



2010

Социальный отчет пивоваренной отрасли

The brewing
industry
social report

ОГЛАВЛЕНИЕ

CONTENTS

Обращение к читателям	3
An address to readers	
1 глава	6
Социальная ответственность пивоваренной отрасли	
Social Responsibility of the Brewing Industry	
2 глава	15
Экономические результаты 2010 года	
2010 Economic Results	
3 глава	28
Развитие персонала. Социальные программы.	
Personnel development. Social programs	
4 глава	50
Качество продукции	
Quality of products	
5 глава	82
Культура и ответственное потребление пива	
Culture and Responsible Consumption of Beer	
6 глава	103
Экология и охрана окружающей среды	
Ecology and Protection of Natural Environment	
7 глава	129
Социально-экономическое партнерство и благотворительность	
Social and Business Partnership and Charity	
8 глава	149
Общественное признание	
Public recognition	
9 глава	159
Информация о деятельности Союза российских пивоваров	
Information about activities of the Union of Russian Brewers	
10 глава	166
Компании-участники отчета	
The reporting companies	



Обращение к читателям

Уважаемые коллеги!

Союз российских пивоваров представляет седьмой отчет пивоваренной отрасли.

В 2010 году предприятия пивоваренной отрасли продолжили претворять в жизнь лучшие практики корпоративной социальной ответственности. Компании уделяли большое внимание развитию экономики, социальной сферы регионов и формированию в обществе культуры потребления алкогольных напитков.

Союз российских пивоваров активно поддержал информационную акцию МВД РФ, направленную на предотвращение нарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних. Профилактические мероприятия,

An address to readers

Dear colleagues,

The Union of Russian Brewers presents the brewing industry's seventh report.

During 2010, the businesses of the brewing industry continued implementing best practices of corporate social responsibility. The companies paid much attention to economic and social development of the regions, and to promoting the cultured consumption of alcohol in the community.

The Union of Russian Brewers actively supported the awareness campaign launched by the RF Ministry of Interior to prevent legal non-compliance in sales to minors. The preventive

проведенные в Москве, получили широкую общественную и профессиональную поддержку и одобрение, а опыт, наработанный пивоварами, оказался крайне важен и полезен при формировании социальной кампании 2011 года сразу в шести крупных российских городах.

Совместное начинание пивоваров и сотрудников правоохранительных органов не прошло бесследно: в декабре 2010 года продавцы получили законное право проверять документы у покупателей алкогольной продукции. Это решение, безусловно, будет способствовать формированию ответственного потребления алкогольных напитков, за которое ратуют пивовары.

Другим важным достижением стало подписание в марте 2010 года Кодекса коммерческих коммуникаций Союза российских пивоваров. Таким образом, компании договорились соблюдать в рекламе пивоваренной продукции более строгие нормы, чем те, которые заложены в законе «О рекламе». По сути, пивоваренные компании, входящие в Союз, взяли на себя роль флагмана в непростой и новой для России сфере саморегулирования бизнеса.

За исполнением Кодекса следит специально созданный Наблюдательный совет, куда вошли депутаты Госдумы, представители Федеральной антимонопольной службы РФ, члены Общественной палаты, известные за пределами России профессионалы рекламного рынка. Совет возглавила Н.Е.Фонарева, председатель Комиссии по вопросам регулирования предпринимательской деятельности Торгово-промышленной палаты РФ.

Желание претворять в жизнь действенные механизмы саморегулирования вытекает из постулатов, на которых базируется вся работа предприятий отрасли — прозрачности и ответственности.

activities in Moscow received wide public and professional support and approval, and the experiences gained by the brewers proved highly important and useful for the public awareness campaign launched in 2011 simultaneously in six major cities in Russia.

The joint initiative by brewers and law enforcers did not pass unnoticed: in December 2010, retailers became legally authorized to demand that their prospective buyers of alcohol beverages present their IDs. Such decision will doubtlessly contribute to promotion of responsible consumption of alcohol, of which brewers are staunch advocates.

Another important achievement is the Union of Russian Brewers Commercial Communication Code signed in March 2010. In the document, the companies agreed to go by more exacting standards in their advertising of beer products than those legislated in the Advertising Act. In fact, the brewers of the Union have assumed the leading role in the business self-regulation – a field that is so complicated and new for Russia.

The Code is enforced by the specially formed Supervisory Panel comprised of Federal Duma Deputies, representatives of the RF Federal Antimonopoly Service, members of the Public Chamber, and internationally acclaimed advertising professionals. The Panel is chaired by N.E. Fonareva who is the Chair of the Business Regulation Committee under the RF Chamber of Commerce and Industry.

The desire to implement efficient self-regulation mechanisms is the result of the premises that underlie all operations in the industry's businesses: the principles of transparency and responsibility. During 2010, despite the dramatic

В 2010 году, несмотря на резкое увеличение акцизной нагрузки, пивовары выполнили все свои обязательства перед государством. Примечательно, что впервые в истории нашей страны акцизные поступления в казну от производства пива почти на треть превысили аналогичные сборы от производителей крепкого алкоголя. Это говорит о том, что в отрасли укоренились международные стандарты ведения бизнеса честно и открыто.

Мы считаем, что в 2010 году отрасль вновь продемонстрировала готовность к открытому диалогу с властью и обществом для скорейшего решения наиболее насущных и актуальных вопросов, стоящих на повестке дня. Это, в первую очередь, снижение потребления алкоголя в России, создание условий для цивилизованного развития рынка и выработка согласованных и выверенных подходов для работы компаний на долгосрочную перспективу.

*Председатель Совета Союза
российских пивоваров*
Вячеслав Мамонтов

rise of excise payments, brewers paid their dues to the government. It is notable that for the first time in national history, excise payments to the government paid by the brewers exceeded the potent alcohol excise total by nearly one third. This means that international standards of honest and open business are now well established in the industry.

We believe that during 2010 our industry proved again that it is prepared for open dialog with the government and public in order to speedily address the momentous and urgent issues on the national agenda. Our first priorities are to reduce consumption of alcohol in Russia, create conditions for civilized market development, and work out coordinated and validated approaches for the companies' long term operation.

*Chairman, Council of the Union
of Russian Brewers*
Viacheslav Mamontov

1

Социальная ответственность пивоваренной отрасли

Social Responsibility of the Brewing Industry

Эффективное управление бизнесом
Efficient Business Management

Развитие персонала. Социальные программы
Personnel Development. Social Programs

Качество продукции
Product Quality

Культура и ответственное потребление пива
Culture and Responsible Consumption of Beer

Вклад пивоваренной отрасли в охрану окружающей среды
Brewing Industry's Contribution to Environmental Protection

Партнерство с органами власти, профессиональными
ассоциациями и общественностью
Partnerships with the Government, Professional
Associations and Public

Союз российских пивоваров — одна из первых ассоциаций товаропроизводителей России, которая сформулировала и представила обществу консолидированную позицию в области корпоративной социальной ответственности.

Начиная с 2005 года Союз российских пивоваров выпускает годовой социальный отчет пивоваренной отрасли, включенный Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) в Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчетов.

Настоящий социальный отчет отражает вклад пивоваренных компаний в развитие отрасли, социально-экономическое развитие регионов и российскую экономику в целом в 2010 году.

В отчете представлены основные направления развития пивоваренной отрасли, приоритеты социальной и кадровой политики, цели компаний в сферах использования «чистых» технологий производства и качества продукции, охраны окружающей среды и повышения безопасности труда. Рассмотрены различные формы социального партнерства с региональными властями и местными сообществами, представлены принципы социального партнерства, а также социальные и благотворительные программы и проекты компаний.

Союз российских производителей пива-безалкогольной продукции в 2010 г. вступил в Российский союз промышленников и предпринимателей и стал участником Социальной хартии российского бизнеса.

Пивоваренные компании — члены Союза придерживаются принципов открытости и прозрачности в отношении всей своей деятельности, оказывающей влияние на общество, постоянно развивают диалог со всеми заинтересованными сторонами.

The Union of Russian Brewers was among the first associations of Russian producers who phrased and published a consolidated position as regards corporate social responsibility.

Since 2005, the Union of Russian Brewers has published the annual social report of the brewing industry that the Russian Union of Manufacturers and Entrepreneurs (RSPP) includes in the National Registry of Corporate Nonfinancial Reports.

This social report represents the contribution by brewing companies into development of the industry, social and economic development of Russian regions, and the Russian economy as a whole.

The report describes key directions for development of the brewing industry, priorities of social and human resource policies, corporate objectives as regards the use of clean production technologies and quality, environmental protection, and labor security. The report covers various forms of social partnerships formed with regional governments and local communities, representing the principles of social partnership, social and charitable programs and projects of companies.

In 2010, the Union of Russian Producers of Beer and Soft Drinks joined the Russian Union of Manufacturers and Entrepreneurs and became a member of the Social Charter of Russian Business.

Brewing companies members of the Union adhere to the principles of openness and transparency in respect of their socially significant activities, and continuously build a dialogue with all parties concerned.

Мы убеждены, что устойчивое развитие компаний и отрасли в целом возможно только на основе эффективного взаимодействия с акционерами, инвесторами, работниками, органами власти, местными сообществами и гражданскими институтами.

Компании — производители пива осознают свою ответственность за формирование культуры ответственного употребления пива. Именно поэтому в марте 2010 г. российские пивовары приняли Кодекс коммерческих коммуникаций, который устанавливает ряд дополнительных ограничений на продвижение и рекламу пива.

Социальная ответственность — неотъемлемая часть деятельности пивоваренных компаний, без которой невозможно устойчивое развитие бизнеса и территорий.

Social responsibility is an integral part of the brewing business, without which sustainable development of the business and territories is impossible.

В документе сформулированы существующие и перспективные подходы пивоваров в области рекламы. Наряду с ограничениями, предусмотренными действующим законом «О рекламе», Кодекс содержит дополнительные, добровольно принятые пивоварами ограничения на рекламу и продвижение пива. Среди таких ограничений, например, обязательство не утверждать, что употребление пива с низким содержанием алкоголя помогает избежать чрезмерного потребления, не использовать в рекламе молодежный жаргон, контролировать продажу пива на массовых мероприятиях.

Вся деятельность российских пивоваров демонстрирует способность пивоваренной отрасли к эффективному саморегулированию в таких ключевых аспектах ведения бизнеса, как производство, качество и продажа пива.

Мы определили для себя рамки социальной ответственности, которыми могут руководствоваться как крупные производители, так и небольшие пивоваренные предприятия.

We are convinced that stable development of our companies and the entire industry is only possible through efficient interaction with our shareholders, investors, employees, the government, local communities, and public institutions.

Beer producers understand their responsibility for shaping the culture of responsible consumption of beer. This understanding is basis for the Commercial Communication Code adopted by the Russian Brewers in March 2010, to set a number of additional restrictions on promotion and advertising of beer.

The document describes existing and future approaches of the Brewers to advertising. Besides the restrictions envisaged by the effective “Advertising” federal act, the Code also contains additional restrictions on advertising and promotion of beer voluntarily adopted by the Brewers. Among them is the obligation not to assert that consumption of low-alcohol beer helps to avoid overconsumption, not to use teenager slang in advertising, and keep sales of beer under control at public mass events.

All activities of the Russian Brewers demonstrates the brewing industry’s self-regulating ability in such key business assets as production, quality and sales.

We have defined a framework of social responsibility to be used as guidelines for both large and small brewing businesses.

Эффективное управление бизнесом

Efficient Business Management

В условиях падения рынка пива, вызванного трехкратным повышением акцизов, пивоваренные компании продолжили инвестиции в развитие бизнеса, продвижение продукции, в охрану окружающей среды и формирование социальной стабильности в обществе.

Только экономически успешный бизнес с грамотно выстроенной системой управления может преодолеть последствия кризиса, неблагоприятные воздействия внешней среды и остаться социально ответственным.

Компании — участники отчета имеют сертифицированную систему менеджмента в соответствии с требованиями международных стандартов ISO 9000, ISO 14000, ISO 9001:2000, что позволяет им оперативно и эффективно управлять бизнесом, оперативно реагировать на социальные, экономические и политические изменения.

As the market of beer sagged under tripled excise rates, the brewing companies continued investments in business development, promotion, natural environment protection, and social stability.

Only a prosperous business with competently built system of management is able to overcome consequences of the crisis, adverse impacts of the environment, and remain a socially responsible player.

Companies members of this report practice certified system of management in conformity with international standards ISO 9000, ISO 14000, ISO 9001:2000. This enables efficient and timely business management and rapid response to social, economic and political challenges.

Развитие персонала. Социальные программы

Personnel Development. Social Programs

Компании отрасли являются крупными работодателями. Во многих регионах значительная часть населения занята на предприятиях пивоваренной отрасли, что оказывает существенное влияние на социально-экономическую стабильность регионов.

На пивоваров приходится 3% рабочих мест в пищевой и перерабатывающей промышленности России, при этом они производят более 20% валового продукта этих отраслей.

The companies of the industry are major employers. In many regions, large part of the population are employed by the brewing companies who are major contributors to social and economic stability of the regions.

The Brewers account for 3% of all jobs in the Russian food and processing industries, while they produce more than 20% of the industries' gross product.

Мы признаем работников важнейшей ценностью и несем перед ними ответственность, последовательно и регулярно обучая и развивая их, создавая хорошие условия труда и гарантируя социальную защищенность.

Во многих крупных компаниях не первый год функционируют корпоративные учебные центры, проводятся тренинги и осуществляется обмен опытом с зарубежными коллегами, внедряются современные способы оценки эффективности персонала, комплексные системы мотивации и стимулирования сотрудников.

Мы обеспечиваем на предприятиях охрану труда работников, принимаем меры по снижению травматизма, профессиональных заболеваний и рисков, связанных с опасными условиями труда.

We realize that our employees are our main asset, and we act responsibly and consistently as we regularly train and develop them, create good working conditions and guarantee their social security.

For years now, many major companies have their own corporate training centers, offer training courses and exchange experiences with foreign colleagues, adopt modern methods to assess personnel efficiency, implement systems to create incentives and motivate employees.

We ensure that our employees work in a safe environment, to reduce the statistics of industrial injuries, occupational disease, and production hazards.

Качество продукции

Product Quality

Мы считаем, что важной составляющей социальной ответственности пивоваренной отрасли являются неизменно высокие стандарты качества и безопасности продукции, контроль исходного сырья и постоянная оперативная связь с потребителями. Контроль качества осуществляется на всех этапах производственного процесса.

В компаниях — членах профессионального союза разработаны комплексные программы контроля качества, которые являются составной частью единой концепции управления организацией.

Продукция проходит добровольную сертификацию и соответствует требованиям международного стандарта ISO 9001:2000 и российского стандарта ГОСТ Р ИСО 90001–2001.

We maintain that important components of the social responsibility of the brewing industry include high standards of quality and product safety, control of source materials, and quick response to consumer feedback. Quality is controlled at all stages of the production process.

The companies members of the professional Union have developed comprehensive quality control programs that are integral parts of the seminal concept of corporate management.

Our products are subject to voluntary certification and compliant with the requirements of international standard ISO 9001:2000 and Russian standard GOST R ISO 90001–2001.

Одним из важнейших показателей качества мы считаем удовлетворенность наших потребителей. Оперативная обратная связь с покупателями помогает развивать производство, меняться, предлагать новые сорта пива и форматы упаковки, расширяя возможности выбора для потребителей.

We believe that satisfaction of our consumers is one of the most important indicators of quality. Knowing feedback from consumers helps us develop production, change, offer her new brands of beer and packaging formats, creating a wider range for consumers to select from.



Лаборатория отдела по управлению качеством нового пивоваренного завода «САБМиллер РУС» в г. Ульяновске.

Laboratory of quality management of SABMiller RUS, LLC new brewery in Ulyanovsk.

Культура и ответственное потребление пива Culture and Responsible Consumption of Beer

Мы разделяем озабоченность общественности ситуацией на алкогольном рынке страны, которая требует реальных действий, направленных на снижение уровня потребления алкоголя. При этом добиться результатов можно не новыми запретами и ограничениями, а совместными усилиями власти, бизнеса и общества, направленными

We share public concern with the stipulation on the national market of alcohol, which calls for practical actions in order to reduce the level of alcohol consumption. Results can be achieved not through new bans and restrictions, but through joint efforts of the government, business and public with an endeavor to

на развитие ответственного потребления алкоголя. Важный шаг в этом направлении — готовность отрасли к саморегулированию.

develop responsible consumption of alcohol. The industry's readiness for self-regulation is an important step in the direction.

В своей деятельности российские пивовары руководствуются Кодексом чести российских пивоваров и Кодексом коммерческих коммуникаций, в основе которых лежат принципы саморегулирования пивоваренной отрасли в производстве, продажах и продвижении пива.

In our activities we Russian Brewers are guided by the Code of Honor of Russian Brewers and the Commercial Communication Code, which are both based on the principles of self-regulation in the brewing industry, as regards production, sales and promotion of beer.

Предотвращение употребления 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.

To prevent consumption of beer among the age group under 18 is our common public objective that requires inputs from everyone: the government, the manufacturers, retailers, and the general public. Brewers perceive their function in assistance to enforcement of legal ban on sales of beer to under-age consumers.

Успешным примером взаимодействия государства, бизнеса и общества для решения социально значимых задач является информационная программа МВД России по профилактике правонарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних, реализованная в 2010 году при поддержке Союза российских пивоваров.

A successful example of how the government, business and public can interact in addressing problems of social significance is the information campaign of the RF Ministry of Interior for prevention of retailer noncompliance as regards underage citizens, implemented in 2010 with assistance from the Union of Russian Brewers.

