и ответственный подход к производству продукции



расширение кодексов маркетинговой практики



развитие культуры потребления пива

В своих маркетинговых коммуникациях компания руководствуется законами Российской Федерации и других стран, в которых она ведет свою деятельность, корпоративной политикой по маркетинговым коммуникациям и другими нормативными документами.

«Балтика» также руководствуется Кодексом коммерческих коммуникаций, принятым на ежегодном общем собрании Союза российских пивоваров в 2010 году. Одним из инициаторов разработки документа была наша компания.

Кодекс не только требует неукоснительного соблюдения пивоварами действующего законодательства о рекламе, но и предлагает дополнительные добровольные ограничения при продвижении пивоваренной продукции. Специально созданный наблюдательный совет, состоящий из независимых экспертов, контролирует выполнение компаниями положений Кодекса.

Другой важный для пивоваров документ — соглашение «О совместной работе по продвижению культуры потребления пива и о принятии дополнительных мер по контролю соблюдения законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним» — был подписан в 2011 году Лигой барменов России, а также представителями отрасли — Союзом российских пивоваров и «Балтикой». Стороны обязались контролировать исполнение запрета на продажу пива несовершеннолетним в заведениях общественного питания, предотвращать чрезмерное потребление пива совершеннолетними посетителями и информировать их о связанном с этим вреде, а также продвигать ответственный и умеренный подход к употреблению пива. Компания подписала аналогичные соглашения с ассоциациями барменов в ряде городов страны.

## «ПИВНОЙ ДОЗОР»

«Пивной дозор» — это инициатива «Балтики» по предотвращению продажи пива несовершеннолетним. Первые акции «Пивного дозора» прошли в 2008 году,

и с тех пор проект перерос в целое движение во многих городах России.

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 контролирующими органами, городских администраций, УВД, общественных организаций.

В 2013 году акции прошли в Санкт-Петербурге, Москве, Барнауле, Кемерово, Новосибирске, Томске, Сочи, Волгограде, Воронеже, Туле и многих других городах. «Пивные дозоры» приняли массовый характер. Так, например, в Санкт-Петербурге сотрудники «Балтики» проверили около 1 000 торговых точек, в Москве «дозорные» посетили примерно 500 предприятий торговли, а в Новосибирской области и Алтайском крае сотрудники «Балтики», представители других пивоваренных компаний и добровольцы проинспектировали более 3 000 торговых точек.

Цель «дозорных» — напомнить продавцам о недопустимости продажи алкоголя несовершеннолетним, покупателям — о необходимости подтверждать свой возраст документами, а всему обществу — о том, что не следует оставаться равнодушными к нарушениям правил.

«Наши сотрудники распространили предупредительные стикеры и памятки для торгового персонала более чем в 1500 магазинах. При этом важно, чтобы не только продавцы помнили о реальном наказании за нарушение запрета продажи алкоголя несовершеннолетним. Каждый молодой посетитель магазина при покупке подакцизных товаров должен воспринимать как должное требование продавцов подтвердить свое совершеннолетие документом».

Андрей Кузнецов, начальник отдела продаж компании «Балтика», г. Новосибирск



## «ТРЕЗВОСТЬ ЗА РУЛЕМ»

Проект «Трезвость за рулем» призван напомнить водителям о несовместимости употребления алкоголя с вождением автомобиля. Акции проекта проходят в разных форматах, от круглых столов с представителями ГИБДД до флешмобов и автопробегов по улицам крупнейших городов России, включая Москву, Санкт-Петербург, Самару, Ростов-на-Дону, Ярославль, Тулу, Екатеринбург, Челябинск, Новосибирск, Красноярск, Хабаровск и Воронеж.

В 2013 году прошло восемь акций «Трезвость за рулем». К примеру, в Туле более 1 000 стикеров с логотипом проекта были размещены на общественном транспорте. Участники мероприятия раздали жителям города примерно 25 000 лент «Трезвость за рулем». Памятки и ленты распространялись через торговые точки города, бары, кафе, рестораны.

В рамках проекта в Челябинске на городских заправках «Сибнефть 74» прошел опрос о безопасности на дорогах, об отношении водителей к минимальной дозе алкоголя, о законах, регулирующих вождение в нетрезвом виде, и о соответствующих мерах наказания. Кроме того, автолюбители получили возможность пройти экспресс-тестирование на наличие алкоголя в крови. Затем итоги



опроса обсудили на выездном круглом столе, в котором приняли участие представители бизнеса, инструкторы автошкол, гонщики и обычные водители. Участниками акции стали около 300 горожан.

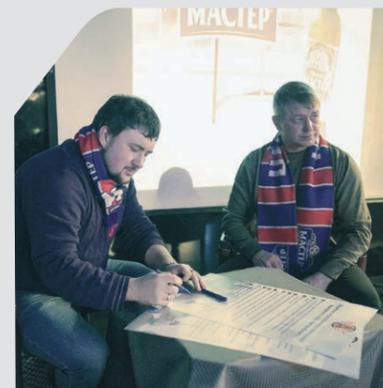
**« В первую очередь, данная акция направлена на профилактику случаев потребления алкоголя за рулем. Каждый водитель на дороге должен понимать, что несет ответственность не только за себя, но и за пассажиров, пешеходов, других участников движения. Мы повязали ленточки, чтобы выразить свою гражданскую позицию и еще раз напомнить о запрете управления транспортным средством в нетрезвом состоянии. Надеюсь, туляки последуют примеру Правительства Тульской области и будут твердо следовать установке «Трезвость за рулем — это закон!»**

**Одиссей Куцуров, министр транспорта и дорожного хозяйства Тульской области**



*Одиссей Куцуров, министр транспорта и дорожного хозяйства Тульской области повязал ленточку акции «Трезвость за рулем» на свой автомобиль*

## МАНИФЕСТ ОТВЕТСТВЕННОГО БОЛЕЛЬЩИКА



*Манифест ответственного болельщика был торжественно подписан тренером ХК «Автомобилист» Евгением Мухиным и председателем фан-сектора клуба «Автомобилист» Василием Кирпичниковым и передан на хранение в музей клуба.*

Компания продвигает идею ответственного потребления пива в ходе сотрудничества со спортивными клубами. Так, в декабре 2013 года «Балтика» выступила инициатором подписания «Манифеста ответственного болельщика» во время встречи спортсменов хоккейного клуба «Автомобилист» и тренерского штаба со своими фанатами, организованной компанией.

В соответствии с Манифестом болельщик поддерживает честную спортивную борьбу, справедливое судейство и достойное поведение как на льду, так и на стадионе. Он уважительно относится к другим хоккейным клубам и их фанатам. И, наконец, ответственный болельщик помнит, что пивом нужно наслаждаться в меру, а, выпив пива, никогда не садят за руль!

## «ПИВНОЙ СОМЕЛЬЕ»



Среди проектов «Балтики» по формированию культуры потребления пива стоит отметить образовательную программу «Пивной сомелье», представляющую собой курс лекций от известных российских и международных пивоваров. Участники проекта могут узнать о технологиях производства напитка, классификации сортов, этикетке подачи пива, а также принять участие в дегустации и почувствовать себя настоящим сомелье.

В 2013 году участниками программы стали жители Новосибирска, Красноярска, Воронежа, Тулы, Санкт-Петербурга, Москвы и Екатеринбурга.

Более подробную информацию о встречах «Пивной сомелье» в вашем городе вы можете найти на страницах социальных сетей проекта.

[vk.com/beer.sommelier](http://vk.com/beer.sommelier)

[facebook.com/bieresommelier](http://facebook.com/bieresommelier)

Спикеры лекций — именитые эксперты в области пивоварения:

**Сигрид Стреткверн** (Норвегия);

**Джефф Эванс и Питер Браун** (Англия);

**Расмус Кронборг и Вольфганг Линделл** (Дания);

**Мартин Дики** (Шотландия) и многие другие иностранные и российские специалисты.



# ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА



“ Мы понимаем, что деятельность «Балтики» не только оказывает влияние на окружающую среду, но и во многом зависит от ее состояния. Для производства пива мы используем сырье и ингредиенты, которые имеют природное происхождение. Поэтому мы постоянно ищем возможности для того, чтобы сократить воздействие на окружающую среду”.

**Александр Дедегкаев**, вице-президент по операционной деятельности

**№1  
ЭКО-  
КОМПАНИЯ**

«Балтика» ставит перед собой амбициозную цель — быть экологически ответственной компанией №1 среди пивоваров России (или сокращенно — «Эко-компанией №1»). Нашу экологическую стратегию мы символически представляем в виде дома (см. рисунок). Экономя природные ресурсы и энергию, сокращая выбросы парниковых газов, снижая образование отходов на своих заводах, мы помогаем сохранять нашу планету — общий дом для миллионов людей.



Крыша. На самом верху наша цель, к достижению которой мы стремимся.

Каркас — это наши приоритеты. Мы ведем работу по различным направлениям. При этом особый фокус у нас — на сокращении потребления энергии, воды, уменьшении выбросов CO<sub>2</sub> и работе с упаковкой.

Коммуникационная система — так можно назвать нашу цепочку приращения стоимости. Мы интегрируем экологический аспект во все сферы бизнеса, то есть по всей цепочке — от исследований и разработок до взаимодействия с местным сообществом.

Фундамент, на котором держится наш дом. В основе стратегии находятся три блока:

стандарт ISO 14001 в области экологического менеджмента;

корпоративная Экологическая политика;

отчетность: наша компания постоянно отслеживает свой прогресс по работе в области охраны окружающей среды, чтобы корректировать цели и разрабатывать новые проекты.

## СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ ВОЗДЕЙСТВИЯМИ

Фундаментом нашего «дома» являются обязательства компании следовать принятой Экологической политике, совершенствовать систему экологического менеджмента (СЭМ) в соответствии с международным стандартом ISO 14001 и вести отчетность по целевым показателям на регулярной основе, чтобы отслеживать прогресс, информировать заинтересованные стороны о результатах работы.

Экологическая политика «Балтики» задает принципы работы компании и каждого ее сотрудника, с помощью которых планируется достичь объявленной стратегической цели. В частности, компания обязуется выполнять требования природоохранного законодательства Российской Федерации, уделять внимание экологическим аспектам при планировании инвестиций и организации закупок, а также вести открытый и конструктивный диалог по вопросам охраны окружающей среды со всеми заинтересованными сторонами.

«Балтика» интегрирует экологический аспект по всей цепочке приращения стоимости: от научных исследований и разработок, предшествующих производству,

до взаимодействия с конечными потребителями нашей продукции и обществом в целом. Например, сейчас компания совместно с селекционным центром Carlsberg Group занимается выведением засухоустойчивых сортов пивоваренного ячменя, выращивание которых требует меньше водных ресурсов.

