



Социальный отчет пивоваренной отрасли The brewig industry social report

2008

6	Социальная ответственность пивоваренной отрасли Social Responsibility of the Brewing Industry
12	Экономические результаты 2008 года 2008 Economic Results
22	Качество продукции Product Quality
30	Культура и ответственное потребление пива Drinking Culture and Responsible Beer Consumption
36	Экология Ecology
52	Социально-экономическое партнерство Social and Economic Partnership
64	Общественное признание Public Recognition
70	Информация о деятельности Союза российских пивоваров Information on the Activity of the Russian Brewers Union
76	Информация об участниках Социального отчета Information on the Social Report Participants
81	Анкета читателя Reader's Feedback

Обращение к читателям Социального отчета

Союз российских пивоваров представляет пятый, юбилейный Социальный отчет пивоваренной отрасли. Пивоваренная индустрия России сегодня – это исторические традиции и современные производства, эффективные бизнес-решения и тысячи специалистов отрасли и смежных с ней секторов экономики.

Когда пять лет назад Союз российских пивоваров включился в процесс нефинансовой отчетности, мы стремились не только продемонстрировать государству и обществу результаты экономической деятельности, но и проинформировать об активном участии компаний в решении вопросов развития социальной сферы.

Первый Социальный отчет, который вышел в 2005 году, безусловно, стал заметным событием для всего бизнес-сообщества. Союз стал первой ассоциацией производителей в нашей стране, представившей консолидированную позицию в сфере корпоративной социальной ответственности. Отчет наглядно продемонстрировал эффективность взаимодействия участников рынка внутри профессионального сообщества, которое объединяет как транснациональные холдинги, так и малые региональные предприятия.

Социальный отчет по итогам 2008 года знаковый для пивоваренной отрасли. Впервые мы публично представляем наше понимание и принципы корпоративной социальной ответственности, что станет вкладом в развитие нефинансовой отчетности в России. В отчете представлены результаты экономической деятельности компаний, программы в области развития контроля качества продукции, обучения персонала, взаимодействия с органами власти, благотворительные и экологические проекты. Много внимания в Социальном отчете уделено мерам, которые принимают пивоваренные компании в области формирования ответственного потребления пива, особенно в сфере предотвращения продажи пива несовершеннолетним.

Уверен, что пятый Социальный отчет пивоваренной отрасли не только станет источником объективной информации о работе индустрии, но и продолжит наш диалог с государственными и общественными институтами.

Вячеслав Мамонтов, Председатель Исполнительного комитета Союза российских пивоваров

Address to the readers of the Social Report

The Russian Brewers Union is presenting its fifth anniversary Social Report of the Brewing Industry. Today the Russian brewing industry is represented by its historical traditions and modern production facilities, effective business solutions and thousands of specialists working in the brewing industry and related sectors of economy.

When 5 years ago the Russian Brewers Union joined the non-financial reporting process, our commitment was not only to demonstrate our business performance to the Government and society, but also to inform them about the active participation of the companies in resolution of the current issues of social development.

The first Social Report issued in 2005 was obviously a remarkable event for the whole business community. The Union became the first association of manufacturers in our country to have presented its consolidated position in the field of corporate social responsibility. The report clearly demonstrated the effectiveness of the market players' cooperation within the professional community that unites both transnational holding companies and small regional enterprises.

The 2008 Social Report is indicative for the brewing industry. For the first time, we publicly present our understanding and principles of corporate social responsibility, thus contributing to the development of non-financial reporting in Russia. The Report contains the results of the companies' economic activities, programs in the field of product quality control development, staff training, interaction with government authorities, charity and ecology projects. The Social Report pays much attention to the measures taken by brewing companies to promote a responsible consumption culture, especially in preventing beer sales to minors.

I am sure the fifth Social Report of the Brewing Industry will not only become the source of objective information on the industry performance, but will enable our continued dialogue with governmental and social institutions.

Vyacheslav Mamontov, Chairman of the Russian Brewers Union Executive Committee

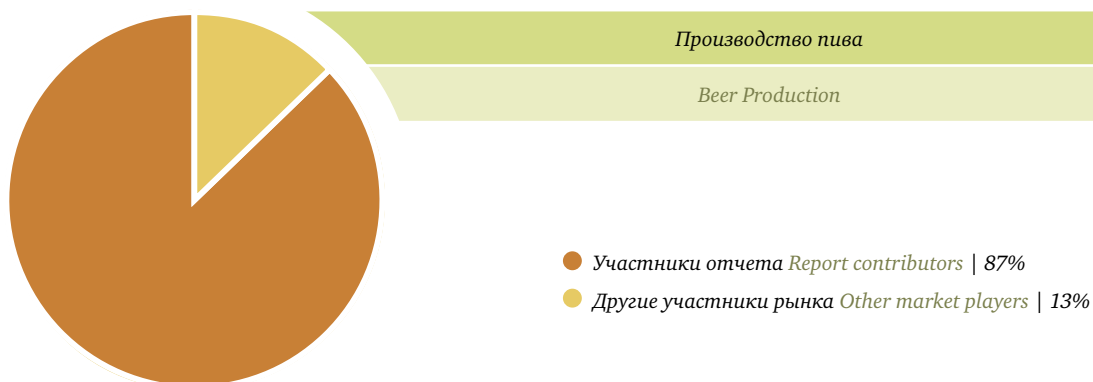
За последние десять лет:

- Общий объем инвестиций пивоваренных компаний в сельское хозяйство превысил **1 млрд долларов**
- Российские пивоваренные компании построили **10 солодовенных заводов**
- **Одно рабочее место** в пивоваренной отрасли создает **10–12 рабочих мест** в смежных отраслях
- Российские пивовары ежегодно закупают по **70% пищевой стеклотары и алюминиевых банок, производимых на территории РФ**
- **Доля отечественного солода**, закупаемого пивоваренными компаниями, возросла **с 30% до 70%**. По итогам 2008 года объем солода российского производства превысил **1,5 млн. т.**

О компаниях – участниках Отчета 2008

Производство пива

Всего в 2008 году в РФ произведено 1153 млн. дал, из них участниками Отчета – 1000,7 млн. дал.



Количество компаний, представленных в Отчете: **21**, включая **пять крупных и 16 средних и малых**
Общее количество пивоваренных заводов: **54**
Общее количество работников: **37 656 человек**.

За пять лет в подготовке отчетов приняли участие 53 компании*.

* Часть из них позже вошла в состав других компаний.
Some of them later merged with other companies.

In the last ten years:

- The total amount of investments of brewing companies into the agricultural sector exceeded **USD 1 billion**.
- Russian brewing companies constructed **10 malt houses**
- **One job** in the brewing industry creates **10–12 jobs** in related industries
- Annually Russian brewers buy **70% of food glass containers and aluminum cans produced in Russia**
- **The share of locally produced malt** purchased by brewing companies grew **from 30% to 70%**. At the end of 2008 the production volume of malt in Russia exceeded **1.5 million tons**

Information on the 2008 Report Contributors

Beer Production

Total production of beer in Russia in 2008 amounted to 1,153 million decalitres, out of them 1,000.7 million decalitres were produced by the Report contributors

Number of companies presented in the Report: **21**, including **five large and 16 medium-sized and small companies**
Total number of breweries: **54**
Total number of employees: **37,656**
Over five years 53 companies contributed to the reports preparation*.

Участники социального отчета Report participants

ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА»
OJSC BALTIKA BREWERY

г. Санкт-Петербург / Завод Балтика-Санкт-Петербург
St-Petersburg / Factory Baltika-St.Petersburg
Factory Baltika-Vena

г. Воронеж / Филиал «Балтика-Воронеж»
Voronezh / Subsidiary Baltika-Voronezh

г. Новосибирск / Филиал «Балтика-Новосибирск»
Novosibirsk / Subsidiary Baltika-Novosibirsk

г. Красноярск / Филиал «Балтика-Пикра»
Krasnoyarsk / Subsidiary Baltika-Pikra

г. Самара / Филиал «Балтика-Самара»
Samara / Subsidiary Baltika-Samara

г. Ростов-на-Дону / Филиал «Балтика-Ростов»
Rostov-on-Don / Subsidiary Baltika-Rostov

г. Тула / Филиал «Балтика-Тула»
Tula / Subsidiary Baltika-Tula

г. Челябинск / Филиал «Балтика-Челябинск»
Chelyabinsk / Subsidiary Baltika-Chelyabinsk

г. Хабаровск / Филиал «Балтика-Хабаровск»
Khabarovsk / Subsidiary Baltika-Khabarovsk

г. Ярославль / Филиал «Балтика-Ярославль»
Yaroslavl / Subsidiary Baltika-Yaroslavl



ОАО «САН ИНБЕВ»
OJSC SUN INBEV

г. Саранск / Саранский филиал ОАО «САН ИнБев»
Saransk / Saransk Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Пермь / Пермский филиал ОАО «САН ИнБев»
Perm / Perm Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Омск / Омский филиал ОАО «САН ИнБев»
Omsk / Omsk Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Новочебоксарск, Чувашия /
Новочебоксарский филиал ОАО «САН ИнБев»
Novocheboksarsk, Chuvash Republic /
Novocheboksarsk Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Курск / Курский филиал ОАО «САН ИнБев»
Kursk / Kursk Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Клин, Московская обл. / Клинский
производственный комплекс ОАО «САН ИнБев»
Klin, Moscow region / Klin Production Site of OJSC «SUN InBev»
г. Иваново / Ивановский филиал ОАО «САН ИнБев»
Ivanovo / Ivanovo Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Волжский, Волгоградская область
Волжский филиал ОАО «САН ИнБев»
Volzhsky, Volgograd region /
Volzhsky Branch of OJSC «SUN InBev»
г. Ангарск, Иркутская область /
Ангарский филиал ОАО «САН ИнБев»
Angarsk, Irkutsk region /
Angarsk branch of OJSC «SUN InBev»

ООО «ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПИВОВАРНИ «ХЕЙНЕКЕН»
HEINEKEN BREWERIES, LLC

г. Санкт-Петербург / «Пивоварня Хейнекен»
«Пивоваренный завод
им. Степана Разина»
St-Petersburg / Heineken Brewery Saint-Petersburg
Stepan Razin Brewery
г. Хабаровск / «Амур-пиво»
Khabarovsk / Amur-Pivo
г. Н. Новгород / Пивоваренная компания «Волга»
N. Novgorod / Volga Brewery
г. Стерлитамак, Республика Башкортостан /
«КПБН Шихан»
Sterlitamak Bashkortostan Republic / Shikhan Brewery
г. Новосибирск / «Сибирская Пивоварня Хейнекен»
Novosibirsk / Heineken Brewery Siberia
г. Екатеринбург / «Патра»
Ekaterinburg / Patra Brewery
г. Иркутск / «Пивоварня Хейнекен Байкал»
Irkutsk / Heineken Brewery Baikal
г. Калининград / «Компания «ПИТ»
Kaliningrad / Ivan Taranov Brewery Kaliningrad
г. Новотроицк, Оренбургская обл. / Компания «ПИТ»
Novotroitsk, Orenburg Region / Ivan Taranov Brewery

«ГРУППА КОМПАНИЙ ЭФЕС В РОССИИ»
EFES GROUP IN RUSSIA

г. Москва / ЗАО «Пивоварня Москва-ЭФЕС»
Moscow / Moscow-Efes Brewery Russia
г. Новосибирск / ОАО «КВ-СибПивКомпания»
Novosibirsk / KV-SibPivKompamia
г. Ростов-на-Дону / Ростовский филиал
«Пивоварня Москва-Эфес»
Rostov-on-Don / Rostov Branch of Moscow-Efes Brewery, CJSC
г. Уфа / ОАО «Амстар»
Ufa / JSC Amstar

г. Барнаул /ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»
Barnaul / OJSC Barnaul Brewery
г. Чебоксары / ОАО Букет Чувашии
Cheboksary / OJSC Buket Chuvashii
г. Кузнецк, Пензенская область / ОАО «Визит»
Kuznetsk, Penza region / OJSC Vizit
г. Киров / ОАО «Вятич»
Kirov / OJSC Vyatich
г. Курган / ОАО «Зауральские напитки»
Kurgan / OJSC Zauralskie Napitki
г. Липецк / ЗАО «Липецкпиво»
Lipetsk / CJSC Lipetsk Pivo
г. Махачкала / ООО «Махачкалинский
пивоваренный завод» Порт-Петровский
Makhachkala / Makhachkalinsky
Brewery Port Petrovsky, LLC
г. Майкоп, Республика Адыгея /
ООО МПК «Пивоваренный завод Майкопский»
Maikop, Adygeya Republic / MPK Maikop Brewery
г. Барнаул / ООО «Пивная Артель»
Barnaul / Pivnaya Artel, LLC
г. Новороссийск / ЗАО «ПИНО»
Novorossiisk / CJSC PINO
г. Ейск, Краснодарский край /
ЗАО «Приазовская Бавария»
Yiesk, Krasnodar Territory / CJSC Priazovskaia Bavaria
г. Калуга / ООО САБМиллер РУС»
Kaluga / SABMiller RUS, LLC
г. Нижневартовск, Ханты-Мансийский АО /
ООО «Сибирский пивоваренный завод»
Nizhnevartovsk, Khant-Mancy Autonomous District /
Siberian Brewery, LLC
г. Междуреченск, Кемеровская обл. / ОАО «Славянка»
Mezhdurechensk, Kemerovo region / OJSC Slavyanka
г. Ставрополь /
ОАО «Ставропольский пивоваренный завод»
Stavropol / OJSC Stavropol Brewery
г. Хадзыженск, Краснодарский край /
ООО «Пивоваренный завод «Хадзыженский»
Khadyzhnesk, Krasnodar Territory /
Khadyzhensky Brewery, LLC
г. Томск / ОАО «Томское пиво»
Tomsk / OJSC Tomsk Pivo

● Красноярск
Krasnoyarsk

● Ангарск
Angarsk
● Иркутск
Irkutsk

● ●
Хабаровск
Khabarovsk

1

Социальная ответственность пивоваренной отрасли

Social Responsibility of the Brewing Industry

- ◀ *Effective Business Management in the Changing Economic Environment*
- ◀ *Product quality*
- ◀ *Promotion of Responsible Beer Consumption Culture*
- ◀ *Partnerships with Government Authorities, Professional Associations and General Public*
- ◀ *Contribution to the Improvement of the Ecological Situation*

- ◀ *Эффективное управление бизнесом в изменяющихся экономических условиях*
- ◀ *Качество продукции*
- ◀ *Популяризация ответственного потребления и культуры потребления пива*
- ◀ *Партнерство с органами власти, профессиональными ассоциациями и общественностью*
- ◀ *Вклад в улучшение экологической ситуации*

Настоящий отчет – пятый по счету – является своего рода юбилейным. Мы уже можем подвести некоторые итоги и сформулировать более четкое представление о том, как в пивоваренных компаниях понимают свою социальную ответственность, работая в условиях российского рынка. На протяжении пяти лет в подготовке отчетов принимали участие самые разные компании – от маленьких заводов в небольших российских городах до крупных холдингов, чья продукция известна не только в России, но и за рубежом. За пять лет в отчетах были представлены практически все аспекты деятельности компаний, которые в той или иной мере имеют отношение к понятию социальной ответственности. Мы получили позитивные отклики на наши отчеты от участников рынка и других заинтересованных сторон.

В результате в пивоваренной отрасли определились рамки социальной ответственности, которыми могут руководствоваться как большие, так и малые компании, работающие в разных регионах России – от Калининграда до Владивостока.

This fifth Social Responsibility Report is kind of an anniversary one. We can already sum up the results and formulate more precisely the idea of how breweries understand their social responsibility working in the Russian market. Over the five years, various companies, ranging from small plants located in small Russian towns to large holding companies whose products are known not only in Russia but abroad, participated in preparation of the reports. We included into the report almost all aspects of the companies' operations over the five years, which in one way or the other are related to the notion of social responsibility. We received positive feedback on our reports from the market players and other interested parties.

As a result, the brewing industry defined the scope of social responsibility that can serve as guidance for both large and small companies working in different Russian regions, from Kaliningrad to Vladivostok.



1 Социальная ответственность пивоваренной отрасли

At the same time, we realize that the content of social responsibility is not permanent. Given the changes of the environment and attitudes of our consumers and partners over time, we plan to review our social responsibility initiatives.

Our notion of social responsibility includes five main areas of activity.

Вместе с тем, мы понимаем, что содержание социальной ответственности не является чем-то постоянным. Со временем с изменением внешних обстоятельств, настроений наших потребителей и партнеров мы будем пересматривать направления социальной ответственности.

В понятие социальной ответственности мы сегодня включаем пять основных областей деятельности.

Социальная ответственность пивоваренных предприятий

Social Responsibility of Brewing Companies

Эффективное управление бизнесом Efficient Business Management	Качество продукции Product Quality	Ответственное потребление и культура потребления пива Drinking Culture and Responsible Beer Consumption	Экология Ecology	Партнерство Partnerships
Постоянное повышение квалификации управленческого состава (в том числе, в области социальной ответственности) Continuous professional improvement of the management team (including social responsibility initiatives)	Организация системы контроля качества сырья и материалов, системы взаимодействия с поставщиками Raw stock and materials quality control, suppliers interaction system	Ответственный маркетинг и реклама (саморегулирование) Responsible marketing and advertising (self-regulation)	Рациональное использование сырья, материалов и энергии Rational use of raw stock, materials, and energy	Программы социально-экономического партнерства Social and economic partnership programs
Повышение мотивации работников Improvement of the employees' motivation	Соблюдение технологии производства Compliance with production technologies	Специальные политики в компаниях Specific company policies	Сокращение и возможное повторное использование отходов Waste reduction and possible recycling	Социально-значимые акции Socially important initiatives
Повышение качества управления бизнес-процессами Improvement of business processes management quality	Контроль санитарного состояния оборудования и тары Control of the equipment and packaging sanitation level	Социальные программы и акции Social programs and initiatives	Развитие экологической культуры Ecological culture promotion	
	Соблюдение условий хранения и транспортировки продукта Compliance with products storage and transportation conditions	Пропаганда здорового образа жизни Physical training and sports promotion		

1. Эффективное управление бизнесом в изменяющихся экономических условиях

Мы считаем, что только положительные результаты экономической деятельности компаний создают основу для социально-ответственного ведения бизнеса. На успешность бизнеса влияет очень много факторов, включая законодательное регулирование, удорожание сырья, электроэнергии, водопользования, финансовых средств, степень и характер конкуренции и др. Влиять на внешние условия компании либо не могут, либо могут в очень ограниченном объеме. Однако общие результаты работы компаний зависят, в том числе, и от того, насколько грамотно и дальновидно ими управляют владельцы и менеджеры, насколько ответственно работники относятся к своим обязанностям. Компании повышают квалификацию управленческого и линейного персонала, внедряют современные методы управления и оптимизации издержек.

2. Качество продукции

Обеспечение безупречного качества и пищевой безопасности выпускаемой продукции является нашей основной ответственностью перед потребителями и обществом в целом. Для обеспечения качества каждая пивоваренная компания применяет комплексный подход, начиная от использования новейшего оборудования и контроля качества сырья до организации обратной связи с потребителем.

Понятие качества означает для нас также стремление не стоять на месте. Поэтому ежегодно в арсенале компаний появляются новые сорта пива, тем самым, расширяются возможности выбора для потребителя.

3. Популяризация ответственного потребления и культуры потребления пива

Одним из приоритетных направлений нашей деятельности является формирование ответственного потребле-

1. Effective Business Management in the Changing Economic Environment

In our opinion, only positive economic performance can create the basis for socially responsible business management. The success of a business is influenced by many factors including legislative control, growing prices of raw materials, electric power, water consumption, financial resources, level and character of competition, etc. Companies can not influence the environment, and if they can, then to a very small extent. However, the general results of the companies' performance also depend on the competence and foresight of the owners and managers of these companies and the responsibility of the companies' employees. The companies improve the qualification of the management and operating personnel, implement up-to-date management techniques and cost optimization methods.

2. Product quality

Our main responsibility to the consumers and the community in general is to provide perfect quality and food safety of the manufactured products. In order to secure quality, each brewing company applies an integrated approach which includes measures from modern equipment utilization and raw materials quality control to receiving consumers' feedback.

Quality also means to us the ambition to forge ahead. Therefore, every year the companies develop new brands of beer. In this way they broaden the choice options for consumers.

3. Promotion of Responsible Beer Consumption Culture

Promotion of responsible beer consumption culture is one of our priority initia-

1 Социальная ответственность пивоваренной отрасли

tives. The position of the brewing companies is reflected in the Russian Brewers' Code of Honour, and large companies use their own manifestos and policies as guidance. These initiatives are mainly targeted at the development of self-regulation mechanisms (responsible marketing and advertising), where the leading role is played by the Russian Brewers Union*, and organization of awareness campaigns and programs directed at the consumers.