Вклад пивоваренной отрасли в охрану окружающей среды

Brewing Industry's Contribution to Environmental Protection

Одним из ключевых направлений устойчивого развития является деятельность компаний по повышению экологической безопасности и постоянному снижению вредного воздействия производства на окружающую среду.

One of key directions for sustainable development is corporate efforts to improve environmental safety and ongoing reduction of industrial impacts on the natural environment.

Мы стремимся к ограничению выбросов загрязняющих веществ, повторному использованию и утилизации отходов производства, предпринимаем реальные шаги по сохранению природной среды и экологическому благополучию на территориях присутствия.

В 2010 году компании участвовали в международных экологических проектах, связанных с защитой окружающей среды от негативных воздействий, в российских проектах по экологическому аудиту, менеджменту, «чистому производству», а также занимались просветительской деятельностью.

We seek to limit pollutant emissions, to recycle and utilize industrial waste, and we take practical steps to preserve the natural environment and ensure ecologic balance in the territories of our presence.

During 2010, our companies were involved in international environmental projects related to protection of the environment against adverse impacts, in Russian projects of environmental audit, management and green production, as well as awareness campaigns.



Проект «Обустроим родники вместе!» компании «САБМиллер РУС» в Ульяновской области.

“SABMiller RUS” (Ulyanovsk region)
project “Upgrading springs together”.

Партнерство с органами власти, профессиональными ассоциациями и общественностью

Partnerships with the Government, Professional Associations and Public

Мы понимаем, что наши компании — неотъемлемая часть общества, и стремимся к эффективному партнерству с региональными и местными властями, гражданскими институтами с целью социально-экономического и культурного развития территорий присутствия, сохранения и развития культурной среды и социальной стабильности.

В 2010 году пивоваренные компании продолжили реализацию и развитие политики частно-государственного партнерства, участвуя в значимых инвестиционных проектах, развитии городской инфраструктуры и поддержке объектов социального назначения.

Пивоваренные компании — участники отчета традиционно оказывают адресную помощь организациям здравоохранения и социальной сферы, культурным, религиозным, научным, спортивным, общественным организациям и нуждающимся в помощи конкретным людям.

We understand that our companies are integral with the community, and we seek efficient partnerships with regional and local governments, civil institutions to ensure social, economic and cultural development in our territories of presence, to preserve and promote the cultural environment and social stability.

During 2010, the brewing companies continued implementation and further development of their policies for private-government partnership through involvement in socially significant investment projects, development of urban infrastructure, and support to socially important facilities.

The brewing companies — contributors to this report — traditionally are target donors to health and welfare institutions, cultural, religious, science research, sports, and other public organizations, as well as specific individuals who need aid.

2

Экономические результаты 2010 года

2010 Economic Results

Состояние отрасли в 2010 году: вклад
в экономическое развитие
Beer industry in 2010: contribution to economic
development

Повышение качества управления бизнесом
Mastering business management



Состояние отрасли в 2010 году: вклад в экономическое развитие

Beer industry in 2010: contribution to economic development

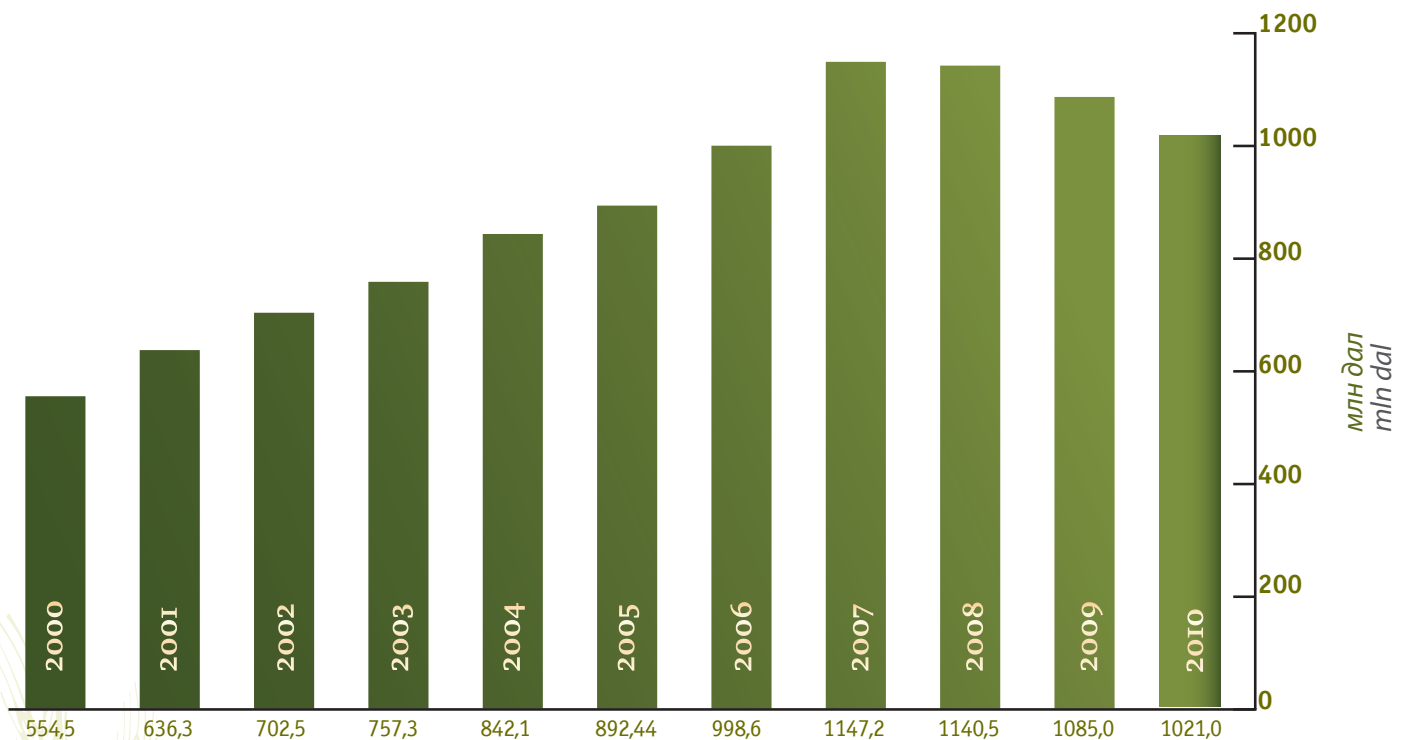
По итогам 2010 года производство пивоваренной продукции показало отрицательную динамику. По данным Росстата, российский рынок пива сократился в 2010 году на 4,7%.

По мнению экспертов Союза российских пивоваров, ключевым фактором снижения производства пива можно считать резкий рост акциза на пиво: с 1 января 2010 года он вырос в 3 раза.

Beer production showed negative dynamics at the end of 2010. According to Rosstat, the Russian beer market shrank by 4.7%.

The experts of the Russian Brewers Union think that the key reason for the reduced production is the sharp increase of the beer excise duty, which has grown thrice since 1 January, 2010.

Производство пива в России в 2000-2010 гг. Production of beer in Russia in 2000-2010



Источник: Росстат
Source: Federal Service of State Statistics

Производство пива (млн дал)
Production of beer (mln dal)

В пивоваренной отрасли работает около 50 тыс. человек (по данным за 2010 г.), в смежных отраслях создается до 600 тыс. дополнительных рабочих мест. Пивовары занимают 3% рабочих мест в пищевой и перерабатывающей промышленности РФ, при этом производят более 20% валового продукта этих отраслей.

Предприятия пивоваренной отрасли используют 70% стеклотары и 90% алюминиевой банки, производимой в России для пищевой промышленности.

Пивоваренная отрасль относится к наиболее стабильным и существенным источникам поступления налогов в консолидированный бюджет страны, в первую очередь акцизов. Так, по итогам 2010 года, по данным Росказначейства, общий сбор акцизов от производства пива на территории Российской Федерации составил 81,98 млрд рублей (на 171,0% больше, чем в 2009 году), что составляет 50,4% от общего объема акцизных сборов в группе «Алкогольные напитки, вино и пиво».

Общая сумма налогов, выплаченных пивоваренными компаниями в бюджеты всех уровней в 2010 году, составила около 100 млрд рублей.

Во многих регионах пивоваренные компании являются крупнейшими налогоплательщиками, в ряде субъектов Российской Федерации — бюджетообразующими предприятиями.

По мнению большинства экспертов рынка и финансовых аналитиков, в том числе из Министерства финансов РФ, пивоваренный сектор является одной из самых прозрачных и предсказуемых отраслей промышленности в стране. Пивоваренный бизнес не имеет теневого оборота, на рынке практически отсутствуют суррогаты пивоваренной продукции. Этот фактор является ключевым с точки зрения экономической и продовольственной безопасности государства.

The beer industry employs about 50,000 people (in 2010), related industry create additionally some 600,000 jobs. Brewers account for 3% of jobs in food and processing industry of Russia producing more than 20% of products of the industry.

Beer companies consume 70% of glass tare and 90% of aluminum cans produced in Russia for the food industry.

Beer industry is one of the most stable and big taxpayer to the consolidated national budget, the money comes mainly from excise duties. Thus, at the end of 2010, according to the Russian Treasury, the aggregate amount of excise duties from beer produced in the Russian federation was 81.98 billion rubles (171.0% more than in 2009), which is 50.4% of the total amount of excise duties under the item "Alcoholic beverages, wine and beer".

The total sum of taxes paid by beer brewing companies to the budgets at all levels in 2010 approached 100 billion rubles.

Beer companies are the largest taxpayers in many regions and even the budget-forming companies in some of them.

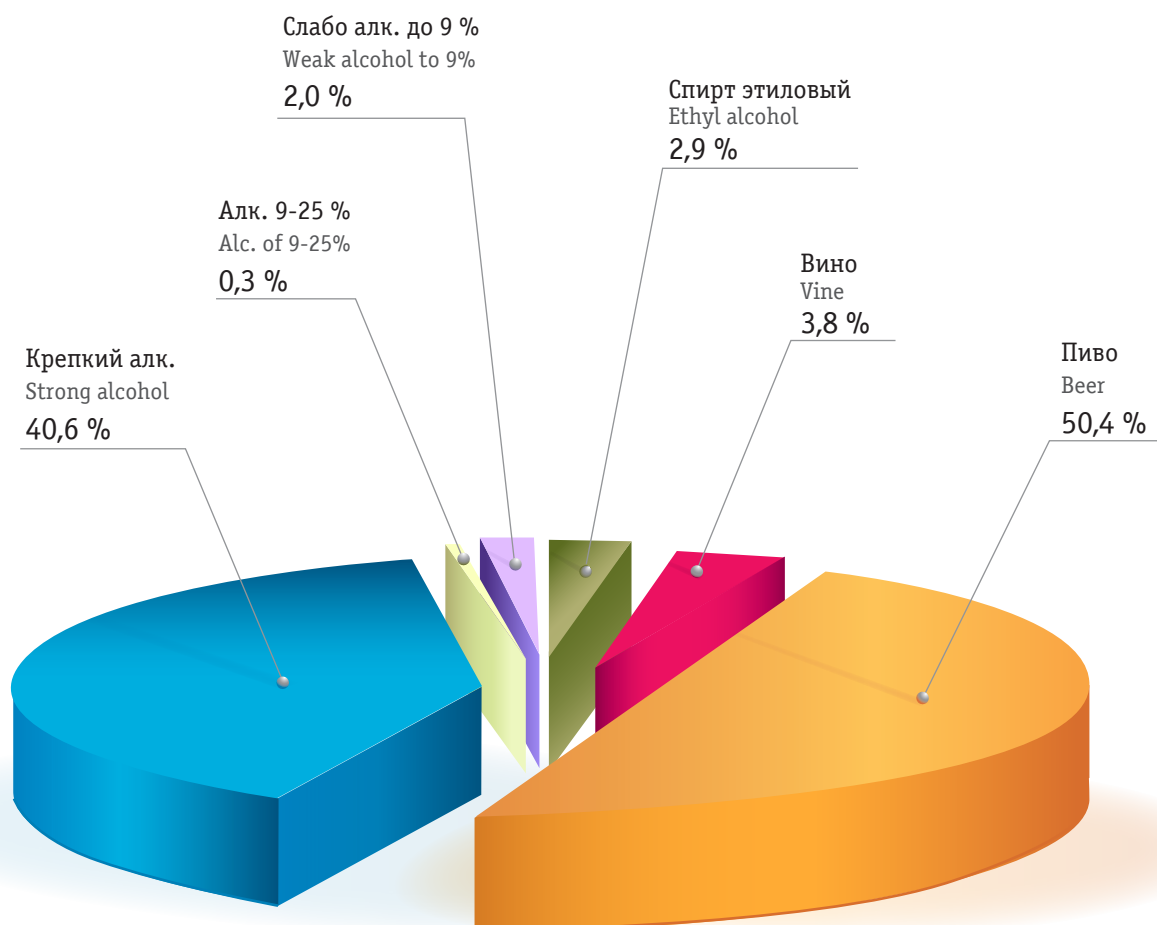
According to most market experts and financial analysts, including those of the Ministry of Finance of the Russian Federation, the beer brewing sector is among the most transparent and predictable industries in the country. Beer brewing industry has no shadow turnover, the forfeited beers are quite rare. This factor is the key one from the point of view of economic and food safety of the country.

Расчет сбора акцизов в пивоваренной отрасли на основе данных Росстата и Росказначейства (с учетом доходов от импорта) показывает, что эффективность сбора акцизов в отрасли составляет 99,1%.

The calculation of excise duty collection based on Rosstat and Treasury data (import profit included) shows that the efficiency of excise duty collection is 99.1%.

Поступление акциза по видам алкогольной продукции и пива (производство) в январе-декабре 2010г., в %

Excise receipt by kinds of alcoholic products and beer (manufacture) in January — December, 2010, in %



Источник: Росказначейство
Source: Exchequer Chamber of Russian Federation

Пивоваренная отрасль, обеспечивая себя высококачественным сырьем отечественного производства, способствует развитию сельского хозяйства, экономической базы и оказывает стабилизирующее воздействие на экономику регионов.

Ячмень для производства пива в России возделывается на площади в 1,3 млн га. В 40 агрохолдингах и более чем 600 хозяйствах, освоивших производство пивоваренного ячменя под высокие требования отрасли, занято свыше 25 тыс. человек, а в обслуживающих их компаниях — более 3 тыс. человек.

Активное финансирование сельхозпроизводителей солодовенными предприятиями и пивоваренными компаниями, обеспечение их семенами сформировало конкурентную среду в сырьевых зонах Центрально-Черноземного района. Так, посевы ведущей товарной культуры — озимой пшеницы — сравнялись в севооборотах ряда областей Черноземья с яровым пивоваренным ячменем.

Производство пивоваренного ячменя международного качества и солода из него может стать реальной отраслью для формирования конкурентного аграрного экспорта России. Сегодня производство пивоваренного ячменя в стране достигает примерно 2,5 млн тонн.

За 7 лет пивоваренными компаниями построено вновь и реконструировано 17 солодовен с общим объемом выхода солода более 1 млн тонн. По мнению международных экспертов, солодовенная промышленность России на сегодня самая современная и технически оснащенная в Европе.

The beer brewing industry procuring high-quality raw materials of Russian make contributes to the development of agriculture and economic base and encourages stabilization of the regional economy.

Russian barley for beer production is grown on the area of 1.3 million hectares. 40 agricultural holdings and more than 600 enterprises which meet the premium standards of the industry employ more than 25 thousand people, and servicing companies offer jobs to over 3 thousand people.

Agricultural producers are heavily financed by malt enterprises and beer companies providing seeds, which resulted in the creation of a competitive environment in raw materials supplying areas of Central-Chernozemic region. Thus, the areas sown with winter wheat, the main marketable species, are equal to the areas occupied with spring malting barley.

Production of top quality malting barley and malt may become a mainstream for creating a competitive export item for Russia. Today, the internal production of malt barley reached 2.5 million tons.

For the last seven years, beer companies have built and restructured 17 malting plants with the aggregate output of 1 million tons. According to the international experts, the Russian malt industry is the most modern and best-equipped one in Europe.

Повышение качества управления бизнесом

Mastering business management

Преодолеть негативные последствия повышения акциза и роста цен на пивоваренный ячмень и солод в конце 2010 г. пивоварам помогли постепенное восстановление потребительской уверенности и уровня потребительских расходов, снизившихся во время экономического кризиса, высокая лояльность потребителей и жаркое лето, оказавшие позитивное влияние на динамику рынка в III–IV кварталах 2010 года, эффективные управленческие решения, высокий уровень контроля над производством и профессионализм.

Системы управления ряда пивоваренных компаний прошли сертификацию на соответствие стандартам ISO 9001 (международный сертификат качества), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points — анализ рисков и критические точки контроля) и ISO 14001 (система экологического менеджмента).

Компании реализуют программы, направленные на повышение операционной эффективности и сохранение высокой рентабельности бизнеса. Программы совершенствования внедряются в таких областях, как продажи, логистика, производство, закупки и других.

«Балтика»

Повышение акциза с 1 января 2010 года сказалось на всех участниках рынка, в том числе и на компании «Балтика».

Финансовые показатели компании показали отрицательную динамику за счет снижения объемов продаж. Тем не менее, несмотря на снижение объемов, инвестиции в продвижение продукции были увеличены. Способность управлять постоянными издержками в условиях высокой волатильности рынка,

Beer brewers overcome the negative impacts of increased excise duties and prices for malt barley and malt at the end of 2010 related to the dry summer thanks to the gradual recovery of consumers' confidence and level of consumer spending which decreased during the economic crisis, adherence of consumers and hot summer, which had a positive influence on the market dynamics in III-IV quarters of 2010. Effective managerial decisions, high level of production control and professionalism.