«Балтика» уделяет особое внимание следующим областям:

- Сокращение потребления энергоресурсов
- Рациональное водопользование
- Экологически рациональная упаковка

«Балтика» ведет систематическую работу по реализации Экологической политики на основе ежегодного планирования и проведения мероприятий по сокращению воздействия на окружающую среду.

В 2012 году Carlsberg Group и «Балтика» подписали меморандум о взаимопонимании с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO). Стороны договорились в течение пяти лет реализовать в России ряд крупных проектов в области защиты окружающей среды на общую сумму 1 млрд рублей. Эти проекты будут связаны с охраной водных ресурсов, сельским хозяйством, а также с проблемой изменения климата.

**257 млн рублей** инвестировала «Балтика» в мероприятия по охране окружающей среды в 2013 году

Для регулярной оценки степени достижения долгосрочных целей используется утвержденный перечень экологических показателей. Мы ежегодно подводим итоги природоохранной деятельности и выявляем области для развития.

С 2010 года «Балтика» сократила удельное потребление ресурсов



Тепло (кВт\*ч/зл)

**12,6% ↓**



Электроэнергия (кВт\*ч/зл)

**12,9% ↓**



Вода (зл/зл)

**11% ↓**



Выбросы CO<sub>2</sub> (кг/зл)

**13,1% ↓**



В 2013 году компания подтвердила сертификат соответствия системы экологического менеджмента требованиям стандарта ГОСТ Р ИСО 14001-2007 (ISO 14001:2004). По итогам проверок аудитор особо отметил активную работу «Балтики» в области ресурсосбережения и обращения с упаковочными материалами, а также общероссийскую экологическую акцию «Семь рек», проведенную при поддержке Оргкомитета «Сочи 2014».

### ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ

«Балтика» стремится использовать все виды источников энергии с наибольшей эффективностью. Это наш вклад в решение задач по сохранению невозобновляемых энергоресурсов Земли и предотвращению глобального потепления климата.

В компании выполняется программа энергосберегающих мероприятий, введена система контроля и учета расхода энергоресурсов, анализируются возможности внедрения современных энергосберегающих технологий, в том числе на основе обмена опытом с заводами Carlsberg Group. На всех производственных площадках «Балтики» установлены автоматизированные системы контроля, учета и управления энергоресурсами.

В 2013 году в рамках долгосрочного проекта «Управляй энергией» мы начали внедрять систему энергетического менеджмента согласно международному стандарту ISO 50001. Это поможет добиваться постоянных улучшений по всем направлениям: от организации бизнес-процессов, модернизации производства и применения инноваций до стимулирования инициатив сотрудников в этой области.

В отчетном году компания продолжила полномасштабную работу по замене традиционного освещения на светодиодное в производственных помещениях. Ориентировочная экономия энергии в этих помещениях

составляет порядка 40 % от потребления традиционными светильниками.

В 2013 году во всех филиалах «Балтики» реализован проект по замене регулирующих клапанов на аммиачных холодильных установках (АХУ) для поддержания минимального давления конденсации. АХУ являются самыми большими потребителями электроэнергии. Благодаря проекту компания экономит до 3,1 млн кВт\*ч в год.

Развитие программ в сфере альтернативной энергетики — отличительная особенность компании среди пивоваров России.

В филиалах «Балтики» в Хабаровске, Самаре и Ярославле биогаз, который вырабатывается на очистных

сооружениях заводов, используется в качестве альтернативного источника энергии для отопления котельных. Такое решение заметно снижает негативное воздействие на окружающую среду. По своим экологическим характеристикам биогаз на 75 % чище дизельного топлива и на 50 % чище бензина.

В Красноярске, Самаре, Хабаровске, Челябинске, Новосибирске эксплуатируются охладительные системы «Драй-кулер», использующие холодный воздух с улицы в зимнее время. Кроме того, в Новосибирске в зимний период холодильно-компрессорное оборудование отключается полностью.

Еще одним направлением деятельности «Балтики» в области

альтернативной энергетики является использование солнечной энергии. В филиале «Балтика-Хабаровск» помещения спортивно-оздоровительного комплекса для сотрудников компании круглый год отапливаются при помощи системы солнечных батарей 9 кВт, что позволяет в среднем ежегодно экономить 1200 кВт электроэнергии и не использовать систему центрального отопления.

В 2013 году в компании стартовал проект «Экодрайвинг» для обучения водителей большегрузных машин приемам экономичного вождения, способствующего снижению расхода топлива и сокращению выбросов CO<sub>2</sub>. К моменту подготовки отчета обучение прошли 100 водителей из восьми филиалов.



На протяжении шести лет «Балтика» ежегодно поддерживает международную акцию Всемирного фонда дикой природы (WWF) «Час Земли». Цель акции — привлечь внимание общества к проблеме глобального потепления и изменения климата. В поддержку акции заводы компании от Санкт-Петербурга до Хабаровска на один час выключают электричество, за исключением только самых необходимых мощностей, обеспечивающих безопасность и непрерывность производственного процесса. Многие наши сотрудники и их семьи также выключают в это время свет и электроприборы в своих квартирах. «Час Земли» поддерживают и другие компании Carlsberg Group.



### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОДЫ И ОЧИСТКА СТОКОВ

Наша цель — рационально и эффективно использовать водные ресурсы, чтобы сохранить доступность воды для людей в долгосрочной перспективе. Оптимизация потребления свежей воды признается важной задачей на глобальном уровне, учитывая рост населения и потепление климата.

За последние десять лет «Балтика» успешно реализовала более 30 различных водоохраных экологических проектов на общую сумму свыше одного миллиарда рублей.

**Основными водоохранными мероприятиями компании являются:**

Очистка сточных вод

Внедрение систем оборотного и повторного использования воды на технические нужды

Максимальное использование новых технологий, оборудования и материалов

«Балтика» ведет очистку сточных вод как на своих, так на муниципальных очистных сооружениях. В филиалах в Самаре, Хабаровске, Ярославле и Туле построены мощные биологические очистные сооружения, включающих несколько технологических ступеней очистки: аэробную, анаэробную и другие системы.

В 2013 году состоялся запуск очистных сооружений мощностью 6500 м<sup>3</sup>/сутки в Туле. К 2017 году

мы планируем построить очистные сооружения в остальных филиалах компании.

Еще одно направление водоохранной деятельности «Балтики» — очистка ливневых стоков. Специальные сооружения действуют на заводах в Санкт-Петербурге, Самаре, Туле, Хабаровске, Ярославле, Челябинске, Новосибирске и Ростове.

Для снижения объемов потребления воды заводы «Балтики» переходят на системы оборотного и повторного водоснабжения для технических нужд. Дополнительный эффект достигается за счет реализации проектов по рациональному использованию изъятной воды, в числе которых оптимизация работы бутылкомоечных машин и системы безразборной мойки в бродильно-фильтрационном отделении, сбор использованной воды с линий розлива и применение ее в холодильно-компрессорной установке, повторное использование воды после промывки фильтров и др.

**ОБРАЩЕНИЕ С ОТХОДАМИ**

«Балтика» ведет постоянную работу, чтобы уменьшить образование отходов и увеличить долю повторно используемых и перерабатываемых материалов (включая упаковку). Для этого на заводах компании ведется раздельный сбор отходов.

Основным отходом, образующимся в процессе пивоварения, является пивная дробина. «Балтика» использует системы переработки сырой дробины в сухой продукт, который затем используется в качестве кормовой добавки в молочном и мясном животноводстве, а также в качестве удобрения. Линии сушки дробины установлены на заводах в Санкт-Петербурге, Туле и Самаре (в этом городе установка введена в эксплуатацию в 2013 году). Другие биологические отходы (отработанные дрожжи, зерновые отходы) также используются в качестве корма для животных.

**ЭКОЛОГИЧЕСКИ РАЦИОНАЛЬНАЯ УПАКОВКА**

«Балтика» и Carlsberg Group стремятся упрочить свои позиции и готовность к будущему росту в условиях ограниченности ресурсов. Для этого мы разрабатываем решения, которые принесут дополнительную ценность не только нашему бизнесу, но и окружающей среде и местному сообществу.

Компания оптимизирует использование и переработку различных видов упаковки. Мы постоянно сотрудничаем с поставщиками по вопросам уменьшения веса и толщины упаковки, что позволяет экономить природные ресурсы и сокращать выбросы CO<sub>2</sub>. Так, на протяжении 10 лет «Балтика» занимается поиском, тестированием и внедрением инновационных термоусадочных пленок с печатью. В результате мы снизили толщину

пленок с 80 до 60 микронов. В 2013 году мы также работали над уменьшением веса используемой ПЭТ-преформы 51 г ВРФ. Изменение горловины преформы позволило снизить ее вес на полтора грамма, с 50,5 г до 49,05 г. В целом по году ожидаемая экономия составит около 100 т преформы. «Балтика» также ведет проект по сокращению веса стеклянной оборотной бутылки.

На протяжении целого ряда лет «Балтика» является лидером пивоваренного рынка по использованию оборотной бутылки. Ежегодно компания возвращает на производство миллионы бутылок, которые могли оказаться на свалке, тем самым уменьшая затраты населения на вывоз бытового мусора и снижая выбросы парниковых газов в атмосферу.



**Экологически рациональная упаковка**



- Сократить вес упаковки или перейти к видам упаковки, оказывающим наименьшее влияние на окружающую среду
- Увеличить повторное использование упаковочных материалов
- Призывать потребителей раздельно 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

## ПРОЕКТ «ПРИНЕСИ ПОЛЬЗУ СВОЕМУ ГОРОДУ»

В своей деятельности «Балтика» руководствуется принципом расширенной ответственности производителя. По инициативе компании в 2013 году стартовал пилотный проект «Принеси пользу своему городу», цель которого определить оптимальную для нашей страны систему раздельного сбора отходов.

Проект охватил 11 городов России, где в жилых районах были организованы пункты для сбора различных видов упаковки. В реализации инициативы «Балтика» применяет кластерный подход, вовлекая в процесс операторов по сбору стеклотары, смежных производителей.

«Балтика» выступает для партнеров гарантом объемов переработки, что создает благоприятные условия для реализации партнерами инвестиционных проектов по созданию необходимой инфраструктуры. Данный подход выигрывает для всех: с одной стороны — положительный экономический эффект в конкретном регионе, с другой — сокращается воздействие на окружающую среду. Например, собранная оборотная стеклянная тара, пригодная к дальнейшему использованию, возвращается в производственный цикл после соответствующей подготовки; непригодная для дальнейшего использования стеклянная бутылка направляется на переработку.