4. Contribution to the Improvement of the Ecological Situation

Brewing industry is not on the list of industries that produce material negative impact on the environment. However, following the global tendency, brewers also strive to spare the resources, water in the first place, which is the main beer component; when possible, effectively utilize production waste, improve waste cleanliness.

5. Partnerships with Government Authorities, Professional Associations and General Public

Real partner relationships between the companies and various stakeholders can serve as a guarantee for an optimal combination of economic and social interests of all process participants. By social responsibility within social and economic partnerships we understand:

- Economically justified investments into the development of core production and related sectors;
- Good working conditions and remuneration (both material and non-material) for the employees;
- Support of socially important projects and activities in the regions.

ния и культуры потребления пива. Позиция пивоваренных компаний закреплена в Кодексе чести российских пивоваров, а крупные компании руководствуются еще и собственными манифестами и политиками. Работа в этой области в основном направлена на развитие механизмов саморегулирования (применение ответственного маркетинга и рекламы), где ведущая роль принадлежит Союзу российских пивоваров*, и проведение информационно-просветительских акций и программ, адресованных потребителям.

4. Вклад в улучшение экологической ситуации

Пивоваренная отрасль не относится к категории отраслей, оказывающих ощутимое негативное влияние на окружающую среду. Тем не менее, учитывая мировую тенденцию, пивовары также стараются экономно расходовать ресурсы, прежде всего, воду, которая является основным составляющим пива, по возможности эффективно использовать отходы производства, повышать чистоту сбросов.

5. Партнерство с органами власти, профессиональными ассоциациями и общественностью

По-настоящему партнерские отношения компаний с различными заинтересованными сторонами могут являться залогом оптимального сочетания экономических и социальных интересов всех участников процесса. Под социальной ответственностью в рамках социально-экономического партнерства мы понимаем:

- экономически обоснованные инвестиции в развитие основного производства и смежных отраслей;
- достойные условия труда и вознаграждения (как материального, так и нематериального) для работников;
- поддержку социально значимых проектов и мероприятий в регионах.

* Далее по тексту отчета – Союз.
Hereinafter – the “Union”.

Настоящее партнерство должно предполагать взаимную заинтересованность сторон в наиболее эффективном использовании имеющихся ресурсов в интересах общества и региона.

Таким образом, перечисленные пять ключевых сфер социальной ответственности включают как направления, которые признаются актуальными в мире, так и специфичные для российских условий. Информацию по этим темам мы намерены отражать в наших социальных отчетах и других публикациях.

Участие в российских инициативах в области социальной ответственности

Пивоваренные компании принимают участие в национальных инициативах, выдвигаемых бизнес-ассоциациями в области социальной ответственности, и поддерживают проекты, направленные на продвижение этой концепции.

Так, в 2008 году член Союза компания «Балтика» присоединилась к Социальной хартии российского бизнеса Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) и была включена в реестр ее членов. Хартия представляет собой систему принципов, применение которых обеспечивает позитивный вклад бизнеса в развитие общества. Компания также поддержала ряд инициатив РСПП, одной из которых стало издание сборника «Лучшие социальные практики российских компаний».

При участии компании «САН ИнБев» во Всероссийском студенческом конкурсе «Хрустальный апельсин» была открыта новая номинация «Корпоративное гражданство или социальная ответственность». Таким образом, компания помогает формировать у молодежи в самом начале их профессионального пути философию социальной ответственности, понимание ее общественного значения, а также роли бизнеса как проводника социальных ценностей.

Real partnership should be based on the mutual interest of the parties in the most effective utilization of available resources to the benefit of the community and the region.

Thus, the specified five key areas of social responsibility include both globally significant issues and issues specific to the Russian conditions. Our intention is to present this information in our social reports and other publications.

Participation in the Russian Social Responsibility Initiatives

Brewing companies participate in the national social responsibility initiatives proposed by business associations, and support projects aimed at promoting this concept.

Thus, in 2008 the Union member Baltika joined the Russian Business Social Charter of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs (RSPP) and was included in its members register. The Charter represents a system of principles that enable a positive business contribution to the society development. The company also supported a number of RSPP initiatives, including the publication of the “Best Social Practices of Russian Companies” digest.

With the participation of SUN InBev in the All-Russian Students Competition Chrystal Orange, a new nomination “Corporate Citizenship, or Social Responsibility” was established. Thus, the company helps to develop with the young people who are in the beginning of their careers the social responsibility philosophy, understanding of its social importance and the role of business as a promoter of social values.

2

Экономические результаты в 2008 году 2008 Economic Results

- ◀ *Industry Situation in 2008:
Economic Development Contribu-
tion*
- ◀ *Business Management Quality
Improvement*
- ◀ *Sustainable Use of Resources*

- ◀ *Состояние отрасли в 2008 году: вклад в эконо-
мическое развитие*
- ◀ *Повышение качества управления бизнесом*
- ◀ *Рациональное использование ресурсов*

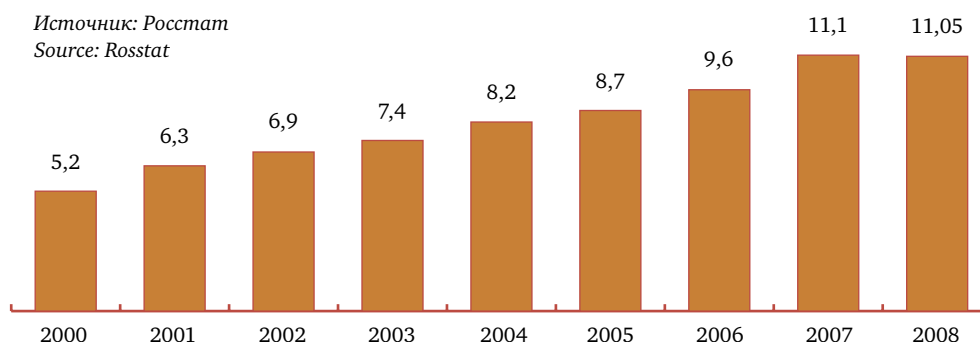
Состояние отрасли в 2008 году: вклад в экономическое развитие

В 2008 году после длительного роста российский рынок пива впервые за последние 12 лет продемонстрировал отрицательную динамику: минус 0,6% по сравнению с 2007 годом. На этот результат повлияли два основных фактора. Во-первых, в тех регионах, где отрасль развивалась быстрыми темпами в прошедшие годы (Центральный и Северо-Западный федеральные округа) наблюдалось насыщение спроса, который не компенсировался некоторым ростом потребления в регионах, расположенных восточнее (Приволжский, Сибирский, Дальневосточный округа). Во-вторых, на результаты пивоваренной отрасли оказало влияние общая тенденция повышения себестоимости производства продукта, которая отмечалась и в других отраслях, усиленная жесткой акцизной политикой на фоне законодательных ограничений форм продвижения и продажи напитка.

In 2008, after a long period of continuous growth, the Russian beer market demonstrated negative dynamics for the first time in 12 years: less 0.6% against 2007. This result was influenced by two main factors. Firstly, those regions that were marked by rapid industry growth in the past years (Central and North-Western Federal Districts) now demonstrate demand saturation, which is not compensated by a small consumption growth in the Eastern regions (Privolzhsky, Siberian and Far East Federal Districts). Secondly, the brewing industry performance is influenced by the general trend towards the growth of production costs, observed in other industries as well, which is reinforced by a tough excise policy against the background of legal restrictions on the beverage promotion and sales forms.

Динамика производства пива в России, млрд дал

Beer Production Dynamics in Russia, bn decalitres



Несмотря на замедление рынка, социальные выгоды от экономической деятельности пивоваров сохраняются. Особенность отрасли заключается в том, что ее производственные площадки широко распределены по стране. Это позволяет получать «социальные бонусы» многим регионам: сохраняются рабочие места, регулярно выплачиваются налоги в федеральный и местные бюджеты, что особенно ценно в условиях экономической нестабильности. Российское пиво-

Despite the slowdown in the market, the social benefits of the breweries' economic performance are preserved. The distinctive feature of the industry is that its production facilities are widely distributed across the country. It enables many regions to enjoy the so-called social bonuses, such as preservation of jobs, regular payment of taxes to the federal and lo-

2 Экономические результаты в 2008 году

cal budgets, which is especially valuable in the conditions of economic instability. The Russian brewery industry, with its focus on the domestic consumer, uses mainly domestic production facilities and raw materials, and in this respect can serve as an economic anti-crisis factor.

Taxes Paid by Brewing Companies, billion roubles

2005	2006	2007	2008
57	68	89	100

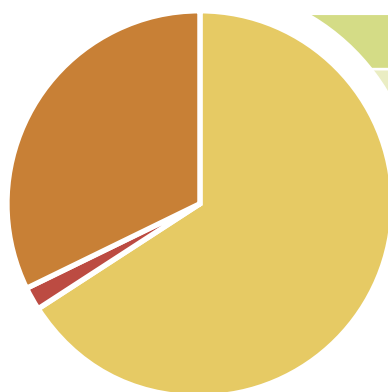
However, external difficulties that the brewers faced last year, i.e. natural monopolies tariff growth, increase in prices of raw materials, and reduction of the consumer activity, hinder further industry development. One of the key factors was the increase of the beer excise tax by 32.4%,

варение, ориентированное на внутреннего потребителя, обеспечивает себя производственной базой и сырьем в основном отечественного происхождения и в этом аспекте может играть роль антикризисного фактора экономического развития.

Налоги, выплаченные пивоваренными компаниями, млрд рублей

2005	2006	2007	2008
57	68	89	100

Однако объективные трудности, с которыми пивовары столкнулись в 2008 году, – рост тарифов естественных монополий, подорожание сырья, снижение потребительской активности населения – сдерживают дальнейшее развитие отрасли. Одним из ключевых факторов стало повышение акциза на пиво на 32,4%, что более чем в два раза превысило уровень инфляции, поэтому



Структура налогов, выплаченных пивоваренными компаниями в 2008 году

Structure of Taxes Paid by Brewing Companies in 2008

- *Федеральный Federal* | 33%
- *Региональный Regional* | 66%
- *Местный Local* | 1%

which exceeded the inflation rate by more than two times. Therefore, the current state excise tax policy is not optimal for the industry.

Given the unfavourable external trends, the economic stability of the companies is possible only if their management and employees demonstrate effective perfor-

акцизная политика государства не является сегодня для отрасли оптимальной.

На фоне неблагоприятных внешних тенденций экономическая устойчивость компаний отрасли возможна лишь в том случае, если ее руководство и работники будут вести эффективную хозяйственную деятельность и искать возможности для ее оптимизации.

Повышение качества управления бизнесом

Высокая степень развитости рынка в пивоваренной отрасли и объективные экономические условия делают особенно актуальным вопрос об эффективности управления бизнесом в целях стабильной работы компаний и сохранения конкурентоспособности продукции.

Ключевыми факторами в достижении этой задачи являются:

- наличие стратегии развития компании;
- современные технологии управления бизнес-процессами;
- квалификация и мотивированность сотрудников.

Сертификация систем управления

Все крупные компании сертифицировали системы управления* на соответствие стандарту ISO 9001 и системы экологического менеджмента на соответствие стандарту ISO 14001, регулярно проходят надзорные и ресертификационные аудиты. Внедрение стандартов ISO означает, что компании обязаны постоянно улучшать системы управления, добиваясь более высоких показателей. В прошлом отчете (за 2007 год) была представлена информация о том, что более 70% компаний – участников отчета имели сертифицированные системы управления. В компаниях – участниках настоящего отчета процент внедрения таких систем остался на том же уровне.

Современные управленческие подходы

В современном бизнесе используется широкий арсенал методов и инструментов, с помощью которых повышаются результаты деятельности. Пивоваренные компании внедряют системы планирования ресурсов, бюджетирования, логистики, используют информационные технологии, крупные компании разрабатывают

manance and identify opportunities for its optimization.

Business Management Quality Improvement

The high level of the brewing industry market development and objective economic conditions highlight the issue of effective business management in order to secure stable operations of the companies and product competitiveness.

The key factors in achieving this objective are:

- Availability of the company development strategy;
- Modern technologies of business processes management;
- Employees' qualification and motivation.

Management Systems Certification

All major companies certified their management systems* in accordance with the ISO 9001 standard, and ecological management systems – in accordance with the ISO 14001 standard; they regularly undergo supervisory and certification audits. Implementation of the ISO standards means that the companies are obliged to constantly improve their management systems, trying to achieve better performance results. In the previous Report (for 2007) we stated that over 70% of the companies that contributed to the Report had certified management systems. For the companies contributing to this Report, the figure showing the percentage of these systems implementation remained the same.

Contemporary Approaches to Management

Today's business uses a wide range of methods and instruments that help to

* См. также раздел «Качество продукции», в котором содержится информация об использовании системных подходов к управлению качеством продукции.

See also Product Quality section, which includes the information on using systematic approaches to the product quality management.

achieve better results. Brewing companies introduce resource planning, budgeting and logistics systems, and use information technologies; large companies develop their own integrated management systems. The companies' employees represent another internal resource for business efficiency improvement.

Best Practice – Lean Production Project

Baltika, SUN InBev: Lean Production is the modern management system, which aims at eliminating any resource consuming activity that does not create value. The company's employees are active players in this system, where each of them can see such non-productive losses at his/her working place and propose a solution.

This project, in the form of a pilot initiative, was introduced at the branch of the Baltika in Rostov-on-Don. As a result, the employees generated around 300 ideas within one year. (For example, they suggested changing the operation algorithm of the filtration shop washing unit – this helped to save not only water but also over 300 thousand roubles. The new scheme of wagon warming foam plastic laying saved about 500 thousand roubles. And the employees' proposal of a modified operating mode for the brew house water conditioning reduced water losses and saved 700 thousand roubles). Upon the whole, the company saved 3.5 million roubles over a year. The project is being deployed in the other branches of the company.

Incentives

The Russian Brewers Union pays much attention to rewarding the best specialists and employees of the brewing industry. Distribution of awards between the best industry enterprises and specialists follow-

собственные интегрированные системы менеджмента. Работники также являются внутренним ресурсом для повышения эффективности бизнеса.

Лучшие практики – проект «Бережливое производство»

«Балтика», «САН ИнБев»: «Бережливое производство» – современная управленческая система, цель которой – устранение любой деятельности, которая потребляет ресурсы, но не создает ценности. Активная роль в этой системе принадлежит самим работникам, каждый из которых может увидеть такие непродуктивные потери на своем рабочем месте и предложить решение.

В компании «Балтика» данный проект в пилотном режиме был внедрен на филиале в Ростове-на-Дону. В результате за год работники подали около 300 идей. (Например, предложили изменить алгоритм работы мойки фильтрационного отделения – сэкономлена не только вода, но и более 300 тыс. рублей. Новая схема укладки пенопласта при утеплении вагонов сохранила около 500 тыс. рублей. А предложенный сотрудниками вариант изменения режима работы водоподготовки варочного цеха уменьшил потери воды и дал 700 тыс. рублей экономии.) В целом за год получена экономия более 3,5 млн рублей. Проект распространяется на другие филиалы компании.

Поощрения

Союз российских пивоваров придает большое значение поощрению лучших специалистов и работников пивоваренной отрасли. Награждение лучших предприятий и специалистов отрасли по итогам работы в 2007 году стало одним из ключевых событий Восьмой Всероссийской конференции производителей пиво-безалкогольной продукции. Высшей отраслевой наградой Союза «За развитие пиво-безалкогольной отрасли России «Янтарная звезда» награждено 6 компаний, 10 представителей компаний награждены орденом «За заслуги в развитии пивоваренной отрасли», медалью «Лучший специалист пивоваренной отрасли» награждено 34 сотрудника предприятий.

Обучение работников и подготовка управленческих кадров

Повышение квалификации работников – стандартный подход к повышению качества управления. Благодаря широкому выбору внутренних и внешних тренинговых и обучающих программ работники пивоваренных компаний получают необходимые знания, поддерживают и развивают профессиональные навыки, оперативно узнают о последних изменениях в различных областях пивоваренного бизнеса. (Обучающие программы подробно представлены в Отчете за 2005 год.)

Сегодня около 30% программ связаны с повышением квалификации управленческого персонала. Кроме того, в ряде компаний проводится оценка деятельности работников различных уровней, результаты которой влияют на динамичность карьеры.

Лучшие практики – обучение работников и планирование карьеры

«САБМиллер РУС»: Для высшего и среднего менеджмента разработаны тренинговые программы, организуемые штаб-квартирой SABMiller plc, такие как «Нацеленность

ing the results of 2007 became one of the key events of the All-Russia Conference of Beer and Non-Alcoholic Beverages Manufacturers. Six companies received the highest industry award of the Union – Amber Star for Development of the Russian Beer and Non-Alcoholic Industry, 10 representatives of the companies were awarded medals For the Merits in the Brewing Industry Development, and 34 employees received the Best Specialist of the Brewing Industry medals.

Training of the Employees and Management Staff

Employees' qualification improvement is a standard approach to the improvement of management quality. Thanks to a wide selection of internal and external training programs, brewing companies' employees acquire necessary knowledge, maintain and develop professional skills, rapidly receive information on the latest



2 Экономические результаты в 2008 году

news in the various fields of the brewing business. (Training programs are represented in detail in the 2005 Report.)

Today, around 30% of the programs are related to the qualification improvement of the management staff. Besides, some companies conduct the appraisal of employees at different levels, and the results of such appraisal influence career development.

Best Practice – Employee Training and Career planning

SABMiller RUS: For the top and middle management, the headquarters of SAB-Miller plc developed and arranged such training programs as Future Goals Orientation, European Leadership Program, and European Program on Management Skills Development.

Baltika: The company's training centre was established in January 2006. In order to create optimal conditions for the employees' potential development, the centre conducts career and continuity planning programs. At all levels key business positions are defined, for which the in-house candidates are identified. An

в будущее», «Европейская программа лидеров», «Европейская программа по развитию навыков управления».

«Балтика»: Корпоративный учебный центр компании существует с января 2006 года. Для создания оптимальных условий для реализации потенциала сотрудников в центре проводятся программы по планированию карьеры и преемственности. На всех уровнях определяются ключевые для бизнеса должности, на замещение которых выявляются претенденты из числа работников. Для них формируется индивидуальный план развития, включающий обучение со стороны руководителя, курсы самообразования, проекты дополнительного развития, ротацию. Проект принес победу компании на конкурсе «PEOPLE INVESTOR*» в 2008 году.

Группа компаний Efes в России: Ежегодно в компании проводится фестиваль кружков качества. Кружок качества – это группа инициативных сотрудников, которые вместе работают над решением операционных и рационализаторских задач, стоящих перед отдельными департаментами или компанией в целом. В 2008 году в работе кружков участвовали более 200 сотрудников. Они представили около 40 проектов, 17 из которых были полностью реализованы. В прошедшем году начал свою работу учебный портал «Университет Efes», позволяющий сотрудникам в дополнение к очным программам обучения дистанционно изучать стандартизованные учебные курсы и приобретать новые знания.



«Объединенные Пивоварни Хейнекен»: В компании разработаны учебные программы, направленные на повышение эффективности бизнеса («Управление деятельностью», «Развитие управленческих навыков и поведенческих компетенций» и др.). Руководители подразделений проходят целевое обучение в Корпоративном университете, передавая затем полученные знания подчиненным. Представители высшего руководства заводов получают международные сертификаты по пивоварению, а также степень MBA или ACCA (для сотрудников отдела финансов). Большой популярностью пользуется годичная программа для стажеров, в рамках которой один стажер от каждого завода в течение года может пройти стажировку в Институте пивоварения в Берлине (VLB) и по окончании получить международный сертификат по пивоварению.

МПЗ «Порт – Петровск»: Проводится регулярная аттестация персонала отдела продаж, технологической и механической служб.

«Томское пиво»: За прошедший год 91 работник компании (руководители и специалисты) прошли обучение по применению современной техники и технологий, экономике, управлению предприятием в современных

individual development plan is prepared for such employees, which includes training provided by the manager, self-education courses, complementary development projects, and rotation. The project helped the company win the PEOPLE INVESTOR competition* in 2008.

Efes Group in Russia: Annually the company holds quality groups festival. A quality group is a team of proactive employees who work together to solve operational and innovative tasks faced by individual departments or the company as a whole. In 2008, over 200 employees joined the groups. They presented around 40 projects, out of which 17 were fully implemented. Last year the educational portal Efes University was launched, which allowed the employees, apart from full-time attendance course, to study at standard distance-learning courses and acquire new knowledge.