Management systems of a number of beer companies were certified in ISO 9001 (international quality certificate), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) and ISO 14001 (ecological management system).

Companies implement programs aimed to improve operational effectiveness and retain high profitability of the business. Improvement programs are introduced in logistics, production, procurement, etc.

“Baltika”

The increase of excise duty from 1 January, 2010, influenced all market actors, including Baltika Breweries.

Financial statements of the company showed negative dynamics due to the decreased sales. Nevertheless, despite lower sales, the volume of investment in the promotion of products grew. The ability to manage permanent expenses under the conditions of high market volatility, continuous

непрерывная работа по повышению эффективности, контроль за издержками позволили компании сохранить высокую прибыльность.

В отчетном периоде на 4% сократились административные затраты. Это было достигнуто за счет повышения эффективности, эффекта масштаба, синергии, а также более широкого использования услуг сторонних организаций. Производственная себестоимость продукции в 2010 году существенно снизилась по сравнению с 2009 годом.

Предприятия пивоваренной отрасли используют 70% стеклотары и 90% алюминиевой банки, производимой в России для пищевой промышленности.

Beer companies consume 70% of glass tare and 90% of aluminum cans produced in Russia for the food industry

Позитивное влияние на результаты оказала благоприятная ситуация с ценами на основное сырье в первой половине 2010 года, так как цены на пивоваренный ячмень и солод упали до самого низкого уровня за последние четыре года. Неблагоприятные погодные условия летом 2010 года, в сезон созревания урожая, привели к сокращению урожая пивоваренного ячменя и последующему стремительному росту цен на ячмень и солод в конце 2010 года, что повлияло на прибыль в конце 2010 года.

В 2010 году компания продолжила реализацию проектов и программ, направленных на повышение эффективности операционной деятельности, в частности: развитие собственного агропроекта, мероприятия по снижению энергозатрат, расширение перекрестного производства, оптимизация использования собственного транспорта, складской логистики, «Бережливое производство», развитие проекта прямой доставки и другие. Значительные инвестиции были направлены на запуск новых продуктов, укрепление коммерческой инфраструктуры, совершенствование систем управления, экологические проекты.

improvement of effectiveness, and control of costs made the company able to retain high profits.

During the accounting period, administrative costs were cut by 4%. This was achieved through higher effectiveness, scale, synergy and wider use of outsourcing. The production cost of products in 2010 decreased significantly as compared with one in 2009.

The results benefited from favorable prices for basic raw materials in the first half of 2010, as the prices for malt barley and malt reached the 4-year minimum. Severe weather condition during the summer 2010, the time of harvest ripening, resulted in the lower harvest of barley and consequent jump of prices for barley and malt in the end of 2010 which affected the profit at the end of the year 2010.

In 2010, the company went on with its projects and programs intended to increase operational efficiency, in particular, pursued its own agricultural project, energy effectiveness, extension of cross production, optimization of its own transport use, warehouse logistics, складской логистики, Lean Production, development of direct delivery project, etc. Significant investment as made into new products, strengthening of commercial infrastructure, improving management systems and environmental projects.

Так, например, компания продолжила развивать проект «Бережливое производство» (Lean Production), направленный на минимизацию всех видов расходов. В 2010 году были внедрены новые инструменты проекта — «Тегирование», «Картинг потока», «Штурм-прорыв». Выравнивание производственных потоков, снижение потерь сырья и материалов, повышение выработки и эффективности линий розлива в рамках проекта обеспечивают значительную экономию. Экономический эффект только по одному проекту «Быстрые переналадки» в цехах розлива на заводах компании в один из пиковых месяцев сезона 2010 года превысил 30 млн рублей.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Несмотря на сложную экономическую ситуацию на рынке пива в 2010 году, компания внедрила абсолютно новую форму ведения бизнеса на долгосрочной основе — стратегическую программу устойчивого развития *Brewing a Better Future* (Варим пиво — создаем будущее!), которая содержит четкий план по достижению цели стать к 2020 году самым «зеленым», то есть самым социально ответственным производителем пива в мире.

В компании разработан ряд корпоративных программ, направленных на повышение эффективности управления.

Всем руководителям высшего и среднего звена в рамках программы «Управление деятельностью» на основе корпоративных целей компании устанавливаются бизнес-цели, а в конце года подводятся итоги их выполнения.

Программа «Management Review» неразрывно связана с программой «Управление деятельностью» и проходит одновременно с двумя ее этапами: «Оценка деятельности» и «Постановка целей на следующий год». Ее цель — оценить эффективность деятельности и потенциал сегодняшних руководителей компании, а также сформировать кадровый резерв эффективных менеджеров.

For example, the company pursued its Lean Production project aimed to minimize all costs. In 2010, new instruments were introduced: Tagging, Flow Charting, Storm Breakthrough. Aligning of production flows, lowering of feedstock loss, increase of output and effectiveness of tapping lines within the project bring significant saving. Thus, the economic effect of just one Quick Adjustment project in tapping shops of the company's plants in one of peak season months of 2010 reached 30 million rubles.

“Heineken Breweries”

Despite the complicated economic situation at the beer market in 2010, the company introduced an absolutely new form of business management on a long-term basis — a strategic sustainable development program of “Brewing a Better Future”, which offers a clear plan to become the most green or socially responsible beer producer in the world by 2020.

The company worked out a number of corporate programs intended to increase management effectiveness.

Operational Management program sets out business goals based on the corporate goals for all top and linear managers, and the results are analyzed at the end of the year.

Management Review program is inseparably associated with Operational Management program and accompanies the stages of Operational Assessment and Next Year Goals Setting. Its aim is to assess effectiveness of the activities and the potential of current managers of the company and create a pool of effective managers.

Для повышения эффективности работы линейного персонала отдела продаж была запущена программа «eXtra Mile».

Внедрена программа TPM (общее управление производством), в основе которой лежит принцип изменения способа организации труда, в результате которого снижаются потери во всех производственных процессах.

«Эфес»

В 2010 году для повышения эффективности менеджмента в компаниях группы начался ряд проектов, направленных на развитие руководителей высшего и среднего уровня:

- Международная программа развития управленческого потенциала EFES Mindshare в партнерстве с Sabanci University, Стамбул, Турция.
- Международная сертификационная программа развития менеджеров «Академия лидерства EFES».
- Российская корпоративная программа развития менеджеров «Вершины EFES» в партнерстве со Школой Бизнеса СКОЛКОВО, Москва.
- Программа развития менеджмента среднего звена, включающая в себя оценку ключевых управленческих компетенций, предоставление обратной связи менеджерам, формирование индивидуальных планов развития, обучение в соответствии с планами, оценку прогресса развития.
- Программы развития ключевых компетенций руководителя «EFES Sales Supervisor Academy» для линейных руководителей Департамента продаж и «EFES Supervisor Academy» для линейных руководителей.

To increase efficiency of the performance of linear personnel of the sales department an eXtra Mile program was initiated.

TPM program based on the principle of change of job management was introduced to reduce the losses in all production processes.

“Efes”

In 2010, in order to enhance the management effectiveness, the company started a number of projects aimed to development of top and linear managers:

- International Management Development Program (IMDP) of EFES Mindshare in partnership with Sabanci University, Istanbul, Turkey.
- IDPM Certification “EFES Leadership Academy”.
- Russian Corporate Management Development Program “EFES Tops” In partnership with SKOLKOVO Business School, Moscow.
- Linear Management Development Program including the assessment of key managerial competences, feedback with managers, making individual development plans, training according to plans, and progress assessment.
- Key Competences Development Program of the chief of EFES Sales Supervisor Academy for linear managers of Sales Department and EFES Supervisor Academy for linear managers.

«Томское пиво»

В апреле 2010 года проводился инспекционный аудит системы менеджмента качества предприятия органом по сертификации ТЮФ ТЮРИНГЕН. По результатам инспекционного аудита предприятию был выдан сертификат на соответствие системы менеджмента предприятия требованиям стандарта EN ISO 9001:2008.

В связи с увеличением ставки акциза на пиво было принято решение о постепенной компенсации роста акциза повышением отпускной цены на продукцию в течение 2010 года. В результате продукция предприятия осталась конкурентоспособной, рост акциза был скомпенсирован на 85% и объёмы производства практически остались на прежнем уровне (-1,3%).

С учетом тенденции роста продаж разливного пива в компании было принято решение об увеличении производительности линии кег. Продажи пива в кегах по сравнению с 2009 годом выросли на 20%.

«Пивоваренная компания НАШЕ ПИВО»

Наличие высокопрофессиональных менеджеров позволяет собственными силами вести инжиниринг и проводить основные работы по вводу нового оборудования и автоматизации, что позволяет экономить средства предприятия и повышает производительность труда.

«Сыктывкарпиво»

Принятие решения об инвестициях — одна из наиболее важных и сложных задач стратегического и технико-экономического планирования в компании. В 2010 году были использованы в основном инвестиции, финансируемые как за счёт собственных (внутренних) источников (амортизационные отчисления и нераспределённая прибыль), так и за счёт привлечённых источников (долгосрочные кредиты). На инвестиционные проекты было направлено 21,5 млн рублей, что позволило:

“Tomscoe pivo”

In April 2010, the company passes the regular audit of its management system carried out by TÜV THÜRINGEN certification body. Following the audit, a certificate of compliance to EN ISO 9001:2008 was issued.

Taken the increased excise duty for beer, the company decided to compensate for the increase of the excise duty by increasing the prices for beer gradually within the year 2010. as a result, the products remained competitive, the new excise duty was compensated for 85% and the volume of production remained nearly the same (-1.3%).

Taking into account the trend to the growth of draught beer sales, the company decided to enhance the output of keg line. Keg sales grew by 20% in comparison with the year 2009.

“NASHE PIVO Brewing Company”

Highly qualified professional managers may perform engineering, support commissioning of new equipment and provide automation, thus saving the money of the company and increasing productivity.

“Siktivkarpivo”

Investment decision making is one of the most important and complicated goals of strategic and technical and economic planning of the company. In 2010, the company mainly used private investments from its own (internal) sources (depreciation payments and undistributed profit) and raised funds. i.e. long-term loans. The innovative projects, which required 21.5 million rubles, resulted in:

- расширить объем собственной предпринимательской деятельности за счет накопления финансовых и материальных ресурсов;

- направить свободные средства предприятия на приобретение новых основных средств.

С помощью эффективного стратегического планирования удалось достичь: увеличения доли рынка и продаж, выпуска продукции повышенного качества с учетом требований потребителя, обеспечения согласованных сроков поставок, проведения конкурентной ценовой политики, снижения издержек предприятия и улучшения социальной политики.

«САБМиллер РУС»

Для развития высшего и среднего менеджмента в компании существуют тренинговые программы, организуемые штаб-квартирой SABMiller plc: European Leadership Program, European Management Development Program.

В 2010 году компания: обновила обучающие материалы по процессу Управления результатами деятельности; провела дополнительные консультации для менеджеров (на индивидуальной основе); акцентировала особое внимание на мониторинге предварительных результатов выполнения целей.

Пивоваренный завод Майкопский

На предприятии в целях повышения эффективности менеджмента проводится ряд мероприятий:

- контроль за продвижением новых товаров на рынок;
- анализ рынка сбыта с целью его расширения;
- анализ статистики продаж;
- информационная поддержка политики цен и скидок;

- the extension of the commercial activity using the accumulated financial and material resources;

- spending the free cash to purchase new means of production.

Effective strategic management helped increase the market share and sales, enhance the quality of the products incorporating the consumer requirements, meet the agreed delivery schedule, pursue a competitive price policy, reduce the company's costs, and improve the social policy.

“SABMiller RUS”

The company implements training programs to develop top and linear management organized by the head office of SABMiller plc.: European Leadership Program, European Management Development Program.

In 2010, the company reviewed training materials in Performance Management; held additional consultations for managers (individual); focused on intermediate results of on the way of reaching goals.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

The plant undertake a number of steps to increase management effectiveness:

- control of promotion of new products to the market;
- analysis of sales market with the purpose of its development;
- analysis of sales statistics;
- information support of price and discount policy;

- контроль за выполнением поставок заказчикам в согласованные сроки при оптимизации затрат на транспортировку.

«САН ИнБев»

С целью повышения эффективности менеджмента в компании внедрена единая корпоративная система менеджмента качества, промышленной безопасности, охраны труда и экологии на основе синтеза международных стандартов ISO, OHSAS на всех уровнях управления.

В компании действуют:

- политики пищевой безопасности на основе программ эффективных производственных практик (GMP — Good Manufacturing Practice) и по целостности продукта, международных стандартов HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points — анализ рисков и критические точки контроля);
- программы бережливого производства;
- обучение работников всех уровней управления новым инструментам управления и организации производства;
- глобальная корпоративная программа снижения издержек и внедрения лучших международных производственных практик;
- корпоративная система повышения эффективности в сфере продаж и дистрибуции (WCCP — World Class Commercial Program);
- международные принципы бюджетирования и контроля затрат (ZBB — Zero Based Budgeting);
- систем бенчмаркинга;
- эффективные системы корпоративного управления,

- time control of deliveries to buyers and reduction of transport expenses.

“SUN InBev”

In order to make the management more effective, the company has introduced a unified corporate system for sustaining management quality, industrial safety, occupational safety and ecology based on the synthesis of international standards of ISO and OHSAS at all levels of management .

The company has:

- GMP-based food safety policies and product integrity policies based on HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points);
- Lean Production programs;
- training of managerial personnel in the new management instruments and organization of production;
- a global corporate program of lowering costs and introduction of the best international manufacturing practices;
- WCCP (World Class Commercial Program) system;
- ZBB (Zero Based Budgeting) system;
- benchmarking systems;
- effective corporate management systems,

- системы мотивации и оценки персонала, планирования карьеры, оценки компетенций и выполнения целей;

- система оперативного управления ожиданиями и запросами потребителей (круглосуточная Горячая линия качества).

Реализация корпоративной программы оптимизации производства VPO позволила за несколько лет на всех заводах компании в России добиться существенного снижения затрат ресурсов (вода, электроэнергия, газ) и объема выбросов (стоки, выхлопы) на единицу выпускаемой продукции.

За счет внедрения единой корпоративной системы менеджмента, которая объединяет в себе как стандарты качества, так и стандарты промышленной и пищевой безопасности, охраны труда и экологии удалось существенно повысить качество продукции и процессов, снизить уровень травматизма работников, негативное воздействие на окружающую среду.

Благодаря внедрению единой системы интегрированного управления SAP обеспечена прозрачность ресурсных потоков, отслеживание продукта по всей цепочке — от поставки сырья до конечного потребителя.

- systems of personnel motivation and assessment, carrier planning, competence assessment and goals achievement;

- a system of operational control of expectations and requests of consumers (round-the-clock Quality Hotline).

Implementation of the corporate program of production optimization (VPO) for several years resulted in the significant reduction of consumption of resources (water, energy, gas) and waste (discharge, exhaust fumes) per unit of production at all Russian plants of the company.

The uniform corporate management system embracing standards for quality, industrial and food safety, occupational safety and ecology helped enhance the quality of products and processes reducing professional injuries and negative environmental impacts.

The SAP integrated management system ensured the transparency of resource flows, tracking of products throughout the supply chain from feedstock supply to the end user.

3

Развитие персонала. Социальные программы

Personnel development.
Social programs

Обучение и развитие сотрудников
Personnel training and development

Охрана труда и подготовка рабочих кадров
Labor safety and employee training

Социальные программы предприятий
Corporate social programs



Постоянный профессиональный рост персонала, совершенствование методов оценки и обучения, заключение коллективных трудовых договоров, обеспечение безопасных условий труда и реализация социальных программ — важнейшие направления политики социальной ответственности пивоваренных компаний. Практически все компании уделяют этим вопросам существенное внимание, понимая, что это является основой повышения эффективности бизнеса и политики устойчивого развития компаний и регионов их присутствия.

Во многих крупных компаниях не первый год функционируют корпоративные учебные центры, на базе которых обучается персонал, где проводятся тренинги и осуществляется обмен опытом с зарубежными компаниями. Профессиональная подготовка персонала затрагивает и руководящих работников, и специалистов, и рабочих.

Continuous professional advancement of the personnel, improvement of evaluation and training methods, signing of collective labor agreements, creation of safe labor conditions and deployment of social programs are the most important social responsibility trends of brewing companies. The vast majority of the companies pay considerable attention to these issues as they understand that this is the basis for improvement of business efficiency and of the policy of sustainable development of the companies and the regions where they are present.

Many large companies have corporate training centers which have already been functioning for several years, where personnel is trained, where trainings are held and exchange of experience with foreign companies takes place. Professional training is carried out for managers, specialists, and blue-collar workers.

***В пивоваренной отрасли работает около 50 000 человек
(по данным за 2010 год)***

The beer industry employs about 50,000 people (in 2010)

Все пивоваренные компании стремятся осуществлять системный подход к вопросам охраны труда, промышленной и пожарной безопасности. Первостепенное внимание при этом уделяется контролю за состоянием условий труда, обучению и аттестации руководителей и специалистов, обучению персонала безопасным методам и приемам работы.

Во многих компаниях функционируют Советы Трудового Коллектива — органы, представляющие интересы всех сотрудников и дающие им возможность участвовать в управлении социальной политикой компании. Советы при участии профсоюзов следят

All brewing companies are striving to a systemic approach to the issues of labor safety, occupational and fire safety. Primary attention is paid to control of working conditions, training and certification of managers and specialists, training of personnel to safe working methods and techniques.