В 2013 году проект стартовал в Ростове-на-Дону, Нижнем Тагиле, Екатеринбурге, Ярославле, Воронеже, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Омске, Челябинске, Хабаровске и Курске. За счет собственных средств «Балтики» установлены 477 контейнеров, совместных инвестиций с партнерами — 472. Всего в рамках инициативы появилось более 1 000 пунктов сбора (контейнеров, минисортирующих модулей, экодомов).

### РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА В 2013 г.

**~200 млн** собранных бутылок повторно использованы на заводах компании «Балтика»

**~1000** пунктов сбора

В мае 2013 года председатель правительства РФ Д. А. Медведев одобрил экологические проекты пивоваренной компании, представленные в Москве в рамках экспозиции «Экология России».

Полученные результаты пилотного проекта «Балтика» передаст всем заинтересованным сторонам, чтобы в дальнейшем можно было использовать этот опыт в формировании государственной системы управления отходами производства и потребления.



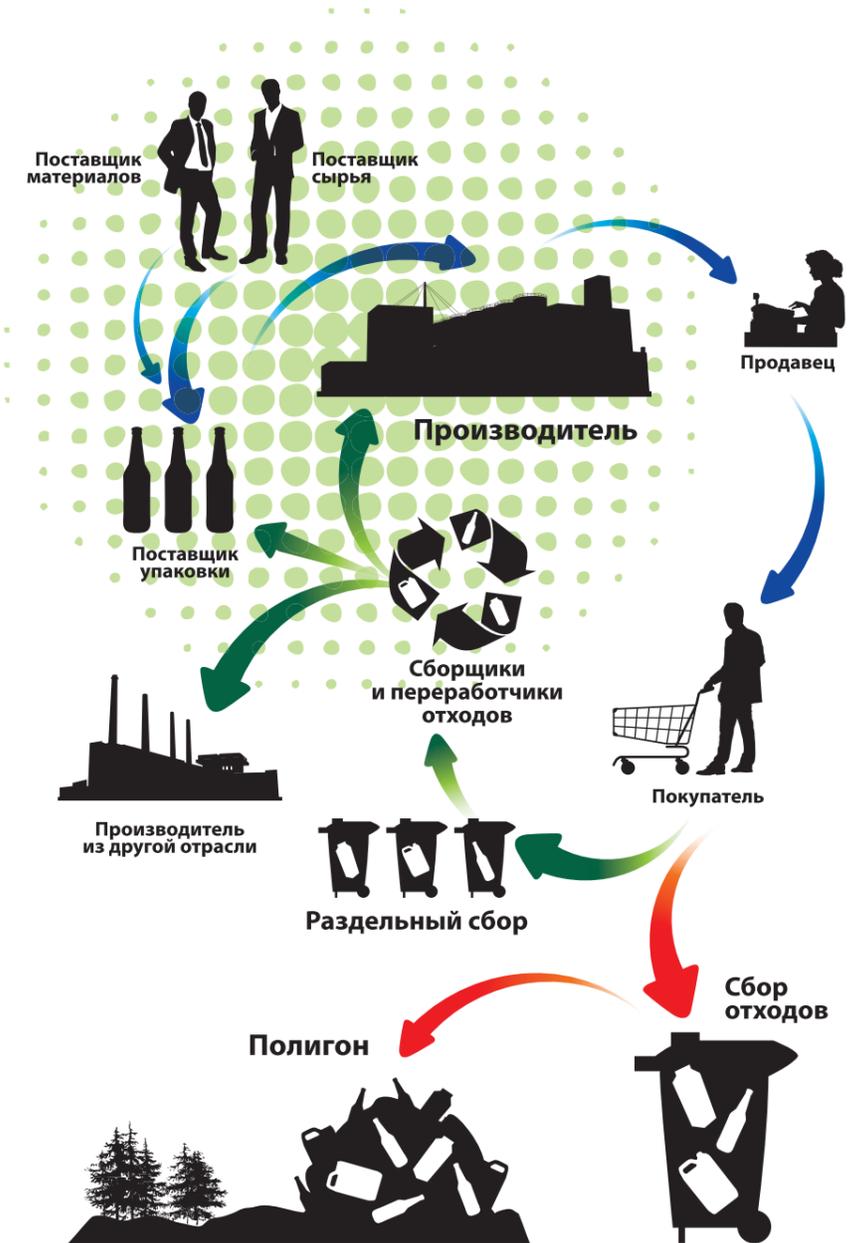
Президент «Балтики» Исаак Шепс и министр экологии Дании Ида Аукен дали старт проекту в ЖК «Северная долина», Санкт-Петербург



Принеси пользу своему городу!  
**Спасибо!**

«Балтика» будет уделять особое внимание как сбору оборотной стеклянной бутылки, так и стеклобоя, который мы планируем передавать стекольным заводам-партнерам компании для изготовления новой тары. Переработка одной тонны стеклобоя экономит более тонны природных ресурсов. 6 тонн переплавленного стеклобоя, использованного в производстве новой бутылки, сокращает выбросы CO<sub>2</sub> на одну тонну. Стекло может перерабатываться бесчисленное количество раз и не терять своих качеств.

## КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА РАСШИРЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



# ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ



“**Безопасность превыше всего — один из основополагающих принципов «Балтики».** Мы не только требуем от наших сотрудников соблюдения правил и инструкций, но и развиваем такую культуру, когда каждый человек понимает, что он в ответе не только за собственную жизнь и здоровье, но и за безопасность своих коллег”.

*Дмитрий Визир, директор по управлению качеством*

«Балтика» придает первостепенное значение постоянной работе по обеспечению безопасности сотрудников компании и подрядных организаций, так как считает жизнь и здоровье людей безусловной ценностью. Мы ориентируемся на высокие стандарты в сфере охраны труда и принимаем на себя обязательства, которые помогают нам продвигаться к достижению нашей основной цели — нулевого уровня травматизма.

От наших сотрудников во многом зависит успех и будущее компании. Мы постоянно совершенствуем систему управления в области охраны труда, создаем более безопасные условия труда, проводим образовательные мероприятия для персонала. Каждое происшествие мы рассматриваем как повод к серьезной работе над тем, чтобы такое больше никогда не повторилось.

## СТАНДАРТЫ БЕЗОПАСНОСТИ

«Балтика» руководствуется законами Российской Федерации, корпоративной Политикой по обеспечению охраны труда и внутренними нормативными документами. На предприятиях компании система управления охраной труда выстраивается по единым принципам и проходит сертификацию по международному стандарту OHSAS 18001:2007 («Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья»). В отчетном году филиал «Балтика-Пикра» первым получил сертификат соответствия. В 2014 году мы планируем провести сертификацию систем управления на остальных заводах.

Чтобы оценить зрелость процессов управления, регулярно проводятся проверки соблюдения правил охраны труда работниками и Дни комплексной безопасности труда. Так, в 2013 году было проведено 1 532 осмотра, в ходе которых проверяющие наблюдали и делали выводы о практическом

исполнении принятых в компании норм безопасности. Дни комплексной безопасности труда включают проверку и развитие как теоретических знаний (на семинарах), так и практических навыков (например, в ходе противопожарных учений).

Новой инициативой «Балтики» стал проект «Безопасность превыше всего», направленный на повышение уровня ответственности каждого сотрудника и подрядных организаций на всех этапах выполнения работ. В рамках проекта сотрудники создают инициативные группы, обсуждают идеи и выдвигают предложения о том, что может быть улучшено или изменено в сфере охраны труда и повышения безопасности на их участках. Если идея получает одобрение, работники могут принять непосредственное участие в ее реализации.

На **11%** сократилось количество несчастных случаев в 2013 году, по сравнению с прошлым годом.

На производственных площадках проводится аттестация рабочих мест (специальная оценка условий труда) и постоянное обучение сотрудников и руководителей разных уровней управления.

В 2013 году работа специалистов филиалов «Балтики» в Ростове-на-Дону, Красноярске и Санкт-Петербурге была отмечена различными наградами в области охраны труда, пожарной безопасности и гражданской обороны.

## УСЛОВИЯ ТРУДА

Важным направлением в работе компании является контроль производственно-бытовых условий в рабочих зонах по показателям освещенности, запыленности, шума, вентиляции и т. п. Наши предприятия в основном представляют собой высокотехнологичные производства. При выявлении недостатков мы разрабатываем меры по их устранению и включаем их в планы на будущий год. Для исключения возможности травмирования работников при обращении с оборудованием систематически проводится контроль его технического состояния. Административные рабочие места оборудуются современной оргтехникой, не оказывающей негативного влияния на здоровье людей.

В 2013 году компания пересмотрела нормы выдачи средств индивидуальной защиты (СИЗ). Сотрудникам начали выдавать усовершенствованную рабочую одежду, разработанную специально для «Балтики» и отвечающую всем требованиям российского законодательства и лучшим мировым практикам. При выборе СИЗ мы ориентируемся на мнение персонала о том, какие именно средства защиты являются наиболее удобными. К примеру, в филиале «Балтика-Самара» прошел конкурс «Береги зрение», организованный службой охраны труда завода совместно с производителем защитных очков. В цеха компании были переданы различные модели очков. В течение трех месяцев работники могли самостоятельно выбрать наиболее подходящие очки в соответствии с производственными условиями и индивидуальными особенностями.

## БЕЗОПАСНОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Логистические модели, применяемые «Балтикой», включают значительное количество перевозок, в том числе на автомобильном транспорте. Чтобы повысить уровень безопасности автотранспортных перевозок, в 2013 году компания разработала и запустила программу по развитию у сотрудников дополнительных навыков вождения «Alert Driving» (перевод с английского — «предупредительное вождение»). Программа предоставляет возможность пройти интерактивный компьютерный курс, состоящий из 20 модулей. На каждом уровне обучения выявляются недостатки в подготовке водителей и предлагаются способы их устранения.

Мы организовали ежеквартальное тестирование знаний водителей корпоративного транспорта в области законодательства и правил дорожного движения. Кроме того, на все автомобили компании нанесены специальные наклейки с телефоном горячей линии, на который можно сообщить о нарушении правил сотрудником «Балтики». Эта мера призвана повысить уровень личной ответственности наших водителей.

**1532** осмотра по соблюдению принятых в компании норм безопасности прошли в 2013 году.

## СНИЖЕНИЕ УРОВНЯ ТРАВМАТИЗМА

Системный подход «Балтики» к совершенствованию процессов в области охраны труда, промышленной, пожарной безопасности и гражданской обороны дает позитивные результаты. За последние пять лет количество несчастных случаев во всех филиалах компании уменьшилось на 44%. В 2013 году нам удалось снизить количество несчастных случаев на 11% по сравнению с 2012 годом.