Heineken Breweries, LLC: The company developed training programs aimed at business efficiency improvement (Business Administration, Development of Management Skills and Behavioral Competence, etc.). Divisional managers receive targeted training in the Corporate University, transferring the received knowledge on to their employees. Top managers of the breweries receive international certificates in brewing, as well as MBA or ACCA degrees (for Finance Department employees). A yearly internship program is very popular among the employees. Under this program, one intern from each plant can have a one-year internship in the Institute for Brewing in Berlin (VLB) and receive an international certificate in brewing upon completion.

* Инвестор в человеческие ресурсы.
Human resources investor.



2 Экономические результаты в 2008 году

Makhachkalinsky Brewery Port Petrovsky: The company conducts regular appraisal of the personnel of the sales department, technical and mechanical service.

OJSC Tomsk Pivo: In the past year, 91 employees of the company (managers and specialists) were trained on utilization of modern equipment and technologies, economics, corporate management in the current conditions, quality management, marketing, organization of accounting and finance, etc. Eleven top managers and 20 middle managers were trained in Contemporary Methods of Organizational Management, one middle manager participated in the professional retraining program in the field of management.

Siberian Brewery: Managers of the company weekly attend management seminars (the plant is a member of the WAIS Association) and seminars of the Business Expansion Club. Laboratory supervisors attend qualification improvement courses at the Moscow Research Center Beer and Beverages: 21st Century.

Sustainable Use of Resources

Sustainable use of all available resources (natural, human, financial, etc.) is an objective requirement of our time. Every year resources become more expensive, therefore effective business management must include economy measures that secure economic, ecological, and social impact.

Best Practice – Sustainable Use of Water
SABMiller RUS: Over a number of years the Company has been giving close attention to water, the main resource of the brewing industry. Initially, water use was analyzed, a system for its consumption control was developed, a record keeping system was created (meters were estab-

условиях, управлению качеством, маркетингу, организации учетной и финансовой деятельности и т.д. 11 руководителей высшего и 20 руководителей среднего звена обучались по теме «Современные методы управления организацией», один руководитель среднего звена прошел профессиональную переподготовку по программе подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства.

«Сибирский пивоваренный завод»: Руководящий состав еженедельно посещает семинары по менеджменту (завод является членом ассоциации «ВАЙС») и семинары «Клуба расширения бизнеса». Заведующие лабораторией проходят курсы повышения квалификации в Учебном центре МИЦ «Пиво и напитки XXI век».

Рациональное использование ресурсов

Рациональное использование всех имеющихся ресурсов (природных, человеческих, финансовых и др.) – объективное требование времени. С каждым годом ресурсы становятся дороже, поэтому эффективное управление бизнесом должно обязательно включать меры по их экономии, что дает позитивный экономический, экологический и социальный эффект.

Лучшие практики – рациональное использование воды

«САБМиллер РУС»: Компания на протяжении ряда лет уделяет пристальное внимание экономии основного



ресурса пивоварения – воды. Сначала был проведен анализ использования воды, разработана система контроля ее потребления, создана система учета (установлены расходомеры), выстроена система сбора и анализа данных. Каждый производственный процесс рассматривался с точки зрения поиска резервов по снижению потребления. Результат: специалистам завода в Калуге удалось вдвое сократить потребление воды на производстве в 2008 году.

Лучшие практики – энергосбережение

«Балтика»: В 2008 году на филиале «Балтика-Хабаровск» была введена в эксплуатацию уникальная для России установка по сжиганию образующегося на очистных сооружениях завода биогаза*, который большинством предприятий отрасли выбрасывается в атмосферу или сжигается. Использование газа позволяет не только экономить энергию, но и внести вклад в сохранение окружающей среды и снижение парникового эффекта, что успешно доказал пилотный проект. В результате реализации проекта экономия затрат на тепловую энергию оценивается в 8–10% в год, а сокращение расхода условного топлива – 250 т в год.

Для запуска проекта потребовалось 2,5 года, причем 1,5 года были потрачены на поиск, заказ и разработку уникальных технологий, инвестиции составили 13 млн. рублей. По итогам пилотного проекта завод стал победителем краевого конкурса «Эколидер-2008».

Лучшие практики – управление персоналом

«Барнаульский пивоваренный завод»: В компании разработаны антикризисные мероприятия по организации эффективной занятости персонала, оптимизации структуры и затрат, что позволило избежать увольнений, временной приостановки работ и введения режима неполного рабочего времени, а также повысить уровень заработной платы и снизить текучесть кадров.

* Биогаз – смесь газов, состоящая в основном из метана CH₄ (80%) углекислого газа CO₂ (19 %). В очень малых количествах в ее состав входят азот (N₂), кислород (O₂), водород (H) и сероводород (H₂S). Biogas is a mixture of gases that includes mainly methane CH₄ (80%) and carbon dioxide CO₂ (19 %), and very small quantities of nitrogen (N₂), oxygen (O₂), hydrogen (H) and hydrogen sulfide (H₂S).

lished), data collection and analysis system was set up. Each production process was considered from the point of view of searching for consumption rate reduction reserves. As a result, the specialists of the plant in Kaluga managed to halve the production water consumption rate in 2008.

Best Practice – Energy Saving

Baltika: In 2008, the Baltika-Khabarovsk branch put into operation a treatment plant biogas burning unit (one of a kind in Russia). The majority of brewing companies discharge biogas in the air or burn. Utilization of gas enables not only energy saving, but also a contribution to the environment preservation and greenhouse effect reduction, which was successfully proved by the pilot project. As a result of the project implementation, the thermal energy cost savings are measured at the level of 8 to 10% per year, and the reduction of fuel equivalent consumption – at the level of 250 ton per year.

The launch of the project took 2.5 years, out of which 1.5 years were spent on searching, ordering and developing unique technologies; the investments totaled 13 million roubles. Based on the results of the pilot project, the plant became the winner of the territorial competition Ecoleader-2008.

Best Practice –

Human Resource Management

Barnaulsky Brewery: The company developed anti-crisis activities on the effective staff employment, and structure and costs optimization, which helped to avoid redundancies, temporary work suspension, and introduction of the part-time work system, as well as to increase the salary level and decrease staff turnover.

3

Качество продукции Product Quality

- ◀ *Compliance with regulatory requirements*
- ◀ *Certification and training*
- ◀ *Raw materials quality control*
- ◀ *Product labeling*
- ◀ *Product storage*

- ◀ *Выполнение нормативных требований*
- ◀ *Сертификация и обучение*
- ◀ *Контроль качества сырья*
- ◀ *Маркировка продукции*
- ◀ *Обеспечение сохранности продукта*

Ответственное управление качеством продукции означает, прежде всего, обеспечение ее безопасности для потребителя и, следовательно, выполнение нормативных и законодательных требований в отношении организации процесса производства и обеспечения контроля качества. Это обязательный минимум, который выполняют все компании отрасли.

Повышенные требования к качеству

Более 70% участников Отчета проходят добровольную сертификацию на соответствие международным и российским стандартам менеджмента (ISO, ГОСТ Р ИСО) и системам качества (НАССР), иностранные компании-акционеры участвуют в международных отраслевых инициативах. Тем самым компании принимают на себя повышенные по сравнению с требованием закона обязательства, за выполнением которых следит не только руководство компаний, но и аудиторы в процессе надзорных аудитов. Работники компаний проходят соответствующее обучение.

Responsible product quality management primarily implies protection of consumers against risks associated with products and, as a consequence, compliance with laws and regulations relating to organization of production process and assurance of quality control. These are obligatory minimum requirements met by all brewing companies.

Enhanced Quality Requirements

More than 70% of report contributors undergo voluntary certification of compliance with international and Russian management standards (ISO, GOST R ISO) and quality systems (HACCP); foreign shareholding companies participate in international industry initiatives. Thus, companies undertake enhanced – in comparison with the legal requirements – obligations controlled not only



3

Качество продукции

at the management level but also by auditors during surveillance audits. The companies' employees take relevant training courses.

Quality Control

Product quality and safety assurance requires continuous control over a number of factors that may influence the final result.

Composition of Raw Materials

Quality control of products, semi-finished products, and auxiliary materials is carried out according to chemical and microbiological control schemes adopted in the brewing industry. Compliance with sanitary standards and sanitary-epidemiological activities are compulsorily verified by the Rospotrebnadzor (Russian Federal Consumer Rights Protection and Human Health Control Service) authorities.

All breweries are equipped with licensed microbiological laboratories which boast state-of-the-art analytical equipment. This equipment together with advanced methodologies provides much more precise estimates. Compliance is controlled throughout the production cycle and with regard to the end product.

Brewers use only natural materials. Pursuant to the Russian Brewers' Code of Honour, the companies undertook a voluntary obligation to avoid genetically modified ingredients in beer production.

Companies producing licensed beer brands rigidly observe provisions of agreements on the composition of raw

Контроль качества

Обеспечение качества и безопасности продукции для потребителя требует постоянного контроля ряда факторов, которые могут повлиять на конечный результат.

Состав исходных материалов

Контроль качества продукции, полуфабрикатов, вспомогательных материалов проводится в соответствии со схемами химического и микробиологического контроля пивоваренного производства. Соблюдение санитарных норм и проведение санитарно-противоэпидемических мероприятий в обязательном порядке подтверждаются проверками органами Роспотребнадзора.

Все пивоваренные заводы имеют микробиологические лаборатории, их деятельность лицензирована. Для лабораторий закупается современное оборудование, на котором можно проводить гораздо более точные анализы с использованием новых методик. Контроль осуществляется как в отношении этапов производства, так и готовой продукции.



Для изготовления пива используются только натуральные материалы. Согласно Кодексу чести российских пивоваров, компании приняли добровольное обязательство не использовать генно-модифицированные компоненты в процессе производства.

Компании, выпускающие лицензионные сорта пива, строго соблюдают условия соглашений о составе исходных материалов. В 2008 году несколько компаний начали производство новых лицензионных марок, наиболее активной была компания «САБМиллер РУС», которая заменила лицензионной продукцией ранее импортировавшееся пиво. Это делается в интересах российского потребителя, так как на протяжении нескольких лет устойчиво проявляется тенденция роста спроса в премиальном сегменте рынка.

Поставщики

Даже небольшие пивоваренные заводы ужесточают требования к поставщикам относительно качества поставляемых материалов и сырья. Например, «Пивоваренный завод Майкопский» еще до своего от-

materials. In 2008, several companies commenced production of new licensed brands; SABMiller RUS took the lead by replacing previously imported beer with licensed products. This is done to benefit Russian consumers, taking into account the long standing growth of demand in the premium market segment.

Suppliers

Even small breweries increase their requirements towards suppliers with regard to the quality of raw materials and supplies. For example, Maikop Brewery developed such requirements prior to commencement of its operations (in the 4th quarter of 2008). Factory laboratories perform preliminary sampling and analysis; quality requirements are incorporated into contracts for delivery of raw materials and supplies.



3

Качество продукции

Returnable Containers Cleanliness

Companies give special attention to sanitary control of returnable containers. Each batch of returnable containers is cleaned in up-to-date bottle cleaning machines. At the preparatory stage, glass bottles are steeped which is followed by cleaning in high-temperature alkaline baths and different processing operations. Finally, bottles are thoroughly rinsed. Returnable containers treated in this way are no different from new glass bottles in terms of microbiological characteristics. All containers that fail testing by electronic contamination controllers are discarded. Broken and defective bottles are sent to glass factories for re-melting.

Storage Conditions

End product is packed in polyethylene film using special thermo-packaging

крытия (в IV квартале 2008 года) разработал такие требования. Проводится предварительный анализ образцов в заводских лабораториях, требования к качеству включаются в договоры на поставку сырья и материалов.

Обеспечение чистоты оборотной тары

Особое внимание компании уделяют контролю санитарного состояния оборотной тары. Каждая партия оборотной тары проходит очистку в современных бутылочных машинах. Стекланные бутылки предварительно замачиваются, затем промываются в щелочных ваннах при высокой температуре и подвергаются различным видам обработки. На последней стадии тара тщательно ополаскивается. В результате оборотная тара, прошедшая обработку, по своим микробиологическим показателям полностью соответствует новой стеклянной бутылке. Вся тара, не прошедшая контроль электронными инспекторами чистоты, отбраковывается. Битую бутылку, а также тару с дефектами, компании отправляют на стекольные заводы для переплавки.



Обеспечение условий хранения

На предприятиях готовая продукция упаковывается в полиэтиленовую пленку на специальном оборудовании в термопаках, затем группируется в паллеты. Кеги имеют крышку-пломбу, предотвращающую возможность нарушения герметичности. Перевозка осуществляется специализированным транспортом, а для обеспечения условий хранения готовой продукции на складах поддерживается низкая температура.

Обучение

Пивовары не только регулярно повышают квалификацию как в области изготовления различных сортов пива и рецептурных инноваций, но и получают более специфические знания – например, при вводе в действие нового оборудования проводится обязательное обучение руководителей всех уровней, а также персонала, который будет работать на этом оборудовании. Также организуются специальные программы повышения уровня подготовки специалистов в различных учебных центрах за границей. Например, пивовары Группы компаний Efes в России ежегодно повышают свою квалификацию и сдают экзамены в берлинском Институте пивоварения.

equipment and piled on pallets. Kegs are sealed with bungs to prevent leakage. End product is transported by specialized equipment and stored in low temperature warehouses according to storage requirements.

Training

Brewers not only systematically improve their qualification regarding production of different beers and compounding innovations, but also get more specific knowledge. For example, commissioning of new equipment is necessarily accompanied by training of managerial personnel, as well as employees intended to operate this equipment. Another way to improve competence implies participation in special programs provided by foreign educational centers. Thus, experts of the Efes Group in Russia undergo annual training followed by examination at the Institute of Brewing in Berlin.



New Beer Brands

The industry development is impossible without appearance of new products created in brewing research laboratories: 40% of companies reported in 2008 their own technological and compound-ing developments.

The year 2008 was marked by the growth in the number of original brands developed by regional compa-nies. The developers of new brands take into account local specifics and consumer habits existing in a certain region. For example, OJSC Vyatich (Kirov) produced two new brands: Elena Beer named after Elena Chu-vashova, the author of its recipe and a veteran of the industry who has been the Company's Chief Brew Master for many years; and Nikolskoe Beer – a strong “winter” beer produced specifi-cally to coincide with the old Russian holiday – St. Nicholas Day.

Новые сорта пива

Развитие отрасли невозможно без появления новых продуктов, которые создаются в исследовательских ла-бораториях пивоваров: о наличии собственных техно-логических и рецептурных разработок в 2008 году сооб-щили 40% компаний.

2008 год отмечен ростом количества оригинальных брендов, разработанных региональными компаниями. Создатели новых сортов учитывают местную специфи-ку и потребительские привычки в конкретном регионе. Так, ОАО «Вятич» (Киров) выпустило два новых сорта: пиво «Елена» названо в честь автора рецепта, Елены Чувашовой, ветерана отрасли, долгие годы проработав-шей главным пивоваром компании, а крепкое «зимнее» пиво «Никольское» появилось специально к старинно-му русскому празднику – Николину дню.

Количество новых сортов пива, выпущенных участниками Отчета

2005	2006	2007	2008
39	43	38	54



Маркировка

Обязательная согласно законодательству информация о продукте всегда наносится на этикетки товара. Также, при маркировке сообщаются дополнительные сведения, например, об особенностях пива («живое», «без консервантов»), о полученных наградах и др.

Обратная связь

Более 50% компаний сообщают потребителям о возможности обратной связи: организуют «горячие линии», оборудуют стенды в магазинах с ящиками для анонимных сообщений, проводят опросы, экскурсии на пивзаводы, открывают специальные разделы на корпоративных сайтах и др. Реагируя на высказанные мнения, компании вводят новые виды расфасовки, закупают новое оборудование, разрабатывают новые сорта (об этом сообщают компании «Балтика», «Сибирский пивоваренный завод», «Липецкпиво», «Приазовская Бавария» и др.).

Количество наград за качество продукции, полученных в 2008 году

Крупные компании	Средние компании	Малые компании
26	13	4

Лучшая практика – учет мнений о продукции

«Форштатская пивоварня»: Стратегия развития компании была разработана в 2006 году, и сотрудники три года следуют изложенным в ней принципам, среди которых – учет мнения потребителей о продукции. Информацию о производимом пиве, которая поступает из самых различных источников, анализируют ведущие специалисты компании, по итогам принимаются решения о внесении изменений. Этот бизнес-процесс хорошо отлажен и эффективно функционирует.

Number of new beer brands produced by Report contributors

2005	2006	2007	2008
39	43	38	54

Labels

Product information required by law is always disclosed on labels. Labels also include additional information such as particular qualities of beer (“live”, “preservative-free”), awards, etc.

Feedback

More than 50% of companies inform their consumers about feedback opportunities: they provide “hotlines”, install stands in stores for consumers to leave their anonymous messages, conduct surveys, organize guided tours to breweries, add special sections to corporate web-sites, etc. In response to opinions expressed by consumers, companies implement new packages, acquire new equipment, and develop new beer brands (such initiatives were reported by Baltika, Siberian Brewery, Lipetskivo, Priazovskaia Bavaria, etc.).

Number of product quality awards received in 2008

Large companies	Middle-sized companies	Small companies
26	13	4

Best Practice – Consideration of Opinions about Products

Forshtatskaia Brewery: The company’s development strategy was created in 2006, and the employees have been following its principles for three years, including the consideration of opinions about products. The information about manufactured beer coming from the very different sources is analyzed by the company’s leading experts; based on the findings, the company makes decisions on introducing changes. This business process has been tried and tested, and proved to be efficient.

4

Культура и ответственное потребление пива

Drinking Culture and Responsible Beer Consumption

- ◀ *Over 18 project by the Russian Brewers Union*
- ◀ *Informational programs*
- ◀ *Cultural activities*
- ◀ *Arranging places for drinking beer*
- ◀ *Creating beer museums*

- ◀ *Акция Союза российских пивоваров «После 18»*
- ◀ *Просветительские программы*
- ◀ *Проведение культурно-массовых мероприятий*
- ◀ *Оборудование мест для потребления пива*
- ◀ *Создание музеев пива*

Социальная реклама, ответственный маркетинг

Пивоваренные компании свою ответственность перед обществом видят в трех областях, связанных с производством и распространением продукции: формирование ответственного потребления пива и развитие культуры потребления, неукоснительное соблюдение рекламного законодательства, предотвращение употребления пива лицами, не достигшими 18 лет.

Для этого реализуются специальные программы и проекты как на уровне всей отрасли под эгидой Союза российских пивоваров, так и каждой компанией в отдельности, в зависимости от принятых политик и планов. Ответственная деятельность в области рекламы и маркетинга входит в основной бизнес-процесс и является также предметом обсуждения и саморегулирования в рамках плановой работы Союза российских пивоваров.



Social advertising, responsible marketing

Brewing companies see their social responsibility in three areas connected with the product manufacturing and distribution: promoting responsible beer consumption and developing drinking culture, lawful advertising and marketing policy, preventing beer consumption by persons who have not reached the age of 18.

Special programs and projects aimed at achieving these goals are implemented at the industry level coordinated by the Russian Brewers Union and individually by each company according to accepted policies and plans. Responsible advertising and marketing activity are incorporated in the core business process and subject to consideration and self-regulation as part of the usual operation of the Russian Brewers Union.

Preventing Beer Consumption by Persons Under 18

Brewing companies believe that beer is not intended for the minors. Preventing beer consumption by youths under 18 is a common social problem that should be jointly solved by parents, teachers, journalists, etc. Brewers see their role in providing support for realization of the ban on beer sales to the minors.

Over 18 Project

In 2005, the Russian Brewers Union, brewing companies – the Union members and retail distribution chains which sell beer – implemented the Over 18 project. A sticker sign with the slogan “Selling beer to persons under age is prohibited” was developed to be placed by mutual consent of companies and retailers at points of sale. Companies use this sign in their advertising and infor-

4

Культура и ответственное потребление пива

mation activities. The total number of stickers distributed during two years in all Federal subjects of Russia amounted to 1 million.

In 2008, a new stage of the project was implemented within the framework of the 10th Moscow International Beer Festival under the auspices of the Moscow City Government. During the Festival, member companies of the Russian Brewers Union distributed 1 thousand sticker signs in retail stores. Several companies participating in the Festival organized civil inspections for compliance with the ban on beer sales to minors.

Best Practice – Beer Patrol Social Project

Baltika: The national program Baltika for Russia creates a unique experience in the brewing industry. The initial stage of this large-scale program was launched by the company in 2007. This is a long-term and complex program oriented primarily towards supporting projects in the area of healthcare, culture, education and ecology, as well as providing assistance to socially vulnerable groups of population, and promoting sports.