Personnel Councils – bodies which represent interests of all employees and enable them to participate in management of the company's social policy – function in many companies. The councils, with participation of trade unions, see that

за соблюдением социальных гарантий для сотрудников компании (оплата труда, трудовые отношения, рабочее время и время отдыха, условия и охрана труда и т.д.). Сознавая свою социальную ответственность перед обществом, компании заботятся о своих сотрудниках, членах их семей, детях, пенсионерах.

social guarantees for the company employees (remuneration of labor, working relationships, working time and time off, working conditions and safety, etc.) are observed. As they realize their social responsibility, companies take care of their employees, their family members, children, retired employees.

Обучение и развитие сотрудников

Personnel training and development

Пивоваренные компании реализуют комплексный подход к обучению и развитию сотрудников, который основан на понимании того, какие знания, навыки, лидерские компетенции необходимы сотруднику, чтобы он был успешным на своем месте. В то же время для каждого сотрудника разрабатывается индивидуальная программа обучения на основе оценки его способностей и функционала. Важную роль в обучении и развитии играют корпоративные учебные центры, в которых обучаются новые сотрудники, действующие сотрудники получают вторую специальность, повышают свою квалификацию, проводятся семинары, конференции и другие мероприятия.

«Томское пиво»

Компания проводит обучение и подготовку персонала предприятия по следующим направлениям: подготовка новых работников; обучение вторым профессиям; повышение квалификации рабочих и руководящих работников и специалистов; профессиональная подготовка руководителей и специалистов; обучение и переподготовка рабочих и специалистов, связанная с особыми условиями труда и техникой безопасности.

Brewing companies undertake the integrated approach to training and development of employees based on understanding of what knowledge, skills, leadership competences are necessary for the employee so that he could perform his job duties successfully. At the same time, an individual training program is developed for each employee based on the evaluation of his abilities and functions. An important role in personnel training and development belongs to corporate training centers where new employees undergo training, existing employees are retrained for a new specialization and improve their qualification, and seminars and other activities take place.

“Tomskoe pivo”

The company carries out the following types of personnel training: training of new employees, re-training to new professions, improvement of qualification of blue-collar workers and managers and specialists; professional training and re-training of blue-collar workers and specialists connected with special working conditions and safety.

Обучение рабочих производится непосредственно на рабочем месте (ученичество и наставничество, ротация, инструктаж), руководители и специалисты посещают семинары, конференции, тренинги по вопросам техники и технологии, экономики, управления предприятием в современных условиях хозяйствования, управления качеством, современного маркетинга, организации учетной и финансовой деятельности.

«САБМиллер РУС»

В компании проводится обязательное обучение для получения необходимых допусков для работы в должности. Кроме того, осуществляется профессиональное/функциональное обучение, направленное на развитие навыков и умений, необходимых для успешного выполнения рабочих обязанностей.

Широко реализуются внутренние обучающие программы для специалистов и менеджеров в рамках процесса «Управления результатами деятельности», программ «Производство мирового класса» и «Управление талантами».

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Компания выработала единый подход к обучению и развитию сотрудников, основанный на индивидуальном подходе к каждому сотруднику, оценке тех знаний, которые ему необходимо получить для дальнейшего успешного роста в профессии. С этой целью в компании начата работа по выработке требований к знаниям, умениям и навыкам сотрудников в трех областях: «Лидерские компетенции», «Функциональное мастерство», «Знание бизнеса».

Сотрудники разрабатывают свои планы индивидуального развития на год, в основе которых лежит принцип 70:20:10 — 70% времени сотрудники обучаются на рабочем месте, выполняя новые сложные задания и участвуя в межфункциональных проектах;

Blue-collar workers pass on-the-job training (apprenticeship and mentorship, rotation, instruction), managers and specialists attend seminars, conferences, trainings on equipment and technology, economy, enterprise management in modern economic and quality management conditions, modern marketing, organization of accounting and financing.

“SABMiller RUS”

Special training is carried out in the company to receive the necessary permits to work in the particular position. Besides, professional/functional training aimed at development of the skills and techniques necessary to perform the job duties is carried out in the company.

In-house training programs for specialists and managers are implemented as a part of “Performance management” process, “World level production” and “Talent management” programs.

“Heineken Breweries”

The company has developed the united approach to personnel training and development based on the individual attitude to each employee, on evaluation of the knowledge that he needs to obtain for further successful growth in the profession. It is for this purpose that work has been started in the company to define requirements to knowledge, skills, and techniques to be possessed by employees in the three areas: “Leadership competences”, “Functional craftsmanship”, “Business knowledge”.

Employees work out their annual individual development plans based on 70:20:10 principle: 70% of the time is given to on-the-job training of the employees where they perform new complicated tasks and participate in inter-functional projects.

20% времени отводится на обратную связь, взаимодействие с руководителями, наставниками и партнерами по развитию; 10% — это обучение в рамках образовательных программ и тренингов.

С этой целью в компании открыт корпоративный e-learning университет, в котором создаются специальные программы для сотрудников разных уровней (Финансовая Академия, SCH Академия): для руководителей — это программы развития лидерских и функциональных компетенций и управленческих навыков; для специалистов — это в первую очередь программы развития функциональных навыков.

20% of time is given to feedback, interaction with managers, trainers, and partners in development. 10% is given to studies within educational programs and trainings.

For this purpose, a corporate e-learning university has been opened in the company, in which special programs for employees of different levels are created (Financial Academy, SCH Academy): for managers, these are programs for development of leadership and functional competences and management skills; for specialists, these are primarily programs for development of functional skills.

*Сертификат доверия работодателю
ООО «Объединенные Пивоварни
Хейнекен».*

*Belief Certificate to LLC "Heineken Breweries"
as the employer.*



Special programs for training and development of sales department personnel have been developed in the company the goal of which is to train employees so as to ensure that they possess all necessary skills and knowledge for effective work, as well as for managers who are able to act as trainers. "My line manager is my trainer" program has been developed for managers of the sales department.

В компании разработаны специальные программы обучения и развития для сотрудников отдела продаж, цель которых — подготовить персонал, обладающий всеми необходимыми навыками и знаниями для эффективной работы, а также руководителей, способных выполнять роль наставников. Для руководителей отдела продаж разработана программа «Мой линейный менеджер — мой наставник».

В компании действует программа «Управление деятельностью». Начиная с 2010 года в рамках этой программы все ее участники

"Operations management" program is being performed in the company. Starting from 2010, all participants of this program have created their individual development plans, including short-term and long-term plans of their career development. At the end of each year, results of achieving business goals, individual development goals are summarized, and behavioral competences are evaluated.

In 2009 -2010, "360' Heineken Development Accelerator" survey was held in the

оставляли планы индивидуального развития, учитывающие краткосрочные и долгосрочные планы их карьерного роста. В конце года подводятся итоги выполнения бизнес-целей, целей индивидуального развития, а также оцениваются поведенческие компетенции.

В 2009 – 2010 годах в компании проводился опрос «360' Heineken Development Accelerator», цель которого заключается в стимулировании развития лидерских компетенций участников через обратную связь, которую им предоставляют в рамках этого опросника их руководители, коллеги и подчиненные. Разработаны обучающие программы, направленные на развитие лидерских компетенций и управленческих навыков: «Ситуативное лидерство», «Эффективное общение», «Управление временем», «Управление командой». Руководители отдела обеспечения и планирования обучаются по программам обучения TPM (общее управление эффективностью производства).

«Балтика»

Одна из стратегических целей компании в сфере управления персоналом — создание комплексной системы развития, в рамках которой сотрудники имеют возможность постоянно развиваться и активно используют для этого разнообразные методы. Так, в 2010 году на базе лучших практик по развитию и обучению был создан корпоративный университет «Балтики», объединивший в себе часть функций отдела подбора и развития персонала и всего функционала корпоративного учебного центра, и теперь в компании делается упор на комплексное развитие сотрудников, где обучение — лишь одна из форм развития.

Корпоративный университет «Балтики» объединил инструменты поддержки развития, планирования карьеры и преемственности, а также программы обучения для всех уровней сотрудников на следующих «факультетах»:

Факультет лидерства и управления предоставляет программы поддержки развития и

company aimed at stimulation of development of the participants, leadership competences via feedback provided to them by means of this survey by their managers, colleagues and subordinates. Training programs aimed at development of leadership competences and management skills have been developed: “Situational leadership”, “Effective communication”, “Time management”, “Team management”. The heads of the procurement and planning department are trained under TPM (total productive maintenance) training programs.

“Baltika”

One of the company's strategic goals in the personnel management sphere is to create a comprehensive development system enabling employees to continuously develop using various methods. Thus, based on the best development and training practices, the Baltika corporate university was created in 2010, which united some functions of the personnel recruitment and development department and of the whole functional of the corporate training center, and now it is comprehensive development of employees where training is only one form of development that is focused on in the company.

The Baltika corporate university has united the tools for support of development, career planning and succession, and training programs for employees of all levels at the following “faculties”:

The faculty for leadership and management presents programs for

обучения для руководителей всех уровней. Это и программы развития карьеры, преемственности, и обучение управленческим навыкам, а также консультирование по вопросам в области управления.

Второе направление — факультет бизнес-навыков, который дает возможность повысить уровень владения бизнес-навыками, например, ведение переговоров, управление проектами и др. Также факультет предлагает программы повышения уровня знаний английского языка.

Третье направление — производственно-технический факультет. Он осуществляет профессиональное развитие в производственно-технической области с применением наставничества и передачи знаний.

Четвертое направление — профессиональный факультет, который поддерживает развитие в профессиональных областях — таких, как финансы, информационные технологии и др., а также дает знания в смежных областях.

Помимо этого в компании есть факультет успешных продаж, который отвечает за программы развития и обучения сотрудников службы продаж.

В качестве дополнительных возможностей для профессионального развития корпоративный университет предоставляет сотрудникам программы дистанционного обучения, корпоративную библиотеку, участие в проведении внутренних курсов в рамках «Школы внутренних тренеров», а также программы развития, позволяющие обмениваться лучшим опытом с зарубежными коллегами и реализовывать свой потенциал на международном уровне.

«Сыктывкарпиво»

Специалисты компании проходят обучение в Московском Исследовательском Центре (МИЦ)

development and training support for managers of all levels. These include career development and succession programs, and management skills training, and consulting on management issues.

The second direction is the faculty for business skills which helps to improve the level of business skills, for example, carrying out of negotiations, project management, etc. The faculty also offers programs for improvement of English language skills.

The third direction is the production and technical faculty. It promotes professional development in the production and technical sphere with use of mentorship and knowledge transfer.

The forth direction is the professional faculty which supports development in professional areas, such as finance, information technologies, etc., and gives knowledge in related areas.

Besides, the Company has a faculty for successful sales which is in charge of carrying out programs for development and training of the sales service personnel.

As additional capacities for professional development, the corporate university offers to the employees distance learning programs, the corporate library, participation in in-house courses of “In-house trainer school”, as well as development programs making it possible to exchange the best experience with foreign colleagues and realize one’s potential at the international level.

“Siktivkarpivo”

The company’s specialists undergo training in the Moscow Beer and Bever-

пива и напитков 21 век, Санкт-Петербургском институте управления и пищевых технологий.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

В компании проводятся семинары, тренинги и обучение во Внутрифирменной школе. Также практикуется направление сотрудников на обучение в сторонние образовательные учреждения. Проводятся конкурсы профессионального мастерства для выявления лучших в профессии.

«Эфес»

В компании реализуется большое количество программ обучения сотрудников: обучение в Пивоваренной академии VLB (Берлин, Германия), обязательное квалификационное и техническое обучение персонала на всех предприятиях группы.

Департамент продаж осуществляет подготовку кадрового резерва, которая включает сертификационные программы в партнерстве с Московской Бизнес Школой, а также практические и интерактивные курсы.

В компании на постоянной основе действует Международная программа развития инноваций «Кружки качества EFES», стимулирующая инновационное мышление сотрудников и развитие проектов по внедрению инноваций.

Обеспечение охраны труда и безопасности на рабочих местах находится в центре внимания социальной политики пивоваренных компаний.

ages Research Center 21 Century, in the Saint Petersburg Institute of Management and Food Technologies.

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

The company holds seminars, trainings, and also provides training in the Company School. Employees are also sent to be trained in third party educational institutions. Professional contests are held to find the best specialists.

“Efes”

A great number of employee training programs are carried out in the company: training in the VLB Beer Academy (Berlin, Germany), compulsory qualification and technical training of personnel in all enterprises of the group.

The sales department carries out training of the personnel, including certification programs in partnership with the Moscow Business School, as well as practical and interactive courses.

There is the International program for development of innovations “EFES Quality Circles” which is continuously in force in the company and stimulates innovative thinking of employees and development of projects for implementing of innovations.

Social policy of brewing companies focuses on labor and workplace safety.

Охрана труда и подготовка рабочих кадров

Labor safety and employee training

Вопросы охраны здоровья и безопасности труда являются объектом коллективных договоров и соглашений по регулированию социально-трудовых отношений на предприятиях пивоваренной отрасли.

Компании осуществляют регулярное обучение и проверку знаний работников по охране труда, промышленной безопасности, проводят комплексные мероприятия по снижению травматизма и занятости в опасных условиях труда.

«Североуральский пивзавод»

На заводе регулярно проводится аттестация рабочих мест. Ежеквартально представители Роспотребнадзора производят замеры на рабочих местах по микроклимату, шуму, вибрации с обязательным составлением актов. В случае, если результаты замеров не соответствуют нормативам, составляются планы по улучшению условий труда на рабочих местах. Ежегодно проводятся профилактические осмотры работников в лечебно-профилактических учреждениях согласно Приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 16.08.04 № 83.

Пять рабочих предприятия, занятых на работе с опасными производственными объектами, в 2010 году прошли обучение и аттестацию, а четыре специалиста — курсы повышения квалификации и проверку знаний по промышленной безопасности в Ростехнадзоре.

«Эфес»

Для производственного персонала реализуется программа наставничества с целью быстрого овладения обучаемыми необходимыми трудовыми навыками

Labor health and safety issues are regulated by collective contracts and agreements for regulation of social and working relationships in brewing companies.

The companies regularly train their employees and control their knowledge in labor safety, industrial safety, carry out comprehensive activities aimed at decrease of the level of injuries and operation in dangerous working conditions.

“Severouralsky pivzavod”

Certification of workplaces is regularly carried out at the plant. Every quarter, representatives of the Federal Service for Surveillance in the Sphere of Consumer Rights Protection and Human Welfare take measurements of environmental conditions, noise, vibration at workplaces, with compulsory reports to be made. If the measurement results are not in compliance with requirements, then plans for improvement of conditions at workplaces are made. Employees undergo medical examinations in medical and preventive treatment institutions annually in accordance with the Order of the Ministry of Health and Social Development of the Russian Federation of 16.08.04 № 83.

In 2010, the five blue-collar workers of the enterprise dealing with dangerous production facilities in their work passed training and certification, and four specialists attended qualification improvement courses and had their production safety knowledge tested in the Federal Service for Environmental, Technical and Atomic Surveillance.

“Efes”

The mentorship program is being implemented for production personnel, in order to make sure they master the

и достижениями требуемых производственных показателей.

На всех предприятиях Группы компаний EFES в России постоянно реализуется комплекс мероприятий по охране труда: обеспечение сотрудников сертифицированной спецодеждой и средствами индивидуальной защиты, проведение аттестации рабочих мест по условиям труда, медицинских осмотров работников, обучения, инструктажа и проверки знаний по охране труда, периодические испытания и проверки контрольно-измерительных приборов и средств защиты.

С целью дальнейшей профилактики производственного травматизма в 2010 году предприятия Группы приобрели дополнительные средства индивидуальной защиты для работников, занятых на производстве и вспомогательных участках.

«САН ИнБев»

Ежегодно на заводах компании проводятся Дни Безопасности (Safety Days). Участие в них принимают все сотрудники, от руководителей до производственных рабочих. Так, в 2010 году более 85% производственного персонала компании на весь день покинули свои рабочие места с целью участия в тренингах и ознакомления с инновациями в этой сфере. Особое внимание уделялось изучению опыта заводов пивоваренной компании «Anheuser-Busch InBev» в других странах и возможностей его применения в России.

Основу мероприятий составили «круглые столы» с участием представителей компании, органов власти, инспектирующих и надзорных органов, профсоюзов; дни открытых дверей, в ходе которых специалистам передавался опыт компании в обеспечении международных стандартов безопасного производства.

necessary working skills and achieve the required performance levels as soon as possible.

A set of labor safety measures is being constantly implemented at all enterprises of the EFES Group in Russia: provision of employees with certified special garments and individual protective equipment, certification of workplaces based on labor conditions, medical examinations of employees, training, instruction and testing of labor safety knowledge, periodical tests and checks of gauges and protective devices.

For the purpose of further prevention of production injuries, the Group enterprises purchased in 2010 individual protection equipment for their employees occupied in production and in support departments.

“SUN InBev”

Safety Days are held at the company's plants every year. All employees, from managers to production workers, participate in them. Thus, in 2010 over 85% of production personnel of the company left their workplaces for the whole day to participate in trainings and learn about innovations in this sphere. Special attention was paid to studying of experience of Anheuser-Busch InBev brewing company plants in other countries and possibility of its use in Russia.

The main part of the activities were roundtable discussions with participation of representatives of the company, authorities, inspection and surveillance bodies, trade unions; open days when the company's experience of compliance with international standards of safe production was transferred to the specialists.

Также состоялось подписание хартии по охране труда между работниками и работодателем. Она содержит взаимные обязательства по развитию системы охраны труда. Подписание документа стало доброй традицией, которая помогает выстраивать долгосрочные партнерские отношения между коллективом и администрацией.

Благодаря внедрению проектов по охране труда и промышленной безопасности на всех заводах компании в России показатель производственного травматизма за последние два года снижен на 93%.