Из общего числа несчастных случаев за 2013 год 47% произошли с сотрудниками логистики, 29% — производство, 24% — продажи, маркетинг, администрация. Мы продолжим активную работу по обеспечению безопасных условий труда.



# ПЕРСОНАЛ И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА



“Успех компании невозможен без усилий каждого из ее сотрудников, особенно в условиях постоянных изменений и амбициозных задач. Мы хотим быть компанией, где каждый может раскрыть свой талант лидера и профессионала. Для этого важно быть одной командой, развиваться и постоянно совершенствоваться вместе — и бизнесу, и сотрудникам”.

Надя Минде, вице-президент по персоналу

Быть привлекательным работодателем — одна из ключевых целей «Балтики». Именно поэтому элемент «Люди» на колесе стратегии компании расположен в верхней части.

## Распределение сотрудников по функциям



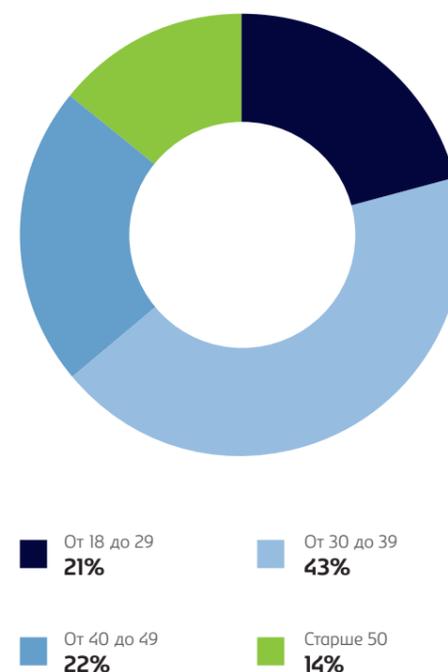
«Балтика» уважает трудовые права и права человека. Мы обеспечиваем соблюдение законодательства в трудовых отношениях и более строгие корпоративные стандарты относительно выплаты заработной платы, продолжительности рабочего времени, вознаграждения сверхурочной работы, предоставления льгот и пособий. Компания не допускает ни при каких обстоятельствах проявления дискриминации в отношении сотрудников, не использует принудительного и детского труда, а также не препятствует работникам создавать объединения по защите своих интересов. Обязательства компании закреплены в Политике по персоналу и правам человека.

Среднесписочная численность сотрудников «Балтики» в 2013 году составила 8 596 человек. По сравнению с прошлым годом она уменьшилась на 5%. Это связано с непростой ситуацией на рынке пива, который за прошлый год сократился на 7,7%. Причиной тому, как уже отмечалось, стали законодательные ограничения, переключение потребителей на другие категории, в том числе крепкий алкоголь, а также в целом снижающийся индекс потребительской уверенности в России из-за неблагоприятной макроэкономической ситуации. Как следствие, в минувшем году были закрыты три завода крупных пивоваренных компаний. Несмотря на трудную ситуацию, «Балтике» удалось сохранить все 10 заводов.

В отчетном году текучесть персонала составила 10%, что в пределах нормы для российских компаний.



## Возрастной состав сотрудников



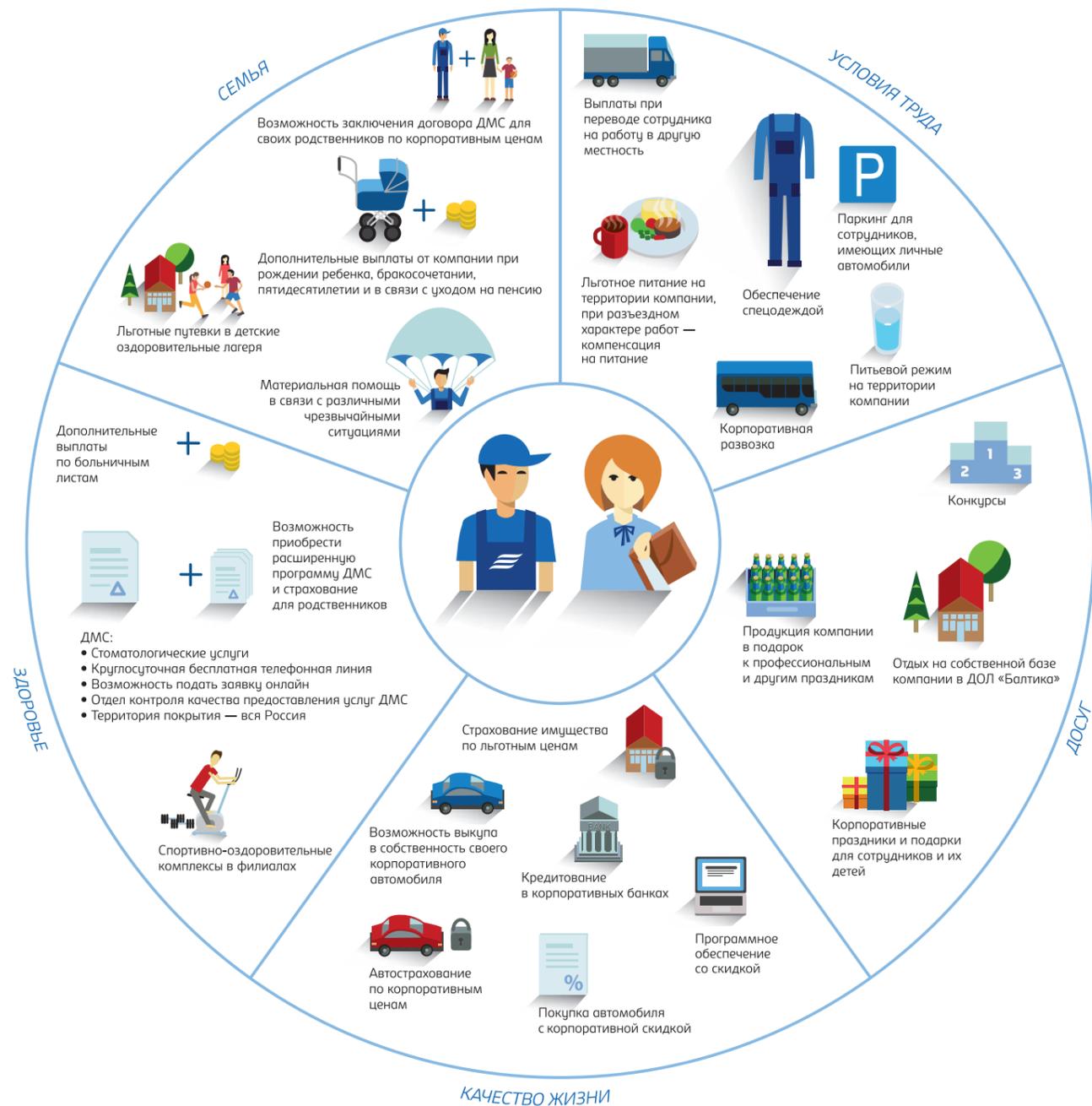
## КАЧЕСТВО ЖИЗНИ

Трудовые отношения в компании основаны на уважении и соблюдении прав сотрудников в соответствии с принципами социального партнерства. Интересы сотрудников представляет Совет трудового коллектива, впервые избранный как представительный орган на общей конференции сотрудников в 2007 году.

По инициативе Совета трудового коллектива в 2011 году был подписан второй коллективный договор, принятый взамен действовавшего с 2008 по 2011 год. Новый документ подтвердил преемственность социально-трудовых отношений в компании и сохранил на период 2011–2014 годов расширенный (сверх предусмотренного Трудовым кодексом РФ) перечень социальных гарантий и льгот для персонала. Коллективный договор распространяется на всех сотрудников компании.

«Балтика» обеспечивает сотрудникам конкурентоспособную заработную плату. Компания регулярно отслеживает уровень оплаты труда, особенно среди предприятий сферы потребительских товаров. В 2013 году заработная плата сотрудников пересматривалась с учетом динамики российского рынка оплаты труда.

Мы также предоставляем сотрудникам комплексный социальный пакет, который охватывает пять ключевых для каждого сотрудника сфер — здоровье, условия труда, семья, досуг и качество жизни.



Более 270 млн рублей «Балтика» выделила на компенсации и льготы в 2013 году.

Компания создает сотрудникам не только условия для интересной работы, но и для активного отдыха и поддержания здорового образа жизни. Практически на всех заводах функционируют спортивно-оздоровительные комплексы, где сотрудники могут бесплатно воспользоваться тренажерными залами, бассейнами. Во многих регионах «Балтика» арендует спортивные залы для занятий командными игровыми

видами спорта (футбол, баскетбол, волейбол и т. д.) и проводит спортивные турниры среди сотрудников.

В каждом филиале есть здравпункт, где сотрудники могут получить необходимую помощь высококвалифицированных специалистов, пройти диспансеризацию или сделать прививку.

Сотрудники имеют возможность получать путевки на отдых в корпоративном оздоровительном комплексе и льготные путевки в детские оздоровительные лагеря.

Сотрудники — один из самых ценных активов «Балтики». Мы инвестируем в развитие людей, создаем условия для самореализации, чтобы они могли постоянно совершенствоваться и приобретать конкурентные преимущества в профессии.

Чтобы максимально раскрыть потенциал каждого сотрудника, «Балтика» применяет единый комплексный подход к оценке эффективности персонала.