One of the components of the cultural part of the program includes municipal events and holidays (in 2008, more than 100 activities took place involving more than 3 million citizens of the Russian Federation). In 2008, a new social project was implemented within these activities – Beer Patrol. Volunteer teams participating in the project consisted of Baltika's employees, representatives of mass media, authorities, and public organizations. "Patrollers" reminded sellers of the law prohibiting beer sales to persons under 18. Visual promotion ma-

Предотвращение употребления пива лицами, не достигшими 18 лет

Пивоваренные компании считают, что пиво – это напиток, не предназначенный для потребления его несовершеннолетними. Предотвращение потребления пива молодежью в возрасте до 18 лет – это общая социальная задача, в решении которой должны участвовать все – государство, производители, торговые сети, общество в целом. Пивовары свою роль видят в том, чтобы содействовать реализации законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним.

Акция «После 18»

С 2005 года Союз российских пивоваров, пивоваренные компании – члены Союза и розничные сети, торгующие пивом, проводят акцию «После 18». Разработан знак-стикер «Продажа пива несовершеннолетним запрещена», который по взаимному согласию компаний и розничных продавцов размещается в точках продажи пива. Компании используют этот знак в своей рекламной и информационной деятельности. Всего за два года во всех субъектах РФ распространен 1 млн стикеров.

В 2008 году новый этап акции «После 18» состоялся в рамках Десятого Международного московского фестиваля пива при поддержке Правительства Москвы. Во время проведения фестиваля компании – члены Союза российских пивоваров распространили 1 тыс. знаков-стикеров в розничных торговых точках. Ряд компаний – участников фестиваля организовали рейды общественного контроля за выполнением требований законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним.

Лучшая практика – общественный проект «Пивной дозор»

«Балтика»: Национальная программа «Балтика – России» – уникальный опыт в пивоваренной отрасли. Первые столь масштабную программу компания начала осуществлять в 2007 году. Программа долгосрочная и носит комплексный характер. Ее основные задачи – поддержка проектов в сфере здравоохранения, культуры, образования, экологии, оказание помощи социально незащищенным слоям общества, поддержка спорта.

Один из компонентов культурной части программы – проведение городских праздников и мероприятий (в 2008 году проведено более 100 мероприятий, которые посетили более 3 млн россиян). В 2008 году на мероприятиях проводился новый общественный проект – «Пивной дозор». Его участниками стали бригады добровольцев, состоящие из сотрудников «Балтики», представителей СМИ, органов власти и общественных организаций. «Дозорные» напоминали продавцам о законе, запрещающем продажу пива лицам моложе 18 лет. Использовалась и наглядная агитация. Например, в Челябинске участники «Пивного дозора» по всему маршруту своего движения расклеивали плакаты, напоминающие о том, что именно взрослые должны противостоять продажам пива несовершеннолетним. Также были выпущены значки с эмблемой акции.

«Понятно, что мы, несколько человек, пусть и очень активных, не остановим прямо сегодня все нарушения, связанные с продажей пива подросткам. Но мы можем и должны пресечь те правонарушения, свидетелями которых мы станем, а также донести идею борьбы с ними до всех челябинцев».

*«Дозорный» Павел Михайлов,
известный телеведущий, Челябинск*

Проект проведен на 15 мероприятиях компании в Хабаровске, Самаре, Москве, Магнитогорске, Красноярске, Санкт-Петербурге и других городах. Всего в «Пивном дозоре» приняли участие 250 человек в качестве «дозорных».

Ответственное потребление пива

Пивоваренные компании считают, что взрослые потребители пива не должны забывать об ограничениях в употреблении напитка. Для этого компании пропагандируют умеренное и ответственное потребление, помогают в развитии сегмента HoReCa и возрождении исторических традиций.

* HoReCa (сокращение от первых слогов Hotel – Restaurant – Cafe/ Catering) – это рынок услуг, образованный предприятиями гостиничного, ресторанного и прочего гостеприимного бизнеса. HoReCa (acronym from the first syllables in Hotel – Restaurant – Cafe/ Catering) means the services market formed by companies of hotel, restaurant and other kinds of guest business.

materials were used, too. For example, in Chelyabinsk participants of Beer Patrol placed posters along their route reminding that it is adults who must prevent beer sales to minors. Additionally, the project logo badges were developed.

“Of course we are too few and, despite our efforts, won’t be able to stop all violations connected with beer sales to teenagers right now. But we can and we must prevent those violations that we will see and communicate our idea of struggling against them to all citizens of Chelyabinsk.”

*“Patroller” Pavel Mikhailov,
a famous TV presenter, Chelyabinsk*

The project covered 15 activities carried out by the company in Khabarovsk, Samara, Moscow, Magnitogorsk, Krasnoyarsk, St. Petersburg and other cities. The total number of participants in Beer Patrol amounted to 250 people acting as “patrollers”.

Responsible Beer Consumption

Brewing companies believe that adult beer consumers must not neglect the restrictions related to the consumption of this beverage. Therefore, the companies promote moderate and responsible consumption, support development of the HoReCa segment, and revival of historical traditions.

Best Practice – Social Advertising

SUN InBev: The company carries out social advertising projects promoting responsible drinking every year. In 2008, its commercials were dedicated to saving families. Video and audio clips in the Internet and on outdoor media saying “Drunkenness breaks away from family. Stop it!” were broadcast almost in all Russian regions.

4

Культура и ответственное потребление пива

This project continued SUN InBev's series of social infomercials dedicated to responsible alcohol consumption. The company's social communications are aimed at informing Russian drivers on unacceptability of drunk driving and preventing teenagers from underage drinking.

Best Practice – Emergency Psychological Service

Heineken Breweries, LLC: The company commenced financing the Emergency Psychological Aid Hotline Service project under the Heineken Group's global program Promoting Responsible Attitude to Beer Consumption. The Service was founded in 1989 by the Harmony Institute of Psychotherapy and Counseling. Aid is provided by specially trained psychologists. Based on the results of 2008, the Institute presented an analysis of the informative part of calls that will serve as a base for the project continuation.

Beer Drinking Culture

Activities aimed at promoting moderate and responsible beer consumption are an important element of social responsibility for brewing companies.

Лучшая практика – социальная реклама

«САН ИнБев»: Компания ежегодно проводит проекты по социальной рекламе ответственного потребления алкоголя. В 2008 году ролики были посвящены сохранению семьи. Видео- и аудио ролики в Интернете и на наружных носителях на тему «Пьянство отрывает от семьи. Остановись!» демонстрировались почти во всех российских регионах.

Данный проект стал продолжением серии социальных роликов компании «САН ИнБев», посвященных вопросам ответственного потребления алкоголя. В своих социальных коммуникациях компания стремится донести до российских водителей мысль о недопустимости употребления алкоголя за рулем и удерживать подростков от употребления алкоголя в запрещенном законом возрасте.

Лучшая практика – экстренная психологическая служба

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»: В рамках глобальной программы концерна Heineken «Формирование ответственного отношения к употреблению пива» в 2008 году компания начала финансирование проекта «Служба «Телефон экстренной психологической помощи». Служба организована Институтом психотерапии и консультирования «Гармония» в 1989 году. Ее работу обеспечивают психологи, имеющие специальную подготовку. По результатам работы в 2008 году Институт представил анализ содержательной части звонков, который будет взят за основу для продолжения проекта.



Культура потребления пива

Важной составляющей социальной ответственности пивоваренных компаний является деятельность по формированию культуры умеренного и ответственного потребления пива.

Лучшая практика – повышение культуры продаж «Липецкпиво»: Используя собственные торговые точки, компания стремится создать сеть с высокой культурой обслуживания, а также не допускать продажу пива несовершеннолетним. В статьях и выступлениях, при проведении дегустаций пропагандируется идея ответственного потребления пива как части здорового образа жизни.

«Форштатская пивоварня»: Компания выпустила «пивную карту» Барнаула с указанием мест реализации своей продукции. При ее оформлении были использованы информационные материалы, касающиеся всех аспектов пивной тематики и традиций потребления этого напитка в разных странах. Основной лейтмотив – «давайте пить пиво культурно и грамотно».

Ответственный маркетинг и реклама

Все компании, поставившие свои подписи под общепрофессиональным Соглашением о правилах профессиональной деятельности и стандартах деловой этики («Кодексом чести российских пивоваров»), соблюдают положения Кодекса о добровольном выполнении установленных в документе ограничений на рекламу и маркетинговые акции, продвигающие пиво. Компании не используют недостоверные данные в рекламе, не распространяют негативную информацию о конкурентах и их продукции и т.д. Кроме того, применяются следующие подходы:

♦ Ограниченный доступ на корпоративные сайты

Все крупные компании, а также большие или известные компании в российских регионах ограничивают доступ к информации, содержащейся на корпоративных сайтах, несовершеннолетним пользователям Интернета.

♦ Ограничение целевой аудитории

Маркетинговые коммуникации пивоваров не ориентированы на аудиторию, не достигшую 18 лет.

Best Practice – Improvement of Sales Culture

Lipetsk pivo: Using its own points of sale, the company intends to create a retail chain offering high service culture, and prevent beer sales to minors. Responsible beer consumption is popularized through publications, performances and during tasting sessions as part of a healthy lifestyle.

Forshtatskaia Brewery: The company issued a Barnaul “beer map” specifying points of sale of its products. The map was made using comprehensive information on beer and its consumption traditions existing in different countries. Its key element is an appeal to “drink beer in a civilized and adequate manner”.

Responsible marketing and advertising

All the companies that signed the Industry-wide Agreement on Rules of Professional Practice and Standards of Business Ethics (Russian Brewers’ Code of Honour) observe the provisions of the Code regarding willful compliance with the beer advertising and marketing restrictions set forth in the document. The companies avoid using false information in advertising, as well as spreading negative information about competitors and their products, etc. Additionally, the following approaches are applied:

♦ Limited access to corporate web-sites

All major companies, as well as large companies or companies known in Russian regions, limit access to information contained on their corporate web-sites for underage Internet users.

♦ Limited target audience

Marketing communications developed by brewing companies are not oriented towards the audience under 18.

5

Экология Ecology

- ◀ *Compliance with law*
- ◀ *Rational use of energy, raw materials and supplies*
- ◀ *Promotion of ecological culture among population, development of urban infrastructure*

- ◀ *Соблюдение требований законодательства*
- ◀ *Рациональное использование сырья, материалов и энергии*
- ◀ *Развитие экологической культуры населения, благоустройство городов*

Пивовары разделяют позицию, что между экологией и экономикой не должно быть противоречий. Минимизация негативного воздействия на внешнюю среду – часть социальной политики зрелого современного бизнеса.

Для выполнения этой задачи компании внедряют современные технологии, закупают новое оборудование, обмениваются опытом и ежегодно реализуют ресурсосберегающие и экологические проекты. В бюджетах всех крупных, а также многих средних компаний заложены средства на реализацию природоохранных мероприятий.

При производстве пива основными потребляемыми ресурсами являются вода, сырьевые материалы и тепловая энергия (см. схему ниже). Получение конечного продукта сопровождается образованием сточных вод (при мойке оборудования и стеклянной упаковки), выделением углекислого газа и паров и образованием твердых отходов. На стадии продаж пива также потребляются ресурсы – прежде всего, энергия, необходимая для до-

Brewers share the idea that ecology and economy should be harmonized. Minimization of negative environmental impact is a part of social policy of any mature and modern business.

In order to accomplish this task, companies introduce sophisticated technologies, acquire new equipment, exchange their experience, and implement resource efficiency and environmental projects on an annual basis (see table on page 24). Budgets of all large and many middle-sized companies include environmental expenditure items.

The main resources consumed in beer production are water, raw materials and heat energy (see chart below) and its residuals include sewage waters (from cleaning of equipment and glass con-



5 Экология

tainers), carbon dioxide and vapor emissions, as well as solid wastes. Sales also require resources. Primarily they are energy resources necessary to deliver products to dealers and consumers and maintain proper temperature in warehouses (for refrigerating equipment), as well as service water and water used by sales companies. Final consumption generates solid wastes: packages and containers (bottles, cans and kegs) used for storage and sale.

Environmental programs of brewing companies are mainly aimed at protecting atmospheric air, improving water use and sewage treatment, and rationalizing waste recycling.

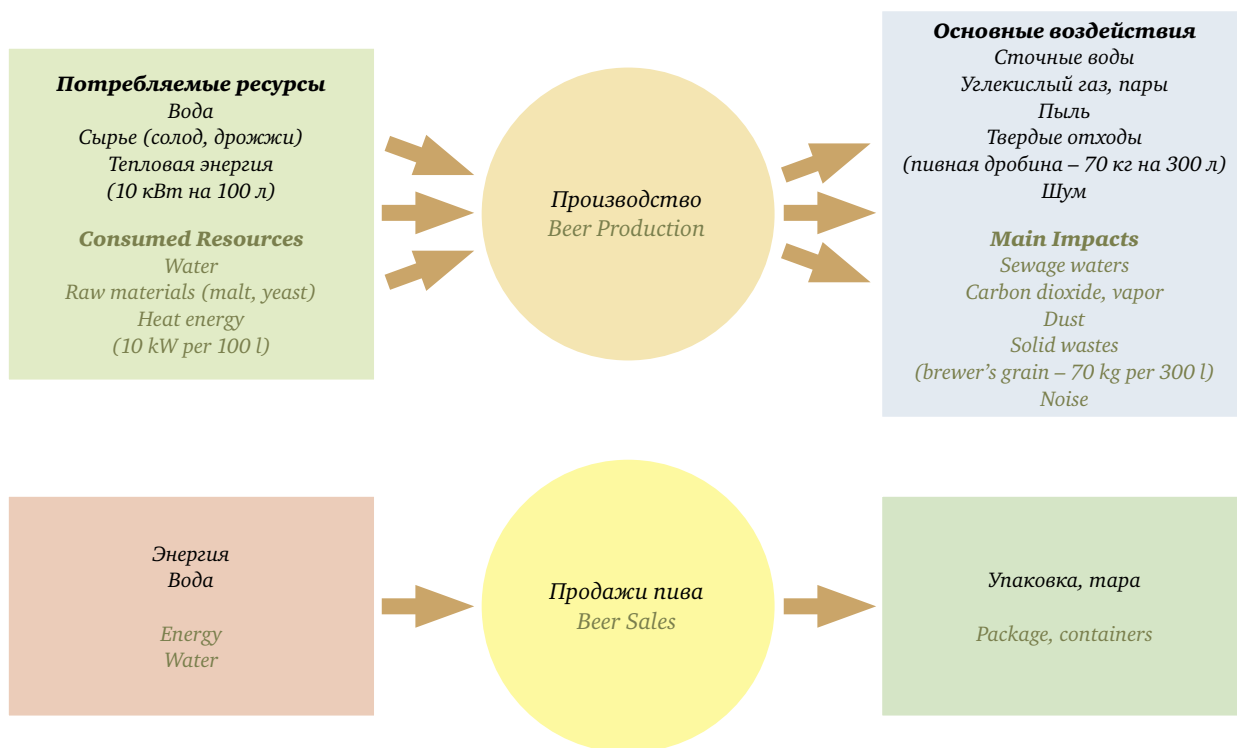
ставки продукта дилерам и потребителям и для хранения продукта при должной температуре (использование холодильного оборудования), и вода для технических и собственных нужд сбытовых предприятий. В результате конечного потребления продукта образуются твердые отходы – упаковочная тара и тара, в которой продается продукт (бутылки, банки, кеги).

Экологические программы пивоваров в основном направлены на охрану атмосферного воздуха, рациональное использование воды и повышение степени очистки сточных вод, рациональное использование и утилизацию отходов.

В результате выполнения экологических программ компаниям удастся достичь значительных результатов. Например, в отчетный период «Балтика» провела замену пылеулавливающего оборудования на элеваторах

Основные потребляемые ресурсы и основные экологические воздействия при производстве пива

Main Resources and Environmental Impacts of Beer Production



в Ростове и Воронеже (что позволило довести степень очистки выбросов в атмосферу до 99,9%) а «САН ИнБев» улучшила баланс по выбросам углекислого газа на 39% и на 2% сократила удельное потребление воды.

Пивовары не только сами стараются бережно относиться к окружающей среде, но и подают пример жителям городов, в которых работают предприятия. Этой цели служат ежегодные проекты и программы по озеленению городов и акции по уборке территорий.

Вода

Водопотребление

Вода потребляется на цели изготовления напитка, а также на технические нужды (очистка оборудования) и собственные нужды предприятий.

В 2008 году удельное потребление воды на предприятиях компаний – участников отчета составило 4,3 л на литр произведенной продукции при среднем потреблении воды в пивоваренной отрасли РФ 5 л для производства одного литра пива (в Европе – 3,5 л). У отдельных компаний этот показатель еще ниже – например, на Калужском заводе компании «САБМиллер РУС» потребление воды составляет 3,7 л.

Предпринимаются усилия для экономии воды на собственные нужды предприятий. Например, «Балтика-Ростов» для мойки транспорта использует собственные очистные сооружения с замкнутым циклом водопользования.

Отходы

Твердые отходы производства

Удельное образование отходов производства участников отчета в 2008 году составило 1,3 т на 1 тыс. дал произведенной продукции.

Основной вид твердых отходов – пивная дробина. Многие компании передают ее сельхозпредприятиям на корм скоту или для изготовления удобрений (на юге

Environmental programs produce significant results. For example, Baltika replaced dust control equipment at elevators in Rostov and Voronezh (which increased the degree of treatment up to 99.9%), while SUN InBev improved the balance of carbon dioxide emissions by 39% and reduced specific water consumption by 2%.

Brewers not only improve their own environmental performance, but also set an example for citizens of the cities where breweries operate by participating in annual landscaping programs, and cleaning campaigns.

Water

Water Consumption

Water is used for production of the beverage, as well as for technical needs (cleaning of equipment) and internal needs of enterprises.

In 2008, specific water consumption of the Report contributors amounted to 4.3 liters per liter of product, while average water consumption of the brewing industry in Russia was 5 liters per liter of product (in Europe – 3.5 liters). In some companies this indicator is even lower. For example, SABMiller RUS in Kaluga has water consumption of 3.7 liters.

Companies make efforts to reduce consumption of water for internal needs. For example, Baltika-Rostov uses its own closed-cycle water treatment facilities for washing transport vehicles.

Waste

Solid Waste

In 2008, specific waste generation of the Report contributors amounted to 1.3 tons per 1 thousand decalitres of product.

The main type of solid waste is brewer's grain. Many companies supply it to agricultural enterprises that use it as cattle feed or as a fertilizer (in the south regions of the country, where many households have cattle, Port Petrovsky Brewery gives brewer's grain to all who need it), or send to authorized organizations for recycling.

Package

The main types of production wastes include bottles, cans, waste paper, polyethylene film, wood (pallets), etc. Brewing enterprises collect all types of wastes and send them for recycling. Moreover, Baltika's breweries sort all wastes (glass bottles are sorted even by color) improving the quality of recycling. However, wastes generated by beer consumption still have significant environmental impact. Companies use social projects on collection of beer packages to promote environmental responsibility among the population (see sub-section Cleaning Campaigns).

Air

Beer production does not have much impact on atmosphere, as there are no hazardous emissions. The main impact is associated with dust (produced during grain handling), carbon dioxide, and smell (vapor).

In 2008, specific industrial emissions of the Report contributors amounted to 0.003 tons per 1 thousand decalitres of product.

Although this value is quite low, some companies use technologies for reducing gross emissions. Thus, Baltika-Rostov has its own power plant with a gas turbine equipped with Solonox combustion

страны, где развито животноводство в домашних хозяйствах, пивоваренный завод «Порт – Петровск» отдает дробину всем желающим), или отправляют на утилизацию уполномоченным организациям.

Упаковка

Основные виды отходов производства включают бутылки, банки, макулатуру, полиэтиленовую пленку, дерево (паллеты) и др. Пивоваренные предприятия собирают все виды отходов и направляют их на вторичную переработку. На заводах «Балтики» все отходы еще и сортируются (стеклянные бутылки сортируются даже по цвету стекла), что позволяет перерабатывать это сырье более эффективно. Однако существенное воздействие на окружающую среду оказывают отходы, остающиеся после потребления напитка. На просвещение населения направлены социальные проекты компаний по сбору упаковки от пива (см. подраздел «Акции по уборке мусора»).

Воздух

В процессе производства пива воздействия на атмосферу невелики, опасные вещества не выделяются. Основные воздействия – пыль (образующаяся при обработке зерна), углекислый газ, запах (пары).

В 2008 году удельные выбросы предприятий – участников отчета составили 0,003 т на 1 тыс. дал произведенной продукции.