В нескольких регионах России предприятиям компании в 2010 году были вручены «Сертификаты доверия работодателю», которые подтверждают высокую эффективность применяемых систем охраны труда и защиты прав работников, освобождают предприятия на 3 года от проверок надзорных органов.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная звезда»

В компании по результатам проведенной аттестации рабочих мест проводятся мероприятия по улучшению условий труда. Приобретается оборудование, отвечающее наивысшим требованиям по технологической безопасности и эргономичности.

«Пивоваренная компания НАШЕ ПИВО»

Руководство компании одной из главных своих задач считает обеспечение безопасных условий труда на предприятии. Поэтому все управленческие и технологические решения принимаются с учетом обеспечения безопасности сотрудников и предприятия.

Пивоваренный завод Майкопский

На заводе реализуется ряд мероприятий по охране труда, здоровья и безопасности на рабочем месте: обеспечение сотрудников спецодеждой и спецобувью, средствами

The chart on labor safety between employees and the employer was also signed. It contains mutual obligations for development of the labor safety system. Signing of the document has become a good tradition which helps to build long-term partnership relationships between employees and the administration.

Introduction of labor and industrial safety projects at all company's plants in Russia has enabled decrease of the industrial injuries level by 93% during the last two years.

The company's enterprises in several Russian regions received "Certificates of trust to the employer" in 2010 which confirm high efficiency of the systems for labor safety and protection of employees rights, and release the enterprise for 3 years from inspections of surveillance bodies.

"Korsakovsky Beer and Beverages Plant "Severnaya Zvezda"

Activities for improvement of labor conditions are carried out in the company on the basis of the results of the performed certification of workplaces. Equipment complying with the highest requirements for occupational safety and ergonomics is purchased.

"NASHE PIVO Brewing Company"

The company's management considers provision of safe labor conditions at the plant to be one of its main tasks. Therefore all decisions concerning management and production are made taking into account safety of employees at the enterprise.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

A number of activities dedicated to labor safety, health and workplace safety are held at the plant: provision of employees with special garments and footwear,

индивидуальной защиты при работе во вредных и опасных условиях труда; обеспечение всех подразделений средствами контроля и сигнализации; проведение аттестации рабочих мест по охране труда; постоянный контроль исполнения всех нормативных требований охраны труда на рабочих местах; лечебно-профилактическое обслуживание работающих.

Работники, связанные с эксплуатацией опасных производственных объектов, проходят регулярное обучение в специализированном учебном центре.

«САБМиллер РУС»

В 2010 году проведена 100% аттестация рабочих мест на всех предприятиях компании. Проводится обязательное обучение персонала по теме «Охрана труда, здоровья и безопасности на рабочем месте», в том числе с дополнительным привлечением специализированных региональных учебных центров.

«Балтика»

Руководство компании уделяет большое внимание обеспечению безопасности сотрудников компании и подрядных организаций и принимает на себя обязательства по достижению высоких стандартов в сфере охраны труда. Для контроля соответствия законодательным требованиям в области охраны труда, промышленной, пожарной безопасности и гражданской обороны в компании в 2010 году использовалась эффективная практика взаимного аудита, то есть аудита, проводимого сотрудниками филиалов на других филиалах компании.

Кроме того, были разработаны показатели оценки деятельности заводов по выполнению норм и правил охраны труда, пересмотрены корпоративные нормы бесплатной выдачи специальной одежды, специальной обуви и других средств индивидуальной защиты, создана система самооценки выполнения норм и правил охраны труда.

personal protecting equipment for work in harmful and dangerous working conditions; provision of control and alarm equipment to all divisions; occupational safety certification of workplaces; constant control over fulfillment of all regulatory requirements for labor safety on workplaces; medical and preventive care for employees.

The employees connected with operation of dangerous production facilities are regularly trained in a special training center.

“SABMiller RUS”

Certification of 100% of workplaces in all company's plants was carried out in 2010. Compulsory personnel training in “Labor safety, health and workplace safety” is carried out, including that with specialized regional training centers involved.

“Baltika”

The company's management pays great attention to ensuring of safety of the Company's employees and subcontractors and undertakes to achieve high standards in the labor safety area. In order to control compliance with legislative requirements in the areas of labor safety, production safety, fire safety, and civil defense, the efficient mutual audit practice was used in the Company in 2010, that is, of the audit carried out by employees of the Company's branches in its other branches.

Besides, indicators were developed for evaluation of activity of plants in the area of compliance with labor safety norms and rules; corporate standards of free-of-charge provision of special garments, special footwear and other personal protection equipment were reviewed, and the system for self-evaluation of

На регулярной основе проводятся проверки соблюдения правил охраны труда работниками и дни комплексной безопасности труда.

В производственных цехах установлено высокотехнологичное оборудование, которое регулярно проходит контроль технического состояния. Рабочие места оснащены современной оргтехникой, производственно-бытовые условия в рабочих зонах контролируются по показателям освещенности, запыленности, шума, вентиляции и т.п.

fulfillment of labor safety standards and rules was created. Inspections of fulfillment of labor safety rules by employees and integral occupational safety days are regularly held.

High technology equipment which is regularly controlled for its technical condition has been installed in production departments. Workplaces are equipped with modern office equipment, production conditions and conveniences in working areas are controlled for such parameters as lighting, dust content, noise, ventilation, etc.

Обеспечение охраны труда и безопасности на рабочих местах находится в центре внимания социальной политики пивоваренных компаний

Social policy of brewing companies focuses on labor and workplace safety

В компании на постоянной основе проводится профессиональная подготовка производственно-технического персонала. Профессиональное обучение сотрудников проходит с применением наставничества и задействует передачу знаний и лучшего опыта в рамках компании.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

С целью повышения уровня обеспечения безопасности сотрудников в компании внедрены инструменты превентивного реагирования на потенциальные несчастные случаи:

- регистрация, анализ и устранение причин едва не случившихся несчастных случаев и инцидентов (мелких травм);
- создана структура системы функционирования охраны труда, которая позволяет поэлементно видеть слабые места в системе управления охраной труда на пивоварне;

Professional training of production and technical personnel is carried in the company on the constant basis. Professional training of employees is held using mentorship and involves transfer of knowledge and best experience within the company.

“Heineken Breweries”

In order to improve the level of safety of employees, the following means of preventive responding to potential accidents have been introduced in the company:

- registration, analysis and elimination of causes of accidents and incidents (small injuries) that nearly happened;
- creation of the occupational safety system structure which makes it possible to separately see each weak spot in the occupational safety system in the brewery;

- создан фильм по безопасному методу производства работ в цехе розлива;

- разработан единый каталог спецодежды для пивоварен компании, учитывающий требования законодательства к существующим на пивоварнях рискам.

«Томское пиво»

Компания постоянно осуществляет системный подход к вопросам охраны труда, промышленной и пожарной безопасности. На предприятии есть специалист по охране труда, оборудован учебный класс для проведения занятий. Все руководители и специалисты структурных подразделений и участков прошли обучение в областном центре охраны труда. Ежегодно осуществляются подготовка и проверка знаний работников рабочих профессий по охране труда, промышленной безопасности и другим нормативным документам. Эти и ряд других мер позволяют не допускать профессиональных заболеваний, значительно снизить уровень производственного травматизма, исключить экономические потери от возможных аварий.

В целях совершенствования системы управления охраной труда и промышленной безопасности, упорядочения работы, повышения роли и персональной ответственности должностных лиц разработаны и введены в действие стандарты предприятия по организации работ, обучению и должностным обязанностям руководителей и специалистов.

Большое внимание на предприятии уделяется обеспечению санитарно-бытовыми условиями работы сотрудников (гардеробные помещения с персональными для каждого работника шкафами, душевые, оздоровительный комплекс с сауной и бассейном, комната психологической разгрузки и т.д.).

Ежегодно работники, занятые во вредных и опасных условиях труда, проходят

- the film about the safe method of work in the filling department has been made;

- the united catalogue of special garments for the company breweries, taking into account the legislative requirements to the risks existing in breweries, has been made.

“Tomscoe pivo”

The company constantly practices the comprehensive approach to the issues of operational safety, industrial and fire safety. There is a labor safety specialist at the enterprise, a training class room has been equipped. All managers and specialists of organizational departments and areas have been trained in the regional labor safety center. Training and control of knowledge of blue-collar workers in labor safety, production safety and other regulatory document is done annually. The above-mentioned and other measures make it possible to avoid professional diseases, considerably decrease the occurrence rate of industrial injuries, exclude economic losses from possible accidents.

In order to improve the occupational health and safety management system, make work more orderly, increase the role and personal responsibility of officials, the enterprise standards for organization of work, training and job duties of managers and specialists have been developed and introduced.

Great attention at the plant is given to creation of sanitary conditions and conveniences for employees at work (gowning rooms with personal lockers for every employee, showers, recreation center with sauna and swimming pool, psychological release room, etc.).

Employees occupied in harmful and dangerous working conditions annually pass

медицинские осмотры на профессиональную пригодность. На территории завода работают здравпункт, кабинет лечебного массажа, физиокабинет.

Принимаемые меры обеспечили более чем в три раза сокращение числа работников, занятых во вредных и опасных условиях труда. На предприятии не было ни одного несчастного случая на производстве с летальным или тяжелым исходом. Из года в год сокращается уровень производственного травматизма с легким исходом: 2004 г. – 6 случаев, 2005 г. – 4, 2006 г. – 3, 2007 г. – 2, 2008 г. – 1, за последние два прошедших года (2009, 2010) на территории предприятия не было случаев производственного травматизма.

В 2010 году компания заняло 2-е место в региональном этапе всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» в номинации «За сокращение производственного травматизма».

«Пивзавод»

На предприятии в 2010 году был проведен ряд мероприятий по улучшению и оздоровлению условий труда: аттестация рабочих мест; медицинский и профилактический осмотры работников; выдача спец.молока работникам, занятым на работах с вредными условиями; ревизия освещения и косметический ремонт в цехах и бытовых помещениях.

Также проводились мероприятия по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности:

- в полном объеме обеспечен трехступенчатый контроль на ОПО;
- проведен качественный инструктаж на рабочих местах;

medical examinations to check their occupational fitness. There is an infirmary, a medical massage cabinet, a physio-therapist's office.

The measures taken have allowed to decrease the number of employees occupied in harmful and dangerous working conditions more than thrice. There have been no accidents in the production department with lethal or severe outcome. The number of industrial injuries with mild outcome is decreasing each year: 2004 – 6 cases, 2005 – 4 cases, 2006 – 3 cases, 2007 – 2 cases, 2008 – 1 case; no cases of industrial injuries were recorded in the enterprise territory during the last two years (2009, 2010).

In 2010, the company took the 2d position in the regional stage of the all-Russian contest "Russian organization with high social effectiveness" in the nomination "For decrease of industrial injuries".

“Pivzavod”

A whole number of activities aimed at creation of better and healthier working conditions were performed in the enterprise in 2010: certification of workplaces; medical and preventive examination of employees; provision of special milk to the employees occupied in work in harmful conditions; revision of lighting and cosmetic repair in production departments and amenity rooms.

The following activities for labor safety, occupational safety, fire safety have also been carried out:

- complete three-stage control in dangerous production facilities is ensured;
- necessary on-the-job instruction has been provided;

- проведены экзамены по технике безопасности и производственной безопасности; сотрудники обеспечены спецодеждой и средствами индивидуальной защиты;

- регулярно пополняются и комплектуются медицинские аптечки.

«Сыктывкарпиво»

На предприятии разработан и осуществлен «План улучшений условий и охраны труда на 2010 год».

За 2010 год на мероприятия по охране труда при плане 352,0 тыс. руб. фактически было затрачено 1580,0 тыс. руб. на приобретение спецодежды, стирку и чистку, на медосмотры и лечебно-профилактические мероприятия, аттестацию рабочих мест, улучшение санитарно-гигиенических условий труда, обучение руководителей и специалистов, обеспечение пожарной безопасности и другие мероприятия по охране труда и безопасности на производстве.

- exams to test knowledge of occupational and production safety have been held; employees have been provided with special garments and personal protective equipment;

- first aid kits are regularly replenished and formed.

“Siktivkarpivo”

“Plan for improvement of working conditions and labor safety for 2010” has been developed and implemented at the enterprise.

During 2010, with the planned amount to be spent on labor safety equal to 352.0 thousand rubles, 1580.0 thousand rubles were actually spent on purchasing of special garments, washing and cleaning, on medical inspections and medical and preventive activities, certification of workplaces, improvement of sanitary working conditions, training of managers and specialists, fire safety and other health and safety activities in the production facilities.

Социальные программы предприятий

Corporate social programs

Социальная ответственность предприятий пивоваренной отрасли характеризуется высокой степенью заботы не только о профессиональной деятельности сотрудников, но и об их социальной защищенности, эффективном отдыхе сотрудников и их семей, поддержке вышедших на пенсию работников.

На многих предприятиях отрасли действуют коллективные договоры, согласно которым работники предприятия обеспечиваются социальной защитой. Контроль за исполнением коллективных договоров осуществляют Советы Трудового Коллектива совместно

The high degree of care both of the employees' professional activity and of their social protection, recreation of the employees and their families, support of retired employees are typical features of social responsibility of brewing enterprises.

There are collective agreements at many brewing enterprises, which provide for social protection of the enterprise employees. Fulfillment of collective agreements is controlled by working team councils together with trade unions.

с профсоюзами. Практически все пивоваренные компании реализуют специальные социально-ориентированные программы для персонала.

«Североуральский пивзавод»

Работникам завода предоставляется материальная помощь на лечение, на оплату операций, выделяются путевки на санаторно-курортное лечение.

«Эфес»

Сотрудники компании за счет предприятия обеспечиваются медицинской страховкой, льготными санаторными путевками и страхованием от несчастного случая.

Казанский завод принимает участие в Республиканской государственной программе поддержки развития жилищного строительства. В 2010 году Государственным Жилищным Фондом при президенте Республики Татарстан (ГЖФ РТ) предприятию была выделена квота в размере 1666 кв. м, в Реестр семей по РТ (развитие территорий) была включена 21 семья сотрудников ЗАО «ПО KB-Солодовпиво»

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Для создания и поддержания благоприятного климата в рабочем коллективе руководство осуществляет прием сотрудников по личным вопросам, проводятся совещания, планерки, информационные дни, издается корпоративная газета «Вестник Букета».

В компании ежегодно в День пожилых людей проводятся встречи с сотрудниками, вышедшими на пенсию, ежегодно оказывается материальная помощь участникам боевых действий, проводятся корпоративные мероприятия «Лыжня Букета», «Праздник Бега» с привлечением семей сотрудников, первенство по волейболу среди структурных подразделений компании.

Almost all brewing companies carry out special socially oriented programs for their personnel.

“Severouralsky pivzavod”

The plant employees receive material aid for medical treatment, for payment for surgery operations, travel packages to therapeutic resorts.

“Efes”

The company’s employees receive, on the account of the enterprise, medical insurance, discounted travel packages to therapeutic resorts, and accident insurance.

The Kazan plant participates in the Republic’s State program for support of development of housing construction. In 2010, the State Housing Fund under the President of the Republic of Tatarstan allocated to the enterprise the quote of 1666 sq. m, 21 families of employees of CJSC “PO KV-Solodovpivo” were included into the Register of Families for Development of Territories.

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

In order to create and maintain favorable climate in the working team, managers arrange meetings with employees to consult them on personal matters; meetings, briefings, information days are held, “Vestnik Buketa” (Bouquet’s Herald) corporate newspaper is published.

Meetings with retired employees are annually held in the company in the Elders’ Day, material aid is annually provided to combat operations veterans, corporate sports activities (skiing and jogging) with participation of employees’ families, volleyball contest among the company’s divisions are held.

«Сыктывкарпиво»

Согласно коллективному договору, на предприятии введены различные формы социальной защиты работников: выплаты и материальная помощь к юбилейным датам, рождению ребенка, вступлению в брак и др. Работники предприятия имеют право на бесплатное питание, медицинские осмотры и консультации специалистов, материальную помощь, оплату проезда, детских путевок и путевок работнику 1 раз в 3 года, предоставление беспроцентного займа и др.

«ПИНО»

В компании для улучшения организации отдыха работников в период ежегодного отпуска выделяется материальная помощь. Для детей работников предприятия приобретаются путевки в детские оздоровительные лагеря. Оказывается адресная помощь пенсионерам, бывшим работникам предприятия. Выплачиваются дополнительные компенсации матерям, находящимся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им трехлетнего возраста. Дети работников предприятия и дети детского дома «Ласточка» обеспечиваются новогодними подарками.

«Читинские ключи»

Компания предоставляет детям сотрудников бесплатные путевки в летние лагеря. Сотрудники компании регулярно проходят профилактические медицинские осмотры.

«Балтика»

Трудовые отношения в компании основаны на уважении и соблюдении прав работников и выстраиваются в соответствии с принципами социального партнерства.

Одной из главных ценностей компании являются ее сотрудники. Именно поэтому компания реализует социально ориентированные программы для персонала, стремится создавать условия социальной защищенности, поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе.

“Siktivkarpivo”

In accordance with the collective agreement, various forms of social protection for employees have been introduced in the enterprise: payments and material aid dedicated to anniversaries, birth of children, marriage, etc. are provided. The enterprise employees are entitled to free-of-charge catering, medical inspections and specialists consultations, material aid, payment of transport costs, of travel packages for children and for the employee once every three years, provision of an interest-free loan, etc.

“PINO”

Material aid for vacations is provided to the enterprise employees in the period of their annual leave. Travel packages to children's health camps are purchased for children of the enterprise employees. Target social assistance is provided to retired former employees of the enterprise. Additional compensations are paid to mothers on child care leaves until the child is 3 years old. Christmas gifts are given to children of the enterprise employees and children from “Lastochka” orphanage.