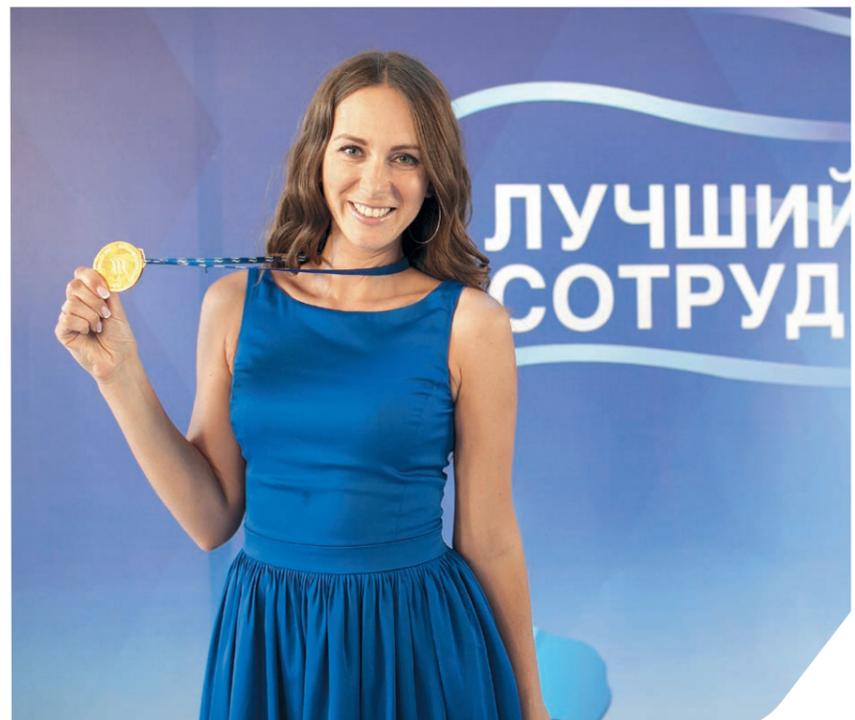
В течение года мы поощряем открытый диалог и регулярную обратную связь между сотрудником и руководителем, наставничеством и коучингом. Для сотрудника это возможность обсудить выполнение задач, успехи, определить области для развития и скорректировать действия для достижения целей.

По итогам года проходит

People Board — коллегиальное обсуждение работы сотрудника, которое обеспечивает прозрачность и объективность оценки. Второй этап — ежегодная оценка деятельности — встреча с непосредственным руководителем. Исходя из результатов работы, для каждого сотрудника составляется индивидуальный план развития на год и определяется размер поощрения. В 2013 году были составлены индивидуальные планы развития для 96 % сотрудников (в 2012 году — 61 %).

Система индивидуального развития строится по формуле 70\*20\*10. Это значит, что 70 % освоения навыков и знаний обеспечивается на рабочем месте за счет участия в проектах или решения новых задач. Таких возможностей в компании очень много благодаря постоянному развитию бизнеса. Сотрудники могут принимать участие в масштабных проектах, в том числе и на международном уровне, учиться у коллег со всего мира, обмениваться опытом и открывать новые горизонты. Еще 20 % знаний сотрудник получает в процессе наставничества со стороны коллег или руководителя. 10 % развития обеспечивается за счет получения новых знаний, например, в Корпоративном университете «Балтики».

В 2013 году более чем **900** сотрудников приняли участие в 59 управленческих тренингах и тренингах по развитию бизнес-навыков. Более **300** сотрудников прошли профессиональные курсы.



## ЛИДЕРСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Новые условия и вызовы для бизнеса 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. В отчетном году Carlsberg Group 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. Компетенции будут использоваться для оценки потенциала и результатов деятельности персонала.

**71,6%**

число  
внутренних  
продвижений  
в компании  
в 2013 году

*Экспертный Совет ежегодной Премии Human Capital признал систему управления эффективностью деятельности «Балтики» лучшей по итогам 2013 года. Присуждение награды подтверждает, что наши управленческие подходы приносят реальные преимущества компании и ее сотрудникам. В Экспертный Совет премии входят ведущие HR директора из различных отраслей, топ-менеджеры компаний, представители СМИ и ведущих бизнес-школ России.*



## ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Для привлечения на работу талантливых выпускников вузов в компании действуют программы развития молодых талантов.

Программа «Звезды Балтики» — для выпускников, знающих английский язык и желающих специализироваться в маркетинге, финансах и экономике, логистике и закупках. Им предоставляется возможность пройти стажировку в штаб-квартире компании и получить шанс трудоустроиться. С 2009 года 67 молодых специалистов приняли участие в программе, 41 из них затем поучили работу в компании.

Программа «Управляй будущим» открывает большие возможности для перспективных выпускников технических вузов. Участники изучают производственные процессы, работают над собственными проектами под руководством опытных наставников.

В 2013 году конкурс на участие в программе «Управляй будущим» составил 25 человек на место: из около 500 кандидатов были отобраны 18 участников из Санкт-Петербурга, Новосибирска, Челябинска, Красноярска, Ростова, Ярославля, Воронежа и Тулы. Все 18 молодых специалистов успешно защитили проекты, и были рекомендованы в компании на позиции инженера-механика, инженера-электронщика, инженера-энергетика. В начале этого года филиал «Балтика-Челябинск» уже принял в штат двух выпускников на должности инженера-электрика и инженера-электронщика.

Свыше 500 человек прошли практику на заводах «Балтики» с 2008 года и смогли получить необходимые знания и опыт для дальнейшего профессионального роста.

## 90 % СОТРУДНИКОВ «БАЛТИКИ» ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ «МОЙ ГОЛОС»

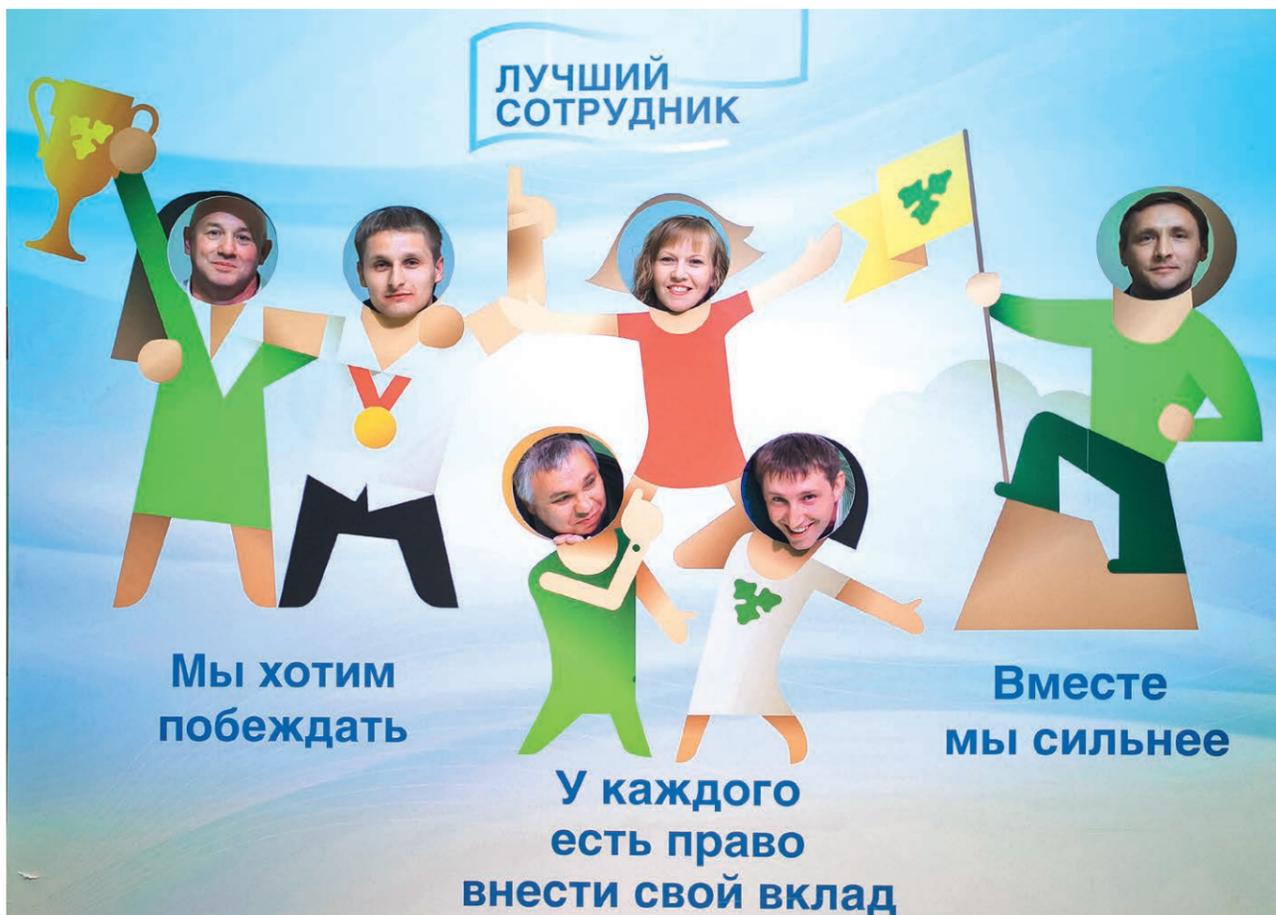
«Балтика» относится к своим сотрудникам как к партнерам, чье мнение помогает компании становиться лучше. Ежегодно в компаниях Carlsberg Group проводится опрос «Мой голос» для получения обратной связи от сотрудников.

В 2013 году в опросе приняло участие рекордное количество сотрудников «Балтики» — 90%, что на 11% больше, чем в прошлом году. Каждый смог высказаться о том, насколько удовлетворен своей работой и условиями труда, считает ли эффективным взаимодействие с коллегами и руководителями, достаточно ли получает информации и возможностей для самореализации.

Опрос показал, что по ряду показателей «Балтика» превосходит существующие нормы, в том числе среди компаний сферы потребительских товаров (FMCG). В компании высокие индексы вовлеченности (80%), способности к изменениям и эффективности, доминирующее большинство наших людей понимает стратегию «Балтики» и удовлетворены своей карьерой.

В то же время есть области для развития. В текущем году наша работа будет сфокусирована на следующих направлениях: «Обратная связь и признание», «Высшее руководство», «Действия, предпринятые по результатам опроса». Всего по итогам опроса в компании составлено 495 планов по улучшению работы на различных уровнях.

В отчетном году при проведении опроса был учтен и экологический аспект. Сотрудники пяти заводов и штаб-квартиры прошли опрос исключительно в электронной форме. В следующем году «Балтика» планирует полностью отказаться от печатной версии опроса.



# ДЕЛОВАЯ ЭТИКА



“Для «Балтики», лидера пивоваренной отрасли России, важно побеждать честно. Мы руководствуемся принципами добросовестного и прозрачного ведения бизнеса, которые закреплены в нашей Политике деловой этики. Наша цель — быть ответственным и надежным партнером”.

Антон Розачевский, вице-президент по правовым вопросам

«Балтика» ставит перед собой амбициозные задачи в бизнесе, достичь которых возможно, обеспечив уважение как интересов самой компании, ее клиентов и партнеров, так и общества в целом. Компания развивает корпоративную культуру, основанную на добровольно принятых этических принципах.

Политика деловой этики — документ, в котором закреплены наши правила и нормы ведения бизнеса, позволяющие минимизировать риски, связанные с возможностью нанесения ущерба репутации компании, партнеров, а также возможные правовые и финансовые риски.