Несмотря на незначительность этого показателя, некоторые компании применяют методы снижения валовых выбросов. Например, «Балтика-Ростов» располагает собственной электростанцией, в газовой турбине которой применена система сгорания «Солонокс», позволившая вдвое сократить вредные выбросы по сравнению с экологическими нормами.

Сертификация программ экологического менеджмента

Как уже говорилось ранее, все крупные компании и ряд средних проходят сертификацию и ресертифика-

цию на соответствие стандарту ISO 14001. Остальные компании вводят внутренние правила, позволяющие отслеживать ситуацию и выполнять законодательные требования.

Примеры

«ПИНО»: В 2008 году на предприятии разработан ряд документов внутреннего характера: «Проект нормативов образования отходов и лимитов на их размещение», «Инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу», «Проект нормативов предельно допустимых выбросов» и «Проект предельно допустимых сбросов загрязняющих веществ в составе поверхностного стока в водный объект».

«Приазовская Бавария»: Ежегодно заключаются договоры на утилизацию отходов. Два раза в год проводится контроль за соблюдением нормативов ПДВ* на источники выбросов загрязняющих веществ в атмосферу. Ежеквартально производится аналитический контроль качества ливневых вод на территории предприятия.

system providing double reduction of hazardous emissions in comparison with ecological standards.

Certification of Environmental Management Programs

As stated above, all large and some middle-sized companies undergo certification and re-certification of compliance with ISO 14001. The rest of the companies implement internal policies to monitor the situation and ensure compliance with legal requirements.

Examples

PINO: In 2008, the company adopted a number of internal documents: Draft Standards for Waste Generation and Disposal Limits, Emission Source Inventory, Draft Standards for Maximum Allowable Emissions, and Draft Standards for Maximum Allowable Discharge of



* ПДВ – предельно допустимые выбросы.

Polluting Substances with Overland Flow into Water Body.

Priazovskaia Bavaria: Every year the company signs waste recycling contracts. Twice a year it carries out inspections for compliance with the MAE* levels set for sources of pollutant emissions. The quality of industrial storm water is analyzed and controlled on a quarterly basis.

Lipetskivo: The company has adopted a new production plan providing for reduction of natural gas, electricity and drinking water consumption.

Partnerships

Many companies provide their assistance to enable and maintain cleanliness of the environment. These projects are often implemented in partnerships with local authorities, citizens, and environmental and public organizations. Other companies participate in current municipal and regional programs.

Examples

Pursuant to the trilateral agreement between the Ministry of Natural Resources of the Samara Region, Kinel District Administration, and Baltika-Samara, the company sponsored the development and clearing of the Padovka riverbed.

“We see that business is interested in tackling environmental problems. Participation of large companies in environmental revival will facilitate protection of ecological interests of our region’s citizens. First agreements have already been signed, and we are going to move forward in this direction.”

Alexander Fyodorov, Minister of Natural Resources and Environmental Protection of the Samara Region

«Липецкпиво»: Введен новый план производственных процессов, позволяющий уменьшить потребление природного газа, электроэнергии, питьевой воды.

Партнерство

Многие компании помогают сохранять и приводить в порядок местные объекты живой природы. Часто эти проекты проводятся в партнерстве с местными органами власти, жителями, экологическими и общественными организациями. В других случаях компании сами становятся участниками действующих городских и областных программ.



* MAE – Maximum Allowable Emissions

Примеры

По трехстороннему соглашению, заключенному между министерством природных ресурсов Самарской области, администрацией Кинельского района и Самарским филиалом компании «Балтика», компания профинансировала проектирование и расчистку русла реки Падовка.

«Мы видим, что бизнес проявляет заинтересованность в решении проблем экологии. Участие крупных компаний в восстановлении природных объектов будет способствовать обеспечению экологических интересов населения нашего региона. На сегодняшний день мы имеем первые подобные соглашения, и работа в этом направлении будет продолжена».

Александр Федоров, министр природных ресурсов и охраны окружающей среды Самарской области.

Хабаровский филиал компании «Балтика» продолжил участие в городской программе по утилизации ила с очистных сооружений МУП «Водоканал» с применением отходов пивопроизводства. Филиал компании в Ростове-на-Дону стал участником экологической программы «Дон – наш Дом», инициатором которой выступила сама компания «Балтика». Цель программы – помощь в решении экологических проблем города и региона в целом.

«САН ИнБев»: Совместно с Алтайским государственным заповедником компания участвует в реализации проекта «Заповедная жизнь» по защите дикой природы на Алтае.

Акции по уборке мусора и озеленению городов

Все крупные компании и многие средние и малые предприятия регулярно проводят акции по благоустройству, озеленению и улучшению санитарного содержания территорий. Проекты направлены, прежде всего, на развитие ответственного отношения к окружающей среде и формированию экологической культуры жителей.

Baltika-Khabarovsk continued its participation in the municipal program to recycle residue from purifying facilities of the municipal unitary enterprise Vodokanal using brewing wastes. The Company's branch in Rostov-on-Don took part in the environmental program Don is Our Home initiated by Baltika itself. The program is aimed at solving the ecological problems faced by the city and the region in general.

SUN InBev: The company, together with the Altai State Reserve, participates in the project Life in the Reserve dedicated to wildlife protection in the Altai region.

City Cleaning and Landscaping Campaigns

All large companies, as well as many middle-sized and small enterprises, systematically carry out campaigns to improve territorial infrastructure, landscaping, and sanitary conditions. Top-priority goal of these projects is promoting responsible environmental attitude and forming ecological culture among the population.

◀ *Baltika for Cleanliness! (Baltika)*

The company, with the assistance of environmental organizations, carried out campaigns for cleaning up garbage from city territories in all regions where it has its factories.

In Novosibirsk, the campaign was carried out in the Recreation and Entertainment Park named after Kirov. More than a thousand garbage bags were removed from its territory.

In Voronezh, the campaign was timed to the Foresters' Day. Eight volunteer teams were cleaning up the forest area

surrounding the Olimpiysky sports and recreation complex. 523 garbage bags were collected during the campaign that involved more than 90 people. This garbage filled up six 8 cubic meter containers.

◀ *My Favorite Yard Contest (Baltika)*

Contests dedicated to improving yard territories are carried out within the project initiated by Baltika in partnership with municipal administrations and other organizations and companies operating in cities. Its primary task was to support socially active citizens and clean yards. In 2008, the contests took place in Rostov-on-Don, Vladivostok, Krasnoyarsk and Yaroslavl.

◀ *Ecological Campaign Baltika for Clean Communication! (Baltika)*

In Chelyabinsk, an ecological patrol participated in the Beer Festival telling its guests about the campaign. It was proposed that a bag of collected garbage be exchanged for prizes offered by the company. Three thousand people took part in the campaign and collected about 15 tons of garbage.

◀ *Project Clean Baikal Waterside (Heineken Breweries, LLC)*

The campaign at the Olkhon Island was organized in association with the administration of the Irkutsk Region and administration of the Olkhon district and Shara-Togot municipal formation. It was aimed not only at cleaning up the territory by volunteers, but also at promoting responsible behavior among tourists visiting Olkhon and the most popular gulfs and bays of Lake Baikal.

In 2007, more than 40 kilometers of the island's coastal territory were cleaned from garbage, and more than 50 hectares

◀ *«Балтика – за чистоту!» («Балтика»)*

Во всех регионах, где расположены заводы компании, при поддержке экологических организаций прошли акции по очистке городских территорий от мусора.

В Новосибирске акция проходила в Парке культуры и отдыха им. Кирова. Всего с территории было убрано более тысячи мешков мусора.

В Воронеже акция была приурочена ко Дню работника леса. Восемь команд добровольцев очищали от мусора лесную зону вокруг спортивно-оздоровительного комплекса «Олимпийский». Всего в результате акции, в которой участвовали более 90 человек, было собрано 523 мешка мусора. Собранный мусор заполнил шесть контейнеров по 8 куб. м каждый.

◀ *Конкурс «Любимый дворик» («Балтика»)*

Конкурсы на благоустройство дворов – проект, инициированный компанией «Балтика», – проводится в партнерстве с администрациями и другими организациями и компаниями городов. Основная задача – поддержать социально активных граждан и навести порядок во дворах. В 2008 году конкурсы прошли в Ростове-на-Дону, Владивостоке, Красноярске и Ярославле.

◀ *Экологическая акция «Балтика – за чистоту общения!» («Балтика»)*

В Челябинске экологический патруль работал на праздничной площадке пивного фестиваля, рассказывая гостям о проводимой акции: каждый из них мог обменять собранный им мешок мусора на призы от компании. В акции приняли участие 3 тыс. человек – они собрали около 15 т мусора.

◀ *Проект «Чистые берега Байкала» («Объединенные Пивоварни Хейнекен»)*

Акция на острове Ольхон организована совместно с администрацией Иркутской области и администрацией Ольхонского района и Шара-Тоготского муниципального образования. Ее задача – не только очистка территорий группой волонтеров, прошедших специальное обучение, но и просветительская деятельность среди отдыхающих на о. Ольхон и в самых популярных байкальских заливах и бухтах.

В 2007 году от мусора очищено свыше 40 км прибрежной территории острова, убраны несанкционированные свалки общей площадью свыше 50 га. Только за один месяц с Ольхона вывезено более 4 тыс. куб. м мусора. Также было построено 18 контейнерных площадок, на которых разместилось 70 контейнеров для мусора. В результате этих мероприятий улучшилось общее экологическое состояние острова: туристы перестали бросать мусор в лесу, ведь теперь появилась возможность оставить его на контейнерных площадках, откуда он регулярно вывозится. Для обеспечения постоянного вывоза отходов была приобретена мусороуборочная машина и передана в собственность администрации острова.

В 2008 году к географии проекта также присоединилась территория Малого моря – континентальное побережье Байкала, окружающее о. Ольхон. На побережье также были установлены 10 контейнерных площадок, убраны свалки общим объемом около 5 тыс. куб. м. Также установлены карты-схемы, показывающие размещение контейнерных площадок, и указатели вдоль дорог. В рамках проекта вновь заработал экологический патруль – это очень эффективный способ взаимодействия с туристами и населением, который помогает повышать уровень экологического сознания.

◀ Программа «Нам здесь жить!» («САН ИнБев»)

Начиная с 2002 года компания реализует программу «Нам здесь жить», основная цель которой – благоустройство городов, в которых располагаются предприятия и филиалы «САН ИнБев» (Иваново, Пермь, Саранск, Омск, Новосибирск, Курск, Новочебоксарск, Санкт-Петербург, Клин, Волжский, Ангарск). Программа ежегодно проводится в несколько этапов.

«Весенний» – организуются субботники, в которых участвуют сотрудники «САН ИнБев» и местные жители.

«Летний» – проводится озеленение городов, открытие зон отдыха, реконструкция парков и скверов, мини-стадионов, подъездов жилых домов. Так, в 2008 году в Тюмени была открыта новая зона отдыха на берегу озера, в Саранске создан «Японский сад», который стал любимым местом отдыха горожан. В Перми компания

of unauthorized landfills were liquidated. During only one month, more than 4 thousand cubic meters of garbage were removed from Olkhon. Additionally, 18 container sites were arranged, with 70 garbage containers. These activities improved the general ecological condition of the island: tourists stopped littering the forest, being able to leave garbage at container sites that are regularly cleaned up. To enable regular waste removal, the Company acquired a garbage truck and donated it to the island's administration.

In 2008, the project expanded to the territory of the Small Sea – the Baikal's continental coast surrounding Olkhon. Ten more container sites were arranged on the coast, and about 5 thousand cubic meters of garbage were liquidated. The territory was also equipped with maps, showing the location of container sites, and direction signs installed along the roads. Once again, ecological patrols were involved, representing a very effective way of communication with tourists and the population to increase their environmental awareness.

◀ We Will Have to Live Here! Program (SUN InBev)

SUN InBev has been implementing the We Will Have to Live Here program since 2002, with an objective to improve the cities where the Company has its factories and branches (Ivanovo, Perm, Saransk, Omsk, Novosibirsk, Kursk, Novocheboksarsk, Saint Petersburg, Klin, Volzhsky, and Angarsk). The program is carried out annually in several stages.

The Spring stage implies organization of voluntary weekend campaigns with participation of SUN InBev's employees and local residents.

The Summer stage implies planting, arranging recreation areas, reconstructing parks, small stadiums and entrances of residential buildings. Thus, in 2008, a new recreation area was developed on a lakeshore in Tyumen, and a Japanese garden was set up in Saransk. The garden became a favorite leisure area in the city. SUN InBev helped to renovate a unique 19th century park in Perm which had its original landscape restored. Another historical memorial garden was renovated in Omsk.

The Autumn stage is dedicated to improving yard territories.

At the Winter stage SUN InBev helps to open skating rinks, decorate city streets with garlands and lights, and organize New Year celebrations. Every year the company participates in the organization of the municipal holiday Christmas Skating in Omsk.

The program proved that collaboration in city improvement contributes much to the development of relations with local residents. The company plans to expand the project by involving new cities and enterprises.

◀ *Voluntary Weekend Campaigns (Tomsk Pivo)*

Voluntary weekend campaigns to clean city streets adjacent to the company premises are carried out in spring: the company's employees clean city streets and collect garbage.

Waste Recycling Projects

Cities, especially big ones, face an ingrained problem with recycling bottles and cans that requires urgent attention. The main obstacles preventing

помогла восстановить уникальный сквер – ему вернули тот вид, который он имел еще в XIX веке. Исторический сад-мемориал был реконструирован в Омске.

«Осенний» – проводится благоустройство дворовых территорий.

«Зимний» – открываются катки, городские улицы украшаются гирляндами и огнями, проводятся новогодние елки. При поддержке компании ежегодно в Омске проходит городской праздник «Рождественские катания».

Программа доказала, что совместная работа по благоустройству городов имеет большое значение для налаживания отношений с жителями городов. Компания намерена расширять географию проекта, вовлекая в него новые города и свои предприятия.

◀ *Субботники («Томское пиво»)*

Весной проводятся субботники по очистке городских улиц, расположенных рядом с территорией предприятия: работники предприятия убирают и вывозят мусор с городских улиц.



Проекты по утилизации отходов

Проблема утилизации бутылок и банок уже давно требует решения, особенно в крупных городах. Главные препятствия, не позволяющие значительно увеличить количество возвращаемой тары, – разнообразие видов используемых бутылок, высокая стоимость транспортных расходов. Таково мнение 47 компаний – поставщиков тары, с которыми компания «Балтика» встретилась на специальном мероприятии в Санкт-Петербурге. Кроме того, и сами потребители в основном игнорируют возможность сдавать бутылки, потому что не знают, где расположены пункты приема, или не заинтересованы незначительными возвратными деньгами. Именно на решение этой задачи был направлен специальный проект компании «Балтика».

◀ «Оборотная бутылка» («Балтика»)

Компания поставила цель: чтобы на всей территории России, где продается пиво «Балтика», бутылка, которая дошла до потребителя, была возвращена обратно. В результате за последние пять лет доля оборотных бутылок увеличилась до 35% (еще в 2006 году она составляла

the significant increase in the number of returnable containers are the variety of bottles and high transportation costs. This is a common opinion of 47 companies – beer container suppliers – that participated in the special meeting held by Baltika in St. Petersburg. In fact, consumers themselves generally ignore the possibility to return bottles, because they simply do not know where they can do it or are not interested in such insignificant reward. Another special project initiated by Baltika addresses this problem.

◀ *Returnable Bottle (Baltika)*

The company set a goal: throughout Russia, wherever Baltika Beer is sold, every bottle consumed must be returned. The result of the project was the increased percentage of returned bottles, reaching 35% over the last five years (while it was only 25% in 2006). The last two



years were marked by a 12% increase in the number of returned bottles, which is equivalent to an annual output of two mid-sized glass factories. In 2008, the most significant results were achieved in the Chelyabinsk, Yaroslavl and Voronezh Regions.

A consumer incentive program will be a new milestone to stir up public discussion of the problem associated with the collection and recycling of bottles. The main ways to involve people in the discussion include mass media and social networks. The program also implies the development of maps locating collection points for the citizens' convenience. Finally, the company will identify problems impeding the operation of collection points and discuss them with environmental and other public organizations, as well as with representatives of municipal administrations. In problematic regions the company plans to carry out round-table conferences with participation of government authorities (particularly, these plans concern St. Petersburg).

Baltika's project was welcomed by environmental activists worldwide.

"It is good that the problem of recycling glass containers has been raised in Russia. Every American store selling the beverage is obliged to accept bottles for 5 cents (the sum is included in product cost), which creates a compelling incentive for consumers: of course, 5 cents is not big money, but several bottles returned make a sizable profit."

E. Fitzgerald, Professor of the School of Public Health, University of Albany, USA

"The consumer incentive project initiated by Baltika to promote collection

лишь 25%). Только за последних два года объем возвращаемой тары увеличился на 12% – это равносильно годовому выпуску продукции двух стекольных заводов среднего размера. В 2008 году эта работа наиболее успешно проходила в Челябинской, Ярославской и Воронежской областях.

Программа по мотивированию населения – новый этап, в ходе которого компания собирается вынести проблему сбора и утилизации бутылки на публичное обсуждение. Прежде всего планируется привлечь горожан к обсуждению проблемы через СМИ и социальные сети. Также предполагается создать карты расположения точек приема, чтобы каждый желающий знал, куда он может отнести бутылку. Наконец, компания будет выявлять проблемы, которые препятствуют деятельности пунктов приема, и обсуждать их с экологиче-



скими и другими общественными организациями, а также представителями администраций городов. В тех регионах, где существует проблема функционирования пунктов, предполагается провести круглые столы с участием властей (в частности, эти планы касаются Санкт-Петербурга).

«Балтийский» проект получил живой отклик у экологов из разных стран.

«Хорошо, что и в России задумались над проблемой утилизации стеклянной тары. В Америке каждая торговая точка, реализовавшая напиток, обязуется принять тару за 5 центов (эта сумма входит в стоимость товара), в итоге у потребителя есть хорошая мотивация: хотя 5 центов – сумма небольшая, но несколько сданных бутылок – уже ощутимая прибыль».

Э. Фицджеральд, профессор Факультета общественного здоровья университета Олбани, США.

«Балтийский» проект по мотивированию населения к сдаче тары актуален. Это опыт всех цивилизованных стран. Сейчас мы редко задумываемся о том, что ждет следующие поколения. Между тем, города обрастают свалками, в которых тысячи тонн составляют стеклянные изделия. В летнее время многие выезжают на природу, оставляя после себя пустые бутылки и битое стекло. Сдавая тару в пункты приема, мы даем ей новую жизнь и делаем вклад в наше будущее».

В. Захаров, председатель правления Центра экологической политики и культуры России, председатель Комиссии по экологической политике и охране окружающей среды Общественной палаты РФ, член-корреспондент РАН, профессор.

Средние пивоваренные компании также стремятся использовать преимущества оборотной тары. Так, компания «Вятч» переходит на новую бутылку 0,5 л («Новая Евро»), разрешенную к обращению в ЕС и России. В эксплуатацию введена полностью автоматизированная линия, разливающая в новую тару восемь сортов пива

of containers is highly prioritized. It represents a common practice of all civilized countries. Nowadays, we don't care much about what happens to future generations. Meanwhile, cities get flooded with dumps containing thousands of tons of glassware. In summer, many people spend time in the nature littering surroundings with empty bottles and broken glass. Returning bottles to collection points, we'll give them new life and contribute to our future.»

*V. Zakharov,
Chairman of the Management Board of the Center for Russian Environmental Policy and Culture,
Chairman of the Commission on Environmental Policy and Environmental Protection of the Public Chamber of the Russian Federation,
Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Professor*

Middle-sized brewing companies are also interested in taking advantages of returnable containers. Thus, OJSC Vyatich decided to shift to a new 0.5 liter bottle (New Euro) permitted for use in the European Union and Russia. A fully automated production line was put into operation pouring eight types of Vyatich beer into new bottles. Shifting to the new European bottle provides great recycling opportunities.

In 2008, report contributors implemented several projects aimed at collecting used polyethylene containers.

◄ *Project to clean up used plastic bottles from the Sura river embankment (Vizit)*

OJSC Vizit collected used plastic bottles and held a mass swim across the Sura on rafts made of plastic bottles to raise

public awareness of environmental responsibility. The campaign was pre-announced, and 300 people came to the Sura embankment – some with their own bottles. Three participants brought ready-made plastic bottle rafts. And two rafts were constructed right on the embankment. The biggest raft was 3 meters long and 2 meters wide.

◀ *Communication* (Siberian Brewery)

This small company calls upon consumers not to litter, but collect and return bottles, right from its product labels.

Partnerships with Stakeholders

Brewing companies participate and sometimes initiate municipal and regional environmental activities that are not directly associated with their products.