“Chitinskie klyuchy”

The company provides free-of-charge travel packages to summer camps to the employees' children. The company employees regularly undergo preventive medical examinations.

“Baltika”

Working relationships existing in the Company are based on respect and observation of employees' rights and are created in accordance with social partnership principles.

The company's employees are one of its main values. This is why the company realizes socially oriented programs for personnel, is trying to create the conditions of social protection, maintain favorable psychological climate in the working team.

С 2007 года на «Балтике» функционирует Совет Трудового Коллектива — орган, представляющий интересы всех сотрудников и дающий им возможность участвовать в управлении социальной политикой компании. По инициативе Совета и при участии представителей первичных профсоюзных организаций в июле 2008 года был подписан трехлетний коллективный договор, регулирующий социально-трудовые отношения на предприятии, устанавливающий взаимные обязательства между работниками и администрацией, расширяющий гарантии для сотрудников. Основные положения коллективного договора касаются оплаты труда, трудовых отношений, рабочего времени и времени отдыха, условий и охраны труда.

В 2010 году началась подготовка новой редакции коллективного договора, который будет заключен в 2011 году после истечения срока действующего договора.

Помимо этого на «Балтике» действует «Политика по персоналу и правам человека», разработанная в соответствии с положениями принципов Корпоративной социальной ответственности.

На филиалах «Балтики» работают спортивно-оздоровительные комплексы с современными тренажерными залами, саунами, бассейнами. Для сотрудников арендуются спортивные залы и футбольные поля, проводятся спартакиады.

Сотрудникам «Балтики» предоставляются социальные гарантии сверх установленных законодательством: добровольное медицинское страхование, страхование жизни, страхование от несчастного случая, компенсация на питание, материальная помощь в связи с бракосочетанием, рождением ребенка, юбилейной датой, выходом на пенсию, льготные путевки в детские оздоровительные лагеря и предоставление путевок на отдых в корпоративный досуговый центр «Балтика» и многое другое.

Since 2007, the Working Team Council has been working in "Baltika" — a body which represents interests of all employees and enables them to participate in management of the social policy in the Company. By the Council's initiative and with participation of representatives of primary trade unions, the collective agreement was signed in July 2008 which, for the subsequent three years, has been regulating social and working relationships at the enterprise, establishing mutual obligations between employees and the administration, and expanding the guarantees existing for employees. The main provisions of the collective agreement concern remuneration of labor, working relationships, working time and time off, working conditions and labor safety.

In 2010, preparation of the new version of the collective agreement was started which will be signed in 2011 after expiry of the current agreement.

Besides, there is "Policy for personnel and human rights" in force at Baltika which was developed in accordance with provisions of the Corporate social responsibility principles.

Baltika branches have sports and fitness centers with modern workout rooms, saunas, swimming pools. Sports halls and football fields are leased and sports competitions are held for employees.

Baltika employees receive social guarantees additional to those established by the legislation: voluntary medical insurance, life insurance, accident insurance, compensation of meal costs, material aid dedicated to a wedding, birth of a child, some anniversary date, retiring, discounted vouchers to children's recreation camps and provision of travel packages to Baltika corporate recreation centers and much more.

«САБМиллер РУС»

Компания предоставляет всем сотрудникам, работающим на производстве, дополнительное медицинское страхование (сотрудников), а также льготные условия страхования для членов семей сотрудников; страхование жизни в поездках и от несчастных случаев (на производстве); обеспечение горячим питанием в столовой предприятия, обеспечение транспортом. Проводятся праздничные мероприятия, на которых награждают лучших сотрудников и команды по итогам работы.

«Томское пиво»

Руководство компании проводит открытую информационную политику о планах и перспективах развития предприятия, об оплате труда, о корпоративных мероприятиях, об обучении и развитии персонала.

На предприятии разработано и действует Положение «О награждении работников» за профессиональное мастерство, достижение высоких показателей в труде, продолжительную и безупречную работу. Все виды награждения сопровождаются одновременно и материальным поощрением.

Сотрудники компании обеспечиваются дополнительными выплатами к ежегодному отпуску, при вступлении в брак, при рождении ребенка, к праздничным и юбилейным датам.

Согласно Коллективному договору, в 2010 году компанией были реализованы следующие социальные программы: оказание материальной помощи, предоставление беспроцентных займов, путевок, частичная компенсация стоимости питания в заводской столовой, дополнительное страхование здоровья, страхование от клещевого энцефалита, вакцинация против гриппа, гепатита, оказание материальной помощи молодым специалистам, оплата транспортных расходов и др.

“SABMiller RUS”

The company provides to all production employees additional medical insurance (for the employees), as well as favorable insurance terms for all employees family members; life insurance for traveling and accident insurance (valid in the production facility); provision of hot meals in the plant's cafeteria, transport for employees. Festive events where the best employees and teams are awarded for the results of their work are held in the company.

“Tomskoe pivo”

The company's managers realize open information policy in respect of plans and prospects of development of the enterprise, labor remuneration, corporate events, personnel training and development.

The Regulation “On awarding of employees” for professional skill, high working performance, long-term successful work has been developed and is in force in the enterprise. All awards are accompanied with material incentives.

The company's employees receive additional payments connected with the annual vacation leave, marriage, birth of a child, holidays and anniversaries.

In accordance with the Collective Agreement, the company implemented the following social programs in 2010, including provision of material aid, interest-free loans, travel packages, partial compensation of the cost of meals in the plant cafeteria, additional health insurance, insurance against tick-borne encephalitis, vaccination against influenza, hepatitis, provision of material aid to young professionals, transport costs, and other.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В компании созданы постоянно действующие комиссии по социально-трудовым отношениям как форма социального партнерства, их членами являются представители первичных профсоюзных организаций, трудовых коллективов и администрации. Сферой деятельности и задачами этих комиссий является постоянный контроль соблюдения трудового законодательства, законодательства в области охраны труда и промышленной безопасности, развитие и исполнение корпоративных стандартов в области социальной политики компании, а также решение оперативных социально-трудовых вопросов. Комиссии работают на регулярной основе, собрания проводятся не реже, чем один раз в квартал.

Кроме того, ежегодно проводятся встречи высшего руководства с представителями всех первичных профсоюзных организаций филиалов компании.

В 2010 году компания в России впервые приняла участие в исследовании мнения сотрудников о компании.

В компании организовано льготное питание на территории заводов или компенсация расходов на питание сотрудникам, имеющим разъездной характер работы. Предусмотрена выплата материальной помощи, существует возможность приобретения абонементов в спортзал по льготной цене. Все сотрудники после испытательного срока обеспечиваются полисами добровольного медицинского страхования (ДМС). Компания обеспечивает подарками сотрудников и их детей к праздничным датам.

“Heineken Breweries”

Constantly operating commissions for social and labor relationships have been created in the company as a form of social partnership, representatives of which are members of primary trade unions, labor collectives, and administration. The area of activity and tasks of these commissions lay in constant control over compliance with the labor law, health and safety law, over development and performance of corporate standard concerning the company's social policy, as well as solution of operative social and working issues. The commissions work on the regular basis, meetings are held at least once a quarter.

Besides, meetings of top management with representatives of all primary trade unions of the company's branches are held annually.

In 2010, the Company participated in the study of employees' opinions of their company for the first time in Russia.

The company has organized discounted catering of employees in the territories of the plants or compensates costs of meals to the employees with away workers. Material aid is provided, it is possible to purchase gym membership at a discounted price. After the probation period, employees receive voluntary health insurance policies. The company provides holiday gifts to employees and their children.



Димитар Алексиев, президент группы компаний Хейнекен в России, вручает Вере Яковлевне Поповой диплом «За многолетний труд на благо компании и высокий профессионализм». г. Калининград

Dimitar Aleksiev, president of Heineken Group Russia, presents Vera Yakovlevna Popova diploma "For being highly professional and long-term working for company's wealth" (Kaliningrad).

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная Звезда»

В компании установлена регламентированная система взаимодействия сотрудников и руководства компании. В 2010 году производился реинжиниринг всех операций, направленный на улучшение трудового процесса в целях достижения поставленных результатов.

Korsakovsky Beer and Beverages Plant "Severnaya Zvezda"

The regulated system for interaction of employees and management of the company is established in the company. In 2010, re-engineering of all operations aimed at improvement of the working process in order to achieve the set targets was performed.

4

Качество продукции

Quality of products

Повышенные требования к качеству
Increased quality requirements

Комплексный подход к обеспечению качества продукции
Integrated approach to product quality management

Качество сырья
Quality of feedstock

Поставщики и торговые партнеры
Suppliers and trade partners

Тара и упаковка. Обеспечение условий хранения
и транспортировки
Tare and packing. Ensuring the conditions of storage
and transportation

Обучение и инновации
Training and innovations

Маркировка
Marking

Обратная связь
Feedback

Награды за качество
Quality Awards

Важной составляющей социальной ответственности представители пивоваренной отрасли видят поддержание неизменно высоких стандартов качества производимой продукции, контроль безопасности и качества исходного сырья. Пивоваренное производство отличается высокой технологичностью и четким соблюдением как внешних, так и внутренних стандартов в процессе производства, что гарантирует стабильно высокое качество продукта. Контроль качества осуществляется на всех этапах производственного процесса.

В компаниях — участниках отчета разработаны комплексные программы контроля качества, которые являются составной частью единой концепции управления организацией.

Это нашло отражение в Кодексе чести российских пивоваров, принятом компаниями — членами Союза российских пивоваров: «Исходя из того, что потребитель должен получать безопасную для здоровья и качественную продукцию, мы обязуемся производить и поставлять на рынок высококачественное пиво, которое отвечает требованиям государственных стандартов и санитарных норм».

Крупные пивоваренные компании сертифицируют системы управления качеством как по российским, так и по международным стандартам. Практически все компании имеют внутрикорпоративные стандарты, требования которых зачастую жестче, чем требования внешних норм.

Постоянное обучение персонала, повышение его квалификации, внедрение современных технологий и инновационных подходов позволяют компаниям отрасли поддерживать качество выпускаемой продукции на неизменно высоком уровне.

Пивоваренная отрасль работает на потребителя. Именно поэтому на предприятиях действует «обратная связь» с потребителем, благодаря которой компании совершенствуют свое производство.

High product quality standards, safety control and quality of the feedstock are an important part of social responsibility as it is perceived by the actors of the brewing industry. Brewing features high technologies and strict observation of internal and external production standards, which guarantees the stable perfect quality of the product. The quality is controlled at all stages of the production process.

The companies contributing to the report have developed integrated quality control programs, which make up a part of the uniform concept of corporate management.

This was reflected in the Code of Honor of Russian brewers adopted by member companies of the Russian Brewers Union: "Taken the customer should get a safe and quality product, we undertake to produce and deliver to the market high-quality beer complying with the requirements of state standards and hygienic rules."

The leading breweries have their quality systems certified against Russian and international standards. Almost all companies developed corporate standards, which as a rule are more stringent than external ones.

Continuous basic and upgrade training of personnel, implementation of cutting-edge technologies and innovative approaches let the companies maintain the quality of the products.

The beer brewing industry is customer-oriented. Thus, all companies encourage the feedback from customers and use it to improve their production.

Повышенные требования к качеству

Increased quality requirements

Согласно действующему законодательству пиво не подлежит обязательной сертификации, но, несмотря на это, пивоваренные компании проходят добровольную сертификацию, осознавая свою ответственность перед потребителем и предъявляя повышенные требования к качеству своей продукции. Некоторые компании регулярно подтверждают свое соответствие международным стандартам системы менеджмента пищевой безопасности в добровольном порядке.

«Балтика»

В 2009 году завод в Санкт-Петербурге получил международный сертификат соответствия качества продукции Системе Менеджмента Безопасности Пищевой Продукции (СМБПП), основанной на принципах HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points — анализ опасностей и критические контрольные точки). В 2010 году сертифицирующим органом был проведен инспекционный аудит, продолжилась работа по внедрению СМБПП на других производственных площадках «Балтики».

Система менеджмента качества компании обеспечивается в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001:2000 и российского стандарта ГОСТ Р ИСО 90001-2001. Сертификаты выданы Органом по сертификации систем качества ООО «Тест-С-Петербург», являющимся официальным партнером международной сертификационной сети IQNet.

В 2010 году заводы компании прошли сертификацию на соответствие системам управления качеством продукции.

According to the effective legislation, beer is not subject to mandatory certification. Nevertheless, the breweries pass voluntary certification realizing their responsibility before the buyers and placing excessive demands on their products. Certain companies voluntarily verify their compliance to the international standards of food safety management system on a regular basis.

“Baltika”

In 2009, the Saint-Petersburg brewery got an international product quality conformity certificate of the Food Safety Management System (FSMS), based on the principles of Hazard Analysis and Critical Control Points. The certification body performed a regular audit in 2010; the FSMS system was being implemented at other Baltika facilities.

The Company's quality management system complies with the requirements of ISO 9001:2000 and Russian standard GOST R ISO 90001-2001. the certificates were issued by OOO Test-S-Petersburg, the certification body in quality management systems, which is an official partner of IQNet international certification network.

The Company's plants had their product quality systems certified in 2010.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Выполнение требований нормативных документов в отношении контроля качества пищевых продуктов обеспечивается системой производственного контроля, а также системами качества и безопасности ИСО 9000:2000 и ИСО 22 000.

«Хорватская Пивница»

В компании качество выпускаемой продукции контролируется с помощью Программы производственного контроля: ежемесячно продукция проходит анализ в аккредитованной лаборатории, один раз в полгода проводится инспекционный контроль. Кроме того, каждая партия пива проходит экспресс-анализ в собственной мини-лаборатории, утвержденной технологической инструкцией Роспотребнадзора. Добровольная сертификация проводится каждые два года.

Пивоваренный завод Майкопский

Выполнение требований нормативных документов в отношении качества продукции на предприятии осуществляется путем постоянного проведения микробиологических испытаний по утвержденному графику на основании программы «Производственного контроля за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-профилактических мероприятий». Непосредственно на продукцию (пиво) имеются добровольные сертификаты качества.

«САБМиллер РУС»

Контроль продукции осуществляется на всех стадиях производства в соответствии с установленным планом контроля в аккредитованной лаборатории предприятия, а показатели безопасности проверяются в сторонних лабораториях в соответствии с планом производственного контроля.

“Heineken Breweries”

The requirements of regulatory documents to the control of food quality is guaranteed by the production control system and quality and safety systems as according to ISO 9000:2000 and ISO 22 000.

“Khorvatskaya Pivnitsa”

The quality of the company's products is maintained through the Production Control Program: the products are checked monthly in an accredited laboratory and pass inspections twice a year. Apart from this, each delivery is subject to a rapid test in the company's own mini-laboratory approved by the technological guidance of the Federal Service for Supervision of Consumers Protection and Welfare. Voluntary certification is performed biannually.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

Compliance to the requirements of normative documents regulating product quality control is maintained through regular microbiological tests made according to the approved time schedule and based on the program of “Production Control of Meeting Hygienic Rules and Sanitary Preventive Measures.” The products (beer) have voluntary quality certificates.

“SABMiller RUS”

Product control is implemented at all production stages in accordance with the set control plan submitted by the plant's accredited laboratory, and safety indicators are counter-checked in external laboratories following the production control plan.

В 2010 году была сертифицирована интегрированная Система управления качеством (ИСО 9001:2008), включающая в себя как головное предприятие в Калуге, так и два филиала в Ульяновске и Владивостоке.

«Томское пиво»

Вся продукция предприятия сертифицирована Томским экспертным центром и имеет сертификат соответствия. С 2009 года предприятие признано добросовестным поставщиком и внесено в федеральный реестр добросовестных поставщиков, зарегистрированный в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии.

Система качества компании сертифицирована компанией ООО «Интерсертифика ТЮФ» совместно с «ТЮФ Тюринген» на соответствие требований ИСО 9001:2008. Ежегодно проводится проверочный внешний аудит компании.

In 2010, an integrated Quality Management System was certified (ISO 9001:2008), embracing the Kaliuga-based head facility and two subsidiary plants in Ulyanovsk and Vladivostok.

“Tomskoe pivo”

All company's products are certified by Tomsk Expert Center and have a conformity certificate. In 2009, the company was recognized as a conscientious supplier and added to the federal register of conscientious suppliers, registered in the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology.

The company's quality system has been certified by ООО Intercertifica TÜV jointly with TÜV Thüringen against ISO 9001: 2008. The company passes annual external verification audit.

«Исходя из того, что потребитель должен получать безопасную для здоровья и качественную продукцию, мы обязуемся производить и поставлять на рынок высококачественное пиво, которое отвечает требованиям государственных стандартов и санитарных норм».

“Taken the customer should get a safe and quality product, we undertake to produce and deliver to the market high-quality beer complying with the requirements of state standards and hygienic rules.”

«САН ИнБев»

На всех заводах компании продукция исследуется в лабораториях по физико-химическим и микробиологическим показателям согласно СанПиН. Регулярно проводятся проверки со стороны контролирующих организаций (Роспотребнадзор). Вся продукция отдается на инспекционный контроль в лаборатории Роспотребнадзора и сопровождается СЭЗ (санитарно-эпидемиологическое заключение), а также сертификатом соответствия.

“SUN InBev”

The products from all company's plants is analyzed in laboratories focusing on physical and chemical and microbiological properties as per SanPin. Control organizations perform regular checks (Federal Service for Supervision of Consumers Protection and Welfare (Rospotrebnadzor). All products is subject to inspection control in Rospotrebnadzor laboratory and get the sanitary and epidemiological inspection report and a conformity certificate.

«Ставропольский пивоваренный завод»

В производственных лабораториях предприятия ведется научно-производственная деятельность в целях улучшения качества продукции и расширения ассортимента.