«Балтика» понимает, что в ходе профессиональной деятельности перед сотрудниками могут возникать вопросы этического характера или неоднозначные ситуации, в рамках которых им приходится принимать решения. Политика деловой этики является руководством, которому наши сотрудники обязаны следовать в повседневной работе. В документе прописаны ключевые положения в области коммерческой деятельности.

«Балтика» не приемлет любые формы незаконных финансовых отношений, которые могут обеспечить компании преимущества по сравнению с другими участниками рынка, включая коррупцию, незаконные платежи, а также получение или предоставление подарков, угощений и развлечений. Компания также воздерживается от поддержки политических партий и использования пожертвований в коммерческих целях.

Деятельность «Балтики» основана на соблюдении норм и правил честной конкуренции и недопущении недобросовестного поведения на рынке.

Компания выстраивает эффективную систему контроля для того, чтобы предотвращать случаи мошенничества, разглашения конфиденциальной информации, а также проявления конфликта интересов сотрудников и третьих лиц.

Принятые обязательства помогают нам выстраивать долгосрочные и честные отношения с широким кругом заинтересованных сторон.



## СОБЛЮДЕНИЕ ПОЛИТИКИ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

Чтобы обеспечить применение Политики деловой этики на практике, мы совершенствуем внутренние управленческие процедуры, проводим обучение, взаимодействуем с нашими подрядчиками.

Сотрудники могут освоить положения Политики и научиться находить правильные решения в неоднозначных ситуациях, пройдя очный или заочный (электронный) курсы обучения Политике деловой этики. Обучение включает теоретическую часть, этап ответов на контрольные вопросы и прохождение обязательного экзамена. В 2013 году число сотрудников, прошедших обучение, значительно возросло и составило 2 376 человек (почти третья часть всех работников «Балтики»). Все новые сотрудники компании обязаны пройти курс и сдать экзамен в течение двух месяцев. «Балтика» ставит цель, чтобы 100 % сотрудников компании прошли тренинги.

Мы ожидаем, что организации, с которыми мы работаем, будут

руководствоваться такими же нормами поведения не только при работе с нашей компанией, но и в своей деятельности в целом.

Обязательным условием для участников тендеров, проводимых «Балтикой», является подписание обязательства о соблюдении принципов Политики деловой этики. Положения Политики деловой этики также внесены отдельным пунктом «Этика ведения бизнеса и противодействие коррупции» в типовые договоры, заключаемые компанией.

## ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

В 2014 году планируется включить пункт «Этика ведения бизнеса и противодействие коррупции» во все соглашения, заключаемые «Балтикой». Продолжится обучение сотрудников в рамках Политики деловой этики.

Кроме того, в будущем году компания планирует внедрить процедуру проверки контрагентов для снижения риска причастности организаций, с которыми сотрудничает компания, к коррупционной деятельности и иным недобросовестным практикам.

В 2013 году в компании была введена новая должность юрист по комплаенсу. В обязанности сотрудника входит разработка и применение механизмов и процедур, обеспечивающих выполнение Политики деловой этики. Введение такой должности соответствует лучшей мировой практике в области корпоративного управления, а также требованиям Федерального закона «О противодействии коррупции».

# УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА



Мы осознаем свое влияние на местные сообщества в регионах присутствия нашей компании и стремимся внести положительный вклад в их развитие.

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.

## ИНВЕСТИЦИИ В ОБЩЕСТВО

В 2013 году «Балтика» определила приоритетные направления социальных инвестиций, где мы можем внести наибольший вклад:

- Охрана окружающей среды
- Ответственное потребление
- Наука и образование
- Социально незащищенные люди
- Помощь населению в связи с природными или антропогенными катастрофами

По этическим соображениям компания не оказывает поддержку мероприятиям и проектам, связанным с вооруженными конфликтами, наркотическими веществами, агрессивными видами спорта, политическим партиям, общественным группам, выделенным по половому, национальному, религиозному или иному признаку.

Так как «Балтика» является производителем алкогольной продукции, мы исключаем прямое взаимодействие от лица компании с организациями и мероприятиями, ориентированными на несовершеннолетних. В то же время мы поощряем личные пожертвования сотрудников на лечение тяжелобольных детей, помощь детским домам.

Для рассмотрения и утверждения проектов, связанных с социальными инвестициями, в компании действует Комиссия по взаимодействию с местным сообществом. Она создана для того, чтобы сделать процесс принятия решений прозрачным и учитывать различные точки зрения. Для рассмотрения вопросов на местном уровне и оперативного принятия решений в филиалах компании также действуют региональные комиссии.

В 2013 году «Балтика» выделила средства для поддержки спортивных клубов, помощи общественным организациям, занимающимся проблемами людей с ограниченными возможностями. Более 5 000 000 рублей компания направила на ликвидацию последствий наводнения в Хабаровском крае. «Балтика» также предоставила питьевую воду, а наши сотрудники собрали вещи для отправки жителям пострадавших от стихии районов.

**76,8 млн рублей**  
объем социальных инвестиций «Балтики» в 2013 году

**225 социальных активностей** провела «Балтика» в 2013 году (благотворительные выплаты, волонтерские акции)

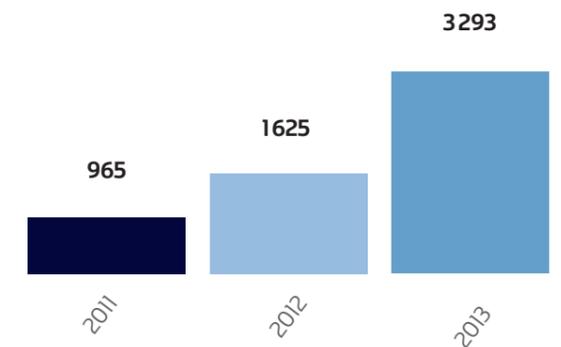
## ВОЛОНТЕРСТВО

Для «Балтики» важно, чтобы ее сотрудники реализовались не только как профессионалы, но и росли как личности. Мы развиваем волонтерское движение и поощряем социальные инициативы сотрудников, которые желают своими силами внести положительные изменения в регионах проживания. Это вдохновляет и объединяет сотрудников. Так, количество наших волонтеров в прошлом году увеличилось практически в два раза.

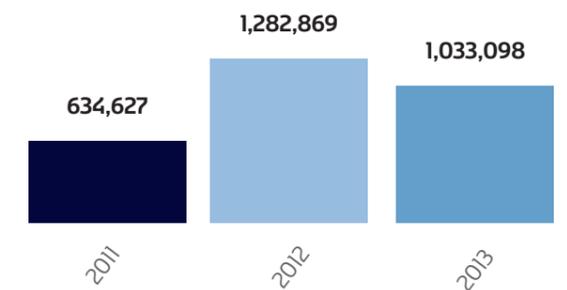
Наши сотрудники из разных уголков России принимали участие в экологических акциях, мероприятиях по продвижению ответственного потребления — «Пивной дозор», «Трезвость за рулем» — и других полезных и добрых инициативах.



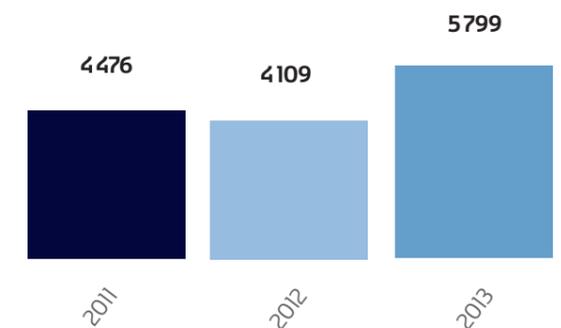
Количество сотрудников-участников волонтерских акций



Пожертвования сотрудников на благотворительность (руб.)



Количество часов, затраченных сотрудниками компании на социальные активности



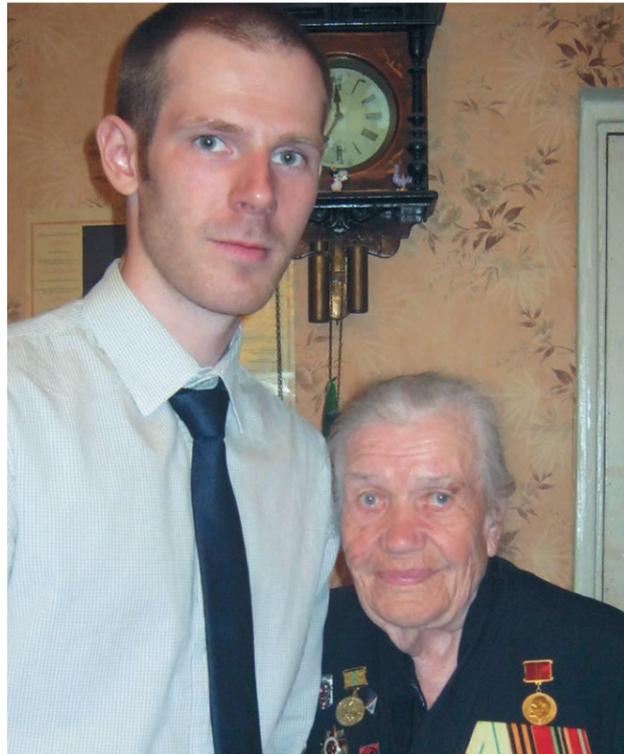
## «ПАМЯТЬ СЕРДЦА»

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 помогли окна в квартире, навели порядок в доме, купили продукты.

“ Меня поразила судьба Зинаиды Дмитриевны. Когда началась война, она вместе со всеми жителями рыла оборонительные окопы на Лужском рубеже. Позже выучилась на шофера и снабжала город продовольствием по Дороге жизни. Хочется, чтобы таких людей помнили, уважали и заботились о них. Они для нас очень многое сделали”.

Сергей Адамович, торговый представитель, Санкт-Петербург



## МИР БЕЗ ГРАНИЦ

На протяжении нескольких лет наш филиал в Челябинске сотрудничает с региональной общественной волонтерской организацией «ДоброВолец», которая занимается поддержкой людей с ограниченными возможностями. «Балтика-Челябинск» участвует в организации работы Учебного центра волонтеров, где молодых людей обучают навыкам оказания добровольной помощи социально незащищенным категориям населения, воспитывают традиции милосердия и толерантности.

В 2013 году в международный день борьбы за права инвалидов «Балтика-Челябинск» традиционно выступила соорганизатором и участником III спартакиады «Мы все равны».