Examples

◀ *A round-table discussion dedicated to the ecological situation in Rostov and the Rostov Region (Rostov-on-Don, Baltika)*

A lawn in front of the Physics Department building, South Federal University, was chosen as the venue for the discussion. The company succeeded in involving a wide range of experts, including representatives of the Rostov municipal and regional administration, business community, scientists and journalists.

◀ *Forums: Ecologically Sustainable Development of the Central Federal District, and Environmental Investments as a Standard for Modern Business (Tula, Baltika)*

The forums are primarily aimed at sharing experiences and integrating

«Вятич». Переход на новую европейскую бутылку позволяет повторно использовать тару.

В 2008 году участники отчета реализовали ряд проектов по сбору использованных ПЭТ-упаковок.

◀ *Проект по очищению набережной реки Суры от использованных пластиковых бутылок («Визит»)*

«Визит» собрала использованные пластиковые бутылки и организовала массовый заплыв через Суру. В качестве плавсредств использовались плоты из пластиковых бутылок. Таким образом компания напомнила жителям города о том, что не надо мусорить. Об акции было объявлено заранее, на набережную Суры пришли более 300 человек, некоторые – со своими бутылками. А три человека привезли готовые плоты из пластиковых бутылок. Два плота были построены прямо на набережной. Самый большой плот достигал 3 м в длину и 2 м в ширину.

◀ *Информирование* («Сибирский пивоваренный завод»)

Эта небольшая компания прямо на этикетках своей продукции призывает потребителей не мусорить, а собирать и сдавать бутылки.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами

Пивоваренные компании являются участниками, а иногда и инициаторами мероприятий, на которых обсуждаются экологические проблемы городов и регионов, не связанные непосредственно с продукцией компаний.

Примеры

◀ *Круглый стол, посвященный состоянию экологии в Ростове и Ростовской области (Ростов-на-Дону, «Балтика»)*

Местом для дискуссии компания выбрала лужайку перед физфаком Южного федерального университета. Привлечь к беседе удалось широкий круг экспертов: пред-

ставителей администраций Ростова и области, бизнеса, ученых и журналистов.

- ♦ *Форумы «Экологически устойчивое развитие Центрального федерального округа» и «Инвестиции в экологию – норма для современного бизнеса» (Тула, «Балтика»)*

Главной целью форума стал обмен опытом и объединение усилий представителей регионов для улучшения экологической ситуации в округе.

- ♦ *Участие в круглом столе по теме «Утилизация бытовых и производственных отходов» (Ростов-на-Дону, «Балтика»).*

Взаимодействие с экологическими организациями

Общественные экологические слушания по сбору, использованию, обезвреживанию и размещению опасных отходов проводил ярославский филиал «Балтики». В Санкт-Петербурге экологи предприятий компании принимают участие в работе Общественного клуба экологов по обсуждению изменений в природоохранном законодательстве, экологической политики города. В Хабаровске проведена экологическая конференция «День Воды» с участием студентов-экологов, вручены фильтры для очистки воды трем школам области.

«Барнаульский пивоваренный завод» взаимодействует с местными организациями – ООО «Экопроект», ООО «Алтай Эко», Алтайским экологическим фондом, ООО НИЦ «Фапрокс», кафедрой инженерной технологии в АлтГТУ, экологическими службами предприятий края.

Компания «Томское пиво» поддержала ряд проектов, среди которых:

- экологическая акция «Городским рекам – чистые берега», организованная Томской экологической инспекцией им. Л. Блинова;
- проведение слетов геологов и конференций по экологической тематике (организатор – Томское региональное отделение общественной организации «Российское геологическое общество»).

efforts of regional representatives to improve the ecological situation in the district.

- ♦ *Participation in the round-table discussion related to domestic and industrial waste recycling (Rostov-on-Don, Baltika).*

Partnerships with Environmental Organizations

Baltika-Yaroslavl carried out a series of public environmental lectures on collection, use, decontamination, and disposal of hazardous waste. In St. Petersburg, the company's ecologists participate in the activities of the Social Club of Ecologists with regard to promoting amendments to the environmental legislation and policy of the city. In Khabarovsk, the environmental conference Day of Water was held with participation of student ecologists, and water filters were given to three regional schools.

Barnaul Brewery collaborates with the following regional organizations: LLC Ekoproekt, LLC Altai Eko, Altai Ecological Fund, LLC RDC Faproks, Engineering Technology Department at Altai State Technical University, and ecological departments of local companies.

Tomsk Pivo supported a number of projects, including:

- Environmental campaign Clean Banks for City Rivers organized by the Tomsk Environmental Inspection named after L. Blinov;
- Forums and conferences of geologists related to environmental issues (organizer – Tomsk regional branch of the public organization Russian Geological Society).

6

Социально-экономическое партнерство

Social and Economic Partnerships

- ◀ *Agreements on cooperation*
- ◀ *Social and charity programs and campaigns*

- ◀ *Соглашения о сотрудничестве*
- ◀ *Социальные и благотворительные программы и акции*

Партнерство с органами власти, общественностью, профессиональными организациями, СМИ и другими заинтересованными сторонами мы понимаем как совместную взаимовыгодную деятельность в интересах стабильной ситуации в регионах присутствия компаний и создания благоприятной среды для бизнеса.

Пивоваренные компании осуществляют:

- инвестиционные проекты партнерства;
- проекты поддержки городской инфраструктуры и объектов социального назначения;
- партнерские проекты с общественными организациями.

Всего в 2008 году на проекты социального партнерства и благотворительность пивоваренные компании направили **203 млн рублей**. (Примечание: в отличие от отчетов предыдущих лет в данном случае отражена циф-

We interpret partnerships with government authorities, the society, professional organizations, the mass media and other stakeholders as mutually beneficial joint activity to achieve sustainability and create a favorable business environment in the regions of the companies' presence.

Brewing companies implement:

- Partnership investment projects;
- Projects for maintenance of city infrastructure and community facilities;
- Projects implemented in partnership with public organizations.



6

Социально-экономическое партнерство

In 2008, the total volume of investments by brewing companies in social partnership projects and charity activities amounted to 203 million roubles. (Note: Unlike the previous years' Reports, the present Report accounts only for charitable endowments, exclusive of sponsorship projects.)

All companies participate in socially important activities and projects carried out at national and regional levels with constant focus on providing charity support to state and non-profit medical and preventive treatment facilities, healthcare and social protection organizations, cultural, religious, academic, educational, sports, and public organizations and individuals, as well as holding municipal and national celebrations. Some companies support important regional environmental projects. Socially oriented activities of brewing companies have a wide geographic scope (see the Table).

Large companies sign agreements on cooperation with regional administrations. Such agreements, generally, stipulate social and economic obligations of a company, while an administration creates, in return, a favorable environment for attracting investments. Thus, such agreements contribute to the establishment of mutually beneficial conditions.

Examples

SABMiller RUS: The company started to construct a modern brewery with a warehouse (10 thousand square meters) in Ulyanovsk. The volume of investments amounted to 5.9 billions roubles. The initial capacity of the plant is 3 million hectoliters per annum. More than

ра только по благотворительным пожертвованиям, без спонсорских проектов.)

Все компании участвуют в общественно значимых событиях и проектах национального и регионального масштаба. В сфере постоянного внимания – благотворительная помощь государственным и некоммерческим лечебным и профилактическим учреждениям, организациям здравоохранения и социальной защиты, культурным, религиозным, научным, образовательным и спортивным организациям, социальным организациям и конкретным людям, а также проведение городских и национальных праздников. Некоторые компании поддерживают важные для региона экологические проекты. География социально значимой деятельности пивоваров обширна (см. таблицу).

Крупные компании заключают соглашения о сотрудничестве с руководством регионов. Условиями таких соглашений, как правило, определяются социальные и экономические обязательства предприятия, а руководство, со своей стороны, создает благоприятный климат для привлечения инвестиций. Таким образом, подобные соглашения помогают в установлении взаимовыгодных условий.



Социально-экономическое партнерство

Федеральный округ	Проекты социального партнерства и благотворительности	Мероприятия, направленные на охрану окружающей среды
Центральный ФО	Группа компания Efes в России: - Москва. Поддержка Дома ребенка № 9 «Балтика»: - Ярославль. Начат ремонт Детской областной клинической больницы, проведен конкурс «Любимый дворик» - Тула. Установлены детские игровые комплексы «Липецкпиво»: - Липецк. Поддержка Областной библиотеки для слепых «САБМиллер РУС»: - Калуга. Многолетнее сотрудничество с Калужским детским противотуберкулезным санаторием, в реконструкцию которого вложены десятки миллионов рублей и тысячи часов труда добровольцев из сотрудников компании»	Группа компания Efes в России: - Москва. Реконструкция и модернизация очистных сооружений, реализован проект биологической очистки промышленных сточных вод «САН ИнБев»: - Клин (Московская область). Начаты работы по увеличению водоочистных мощностей в Клину «Балтика»: - Ярославль. Сданы в эксплуатацию очистные сооружения. Солодовня оснащена аспирационными системами с эффективностью очистки 99%. Началось строительство цеха переработки отходов. Введена в эксплуатацию новая котельная, оборудованная современными котлами - Воронеж. Замена пылеулавливающего оборудования на элеваторе - Тула. Обустройство площадки для временного хранения отходов
Северо-Западный ФО	«Балтика»: - Санкт-Петербург. Капитальный ремонт детского дома-интерната № 5 г. Пушкин для детей с отклонениями в умственном развитии. Реконструкция операционного блока в НИИ им. Г.И. Турнера. Капитальный ремонт и приобретение медицинского оборудования для детской поликлиники № 63 Выборгского района. Помощь ветеранам Великой Отечественной войны в рамках городской программы «Долг»	«Балтика»: г. Санкт-Петербург. Установлена вторая линия сушки дробины, модернизирована насосная станция и приобретены специальные контейнеры для временного хранения отходов на заводе «Вена». Построены водоочистные сооружения детского оздоровительного лагеря в пос. Молодежное
Приволжский ФО	Группа компания Efes в России: - Казань. Ремонт части городской дороги, помощь совету ветеранов Великой Отечественной войны Советского района «Балтика»: - пос. Кинель (Самарская область) Ремонт детского отделения районной больницы	Группа компания Efes в России: - Казань. Строительство и ввод в эксплуатацию очистных сооружений ливневого стока «Балтика»: - Самара. Началось строительство новых биологических очистных сооружений; планируется строительство дополнительных мощностей очистных сооружений промышленно-бытовых сточных вод

Социально-экономическое партнерство

Федеральный округ	Проекты социального партнерства и благотворительности	Мероприятия, направленные на охрану окружающей среды
Южный ФО	Группа компания Efes в России: - Ростов-на-Дону. Строительство детских спортивно-оздоровительных площадок «Приазовская Бавария»: - Ейск (Краснодарский край). Помощь ветеранам войны в Афганистане и других войн. Замена старого тротуарного покрытия «Балтика»: - Ростов-на-Дону. Конкурс «Любимый дворик»	Группа компания Efes в России: - Ростов-на-Дону. Реконструкция и модернизация очистных сооружений промышленных сточных вод; модернизация оборудования аспирационной установки
Сибирский ФО	«Балтика»: - Красноярск. Установка детских игровых комплексов «Бригантина» в центральном парке. Организация конкурса «Любимый дворик» «Томское пиво»: - Томск. Выполнен капитальный ремонт в гимназии № 18, ремонт в ДЮЦ «Звездочка», построена шестая детская игровая площадка. На постоянной основе финансируются ремонт и укрепление материально-технической базы всех школ Кировского района, ДЮЦ «Синяя птица» (микр. Макрушино), Томского областного немецкого центра. Приобретено оборудование для стационара в больницу № 2	Группа компаний Efes России: - Новосибирск. Реконструкция и модернизация очистных сооружений промышленных сточных вод «САН ИнБев»: - Ангарск (Иркутская область). Строительство водоочистных сооружений в Омске и Ангарске
Дальневосточный ФО		«Балтика»: - Хабаровск. Модернизированы биологические очистные сооружения. Приобретены контейнеры для временного хранения отходов. Исключен выброс в окружающую среду озоноразрушающих веществ за счет отказа от использования холодильных установок «САБМиллер РУС»: - Владивосток. Начата реконструкция очистных сооружений и внедрена система сокращения отходов производства на недавно приобретенном заводе «Владпиво»

Social and Economic Partnership

Federal District	Social Partnership and Charity Projects	Environmental Activities
Central Federal District	<i>Efes Group in Russia:</i> - Moscow. Support of Child Home No. 9 <i>Baltika:</i> - Yaroslavl. Commencement of repair works in the Children's Regional Clinical Hospital; carrying out of the My Favorite Yard contest - Tula. Installation of children's playgrounds <i>Lipetskivo:</i> - Lipetsk. Support of the Regional Library for the Blind <i>SABMiller RUS:</i> - Kaluga. Longstanding cooperation with the Kaluga Children's Tuberculosis Sanatorium; its reconstruction due to generous investments and devoted work of volunteers from the company's employees	<i>Efes Group in Russia:</i> - Moscow. Reconstruction and modernization of purifying facilities; implementation of the project on biological purification of industrial wastewaters <i>SUN InBev:</i> - Klin (Moscow Region). Commencement of work on improving water purification capacity in Klin <i>Baltika:</i> - Yaroslavl. Commissioning of purifying facilities. Installation of aspiration systems (purification efficiency – 99%) in the malt house. Commencement of construction of a recycling unit. Commissioning of a new boiler house equipped with modern boilers - Voronezh. Replacement of dust control equipment at the elevator - Tula. Arrangement of a site for temporary wastes storage
Northwestern Federal District Volga Federal District	<i>Baltika:</i> - St. Petersburg. Overhaul of Orphanage – Boarding School No. 5 in Pushkin for children with mental disorders. Reconstruction of the surgery block in the Research Institute named after G.I. Turner. Overhaul and acquisition of medical equipment for Children's Polyclinic No. 63 of the Vyborg District. Assistance to veterans of the Great Patriotic War within the municipal program Duty	<i>Baltika:</i> - St. Petersburg. Installation of the second grain drying line, modernization of the pumping station and acquisition of special containers for temporary wastes storage in the Vena Plant. Construction of water purifying facilities for the Children's Recreation Camp in Molodyozhnoe village
Volga Federal District	<i>Efes Group in Russia:</i> - Kazan. Repair of a part of the municipal road; assistance to the Council of Veterans of the Great Patriotic War of the Soviet District <i>Baltika:</i> - Kinel village (Samara Region) Repair of the Children's Department of the Regional Hospital	<i>Efes Group in Russia:</i> - Kazan. Construction and commissioning of storm water purifying facilities <i>Baltika:</i> - Samara. Commencement of construction of new biological purifying facilities; planning of construction of additional industrial and domestic wastewater purifying facilities

Social and Economic Partnership

Federal District	Social Partnership and Charity Projects	Environmental Activities
Southern Federal District	<i>Efes Group in Russia:</i> - Rostov-on-Don. Construction of children's sports and recreational grounds <i>Priazovskaia Bavaria:</i> - Yeisk (Krasnodar Territory). Assistance to veterans of the Afghanistan War and other wars. Replacement of worn-out pavement <i>Baltika:</i> - Rostov-on-Don. My Favorite Yard contest	<i>Efes Group in Russia:</i> - Rostov-on-Don. Reconstruction and modernization of industrial wastewater purifying facilities; modernization of aspiration systems
Siberian Federal District	<i>Efes Group in Russia:</i> - Rostov-on-Don. Construction of children's sports and recreational grounds <i>Priazovskaia Bavaria:</i> - Yeisk (Krasnodar Territory). Assistance to veterans of the Afghanistan War and other wars. Replacement of worn-out pavement <i>Baltika:</i> - Rostov-on-Don. My Favorite Yard contest	<i>Efes Group in Russia:</i> - Novosibirsk. Reconstruction and modernization of industrial wastewater purifying facilities <i>SUN InBev:</i> - Angarsk (Irkutsk Region). Construction of water purifying facilities in Omsk and Angarsk
Far Eastern Federal District		<i>Baltika:</i> - Khabarovsk. Modernization of biological purifying facilities. Acquisition of containers for temporary wastes storage. Elimination of emissions containing ozone depleting substances due to disuse of refrigeration units <i>SABMiller RUS:</i> - Vladivostok. Commencement of reconstruction of purifying facilities and introduction of a production waste reduction system in the recently acquired Vladpivo factory

Примеры

«САБМиллер РУС»: Начато строительство современного пивоваренного завода со складом (10 тыс. кв. м) в Ульяновске. Инвестиции составили 5,9 млрд рублей. Первоначальная мощность предприятия – 3 млн. гектолитров в год. Создается более 300 новых рабочих мест. Ожидается, что в течение первых трех лет производства ежегодные дополнительные налоговые поступления в региональный и местный бюджеты составят более 1 млрд рублей.

«САН ИнБев»: В Перми введена в эксплуатацию новая баночная линия (производительность – 36 тыс. банок в час с возможностью увеличения до 60 тыс.).

Помощь детям

Среди многих социальных групп, нуждающихся в поддержке, детям отдается приоритет. В том или ином виде во всех регионах пивовары помогают школам, детским садам, спортивным организациям и любительским клубам для детей и юношества, детским домам и т. д.

300 new jobs are being created. The additional tax revenues to regional and local budgets are estimated to exceed 1 billions roubles over the first three years of operation.

SUN InBev: In Perm, a new canning line (production capacity – 36 thousand cans per hour, with potential increase up to 60 thousand cans) was put in operation.

Care for Children

Among all social groups in need of support, children are the first priority. In all regions, in one form or another, brewers provide assistance to schools, nurseries, sports organizations, children and youth amateur clubs, orphanages, etc.

Best Practice – We Can Feel Our Past with Our Fingertips Program

Heineken Breweries, LLC: The company has been supporting the special-



6

Социально-экономическое партнерство

ized program We Can Feel Our Past with Our Fingertips initiated by the State Hermitage for the second year running. It is a three-year program for blind and visually impaired children providing an opportunity to acquaint them with the museum collection and, thus, with the history and culture from ancient times to the Middle Age. Exhibits can be “seen by hand”, i.e. by touching them. The program aims at socialization of handicapped children, development of their creative potential, and creation of social tolerance toward people with physical disabilities.

SABMiller RUS: The company is implementing a project in partnership with the Ulyanovsk Regional AIDS Center. It helped the Center to acquire high-tech analytical equipment (automated hematology analyzer). Besides, every

Лучшая практика – программа «Прошлое на кончиках пальцев»

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»: Второй год компания поддерживает специализированную программу Государственного Эрмитажа «Прошлое на кончиках пальцев». Это трехгодичная программа для слабовидящих и слепых детей. Она дает возможность познакомить детей с музейными экспонатами, а через них – с историей и культурой с древнейших времен до средневековья. Экспонаты можно «увидеть руками», потрогав их. Программа создана для социализации детей с ограниченными возможностями, развития их творческого потенциала, а также воспитания в обществе толерантного отношения к людям с физическими особенностями.

«САБМиллер РУС»: Компания осуществляет партнерский проект с Ульяновским Областным СПИД-центром. Компания помогла Центру приобрести высокотехнологичное оборудование для исследований (автоматический гематологический анализатор). Кроме того, каждый год ВИЧ-инфицированные дети получают от компании новогодние подарки.



Поддержка культуры

Учреждения культуры и искусства, особенно регионального значения, организация постановок, выставок, приобретение реквизита и аппаратуры – традиционное направление в благотворительности российских компаний.

«САН ИнБев»: Саранский филиал компании на протяжении нескольких лет помогает Мордовскому республиканскому музею изобразительных искусств, который одновременно является крупным научно-исследовательским и научно-просветительским учреждением Поволжья.

«Томское пиво»: Финансовую помощь для приобретения мультимедийного проектора получил Дом культуры «Настроение» пос. Лоскутово. Союз театральных деятелей РФ благодаря поддержке компании провел смотр-конкурс молодых актеров.

Спорт

Пропаганда здорового образа жизни, поддержка массового и любительского спорта относятся к числу приори-



year HIV-infected children receive New Year gifts from the company.

Culture

Support provided to culture and arts organizations, particularly regional ones, organizing performances and exhibitions, acquiring stage props and equipment are traditional areas of charity activities carried out by Russian companies.

SUN InBev: The company's branch in Saransk has been supporting the Mor-dovia Republic Museum of Fine Arts, which is both a large research institution and an educational organization of the Volga Region.

Tomskoe Pivo: The company provided financial assistance in acquisition of a multimedia projector for the Cultural Centre Nastroenie, Loskutovo village. Thanks to the company's support, the Theatre Union of the Russian Federation carried out a review competition among young actors.

Sports

The priority areas of external social programs implemented by brewing companies include promotion of a healthy lifestyle and support of mass and amateur sports.