«ПИНО»

На предприятии в соответствии с нормативными документами проводится контроль качества продукции на соответствие требованиям ГОСТ и СанПин. Осуществляется физико-химический и микробиологический контроль качества и безопасности продукта, в соответствии с утвержденными графиками контроля.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная звезда»

Предприятие на каждый вид продукции имеет технологические инструкции, разработанные в соответствии с требованиями ГОСТов. В производственной лаборатории осуществляются физико-химический и микробиологический контроль качества продукции.

«Эфес»

На каждом заводе Группы компаний ЭФЕС имеются производственные лаборатории, обеспечивающие выполнение анализов на соответствие продукции НД (нормативная документация). Показатели безопасности определяются в независимых аккредитованных лабораториях в соответствии с планами производственного контроля.

Соответствие выпускаемой продукции подтверждается не только Декларацией о соответствии, но и получением Сертификатов по схеме «Добровольной сертификации».

“Stavropolsky pivovarennyy zavod”

The plant's production laboratories are involved in research and production to enhance the quality of products and enlarge the range of products.

“PINO”

The facility maintains product quality checks according to the normative documents to verify the compliance to GOST and SanPin. The system of controlling of physical and chemical and microobiological properties is also in place as per approved control plan.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

The plant has technological guidance for each product type developed in accordance with GOST requirements. The production laboratory is responsible for physical and chemical and microobiological control of products quality.

“Efes”

Each brewery of ГК ЭФЕС (EFES Group) has its own laboratories checking the products for compliance with the normative documents. The safety indicators are determined in the independent accredited laboratories as per Production Control Plans.

The compliance of the output is confirmed by the Conformity Declaration and the Certificate issued under Voluntary Certification Scheme.

Комплексный подход к обеспечению качества продукции

Integrated approach to product quality management

Считается, что успех продукции у потребителя является одним из главных показателей ее качества. Но все-таки это субъективный показатель, а для того, чтобы объективно оценить качество своего продукта, пивовары применяют комплексную систему, благодаря которой сомневаться в объективности показателей качества не приходится. Это и ответственный подбор поставщиков сырья, и лабораторный контроль — как исходных составляющих, так и конечного продукта, соблюдение технологий производства, обеспечение определенных условий хранения, транспортировки и многое другое.

«Балтика»

На всех заводах компании осуществляется непрерывный комплексный контроль качества продукции на всех этапах производства от поступления сырья до выпуска готовой продукции.

В 2010 году на всех заводах было завершено внедрение системы LIMS (Laboratory Information Management System – лабораторная информационная система менеджмента). LIMS успешно заменила предыдущую информационную систему, обеспечив больший функционал и гибкость. Новая система – один из этапов внедрения автоматизированного партионного учета в компании (партионный учет – метод учета товарных запасов, по которому каждая партия товаров, поступивших по одному документу, хранится на отдельном тарном месте).

Основные задачи LIMS — обеспечение обработки и хранения данных, полученных по результатам испытаний, и информирование смежных подразделений.

It is assumed that the customer's recognition is one of the main indicators of the product quality. However, this indicator's physiologic, while brewers apply an integrated system for quality assessment excluding the objectivity of the quality indicators. This includes a responsible choice of feedstock suppliers, laboratory control of products both upstream and downstream, observation of production techniques, proper storage conditions, transportation and many other indicators.

“Baltika”

All company's plants keep continuous integrated quality control at all stages of production from acceptance of feedstock to the finished product.

In 2010 all facilities completed the implementation of LIMS (Laboratory Information Management System). LIMS successfully replaced the previous information system offering better operation and resilience. The new system is one stage of modular implementation of an automated lot-based records system in the Company (lot-based records system is a method of recording the commodity stock, where each lot of commodities received under one document is stored separately).

The main objectives of LIMS are to ensure the processing and storage of data obtained during the tests and inform the related subdivisions.

Система позволяет оперативно решать различные задачи ввода, анализа, хранения и управления лабораторными данными, проверять данные, полученные в ходе испытаний, на соответствие действующим нормативным документам и спецификациям, отслеживать в режиме реального времени результаты лабораторных испытаний на всех звеньях производственной цепочки — от поступления сырья и материалов до выпуска готовой продукции.

«Родник»

На предприятии контроль качества выпускаемой продукции осуществляется собственной лабораторией, которая проводит экспресс-анализ готового продукта по следующим показателям: спирт, экстрактивность начального сусла, степень сбраживания, остаточный экстракт. Также предусмотрено дополнительное сотрудничество с органами санитарно-эпидемиологической службы, которые осуществляют надзор в рамках программы производственного контроля.

«Томское пиво»

Основными нормативными документами (НД) по контролю качества выпускаемой предприятием продукции являются ГОСТы и СанПиНы на воду, пиво, безалкогольную продукцию, сырьё и т. д. Компания имеет собственную производственную лабораторию, включающую в себя зерновой, аналитический и микробиологический отделы, где постоянно ведётся контроль за качеством выпускаемой продукции, осуществляется анализ сырья, полуфабрикатов и готовой продукции по физико-химическим и микробиологическим показателям на соответствие нормативной документации. Лаборатория имеет свидетельство о состоянии измерений до 2013 года и лицензию на осуществление деятельности, связанной с использованием возбудителей инфекционных заболеваний, выполнением работ с микроорганизмами 3 – 4 групп патогенности до 2013 года.

The system can quickly address various issues, including entering, analysis, storage and management of data, checking of the data obtained during the tests for compliance to the effective normative and reference documents, online monitoring of the results of laboratory tests at all stages of the production chain — from acceptance of raw materials to the output of finished products.

“Rodnik”

The plant has its own quality control laboratory performing rapid tests of finished products against the following indicators: spirit, original extract, degree of attenuation, residual extract. Also, the agencies of Sanitary and Epidemiological Service are involved in the supervision within the framework of the production control system.

“Tomskoe pivo”

The main normative documents regulating the product quality control applied by the company are GOSTs and SanPins for water, beer, alcohol-free products, raw materials, etc. The company has its own production laboratory consisting of divisions for grain testing, analysis, and microbiology, which monitors the quality of raw materials, semi-finished and finished products against physical, chemical and microbiological indicators and checks them for compliance to the normative documents. The laboratory Лаборатория имеет a Measurement Conditions Certificate valid until 2013 and an operational license related to the use of infectious agents and working with RG3 and RG4 pathological agents valid until 2013.

Производственная лаборатория постоянно оснащается современным оборудованием и приборами для осуществления контроля на всех этапах производства. Так, в 2010 году для контроля солода приобретён прибор Sortimat производства Германии (используется для определения цельного содержания пивоваренного ячменя), а для определения воздуха в горлышке бутылки — прибор фирмы «Haffmans».

«Приазовская Бавария»

На предприятии осуществляются добровольная сертификация, декларирование и государственная регистрация качества производимой продукции, строгое соблюдение требований нормативных документов. Безукоризненно соблюдаются требования по обеспечению условий хранения, перевозки и упаковки продукции.

«Славянка»

Предприятие обеспечивает выполнение требований нормативных документов в отношении качества готовой продукции, получение санитарно-гигиенических заключений на готовую продукцию, а также сертификатов соответствия. Производственная лаборатория имеет свидетельство об аттестации и лицензию на микробиологическую лабораторию, что позволяет в полном объеме исследовать и контролировать продукцию на всех этапах.

«Сыктывкарпиво»

Качество продукции, производимой компанией, соответствует требованиям ГОСТа и подтверждено сертификатами соответствия. Для обеспечения качества продукции на заводе осуществлена сертификация системы управления по российским и международным стандартам и на соответствие международным системам качества. Действуют программы обучения персонала в области обеспечения качества продукции, программы управления качеством, проводится обмен опытом с российскими и зарубежными компаниями и осуществляется технологический контроль состояния оборудования.

The production laboratory regularly receives modern equipment and instruments to perform quality control at all production stages. Thus, a Sortimat malt sorting machine of German make was purchased in 2010 (the machine is used to determine the content of malted barley), and a Haffmans device for detecting air in bottlenecks.

“Priazovskaya Bavaria”

The plants is in the process of voluntary certification, the quality of products is stated and officially registered, the requirements of normative documents are strictly observed. The company meets the highest standards for storage, transportation and package of products.

“Slavyanka”

The company meets the requirements of the normative documents relating to the quality of finished products, obtains sanitary and hygienic inspection reports and conformity certificates for the finished products. The production laboratory has an accreditation certificate and a microbiological license allowing it to test and control the products at all stages of production.

“Siktivkarpivo”

The quality of the company's products complies with the GOST is confirmed by the conformity certificates. To ensure the product quality, the plant passed a certification of its management system against Russian standards, international standards and international quality systems. It pursues personnel training in product quality issues and quality management programs, exchanges experience with Russian and foreign companies and monitors the condition of the equipment.

С 2010 года автоматизированы температурный режим мойки оборудования и трубопроводов кеговых установок, процесс кипячения сусла, а также регистрация данных по процессу варки сусла, что позволяет контролировать температурный режим этих производственных процессов.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Фирма имеет собственные аттестованные производственную и лицензированную микробиологическую лаборатории, а также несколько цеховых лабораторий по контролю качества выпускаемой продукции.

На фирме выпускаются 3 сорта пива, 5 сортов квасов натурального брожения в соответствии с техническими условиями, технологическими инструкциями и рецептурами, разработанными непосредственно на предприятии. В 2010 году фирма выпустила одну новую марку пива.

«Североуральский пивзавод»

Предприятие осуществляет контроль качества и безопасности продукции в специализированных лабораториях ФГУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Свердловской области» и его филиалах, а также в собственной производственной лаборатории. Качество продукции обеспечивается, в том числе, и за счет использования технологий производства, в которых не применяются стабилизаторы, консерванты, пищевые добавки и пастеризация пива.

Since 2010 the company has introduced an automated processes for maintaining temperature-controlled washing of equipment, pipelines and keg installations, wort boiling, and registration of wort boiling data. This made the temperature regime manageable.

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

The company has its own accredited production and licensed microbiological laboratories and several shop-based laboratories to control the quality of the output.

The brewery produces three types of beer and five types of natural fermentation kvass in accordance with the company's own technical specifications, technological guidance and recipes. In 2010, the company launched another beer type.

“Severouralsky pivzavod”

The control of quality and safety of products lies on the specialized laboratories of FGUZ Center for Hygiene and Epidemiology in Sverdlovsk Region and its branches, as well as on the company's own laboratory. The quality of products is ensured through the use of production techniques excluding stabilizers, preservatives, nutritional supplements and pasteurizing.

Качество сырья

Quality of feedstock

Ответственный подход к качеству исходных составляющих определяет и качество конечного продукта. Пивоваренные компании крайне ответственно подходят к выбору поставщиков сырья, некоторые пивоваренные компании, например, «Балтика», развивают собственные агропроекты по выращиванию высококачественного ячменя, тем самым обеспечивая контроль качества даже на этапе агротехники.

«Томское пиво»

Компания осуществляет выбор поставщика сырья в соответствии с требованиями, указанными в договоре, и спецификацией. Для эффективного контроля исполнения требований договора поставок сырья проводятся экспериментальные работы, сличительные анализы между лабораториями поставщика и лабораторией компании.

Пивоваренный завод Майкопский

Работа с поставщиками осуществляется только на основании договоров, в которых особое внимание уделяется разделу «качество». Имеет место практика предварительного испытания образцов предлагаемого сырья.

«Ставропольский пивоваренный завод»

В компании внедрены методы входного контроля основного и вспомогательного сырья.

«Балтика»

Входной контроль качества сырья на предприятиях компании начинается с выбора поставщика. В ходе проведения тендера на закупку проводится аудит производителей. Обязательным этапом проведения аудита является проверка полученного образца и всех нормативных документов.

A responsible approach to the quality of the constituents predetermines the quality of the finished product. The brewers are quite sensitive when it comes to the choice of suppliers. Some companies, e.g. Baltika, develop their own agroprojects to grow high-quality barley and ensure the control of quality at the stage of grain production.

“Tomskoe pivo”

The company chooses suppliers following the provisions of the contract and requirements of the technical specification. To make the performance control more effective, experimental works are carried out, discrepancy tests in the supplier's laboratories and the company's laboratory.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

All supplies are made under contracts focusing on the “Quality” section. The company exercises preliminary testing of sample of raw materials offered.

“Stavropolsky pivovarenniy zavod”

The company has implemented input control of all incoming main and auxiliary raw materials.

“Baltika”

The input quality control of raw materials begins at the stage of supplier selection. All suppliers undergo an audit during the bidding process. The audit includes mandatory check of the sample and all normative documents.

При условии соответствия образца внутренней спецификации компании проводятся его тесты, после чего предоставленные образцы проходят несколько этапов проверки в процессе производства. Только после успешного прохождения всех необходимых процедур компания может подтвердить пригодность сырья либо предоставить производителю информацию о том, какие обнаружены недостатки. На регулярной основе проводятся входной и производственный контроль.

На протяжении последних шести лет «Балтика» развивает собственный агропроект, благодаря которому компания в результате отработанной системы контроля по всему циклу от создания семенного фонда до хранения готового ячменя обеспечивает высокое качество исходного сырья.

The sample complying with the internal specifications, undergoes tests, after which the samples submitted pass through several stages of checks during the production. If all the company procedures are completed successfully, the company may confirm that the feedstock is fit or provide a feedback specifying the drawbacks identified.

During the last six years, "Baltika" has been developing its own develop its own agroproject which ensures the premium quality of raw materials through the company-tailored quality control system operating at all production stages from seed stock to the storage of harvested barley.



Пивоваренный ячмень

Brewing barley

Поставщики и торговые партнеры

Suppliers and trade partners

Взаимодействие с поставщиками и контрагентами направлено на достижение важнейшей цели — высокого качества и безопасности продукции на выходе. Пивоваренные компании отдают предпочтение поставщикам, сертифицированным по ISO 9000. Как правило, крупные компании подбирают поставщиков на тендерной основе. Пивоваренные компании внимательно подходят к выбору поставщика, проверяя сырье на соответствие имеющимся требованиям, соблюдение сроков договоров на поставку, наличие сертификатов качества и безопасности на поставляемые компоненты и т.д.

«Эфес»

В договорах с поставщиками сырья для контроля качества поставок используются не только Государственные стандарты, но и более жесткие в отношении показателей качества внутренние стандарты компании.

Со стороны отдела контроля качества ежемесячно проводятся аудиты складов дистрибьюторов продукции с целью контроля условий хранения, правил складирования, правил FIFO (ротация), повреждений товара при транспортировке. Также осуществляется обратная связь с дистрибьютором по вопросам качества поставленной продукции. Например, в ходе такой работы был ужесточен внутренний стандарт на продукцию (пиво) в отношении цвета.

«САБМиллер РУС»

Программа построения партнерских отношений с поставщиками (Supplier Partner Program) позволяет не проводить входной контроль продукции, развивая партнерские и доверительные отношения с поставщиками и управление качеством поставляемой продукции. Вся закупаемая продукция поставляется с сертификатами качества и безопасности, гарантирующими выполнение требований к закупкам в соответствии с согласованной спецификацией.

Interaction with suppliers and counter agents is aimed primarily at reaching high quality and safety of the output products. Breweries prefer suppliers certified against ISO 9000. Large companies, select suppliers through a bidding process. Beer brewing companies are very careful in choosing suppliers. The decision relies on many factors: compliance of the raw materials to their requirements, delivery contract performance, available quality and safety certificates on the components supplied, etc.

“Efes”

The contracts with raw materials suppliers use not only state standards but also even stricter internal quality standards of the company.

The quality assurance department conducts monthly audits of the warehouses of product distributors in order to monitor storage conditions, stacking rules, FIFO rules, product damage during transportation. A feedback from distributor relating to the quality of products is ensured. For instance, such approach resulted in the stricter internal product standard regarding the color of beer.

“SABMiller RUS”

The Supplier Partner Program helps avoid input control of products by developing partner and trust-based relations with suppliers and manage the quality of supplied products. All procured products are accompanied with the quality and safety certificates, which guarantee the meeting of the requirements as per agreed-on specification.

Приемка сырьевых материалов осуществляется с помощью стандартов. Перед приемкой материалов в производство проводятся их визуальный контроль и тестирование.

«Балтика»

Выбор поставщиков в компании осуществляется на тендерной основе. Во время проведения тендера на закупку проводится аудит производителей. Основным критерием оценки служит опыт работы компании на рынке, также оценивается наличие опыта работы с компанией, прецеденты отбраковки по сырью. На регулярной основе проводятся входной и производственный контроль. В компании применяется практика, которая широко принята на Западе: если поставщик показывает стабильно хорошие результаты, прошел аудит, если компания осведомлена о работе его производства и довольна результатами, то количество параметров контроля может быть уменьшено.

В компании налажено информирование продавцов торговых точек о работе «горячей линии» для потребителей. Для продавцов разработана специальная памятка о порядке работы с потребителями, у которых возникли вопросы к качеству продукции компании.

«Томское пиво»

Выбор поставщиков сырья и материалов компания осуществляет на тендерной основе. Как правило, предпочтение в работе отдается поставщикам, сертифицированным по ISO 9001. Внедряется программа проведения внешнего аудита у поставщиков сырья, тары и упаковочных материалов, а также других исходных материалов для производства.

Raw materials are accepted under standards. Prior to the acceptance, the raw materials are subject to visual control and testing.

“Baltika”

The suppliers are selected through the bidding process. Producers are audited during the tender. The main criterion of the assessment is the company's market background and cooperation experience, rejections of raw materials. Regular input and production control is a common practice. The company applies internationally used procedures: if the supplier shows stable results and passed an audit and the company is aware of its production and satisfied with its results, the number of control parameters may be reduced.