Руководитель Учебного центра волонтеров, председатель региональной общественной волонтерской организации «ДоброВолец» Евгений Коробейников: «Для России, к сожалению, характерными остаются такие проблемы, как агрессивная социальная среда по отношению к людям с ограниченными возможностями, неприспособленность публичного пространства для них, равнодушие со стороны окружающих. Вся наша работа, в том числе организация спартакиады, направлена на привлечение внимания общественности к этим проблемам».



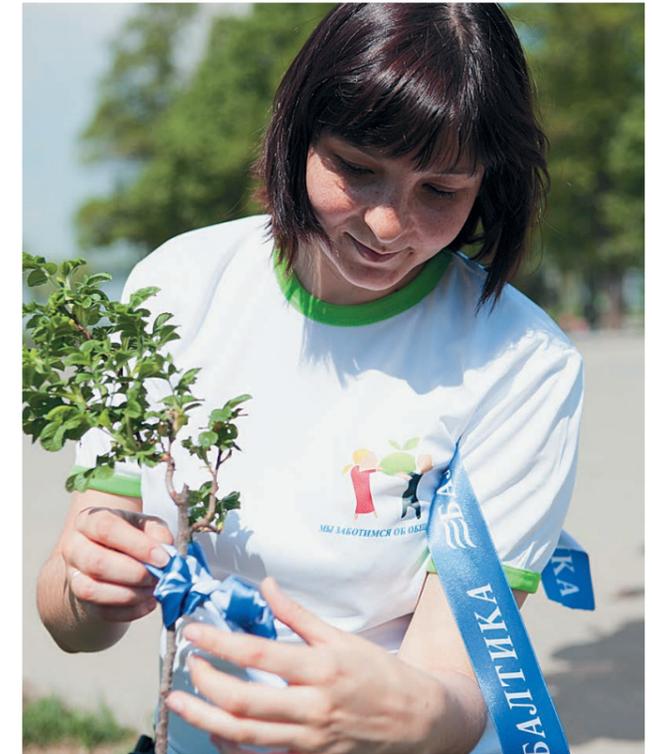
## С ЗАБОТОЙ О ПРИРОДЕ

Мы заботимся об окружающей среде и за пределами наших производственных площадок. Ежегодно весной наши сотрудники принимают участие в городских субботниках, организуют акции по уборке и посадке деревьев.

В 2013 году сотрудники из службы продаж в городе Сочи поддержали экологическую акцию Оргкомитета «Сочи 2014» в честь Всемирного дня Земли, который отмечается 22 апреля. Наши коллеги присоединились к другим волонтерам акции, чтобы убрать и озеленить Природный орнитологический парк в Имеретинской низменности и подготовить его к Олимпиаде.

86 сотрудников завода «Балтика» в Ярославле приняли участие в городском субботнике и убрали Бутусовский парк — излюбленное место отдыха ярославцев. В этот же день наши коллеги посадили деревья в исторической части города, на Стрелке — месте впадения в Волгу реки Которосль.

Благодаря сотрудникам «Балтики-Пикра» стал краше Свердловский район Красноярска. На аллее, раскинувшейся по улице 60 лет Октября вдоль территории завода, были высажены 32 молодых вяза. Филиал «Балтика-Ростов» поддержал Общегородской праздник посадки деревьев. Сотрудники отдела продаж Рязани навели порядок в Петровском парке города Ельца Липецкой области, собрав всего более 50 мешков мусора. Наши коллеги из филиала «Балтика-Самара» посадили деревья в поселке Петра Дубрава, озеленили участок городской набережной.



За развитие волонтерских программ в области экологии филиал «Балтика-Самара» был отмечен благодарственным письмом Общественной палаты РФ в рамках форума «Строим город сами: от мегаполиса к экополису», организованном общественной организацией «Российская зеленая лига» при поддержке городского «Агентства экономического развития».

Председатель Центрального Совета Российской Зеленой Лиги, член Общественной Палаты РФ Сергей Симаков: «Поддержка волонтерского движения должна стать нормой для социально ответственного бизнеса. Коллектив «Балтика-Самара» подает пример ответственного и неравнодушного отношения к экологическому, как самой компании, так и общественным инициативам. Сотрудники филиала — постоянные участники наших акций и авторы ярких «зеленых проектов».

“ Мы понимаем важность сохранения уникальной природы Краснодарского края. Я думаю, что подобные мероприятия еще и воспитывают людей. Помогают осознать тот факт, что каждый влияет на окружающий мир — можно его улучшить, или наоборот. Мы решили сделать первое”.



Татьяна Гречаная, менеджер по развитию территории дивизиона продаж «Юг», участница акции



## ВСЕРОССИЙСКАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ АКЦИЯ «СЕМЬ РЕК»

Два года «Балтика» проводит всероссийскую экологическую акцию «Семь рек» при поддержке Оргкомитета «Сочи 2014». Основная цель инициативы — развитие культуры раздельного сбора, переработки и повторного использования отходов, чтобы сократить выбросы CO<sub>2</sub>. Сотрудники компании совместно с жителями городов, партнерами, представителями органов власти, экспертами в области экологии очищают берега крупнейших российских рек: Енисея, Волги, Дона, Невы, Амура, Оби, Миасса, Кубани. При этом все отходы собираются раздельно. ПЭТ-бутылки и алюминиевые банки отправляются на переработку, стеклянные оборотные бутылки обретают «вторую жизнь», в том числе и на «балтийских» заводах. Только в 2013 году в акции приняли участие около 800 человек, собрано порядка 6 тонн отходов, 80% которых отправлено на переработку. В ряде городов «Балтика» установила контейнеры для раздельного сбора отходов, а Шлиссельбургу также подарила скамейки, сделанные из переработанных пластиковых бутылок, как напоминание, что у отходов может быть «вторая жизнь».

Инициативу «Семь рек» в 2013 году по традиции поддержали спортсмены: в Хабаровске — хоккейный клуб «Амур», в Шлиссельбурге — известная фигуристка, олимпийская чемпионка Елена Бережная.

«Акция «Семь рек» — это яркий пример взаимодействия бизнеса и общества, и это то, чего действительно не хватает в России, чтобы решить проблему отходов. Выигравшими в этой акции являются природа и общество».



Денис Старк, основатель общественного экологического движения «Мусора. Больше. Нет»

**6 тонн** отходов собрано раздельно во время акции

**80%** отходов отправлено на переработку

Около **800 человек** приняли участие в акции

«Семь рек» второй год подряд признана экспертами одной из самых успешных инициатив по итогам ежегодной Национальной программы «Лучшие социальные проекты России», инициированной в поддержку курса Правительства РФ на укрепление социальной политики на основе партнерства государства, общества и частного бизнеса.



## IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС PORTRAIT NOW!

В 2013 году «Балтика» организовала российский этап конкурса портретов Portrait Now! имени пивовара Якоба Кристиана Якобсена.

Конкурс проводится с 2007 года Датским музеем национальной истории, расположенным в замке Фредериксборг. Музей был создан в 1878 году по инициативе Я. К. Якобсена, основателя Carlsberg, как отделение Фонда Carlsberg. Ранее в конкурсе могли принимать участие только скандинавские художники. Благодаря поддержке «Балтики» впервые представить свои работы смогли отечественные портретисты.



В конце января в музее современного искусства «Эрарта» состоялось торжественное открытие выставки портретов. Всего на конкурс было представлено порядка 400 работ, в числе которых и традиционная реалистическая, и авангардная живопись, и фотография — как студийная, так и уличная, и скульптура, и объекты, и даже видео-арт.

Посетители выставки определили победителя специального конкурса на приз от «Балтики» — поездку в столицу Дании, Копенгаген, с посещением известнейших музеев и галерей искусств.

Международное жюри отобрало авторов 20 лучших работ, чьи творения продолжили участие в конкурсе.



Финал конкурса прошел в одном из крупнейших датских выставочных центров — музее национальной истории Фредериксборг в мае. Вторую премию и 35 тысяч датских крон получила российская художница Анастасия Кузнецова-Руф. Жюри отдало ее работе «Табула раса» «серебро».

«Русский портретный жанр имеет достойные традиции. Если говорить в целом о результатах, то все работы поразили «своей витальной силой», а для жюри было очень интересно найти различия и сходство в тенденциях современного портрета. Мы очень благодарны компании «Балтика» за неоценимую поддержку проекта в России».

Метте Скоугард, Директор музея Фредериксборг

## ПОДДЕРЖКА СПОРТА

На протяжении своей истории «Балтика» поддерживает спортивные клубы и лиги. Для нашей компании такое сотрудничество — это, прежде всего, вопрос имиджа и социальной ответственности.

На федеральном уровне «Балтика» является партнером Континентальной хоккейной лиги. Мы спонсируем и региональный спорт: хоккейный клуб «Амур» (Хабаровск), футбольные клубы «Шинник» (Ярославль) и «Крылья Советов» (Самара).

Мы также рассматриваем партнерство как возможность для формирования и развития в обществе ответственного отношения к пиву. В рамках мероприятий для болельщиков, проводимых совместно с клубами, «Балтика» продвигает ответственное поведение на спортивных матчах и культуру потребления пенного

напитка. Компания считает возможным умеренное потребление пива совершеннолетними людьми в специально организованных местах, включая спортивные объекты. Так, по инициативе «Балтики» фанаты хоккейных клубов «Амур» и «Автомобилист» подписали «Манифест ответственного болельщика». В соответствии с Манифестом болельщик поддерживает честную спортивную борьбу, справедливое судейство, достойное поведение, как на льду, так и на стадионе. Он понимает, что пивом нужно наслаждаться в меру и никогда не садиться за руль в нетрезвом виде.

## ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПОСТАВЩИК ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ

Самым крупным проектом последних лет для «Балтики» стало подписание соглашения

с Оргкомитетом «Сочи 2014». Статус официального поставщика XXII зимних Олимпийских игр 2014 года предоставил компании право не только представлять свою продукцию, но и вносить вклад в подготовку этого крупнейшего спортивного события. «Балтика» и Оргкомитет «Сочи 2014» провели ряд совместных мероприятий, включая экологическую акцию «Семь рек», «Бал олимпийцев России» и отбор волонтеров для работы на Олимпиаде в Сочи.



# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ CARLSBERG GROUP

О CARLSBERG GROUP

## № 4

4-я крупнейшая пивоваренная компания  
в мире

## 9,8

млрд датских крон операционная  
прибыль

## 40 435

сотрудников

## 12%

рост бренда Carlsberg на премиальных  
рынках Азии (в основном Китай и Индия)



WE SUPPORT

Подписант Глобального договора ООН





## РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2013 ГОД

Когда Я. К. Якобсен основал Carlsberg в 1847 году, он был уверен: пивоварение помогает социальному и экономическому развитию общества. Основываясь на этой традиции, корпоративная социальная ответственность остается неотъемлемой составляющей нашего бизнеса на глобальном и локальном уровнях.