Lipetsk pivo: The Company renders permanent support to the Children and Youth Association under the auspices of the Main Directorate of the Ministry of Emergency Situations of the Lipetsk Region.

Forshtatskaia Brewery: The company supports the Altai Off-Road Organiza-

6 Социально-экономическое партнерство

tion at the Barnaul Bike Club Kolesnitsy Dorog.

Tomsk Pivo: The company supported the participation of the Sports Diving Center in an international contest.

Social Projects

Traditionally, social projects represent the most numerous and diversified group in the range of projects implemented by companies.

Education

The Report contributors render financial assistance to charity programs in the sphere of education. Companies provide sponsorship for schools and technical colleges, and support non-profit educational projects aimed at assisting talented youths.

Tomsk Pivo: The company helped School No. 51 by financing its participation in the International Choral Contest held in Bulgaria. As a result, the

тетных направлений внешних социальных программ пивоваренных компаний.

«Липецкпиво»: Постоянная поддержка детско-юношеского движения при Главном управлении МЧС России по Липецкой области.

«Форштатская пивоварня»: Поддерживает алтайскую организацию внедорожников Барнаульского байк-клуба «Колесницы дорог».

«Томское пиво»: Центр подводного плавания получил поддержку для участия в международном турнире.

Социальные проекты

Социальные проекты традиционно – самые многочисленные и разнообразные в арсенале компаний.

Образование

Участники Отчета выделяют средства на благотворительные программы в области образования. Компании шефствуют над школами, техникумами, финансируют некоммерческие образовательные проекты, направленные на поддержку талантливой молодежи.



«Томское пиво»: Компания помогла школе № 51, оплатив ее участие в Международном конкурсе хоровой песни в Болгарии. В результате ученики средних и старших классов школы заняли призовое место. Детско-юношеский центр «Звездочка» благодаря оказанной поддержке начал выпуск районных газет для детей и школьников. Летом детская газета «Пятерка плюс» заняла первое место на Всероссийском конкурсе школьных изданий.

Партнерские проекты с общественными организациями

Совместная работа с общественными организациями повышает социальную ценность благотворительных проектов.

«Барнаульский пивоваренный завод»: В 2008 году завод активно сотрудничал с общественной организацией «Проект-41». Среди совместно организованных проектов:

- ❖ *велопраздник «Тайны старого велосипеда» для детей, находящихся на длительном лечении в детском туберкулезном санатории Барнаула и не имеющих постоянного открытого общения;*
- ❖ *праздник для многодетных семей «Сокровища города»;*
- ❖ *конкурс на детский рисунок или поделку «Подари улыбку маме!», который провели для детей-инвалидов города. Всем мамам детей-инвалидов и детям, принявшим участие в конкурсе рисунков и поделок были вручены подарки.*

«Липецкпиво»: Компания оказала помощь в подготовке слета-соревнования «Школа безопасности», XI межрегионального полевого лагеря «Юный спасатель». Компания также помогла Липецкому филиалу Всероссийского общества слепых в подготовке Всероссийской конференции «Создание комфортной информационной среды для пользователей специблиотек».

students of middle and senior classes won a prize. Thanks to the company's support, the Children and Youth Center Zvyozdochka began publishing regional newspapers for children and school pupils. In summer the children's newspaper Pyatyorka Plus won the first place in the All-Russian Contest of School Publications.

Projects in Partnership with Public Organizations

Partnership with public organizations increases the social value of charity projects.

Barnaul Brewery: In 2008, the factory actively cooperated with the public organization Project-41. Their joint projects include:

- Cycling festival Old Bicycle's Secrets for children admitted to the Barnaul tuberculosis sanatorium for a long period and deprived of permanent communication with the outside world;
- Festival for large families The City's Treasures;
- Children's drawing and craft contest Give Your Mother a Smile for handicapped children. All handicapped children and their mothers who participated in the drawing and craft contest, received gifts.

Lipetsk pivo: The company provided assistance in organization of the contest Security School and the 11th Interregional Field Camp Young Rescuer. It also helped the Lipetsk branch of the All-Russian Society of the Blind in organization of the All-Russian conference Creation of Comfortable Information Environment for Users of Specialized Libraries.

7

Общественное признание Public Recognition

- ◀ *Economic and production efficiency*
- ◀ *Product Quality*
- ◀ *Social Efficiency*
- ◀ *Ecology and Production Safety*

- ◀ *Экономическая и производственная эффективность.*
- ◀ *Качество продукции*
- ◀ *Социальная эффективность*
- ◀ *Экология и производственная безопасность*

Вклад компаний пивоваренной отрасли в общественное развитие отмечается государством и бизнес-сообществом. В 2008 году две трети компаний – участников отчета были награждены медалями, дипломами, благодарственными письмами, грамотами и премиями за достижения в различных социально значимых областях деятельности. Десять компаний отмечены за вклад в экономическое развитие и производственные успехи, семь – за качество продукции, три – за социальную эффективность, две – за улучшение экологии.

Основные награды:

Экономическая и производственная эффективность

- ♦ *ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»*
- Высшая общественная награда РФ в сфере производства продовольствия «За изобилие и процветание

Brewing companies traditionally enjoy the recognition of the business community and government bodies. In 2008, two-thirds of the Report contributors received awards, diplomas, letters of appreciation, certificates of honour, and awards for achievements in social initiatives. Ten companies received recognition for contribution to economic development and production achievements, 7 – for product quality, 3 – for social efficiency, and 2 – for ecological efficiency.

Main Awards:

Economic and production efficiency

- ♦ *OJSC Baltika Brewery*
- The highest public award of the Russian Federation in food production



“For Abundance and Prosperity of Russia”, in the nomination “For a Special Contribution to the Implementation of the Priority National Project ‘Agricultural Sector Development’”

- Best Taxpayer of St. Petersburg
- Best Russian Exporter
- ◀ *SABMiller RUS, LLC*

The highest public award of the Russian Federation in food production “For Abundance and Prosperity of Russia”, in the nomination “For a High Social Responsibility Standard”

- ◀ *Incorporated Heineken Breweries, LLC*
- Best Taxpayer of St. Petersburg
- ◀ *CJSC Priazovskaia Bavaria*
- Certificate of honour for a substantial contribution to the social and eco-

России». Номинация «За особый вклад в реализацию приоритетного национального проекта «Развитие АПК»

- Лучший налогоплательщик г. Санкт-Петербурга
- Лучший российский экспортер

◀ *ООО «САБМиллер РУС»*

- Высшая общественная награда РФ в сфере производства продовольствия «За изобилие и процветание России». Номинация «За высокий стандарт социальной ответственности»

◀ *ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»*

- Лучший налогоплательщик г. Санкт-Петербурга

◀ *ЗАО «Приазовская Бавария»*

- Грамота за большой вклад в социально-экономическое развитие муниципального образования города Ейска



◄ ООО «Пивоваренный завод Хадыженский»

- Грамота за значительный вклад в социально-экономическое развитие муниципального образования Апшеронский район
- Грамота за активное участие в общественной жизни Хадыженского городского поселения

◄ ОАО «Ставропольский пивоваренный завод»

- Диплом «Лидер городской экономики» администрации г. Ставрополя

◄ Группа компаний Efes в России

- Премия Президента Республики Башкортостан и дипломом III степени за активный вклад и успешную реализацию крупного инвестиционного проекта по развитию пивоваренного завода в г. Уфе.
- Диплом городского конкурса «Лучшее промышленное предприятие города Уфы» в номинации «За динамичное развитие и высокую финансовую эффективность»

Качество продукции

◄ ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

- Почетная грамота концерна Heineken NV за высокое качество бренда Heineken
- Золотая медаль крупнейшей агропромышленной выставки России «Золотая осень 2008» за пиво «ПИТ» и пиво «Три медведя»

◄ ЗАО «Приазовская Бавария»

- Диплом администрации Краснодарского края за активное участие в программе «Качество»

◄ ОАО «Томское пиво»

- Свидетельство лауреата Межрегионального конкурса «Лучшие товары и услуги Сибири – Гемма» за высокое качество выпускаемой продукции
- Гран при «Лидер качества управления – 2008» Международного центра инвестиционного консалтинга (ICIC)

economic development of the Yeisk Municipality

◄ Khadyzhensky Brewery, LLC

- Certificate of honour for a substantial contribution into the social and economic development of the Apsheron District Municipality
- Certificate of honour for active participation in the social life of the Khadyzhensk urban settlement

◄ OJSC Stavropol Brewery

- Diploma “Urban Economy Leader” of the Stavropol Administration

◄ Efes Group in Russia

- Award of the President of the Republic of Bashkortostan and 3rd degree diploma for the substantial contribution and successful implementation of a big investment project related to a brewery development
- Diploma of the municipal competition “Best Industrial Enterprise of Ufa” in the nomination “For Dynamic Development and High Financial Efficiency”

Product Quality

◄ Heineken Breweries, LLC

- Certificate of honour of the Heineken NV Group of Companies for the high quality of the Heineken Brand
- Golden Medal of the biggest agricultural exhibition of Russia “Golden Autumn 2008” for beer PIT and Tri Medvedya

◄ CJSC Priazovskaia Bavaria

- Diploma of the Krasnodar Territory Administration for active participation in the Quality Program

◄ OJSC Tomsk Pivo

- Prize winner certificate of the Inter-Regional Competition “Best Goods and Services of Siberia – Gemma” for the high quality of the manufactured products

- Grand Prix “Quality Management Leader – 2008” of the International Centre of Investment Consulting (ICIC)
- ◀ *OJSC Vizit*
- Diploma of the 2008 BUSINESS PARTNER competition winner in the “Strategic Partnership” nomination
- Leader Cup in the Kuznetsk medical aid posts competition
- Certificate of honour for the first place in the municipal competition medical aid brigades and posts in 2008.
- ◀ *OJSC Stavropol Brewery*
- Diplomas of the Ministry of Agriculture of the Stavropol Territory in the

◀ *ОАО «Визит»*

- Диплом победителя конкурса «БИЗНЕС-ПАРТНЕР 2008 года» в номинации «Стратегическое партнерство»
- Кубок за первое место в соревнованиях санитарных постов г. Кузнецка
- Грамота за первое место в городских соревнованиях санитарных дружин и постов в 2008 году.

◀ *ОАО «Ставропольский пивоваренный завод»*

- Дипломы Министерства сельского хозяйства Ставропольского края в номинациях «Лучшая организация года по производству пива», «За внедрение новых технологий и видов пива», «За производство пива, получившего наивысшую дегустационную оценку»



Группа компаний Efes в России

- пиво «Белый медведь светлое» было удостоено специального приза за высокое качество – International High Quality Trophy 2008

Социальная эффективность**ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»**

- HR-бренд года
- Всероссийская премия «PEOPLE INVESTOR»

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

- Почетная грамота за благотворительную поддержку международного женского клуба Санкт-Петербурга
- Благодарность за особый вклад в развитие деятельности благотворительной организации United Way Russia

ОАО «САН ИнБев»

- Премия «Лучший работодатель» в рамках Национальной деловой премии «Капитаны российского бизнеса»

Экология и производственная безопасность**ЗАО «Липецкпиво»**

- Благодарственное письмо от Администрации Липецка и Липецкого Совета депутатов «За высокие показатели и совершенствования системы защиты населения от чрезвычайных ситуаций»
- ОАО «Томское пиво»
- Лауреат конкурса, организованного Международной академией качества и маркетинга в номинации «100 лучших организаций России. Экология и экологический менеджмент»

nominations “Best Brewing Company of the Year”, “For Introduction of New Technologies and Beer Brands”, “For production of Beer with the Highest Tasting Assessment”

Efes Group in Russia

- Bely Medved Light Beer received a special prize for high quality – International High Quality Trophy 2008

Social Efficiency**OJSC Baltika Brewery**

- HR-Brand of the year
- PEOPLE INVESTOR All-Russian Award

Incorporated Heineken Breweries, LLC

- Certificate of honour for the charity support of the International Women’s Club of St. Petersburg
- Acknowledgement for a special contribution into the activity of the charity organization United Way Russia

OJSC SUN InBev

- Best Employer Award granted under the National Business Award “Champions of the Russian Business”

Ecology and Production Safety**CJSC Lipetskivo**

- Letter of appreciation from the Administration of Lipetsk and Lipetsk Board of Deputies “For high achievements and improvement of the emergency response program”

OJSC Tomsk Pivo

- Prize winner of the competition organized by the International Academy for Quality and Marketing in the nomination “100 Best Organizations of Russia. Ecology and Ecology Management”



Информация о деятельности Союза российских пивоваров

Information on the Operations of the Russian Brewers Union

- ◀ *Legislation*
- ◀ *Excise Tax Regulations*
- ◀ *Excise Tax Regulations*
- ◀ *Technical Regulations*
- ◀ *Social Responsibility*
- ◀ *Work within the Union*
- ◀ *Brewer's Day*

- ◀ *Законодательство*
- ◀ *Акцизное регулирование*
- ◀ *Регулирование производства и оборота пивоваренной продукции*
- ◀ *Техническое регулирование*
- ◀ *Социальная ответственность*
- ◀ *Внутрисоюзная работа*
- ◀ *День пивовара*

В 2008 году Союз продолжил работу по защите интересов производителей пивоваренной продукции в сфере государственного регулирования, по развитию взаимоотношений с деловым и экспертным сообществом, а также по реализации программ корпоративной социальной ответственности.

Основные направления деятельности включали:

- нормативно-правовое регулирование отрасли;
- гармонизацию правил железнодорожных грузоперевозок пива;
- поддержку экспортной деятельности компаний;
- внутрисоюзную работу и др.

В 2008 году состоялось четыре заседания руководящего органа организации – Совета Союза, на которых обсуждались вопросы, связанные с текущими задачами развития пивоваренной отрасли, разрабатывались и утверждались нормативные документы и планы работы Союза, представлялись к награждению лучшие компании и специалисты отрасли.

In 2008, the Union continued its work on protection of interests of brewers in governmental regulation, development of relations with the business community and experts, as well as on the implementation of corporate social responsibility programs.

Main areas of work included:

- Regulatory and legal framework;
- Harmonization of beer railroad freight rules;
- Support of the companies' export business;
- Work performed within the Union, etc.

In 2008 four meetings of the Union's governing body – the Union Board – were held. The main focus was on the current tasks related to brewing industry development, presenting and approving regulations and the Union action plans, nominating the best companies and professionals for awards.



8 Информация о деятельности Союза российских пивоваров

Заинтересованные стороны Interested Parties	2006	2007	2008
Государственные органы власти Governmental Authorities	Участие СРП в работе консультативных органов при комитетах Государственной Думы РФ (по бюджету и налогам, по экономической политике, по аграрным вопросам и др.), профильных министерствах и ведомствах Правительства РФ Participation of the RBU in the work of the advisory bodies of the Russian State Duma committees (Budget and Tax, Economic Policy, Agriculture, etc.), relevant ministries and agencies of the Russian Federation		
	Опрос в рамках подготовки Социального отчета Survey under the Social Report Preparation	Второе Всероссийское совещание «Концепция взаимодействия власти и бизнеса» Second All-Russian meeting "Policy Dialogue Concept" Круглый стол «Законодательные проблемы противодействия алкоголизации населения» Round-table discussion "Legal issues of the prevention of the population alcoholization"	Круглый стол «Социально-экономическое партнерство власти и бизнеса как фактор регионального развития» (Калуга) Round-table discussion "Social and Economic Partnership between authorities and business as a regional development factor" (Kaluga) Круглый стол «Социальная ответственность российского бизнеса на примере пивоваренной отрасли» (Пермь) Round-table discussion "Social responsibility of the Russian Business by the example of the brewing industry" (Perm) Участие в разработке проекта НЦ ГОСТ «Пиво. ОТУ» Participation in the development of the NC GOST project "Beer. General Specifications"
Компании пивоваренной отрасли Brewing Companies	Ежегодная Всероссийская конференция производителей пиво-безалкогольной продукции Annual All-Russian conference of beer non-alcoholic beverages producers Ежегодный конкурс на лучшее корпоративное издание Annual competition for the best corporate publication Ежегодная торжественная церемония награждения лучших предприятий и специалистов пивоваренной отрасли. Annual award ceremony for top professionals and companies of the industry Ежегодное проведение Дня пивовара Brewer's Day (held annually)		
	Семинар для малых пивоваренных компаний по внедрению системы менеджмента качества Seminar on quality management systems implementation for small brewing companies		
Отраслевые и бизнес-ассоциации Industry and Business Associations	СРП стал членом Мирового пивоваренного альянса RBU became a member of the Worldwide Brewing Alliance	Круглый стол «Социальная ответственность пивоваренной индустрии» (совместно с РСПП и ТПП) Round-table discussion "Social Responsibility of the Brewing Industry" (together with the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs and Chamber of Commerce and Industry)	
Общественность Public	Ежегодный выпуск Социального отчета Annual publication of the Social Report		

Продолжалось взаимодействие с прессой и другими организациями – тематика и формат встреч и мероприятий разнообразен (см. таблицу). В результате основные для отрасли вопросы обсуждались с учетом интересов как пивоваров, так и других организаций.

Основные события и мероприятия

Законодательство

Участие представителей экспертного сообщества в законотворческой деятельности является одной из важнейших составляющих нормативно-правового регулирования пивоваренной индустрии. В апреле 2008 года Комитет по экономической политике и предпринимательству Государственной Думы РФ принял решение об образовании при Комитете Экспертного совета по вопросам государственного регулирования производства и оборота пивоваренной продукции. Совет создан с целью содействия оптимизации законотворческой деятельности в сфере государственного регулирования производства и оборота пивоваренной продукции.

Акцизное регулирование

Союз существенно активизировал работу в сфере акцизного регулирования пивоваренной отрасли в связи с подготовкой Министерством финансов РФ законопроекта о «Внесении изменений в статью 193 главы 22 «Акцизы» части второй Налогового кодекса Российской Федерации». Данный законопроект предусматривал значительное увеличение ставки акциза на пиво на 2009–2010 годы. Союз обратился к Председателю Правительства РФ В.В. Путину с просьбой рассмотреть вопрос о замораживании ставки акциза на пиво.

Регулирование производства и оборота пивоваренной продукции

Для гармонизации законодательного регулирования пивоваренной отрасли Союз взаимодействовал с профильными комитетами Госдумы РФ. В адрес Союза поступило письмо за подписью председателя Комитета Госдумы РФ по экономической политике и предпринимательству Е.А. Федорова. Депутат просил высказать

The Union maintained its relations with the mass-media and other organization – for the various topics and forms of the meetings and events see the Table below. As a result, when discussing the main issues of the industry the brewers' interests as well as the interests of other organizations are taken into account.

Main Events and Activities

Legislation

Participation of experts in the law making process is one of the primary elements of the regulatory and legal framework of the brewing industry. In April 2008 the Committee for Economic Policy and Entrepreneurship of the Russian State Duma adopted a resolution on the creation of the Expert Board on State Regulation of Beer Production and Turnover under the Committee. The Board was created in order to promote the optimization of law making in the field of the state regulation of beer production and turnover.

Excise Tax Regulations

The Union considerably increased its efforts in the field of excise regulation of the beer industry in connection with the draft law “On Introduction of Changes into Article 193 Chapter 22 ‘Excise Taxes’ of Part Two of the Tax Code of the Russian Federation”, prepared by the Russian Ministry of Finance. This draft law stipulated considerable increase of the beer excise tax rate for 2009–2010. The Union applied to Chairman of the Russian Government V.V. Putin with a request to consider a possibility of “freezing” the beer excise tax rate.

Beer Production

and Turnover Regulation

In order to harmonize the legislative regulation of the brewing industry, the Union liaises with relevant committees of the Russian State Duma. The Union received a letter from E.A. Fyodorov,

Chairman of the Russian State Duma Committee on Economic Policy and Entrepreneurship. The Deputy requested an opinion on the Draft Federal Law “On Retail Trade” that established legal regulations in retail trade regulation. The Union’s relevant specialists prepared recommendations for draft laws that impact the brewing industry.

Technical Regulations

The Union continued its participation in the refining of the NC GOST projects “Beer Products. Terms and Definitions”. Under this activity a number of meetings were organized with participation of relevant specialists from the companies and scientific and expert institutions. These meetings resulted in the further improvement of the methodological and regulatory and legal framework of beer production.

мнение по проекту ФЗ «О розничной торговле», который устанавливает правовые нормы в сфере регулирования розничной торговли. Профильные специалисты Союза подготовили рекомендации в законопроекты, оказывающие влияние на деятельность пивоваренной индустрии.

Техническое регулирование

Союз продолжил участие в доработке проектов НЦ ГОСТ «Пивоваренная продукция. Термины и определения» и проекта НЦ ГОСТ «Пиво. ОТУ». В рамках этой работы организован ряд совещаний с участием профильных специалистов компаний, научных и экспертных институтов, итогом которых стало дальнейшее совершенствование методологической и нормативно-правовой базы производства пивоваренной продукции.

Социальная ответственность

27 февраля в Перми прошло заседание круглого стола на тему «Социальная ответственность российско-



го бизнеса на примере пивоваренной отрасли». В его работе приняли участие представители руководства «Деловой России», органов государственной власти и органов местного самоуправления Пермского края, пивоваренных компаний, Союза российских пивоваров, делового и экспертного сообщества и СМИ. Участники на конкретных примерах обсудили опыт и перспективы развития социального партнерства власти и бизнеса, а также необходимость популяризации отраслевой нефинансовой отчетности как эффективного инструмента взаимодействия индустрии с государственными и общественными институтами. Участники пришли к выводу, что продолжение диалога между представителями бизнеса и власти позволит найти новые формы взаимодействия в реализации социальных проектов.

Внутрисоюзная работа

Главным событием внутрисоюзной жизни стала состоявшаяся в Москве Восьмая Всероссийская конференция производителей пиво-безалкогольной продукции, в рамках которой прошло годовое собрание членов организации. Участники собрания – представители пивоваренных предприятий отрасли – подвели итоги работы Союза и отрасли в целом, определили основные цели и задачи деятельности организации на ближайшее будущее. Также в рамках конференции прошла Пятая торжественная церемония награждения лучших предприятий и специалистов пивоваренной отрасли.

День пивовара

14 июня российские производители пива отметили свой профессиональный праздник – День пивовара, который был учрежден Советом Союза в январе 2003 года. В июне в различных городах страны на предприятиях отрасли состоялись чествования лучших специалистов отрасли, прошли корпоративные мероприятия, городские фестивали.

Social Responsibility

On February 27, in Perm, a round-table discussion was held entitled “Social Responsibility of the Russian Business by the Example of the Brewing Industry”. The list of participants of the discussion included the management of Delovaya Rossiya, governmental and local authorities of the Perm Territory, brewing companies, Russian Brewers Union, business community, experts and the mass media. Using specific examples, the participants discussed the experience and development perspectives of social partnerships between the authorities and the business, as well as the necessity to disclose the industry’s non-financial reporting as an effective instrument of the industry’s interaction with governmental and public institutions. The participants agreed to continue such communication to find new ways for implementation of the social projects.

Work within the Union

The main in-house event of the Union was the Moscow Eighth All-Russia Conference of Non-Alcoholic Beverage Manufacturers, under which an annual meeting of the organization members took place. The meeting participants – representatives of brewing companies – summed up the results of the Union’s and the industry’s work, defined the main objectives and tasks of the organization for the near future. The conference also included the Fifth ceremony for awarding best professionals and companies in the industry.

Brewer’s Day

On June 14, the Russian brewers celebrated their professional holiday – Brewer’s Day, which was established by the Union Board in January 2003. In June, in different cities of the country the brewing enterprises awarded the best professionals of the industry, organized corporate events and city festivals.

9

Информация об участниках Социального отчета

Information on the Social Report Contributors



ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

Год образования – 1990.

Производственная мощность – 500 млн дал.

Основные бренды – «Балтика», «Арсенальное», Carlsberg, Kronenbourg 1664, Tuborg, «Невское», «Ярпиво», региональные бренды «Дон», «Уральский мастер».

Адрес: 194292, г. Санкт-Петербург, 6-й Верхний пер., д. 3.

Страница в Интернете – www.baltika.ru

ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»

Год образования – 1882.

Производственная мощность – 10 млн дал.

Основные бренды – «Барнаульское», «Чешское», «Ворсин», «Жигулевское».

Адрес: 656922, г. Барнаул, ул. Тракторная, д. 35.

Страница в Интернете – www.vorsin.ru

ОАО «Букет Чувашии»

Год образования – 1974.

Производственная мощность – 5,1 млн дал.

Основные бренды – «Букет Чувашии», «Визитное», «Живое», «Чебоксарское», «Пенная коллекция».

Адрес: 428022 Чувашская Республика, г. Чебоксары, пр. Соляное, д. 7.

Страница в Интернете – www.buketbeer.ru

ОАО «Визит»

Год образования – 1949.

Производственная мощность – 2,1 млн дал.

Основные бренды – «Визит», «Рефлекс», минеральная вода «Надежда», «Бутурлинский родник».

Адрес: 442530, Пензенская обл., г. Кузнецк, ул. Орджоникидзе, д. 92.

ОАО «Вятич»

Год образования – 1903.

Производственная мощность – 3 млн дал.

Основные бренды – «Вятич», «Карл Отто Шнайдер», «Елена».

Адрес: 610027, г. Киров, ул. Блюхера, д. 63.

Страница в Интернете – www.vyatich-kirov.ru

OJSC Baltika Brewery

Founded: 1990

Production capacity: 500 million decalitres

Main brands: Baltika, Arsenalnoe, Carlsberg, Kronenbourg 1664, Tuborg, Nevskoe, Yarpivo; local brands: Don, Uralsky Master

Address: 3, 6th Verkhny Pereulok, St.

Petersburg, 194292

Website: www.baltika.ru

OJSC Barnaul Brewery

Founded: 1882

Production capacity: 10 million decalitres

Main brands: Barnaulskoye, Cheshskoye, Vorsin, Zhigulevskoe.

Address: 35 Traktovaya St., Barnaul, 656922

Website: www.vorsin.ru

OJSC Buket Chuvashii

Founded: 1974

Production capacity: 5.1 million decalitres.

Main brands: Buket Chuvashii, Visitnoe, Zhivoe, Cheboksarskoe, Pennaya Kolleksiya.

Address: 7 Solyanoe Av., Cheboksary, Chuvash Republic, 428022.

Website: www.buketbeer.ru

OJSC Vizit

Founded: 1949

Production capacity: 2.1 million decalitres

Main brands: Vizit, Refleks, Nadezhda mineral water, Buturlinsky Rodnik

Address: 92 Ordzhonikidze St., Kuznetsk, Penza Region, 442530

OJSC Vyatich

Founded: 1903

Production capacity: 3 million decalitres

Main brands: Vyatich, Karl Otto Shneider, Yelena.

Address: 63, Blyukher St., Kirov, 610027.

Website: www.vyatich-kirov.ru

OJSC Zauralskie Napitki

Founded: 1913

Production capacity: 1.4 million decalitres

Main brands: beers – Kurganskoe, ZN;

mineral water – Svezhest, Kurganskaya

Address: 3 M. Gorky St., Kurgan, 640020

CJSC Lipetskpivo

Founded: 1977

Production capacity: 4 million decalitres.

Main brands: Lipetskoe, Priyatel, Dmitrich.

Address: 11 Universalny Av., Lipetsk, 398032.

MPK Maikop Brewery, LLC

Founded: 1882

Production capacity: 0.08 million decalitres

Main brands: Chestnoe, Tsarskoe

Address: 2 Gogol St., Maikop, Adygeya

Republic, 352909

Makhachkalinsky Brewery Port Petrovsky, LLC

Founded: 2006

Production capacity: 0.08 million decalitres

Main brands: Port Petrovskoe

Address: DSK District, A. Sultana Lane,

Makhachkala, Republic of Dagestan, 367010

Heineken Breweries, LLC

Founded: 2002

Production capacity: 180 million hectolitres

Main brands: Heineken, Amstel, Zlaty

Bazant, Buckler, Bochkarev, PIT, Okhota,

Tri Medvedya, Stepan Razin, Rousich, Patra.

Address: 24 Telman St., St Petersburg, 193230

Website: www.heinekeninternational.com

Pivnaya Artel, LLC

Founded: 2006

Production capacity: 0.6 million decalitres

Main brands: Shotlandsky El, Zhigulyovskoe,

Barkhatnoe

Address: 106 Promyshlennaya St., Barnaul,

656038.

ООО «Зауральские напитки»

Год образования – 1913.

Производственная мощность – 1,4 млн дал.

Основные бренды – «Курганское», «ЗН», минеральная вода «Свежесть», «Курганская».

Адрес: 640020, г. Курган, ул. Горького, д. 3.

ЗАО «Липецкпиво»

Год образования – 1977.

Производственная мощность – 4 млн дал.

Основные бренды – «Липецкое», «Приятель», «Дмитрич».

Адрес: 398032, г. Липецк, Универсальный пр., д. 11.

ООО «МПК» «Пивоваренный завод Майкопский»

Год образования – 1882.

Производственная мощность – 0,08 млн дал.

Основные бренды – «Честное», «Царское».

Адрес: 352909, Республика Адыгея, г. Майкоп,

ул. Гоголя, д. 2.

ООО «Махачкалинский пивоваренный завод «Порт – Петровск»

Год образования – 2006.

Производственная мощность – 0,08 млн дал.

Основной бренд – «Порт-Петровское».

Адрес: 367010, Республика Дагестан, г. Махачкала,

пр. А. Султана, р-н ДСК.

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Год образования – 2002.

Производственная мощность – 180 млн. гектолитров.

Основные бренды – Heineken, Amstel, Zlaty Bazant, Buckler, «Бочкарев», «ПИТ», «Охота», «Три медведя», «Степан Разин», «Русич», «Патра».

Адрес: 193230, г. Санкт-Петербург, ул. Тельмана, д. 24.

Страница в Интернете – www.heinekeninternational.com

ООО «Пивная Артель»

Год образования – 2006.

Производственная мощность – 0,6 млн дал.

Основные бренды – «Шотландский эль», «Жигулевское», «Бархатное».

Адрес: 656038, г. Барнаул, ул. Промышленная, д. 106.

ЗАО «ПИНО»

Год образования – 1973.

Производственная мощность – 2,2 млн дал.

Основные бренды – «Новороссийское», «Новоросс».

Адрес: 353920, Новороссийск,
ул. Куникова, д. 45.

ООО «Пивоваренный завод Хадзыженский»

Год образования – 1960.

Производственная мощность – 0,5 млн дал.

Основной бренд – «Хадзыженское».

Адрес: 352671, Краснодарский край, Апшеронский район,
г. Хадзыженск, пл. Промысловая, д. 20.

ЗАО «Приазовская Бавария»

Год образования – 1861.

Производственная мощность – 0,9 млн дал.

Основные бренды – «Азовское», «Восторг», «Жемчужина
Приазовья», «Жигулевское», «Иван Поддубный», «Конкурент»,
«Кудияр», «Легендарное», «Московское».

Адрес: 356680, Краснодарский край,
г. Ейск, ул. Ленина, д. 22.

ООО «САБМиллер РУС»

Год образования – 1998.

Производственная мощность – 61 млн дал.

Основные бренды –

«Золотая бочка», Pilsner Urquell, Miller Genuine Draft,
Velkopopovicky Kozel, Redd's, Peroni Nastro Azzurro, Holsten,
«Три богатыря».

Адрес: 248009, г. Калуга,
Грабцевское ш., д. 71

Страница в Интернете – www.sabmillerrus.ru

ОАО «САН ИнБев»

Год образования – 1999.

Производственная мощность – 190 млн дал.

Основные бренды – Stella Artois®, Brahma®, Beck's®,
Hoegaarden®, Staropramen®, «Клинское»,
«Сибирская корона», «Тинькофф», «Т»,
«Толстяк», «Волжанин», «Пикур», «Премьер»,
«Рифей», «Пермское губернское», «Черниговское»,
«Таллер», «Рогань».

Адрес: 121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, стр. А.
Страница в Интернете – www.suninbev.ru

CJSC PINO

Founded: 1973

Production capacity: 2.2 million decalitres

Main brands: Novorosiyskoe, Novoross

Address: 45 Kunikova St., Novorossiisk,
Krasnodar Territory, 353920

Khadyzhensky Brewery, LLC

Founded: 1960

Production capacity: 0.5 million decalitres

Main brand: Khadyzhenskoe

Address: 20 Promyslovaya Sq., Khadyzhensk,
Apsheron Districts, Krasnodar Territory, 352671

CJSC Priazovskaia Bavaria

Founded: 1861

Production capacity: 0.9 million decalitres

Main brands: Azovskoe, Vostorg, Zhemchu-
zhina Priazovia, Zhigulevskoe, Ivan Poddubny,
Konkurent, Kudiiar, Legendarnoe, Moskovskoe

Address: 22 Lenina St., Yeisk, Krasnodar
Region, 356680

SABMiller RUS, LLC

Founded: 1998

Production capacity: 61 million deciliters

Main Brands: Zolotaya Bochka, Pilsner Urquell,
Miller Genuine Draft, Velkopopovicky Kozel,
Redd's, Peroni Nastro Azzurro, Holsten,
Tri Bogatyrya

Address: 71 Grabtsevkoye Highway, Kaluga,
248009

Website www.sabmillerrus.ru

OJSC SUN InBEV

Founded: 1999

Production capacity: 190 million decalitres

Main brands: Stella Artois®, Brahma®, Beck's®,
Hoegaarden®, Staropramen®, Klinskoe®,
Sibirskaia Korona®, Tolstiak®, T, Tinkoff,
Volzhanin®, Pikur®, Premier®, Rifei®, Permskoe
Gubernskoe®, Chernigovskoe®, Taller®, Rogan®.

Address: 17A Krylatskaia St., Moscow,
121614

Website: www.suninbev.ru

9

Информация об участниках Социального отчета

Siberian Brewery, LLC

Founded: 2002

Production capacity: 0.3 million decalitres

Main brands: Cheshskoe, Sibirskaya Krepost, Prazdnichnoe

Address: 9P Severnaya St., Nizhnevartovsk, Khanty-Mansy Autonomous District, 628600

OJSC Slavyanka

Founded: 1972

Production capacity: 0.6 million decalitres

Main brand: Mezhdurechensk.

Address: 44 Stroiteley Av., Mezhdurechensk, Kemerovo Region, 652882.

OJSC Stavropol Brewery

Founded: 1888

Production capacity: 2.1 million decalitres

Main brands: Gubernskoe, Zolotoi Kolos, Anton Grubi

Address: 19 Spartaka St., Stavropol, 355012

Website: www.stavropolpivo.ru

OJSC Tomsk Pivo

Founded: 1884

Production capacity: 21.6 million decalitres

Main brands: Bolshoe Pivo, Kriuger, Barkhatnoe, Zhivov

Address: 46 Moskovsky Trakt St., Tomsk, 634028

Website: www.tomskbeer.ru

Efes Group in Russia

Founded: 1999

Production capacity: 200 million decalitres

Main brands: Efes, Sary Melnik. Amsterdam Navigator, Sokol, Bely Medved, Bavaria, Zlatopramen, SOL, Krasny Vostok, Solodov, Ak Bars, Bogemskoe, Green Beer, Ershistoe, Polny Nokaut

Address: 28A Promzona Biriulevo,

Podolskikh Kursantov St., Moscow, 113546

Website: www.efesrussia.ru

ООО «Сибирский пивоваренный завод»

Год образования – 2002.

Производственная мощность – 0,3 млн дал.

Основные бренды – «Чешское», «Сибирская крепость», «Праздничное».

Адрес: 628600, Ханты-Мансийский АО, г. Нижневартовск, Северная ул., 9П.

ОАО «Славянка»

Год образования – 1972.

Производственная мощность – 0,6 млн дал.

Основной бренд – «Междуреченск».

Адрес: 652882, Кемеровская область, г. Междуреченск, пр-т Строителей, д. 44.

ОАО «Ставропольский пивоваренный завод»

Год образования – 1888.

Производственная мощность – 2,1 млн дал.

Основные бренды – «Губернское», «Золотой колос», «Антон Груби».

Адрес: 355012, г. Ставрополь, ул. Спартак, д. 19.

Страница в Интернете – www.stavropolpivo.ru

ОАО «Томское пиво»

Год образования – 1884.

Производственная мощность – 21,6 млн дал.

Основные бренды – «Большое пиво», «Крюгер», «Бархатное», «Живов».

Адрес: 634028, г. Томск, Московский тракт, д. 46.

Страница в Интернете – www.tomskbeer.ru

Группа компаний Efes в России

Год образования – 1999.

Производственная мощность – 200 млн дал.

Основные бренды – «Эфес», «Старый мельник», «Амстердам навигатор», «Сокол», «Белый медведь», «Бавария», «Златопрамен», Sol, «Красный Восток», «Солодов», «Ак Барс», «Богемское», Green Beer, «Ершистое», «Полный нокаут».

Адрес: 113546, г. Москва, ул. Подольских курсантов,

Промзона Бирюлево, д. 28-А.

Страница в Интернете – www.efesrussia.ru

Уважаемые читатели!

Вашему вниманию был представлен пятый Социальный отчет пивоваренной отрасли. Нам важно знать ваше мнение о нем. Ваши отзывы и предложения помогут нам улучшить качество отчетности. Мы будем признательны, если вы ответите на вопросы нашей анкеты.

Пожалуйста, укажите, к какой группе вы относитесь:

- | | |
|--|---|
| ☐ Сотрудник пивоваренной компании | ☐ Инвестор |
| ☐ Деловой партнер пивоваренной компании | ☐ Потребитель |
| ☐ Представитель федеральных органов государственной власти | ☐ Представитель бизнес-ассоциации |
| ☐ Представитель региональных органов государственной власти | ☐ Представитель некоммерческой организации |
| ☐ Акционер | ☐ Представитель СМИ |
| | ☐ Эксперт |
| | ☐ Другое _____ |

Оцените Отчет по следующим критериям:

Существенность предоставленной информации

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Отлично | ☐ Хорошо | ☐ Удовлетворительно | ☐ Неудовлетворительно |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|

Достоверность и объективность

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Отлично | ☐ Хорошо | ☐ Удовлетворительно | ☐ Неудовлетворительно |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|

Полнота информации

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Отлично | ☐ Хорошо | ☐ Удовлетворительно | ☐ Неудовлетворительно |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|

Структура и стиль изложения

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Отлично | ☐ Хорошо | ☐ Удовлетворительно | ☐ Неудовлетворительно |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|

Оформление Отчета

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Отлично | ☐ Хорошо | ☐ Удовлетворительно | ☐ Неудовлетворительно |
|----------------------------------|---------------------------------|--|--|

Отметьте разделы, которые показались вам наиболее интересными:

- | |
|--|
| ☐ Экономические результаты |
| ☐ Качество продукции |
| ☐ Культура и ответственное потребление пива |
| ☐ Социально-экономическое партнерство |
| ☐ Экология |

Какую информацию, на ваш взгляд, необходимо включить в шестой социальный отчет пивоваренной отрасли?

Дополнительные комментарии

Большое спасибо!

Заполненную анкету можно отправить по адресу:

Союз российских пивоваров, Россия, 119021, г. Москва, ул. Россолимо, д. 7, оф. 408

Тел./факс: 8(499) 245-71-54, 245-50-01, e-mail: info@beerunion.ru.

Reader's Feedback

Dear Reader!

You have read the Fifth Brewing Industry Social Report. Your opinion is very important to us. Comments and suggestions will help us improve reporting. We shall be grateful if you agree to fill in our questionnaire.

Please indicate the group of interested parties you belong to:

- | | |
|--|--|
| ☐ Brewery employee | ☐ Consumer |
| ☐ Business partner of a brewing company | ☐ Business association |
| ☐ Federal authorities | ☐ Non-profit organization |
| ☐ Regional authorities | ☐ Mass media |
| ☐ Shareholder | ☐ Expert |
| ☐ Investor | ☐ Other _____ |

Please provide your opinion of the report:

Relevance and importance of information

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ Excellent | ☐ Good | ☐ Satisfactory | ☐ Unsatisfactory |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|

Reliability and objectiveness

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ Excellent | ☐ Good | ☐ Satisfactory | ☐ Unsatisfactory |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|

Exhaustive information

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ Excellent | ☐ Good | ☐ Satisfactory | ☐ Unsatisfactory |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|

Outline and style

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ Excellent | ☐ Good | ☐ Satisfactory | ☐ Unsatisfactory |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|

Text presentation

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ Excellent | ☐ Good | ☐ Satisfactory | ☐ Unsatisfactory |
|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|

Please, indicate which sections of the report you found the most interesting:

- ☐ Economic Results
- ☐ Product Quality
- ☐ Culture and Responsible Beer Consumption
- ☐ Social and Economic Partnership
- ☐ Ecology

What aspects should be included in the Sixth Brewing Industry Social Report?

What aspects should be included in the Sixth Brewing Industry Social Report?

We appreciate your help!

Please mail completed questionnaires to the following address:

Russian Brewers Union

Office 408, 7 Rossolimo Str., Moscow, 119021, Russia

Tel /Fax: 8 (499) 245-71-54, 245-50-01, E-mail: info@beerunion.ru.