Группа определила направления в области устойчивого развития, на которые компания оказывает наибольшее влияние и, по мнению различных заинтересованных сторон, должна сосредоточить внимание. В целом были выделены восемь направлений по всей цепочке приращения стоимости и три ключевых инициативы: Ответственное потребление, Экологически рациональная упаковка,

Эффективный пивовар (сокращение потребления воды, энергии, уменьшение выбросов парниковых газов на наших производственных площадках).

Каждые три года Carlsberg Group оценивает результаты своей деятельности в области КСО и степень достижения поставленных целей. В прошлом году были подведены итоги за отчетный период 2011–2013. В целом Группа показала значительный прогресс по ряду направлений, большинство целевых показателей были достигнуты, а в некоторых случаях — улучшены.

Новые цели на 2014–2016 годы отражают стремление Carlsberg Group продолжить интегрировать КСО по всей цепочке приращения стоимости и бизнес-стратегию.

Carlsberg Group уверена, что сотрудничество с различными заинтересованными сторонами

является ключевым фактором в достижении долгосрочных целей. Поэтому в предстоящем периоде Группа сосредоточится на создании новых партнерств, чтобы расти ответственно, создавая новые возможности и общие ценности для Carlsberg Group и общества в целом.

## ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ

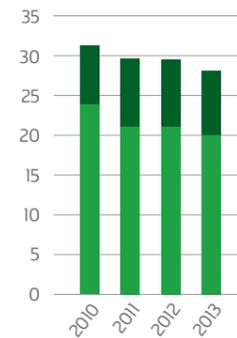
Деятельность Carlsberg Group оказывает положительное влияние на экономику и общество 140 рынков, где компания ведет свой бизнес. В компании работают более 40 000 сотрудников. Дополнительно Группа создает 370 000 рабочих мест в смежных отраслях, таких как сельское хозяйство, сфера услуг. В отчетном году налоговые отчисления Carlsberg Group составили 42,5 млрд датских крон, вклад в рост ВВП на глобальном уровне — 79,2 млрд датских крон.

## ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Сокращение воздействия на окружающую среду является ключевым приоритетом Carlsberg Group на протяжении нескольких лет. Экологическая эффективность играет важную роль в различных сферах деятельности Группы, будь то исследования и выведение новых сортов ячменя, оптимизация производственных процессов, пересмотр упаковки или улучшение дистрибуции и продаж.

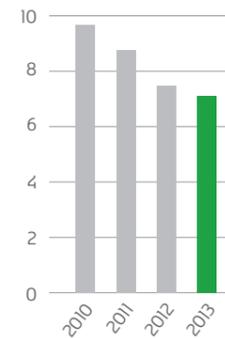
Ключевой инициативой в 2013 году была разработка стратегии по сокращению потребления энергии.

Потребление энергии (кВт/г):

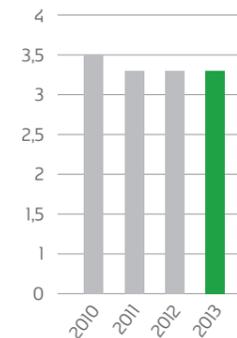


■ тепловая энергия  
■ электроэнергия

Выбросы CO<sub>2</sub> (кг CO<sub>2</sub>/г)



Потребление воды (г/г)



В отчетном году Группа стала участником общественно-частного партнерства Water Benefits Partners, цель которого разработать финансовые механизмы, направленные на поддержку водоохранных проектов в регионах, испытывающих нехватку воды.



В 2013 году потребление энергии составило 28,0 кВт/г. Данный показатель ниже поставленной Группой цели на 2013 год — 29,0 кВт/г. В целом с 2010 года удалось сократить потребление энергии на 13,3%. Выбросы CO<sub>2</sub> составили 7,1 кг CO<sub>2</sub>/г. Группа достигла цели по данному показателю



За три года потребление воды Carlsberg Group снизилось на 5,7%. Однако компания не достигла цели на 2013 год — 3,2 г/г

## РАБОТА С ПОСТАВЩИКАМИ

В тесном сотрудничестве с поставщиками и партнерами по отрасли Группа стремится найти решения по улучшению этических, социальных и экологических аспектов нашей операционной деятельности.

В 2013 году Группа проанализировала стратегию и подход в области ответственных поставок и разработала новую программу по ответственным поставкам. Carlsberg Group предложила ключевым поставщикам принять участие в аудитах, чтобы

больше узнать о их деятельности и оценить их работу по управлению рисками в области КСО. В ходе аудитов, проведенных независимыми организациями, не было выявлено существенных несоответствий.

В отчетном году Группа обновила Кодекс поставщика с учетом внутренних и внешних требований.

В будущем Carlsberg Group продолжит работу по внедрению лучших этических практик в области поставок.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Carlsberg Group предпринимает значительные усилия, направленные на продвижение культуры ответственного потребления пива. Группа сотрудничает с различными заинтересованными сторонами для решения проблем злоупотребления алкоголем и связанных с этим рисками.

В 2013 году была разработана Политика по ответственному потреблению Carlsberg Group, обновлена Политика по маркетинговым коммуникациям, что поможет повысить эффективность работы в данной области.

На данный момент 80% выпускаемой продукции компании содержит на упаковке предупредительные надписи (информацию о вреде чрезмерного потребления алкоголя, недопустимости потребления алкоголя беременными и несовершеннолетними). В планах Группы, чтобы вся продукция имела подобные надписи.

69% компаний, которые входят в Carlsberg Group, реализуют программы, направленные на продвижение ответственного потребления пива среди потребителей.

## ЭКОЛОГИЧЕСКИ РАЦИОНАЛЬНАЯ УПАКОВКА

На долю первичной и вторичной упаковки приходится 45% от общего объема выбросов CO<sub>2</sub> Carlsberg Group. Именно в этой сфере мы можем добиться значительных результатов по сокращению воздействия на окружающую среду. Поэтому в список приоритетных направлений КСО была включена работа в области экологически рациональной упаковки.

В течение 2013 года проводился анализ жизненного цикла продукта, компании, входящие в Группу, взаимодействовали с потребителями и клиентами в рамках инициатив по сбору и переработке упаковки, разработана карта интеграции концепции регенеративного (безотходного) дизайна — Cradle to Cradle Design Framework® в наш портфель брендов.

Важной частью проекта Cradle to Cradle является создание Carlsberg Circular Community в качестве платформы для сотрудничества между Carlsberg Group и поставщиками для пересмотра дизайна и методов производства упаковки и разработки нового поколения упаковочных материалов, оптимально подходящих для переработки и повторного использования, при условии сохранения и улучшения их качества и ценности.





Показатель по несчастным случаям с временной потерей трудоспособности на производстве достиг 10,3% и уменьшился на 38% по сравнению с 2010 годом. Количество дней нетрудоспособности сократилось до 142, что на 45% меньше в сравнении с показателем 2010 года.

## ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ

Важным направлением деятельности в области КСО Carlsberg Group считает создание безопасных условий работы для своих сотрудников и подрядчиков. Компания стремится к нулевому уровню травматизма, фокусируя свои усилия на продвижении культуры безопасного труда, прежде всего, на производственных площадках и в подразделениях логистики, связанных с транспортировкой продукции. За прошедшие три года усилена работа по вовлечению управленческого и производственного персонала в работу по повышению безопасности, внедрена система внутренних аудитов. В результате количество и уровень тяжести несчастных случаев сократились.

## ПЕРСОНАЛ И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

Carlsberg Group создает для сотрудников благоприятные условия работы, чтобы наши люди ощущали поддержку, активно участвовали в жизни своих компаний. Поэтому Группа уделяет особое внимание вовлеченности сотрудников.

В 2013 году Группа включила в список годовых целей для топ-менеджеров показатель «Вовлеченность сотрудников», внедрила лидерские компетенции.

Carlsberg Group стремится, чтобы все сотрудники (как мужчины, так и женщины) имели равные возможности для развития карьеры. Сейчас в Наблюдательном совете Группы женщины составляют 21%. В целях увеличить показатель до 40%.

В отчетном году в опросе «Мой голос», направленном на исследование мнения сотрудников, приняли участие 88% персонала. Результаты показывают высокий индекс вовлеченности наших людей и гордости за работу в Carlsberg Group.

## ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

Противодействие коррупции является одной из ключевых составляющих Политики деловой этики Carlsberg Group. Для того, чтобы все сотрудники знали и применяли корпоративные этические нормы на практике, в компании разработаны специальные процедуры руководства, тренинги, процедуры проверки третьих лиц.

## УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Я. К. Якобсен основывал свою компанию на твердом убеждении: процветание Carlsberg служит условием для того, чтобы отдавать обществу что-то взамен и приумножать его благосостояние. В наши дни Группа продолжает руководствоваться этим принципом, активно участвуя в жизни местных сообществ.

В отчетный период Carlsberg Group разработала и внедрила механизм, позволивший систематизировать работу по взаимодействию с местным сообществом и определить приоритеты. Сделано это было для того, чтобы активности в этом направлении были лучше интегрированы в бизнес-планы и мы могли оценивать их эффективность. Группа выделила два приоритета, на которых компания намерена сосредоточить усилия на глобальном уровне: ответственное потребление и экологически рациональная упаковка.

Группа продолжает сотрудничество с некоммерческими организациями и другими партнерами. Одним из крупнейших международных партнерств стало заключение договора с UNIDO по реализации программы в области охраны окружающей среды в России.

Важной частью работы Группы является привлечение сотрудников в качестве волонтеров для проектов по взаимодействию с местным сообществом. Их участие обеспечивает наиболее устойчивые связи между компанией и жителями регионов присутствия.



В 2013 году 3765 сотрудников прошли электронный курс обучения Политике деловой этики. Для юристов 29 компаний проведены 184 специализированных тренинга.



В 2013 году компании Группы направили на поддержку местных сообществ более 47 млн датских крон.

7432 сотрудника Группы приняли участие в качестве волонтеров в 1599 акциях.

С полной версией отчета Carlsberg Group вы можете познакомиться на сайте: [www.carlsberggroup.com](http://www.carlsberggroup.com)



**ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ  
ООО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА», ЧАСТЬ CARLSBERG GROUP  
2013**

Отчет подготовлен Департаментом по корпоративным коммуникациям  
Санкт-Петербург, 194292  
6-й Верхний пер., 3  
Телефон: 8 (812) 325-93-25  
[www.baltika.ru](http://www.baltika.ru)  
Апрель 2013 г.