The company has a system of informing the salesmen at sale points about the hotline for consumers. There is a special guide for salesmen training how to handle the buyers who have questions about the quality of the company's products.

“Tomskoe pivo”

The suppliers and materials are selected through the bidding process. As a rule, preference is given to ISO 9001 certified suppliers. An external audit program is implemented by suppliers of tare and packaging and other materials for production.

До каждой сбытовой организации доведены контакты лиц, ответственных за качество продукции (зав. лабораторией, главный пивовар). Также взаимодействие осуществляется через раздел «Горячая линия качества» официального сайта предприятия, в рамках которого специалисты в трехдневный срок отвечают на вопросы представителей организаций оптовой и розничной торговли, потребителей.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Разработана комплексная программа по оценке качества поставщиков. Поставщики оцениваются ежеквартально.

Пивоваренный завод Майкопский

Представители оптовой и розничной торговли приглашаются на расширенные дегустации, где представляется информация о свойствах продукта, его качестве.

Проводятся экскурсии по предприятию с целью ознакомления с технологией производства, санитарным состоянием и постановкой контроля качества продукции.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная звезда»

С представителями оптовой и розничной торговли работа ведется через торговых представителей предприятия. Они информируют работников торговых предприятий о качестве производимой предприятием продукции, новинках, акциях и т.п. Через предприятия розничной торговли ведется распространение материалов, разъясняющих конечным потребителям преимущества продукции завода.

Each trade organization received contact information of persons responsible for product quality (head of laboratory, brewmaster). Also the Quality Hotline on the official company website is used for feedback. The specialist answer the questions of representatives of wholesale and retail companies and consumers within a three-day term.

“Heineken Breweries”

An integrated supplier quality assessment system has been developed. The suppliers pass quarterly checks.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

Representatives of wholesale and retail companies are invited to extended degustation events where they are presented information about the properties of the product and its quality. Awareness tours are arranged to demonstrate the production techniques, sanitary condition and quality control.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

Representatives of wholesale and retail companies contact with the trade representatives of the plant. They inform the trade companies about the quality of the company's products, innovations, actions, etc. retail stores are used to distribute leaflets clarifying the advantages of the plant's products to end users.

Тара и упаковка. Обеспечение условий хранения и транспортировки

Tare and packing. Ensuring the conditions of storage and transportation

Сохранить качество производимого продукта на пути к потребителю — немаловажная задача. Пивная продукция требует определенных условий хранения, соблюдения температурного режима и защиты от солнечных лучей. Транспортировка готовой пивной продукции осуществляется спецтранспортом. Компании контролируют условия хранения и реализации своего продукта и на складах дистрибьюторов, и в торговых точках.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Для обеспечения качества выпускаемой продукции на предприятии строго соблюдаются все технологические режимы на каждом этапе производства, в том числе при хранении и транспортировке готовой продукции. На территории фирмы имеются складские помещения, препятствующие доступу солнечного света и обеспечивающие поддержание оптимальных условий хранения пива. Они оснащены потолочными воздушными охладителями для создания и поддержания рекомендуемых температурных условий (от +10 до +20°C) и влажности воздуха (не более 75%).

«ПИНО»

Условия хранения продукции на предприятии соблюдаются полностью. Тара и упаковочные средства обеспечивают герметичность упаковки продукции. Дальнейшая упаковка в термоусадочную пленку позволяет обеспечить сохранность первичной тары и маркировки при транспортировке. Машины, перевозящие продукцию, имеют охлаждающие системы.

Retaining the quality of the product while on the way to the consumer is a very important task. Beer products need special storage conditions, certain temperature regime and sun protection. The finished beer products are transported on special vehicles. The companies control conditions of storage and transportation of their products at both in distributor's warehouses and at the points of sale.

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

To ensure the quality of the output, the brewery strictly observes all technological regimes at each production stage including the storage and transportation of finished products. The company has storage facilities preventing the sunlight getting in and maintaining optimal conditions for beer storage. They are equipped with overhead coolers to create and maintain the required temperature (from +10 to +20°C) and humidity (not more than 75%).

“PINO”

The company strictly observes storage conditions for products. Tare and packaging guarantee the air-tightness of product packing. Further packing in the shrinkable film ensures the safety of tare and labels during transportation. Vehicles used to transport the products are equipped with cooling systems.

Пивоваренный завод Майкопский

В 2010 году на заводе установлены и пущены в эксплуатацию шесть цилиндро-конических танков, новое дрожжевое отделение и отделение СИП мойки, что позволяет значительно улучшить условия хранения пива. Установлено оборудование, позволяющее обеспечить герметичность упаковки за счет использования современных упаковочных материалов.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

In 2010, the plant installed and commissioned six cylinder-cone brewery tanks, new yeast section and SIP washing, which improves the conditions of beer storage. The new equipment using modern packaging materials ensures air-tightness of the package.



Пивоваренный завод Майкопский, новое дрожжевое отделение

New leavenous department of "MPK" Maykopskiy Pivorarenniy Zavod

«Родник»

Завод «Родник» — это мини-производство, поэтому компания производит пиво с ограниченными сроками хранения. Пиво выпускается живое, без пастеризации. Все сроки хранения, дата изготовления указываются на этикетке. Пиво разливается только в бочки-кеги. Хранится при температуре строго +20°C.

“Rodnik”

Rodnik plant is a micro-brewery, thus, the company produces beer with the limited shelf life. The beer is live and not pasteurized. The shelf life and date of production are specified on the label. The beer is only tapped into kegs. The temperature of storage is + 20°C sharp.

«САБМиллер РУС»

На предприятии осуществляется мониторинг условий хранения на складе, действуют процедуры по контролю целостности каждого выпускаемого паллета с продукцией. Существуют специальные схемы и правила загрузки для исключения повреждений при перевозке. Предъявляются четкие требования к транспортным средствам, допускаемым для обеспечения перевозок продукции предприятия.

«Томское пиво»

Торговые представители, персонал отдела сбыта осуществляют проверку соблюдения условий хранения пива на предприятиях торговли.

Компания проводит конференции с дистрибьюторами, на которых вопросу хранения и транспортировки уделяется особое внимание. Для перевозок в зимнее время используются машины с термобудкой, для этого предприятие приобрело 13 большегрузных автопоездов «Скания».

Для обеспечения качества и сохранности продукции при перевозках и хранении разработаны рабочие и методические инструкции: методическая инструкция — требования к перевозке грузов, рабочая инструкция – требования к складским помещениям, условиям хранения продукции и загрузки продукции для транспортировки потребителям.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Сохранность пива в процессе дистрибуции контролируется на складах и при транспортировке программой мониторинга качества продукции в соответствии с принятым компанией планом.

“SABMiller RUS”

The company monitors storage conditions at the warehouse and applies procedures for controlling the safety of each product pallet. Special schemes and rules of loading exclude damage during transportation. Clear requirements have been put to the vehicles admitted to the transportation of the company's products.

“Tomskoe pivo”

Trade representatives and sales personnel check whether the trade companies maintain the conditions of beer storage.

The company hold conferences with distributors with a special focus on storage and transportation. For transportation in wintertime, special trucks with thermal box are used. For this purpose, the company purchased 13 heavy-duty Scania truck trains.

To guarantee the quality and safety of products during transportation and storage, special operating and methodological guidelines have been developed: Methodological guidance – transportation of cargoes, operating instruction – requirements to the storage facilities, conditions of storage of products and loading of products for transportation to the consumers.

“Heineken Breweries”

Beer safety in the process of distribution is controlled at warehouses and during transportation by the quality monitoring program in accordance with the plan adopted by the company.

«САН ИнБев»

На заводских складах поддерживаются постоянная температура и влажность, необходимые для правильного хранения пива. Регулярно производятся осмотры паллет на предмет повреждения упаковки. Перевозка в торговые точки осуществляется специально оборудованным для этого транспортом.

Компания уделяет большое внимание вопросу улучшения качества обслуживания складских помещений и оптимизации сроков хранения. Для этого используются самые передовые технологии в области погрузки-разгрузки и активно применяются прикладные математические модели для определения наиболее эффективных транспортных решений.

Компания стремится к увеличению показателя загрузки железнодорожного и автомобильного транспорта и сокращению времени доставки товара к конечному потребителю.

«Балтика»

Компания тщательно контролирует качество не только самого напитка, но и сырья и упаковки, для проведения исследований привлекаются оснащенные по последнему слову техники лаборатории компании и сторонние испытательные центры. Контроль осуществляется на всех стадиях — от входного сырья до оценки условий хранения на складах дистрибьюторов.

“SUN InBev”

The plant's warehouses maintain stable temperature and humidity required for beer storage. Pellets are regularly checked for damage of packaging. The products are transported to the sale points in the equipped trucks.

The company focuses on the improvement of service at warehouses and reduction of storage time. For this purpose, the cutting-edge handling technologies are used and applied mathematical models for determining the most effective transportation solutions are applied.

The company strives to achieve the maximal truck and train load and minimal time of transportation of the products to the end user.

“Baltika”

The company strictly controls the quality of the beverage, the raw material and package. The tests are performed with the engagement of the best equipped Baltika laboratories and external test centers. The control is performed at all stages from input raw materials to assessment of storage conditions at distributors' warehouses.



*Складские помещения завода
«Балтика-Санкт-Петербург»*

*“Baltika St Petersburg”
warehouse.*

Компания предъявляет строгие требования к транспортировке и хранению пива, соблюдению температурного режима, сроков перевозки, защиты от попадания солнечных лучей, плавного перемещения продукции и пр. Торговые представители компании контролируют соблюдение торговыми точками сроков хранения продукции.

В складских помещениях поддерживается постоянная температура +12–15°C — оптимальная температура для хранения пива.

Компания обладает собственным железнодорожным парком, насчитывающим около 1600 вагонов, из них 1303 — изотермические вагоны-термосы, которые позволяют выдерживать подходящий температурный режим для перевозки пенного напитка и, соответственно, гарантировать потребителю его сохранность и вкусо-ароматические свойства.

The company sets stringent requirements for transportation and storage of beer, temperature, dates of transportation, protection against sunlight, smooth movement of products, etc. Trade representatives of the company control the sale points observing the term of storage of the products.

Baltika warehouses sustain temperature of 12–15°C, the optimal temperature for the storage of beer.

Baltika Breweries has its own railway park of 1,600 carriages of which 1,303 are isothermal wagons able to maintain the required temperature for transporting the beverage and, therefore, guarantee its freshness and taste.

Обучение и инновации

Training and innovations

Пивоваренная отрасль — высокотехнологичный сегмент продовольственного рынка. Компании постоянно совершенствуют свое производство, используют новые технологии, направленные на минимизацию вреда окружающей среде, сокращение массы отходов производства. Постоянное обучение сотрудников, повышение их квалификации, обмен опытом с зарубежными коллегами — все это обеспечивает современный уровень технологии производства. Компании постоянно разрабатывают новые рецептуры сортов пива с применением инновационных технологий и сырья. Постоянно совершенствуется и обновляется оборудование на предприятиях.

Brewing industry is a high-tech segment of the food market. The companies constantly improve their production applying new technologies to minimize the environmental impact and reduce the volume of industrial waste. Continuous training of personnel, advanced training, sharing experience with foreign counterparts guarantee the adequate level of production. The companies are searching for new recipes of beer and kvass using innovative techniques and materials. The equipment is upgraded and replaced with the new one in a timely manner.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

На фирме выпускаются 3 сорта пива, 5 сортов квасов натурального брожения в соответствии с техническими условиями, технологическими инструкциями и рецептурами, разработанными непосредственно на предприятии. В 2010 году фирма выпустила одну новую марку пива.

«Пивзавод»

Предприятие имеет собственную лабораторию по контролю за качеством продукции. Имеется бактериологическая лаборатория, осуществляющая контроль за качеством и безопасностью продукции.

У компании есть собственные технологические и рецептурные разработки (пиво, квас). Лаборатория делает отбор проб пива для определения качества и сохранности пива. Осуществляется санитарный контроль за производством пива на всех этапах.

«ПИНО»

Предприятие имеет лабораторию, аккредитованную Федеральным агентством по биохимическому регулированию и метрологии.

На пиво разработаны собственные технологические инструкции, не противоречащие требованиям ГОСТ Р.51174–98.

Работники лаборатории ежегодно повышают свою квалификацию на специализированных курсах.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Имеется научно-исследовательское подразделение в рамках Центральной лаборатории на филиале «Пивоварня Хейнекен» в Санкт-Петербурге. Собственные рецептурные разработки сделаны для всех национальных брендов Heineken в России.

Количество выпущенных в 2010 году новых марок пива — 12 шт. (расширение линейки брендов).

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

The brewery produces three types of beer and 5 types of natural fermentation kvass in accordance with the company's own technical specifications, technological guidance and recipes. In 2010, the company launched another beer type.

“Pivzavod”

The plant has its own quality control laboratory. The safety is monitored by the microbiological laboratory.

The company enjoys its own technological know-how and recipes (beer, kvass). The laboratory performs sampling to determine the quality and safety of beer. Sanitary control has been implemented at all production stages.

“PINO”

The plant laboratory was accredited by the Federal Agency for Biochemical Regulation and Metrology.

Each type of beer has the relevant technological guidelines complying with the requirements of GOST R.51174–98.

The laboratory personnel regularly pass special training to upgrade their skills.

“Heineken Breweries”

The Heineken Brewery subdivision of the central laboratory based in Saint-Petersburg has a research office which developed recipes for all national brands of Heineken sold in Russia.

The beer brand line was extended to reach 12 in 2010.

«Славянка»

Компания имеет собственные технологические и рецептурные разработки. Например: сорта пива, выпускаемые по ТУ (технические условия). В 2010 году выпущена одна новая марка пива.

«Балтика»

В Санкт-Петербурге действует Исследовательский Центр, который проводит разработку новых сортов продукции, анализ новых технологических решений, новых видов сырья и материалов, разработку новых видов испытаний, детальные исследования качества выпускаемой продукции.

В 2010 году компанией выпущено 12 новых сортов пива. При выпуске новых сортов применялись инновационные виды материалов, сырья и способы его производства, инновационные технологии, например, доработка купажных и фильтрационных отделений заводов системами дозации и контроля дозации ингредиентов, используемых при производстве новых сортов.

Пивоваренный завод Майкопский

На заводе в 2010 году построена и оборудована новая производственная лаборатория, в состав которой входит химико-микробиологическая лаборатория по контролю качества продукции на всех этапах производства.

На каждый сорт пива специалистами завода разработаны рецептуры и технологические инструкции.

«САБМиллер РУС»

На каждом предприятии компании имеются собственные аккредитованные лаборатории по контролю качества.

«Томское пиво»

В компании на основании маркетинговых исследований составляется план разработки новых сортов продукции с показателями, учитывающими пожелания потребителей.

“Slavyanka”

The company has its own technological know-how and recipes, for example, types of beer produced as per technical conditions (TU). Another beer brand was issued in 2010.

“Baltika”

The Saint-Petersburg Research Center creates new types of beers, tests the new techniques, new types of raw materials, develops new tests and performs in-depth checks of the quality of finished products.

The company launched twelve new beer brands in 2010. These types incorporated new materials, feedstock and production techniques, innovative technologies, e.g. equipping of blending and filtration installations with the dosage and ingredient dosage control systems used for the new beer types.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

A new production laboratory, build and put into operation in 2010, includes a chemical and microbiological laboratory responsible for controlling the product quality at all production stages.

Each type of beer has its own recipes and technological instructions.

“SABMiller RUS”

Each enterprise has its own accredited quality control laboratory.

“Tomskoe pivo”

The company carries out a marketing research to prepare a plan for new types of products aimed to meet the expectations of the customers.

Все сорта пива и кваса, разливаемые на ОАО «Томское пиво», разработаны специалистами завода.

В 2010 году разработаны и выпущены в серийное производство новые сорта пива: «Ирландский эль Шемрок», «Рижское фирменное», «Жигулёвское фирменное», «Большое бархатное», «Большое жигулевское», а также квас «Благодей домашний».

All types of beer and kvass bottled by OJSC "Tomskoye Pivo" have been created by the plant's specialists.

In 2010, the following new beers and kvasses were launched: Irlandsky Ale Shamrock, Rizhskoye Firmennoye, Zhigulevskoye Firmennoye, Bolshoye barkhatnoye, Bolshoye Zhigulevskoye and Blagodey Domashniy kvass.



Новая кеговая линия на заводе компании «Томское пиво».

New keg line at "Tomskoye Pivo" factory.

В 2010 году была продолжена работа с экспертом пивоварения из Германии Хубертом Ауингером. Целью работы пивовара на «Томском пиве» было увеличение стойкости пива с сохранением вкусовых качеств.

В апреле-мае 2010 года в форфасном отделении установлена система автоматического коммутирования потоков пива на розлив (кластерная система).

В июле запущена в эксплуатацию новая линия по розливу пива в кеги. Мощность линии — 400 кег в час, что позволит увеличить объемы производства разливного пива в три раза.

The company keeps cooperating with the German brewer expert Hubert Auinger. The target pursued by the brewer in 2010 was to extend the life of beer and retain the palatability.

In April-May 2010, a cluster system for automated distribution of beer flows for bottling was installed in the downstream production section.

A new beer tapping line with the capacity of 400 kegs per hour has been commissioned in July. It allows the plant to increase the output three times.

«Сыктывкарпиво»

В течение 2010 года на предприятии успешно решались вопросы рационального использования ресурсов, также проводились мероприятия по совершенствованию технологии, средств механизации и автоматизации производства, систем управления и снижению затрат до минимума.

В 2010 году началась полная замена и модернизация оборудования. В целях увеличения объемов производства, повышения качества продукции реконструирован компрессорный цех, приобретены новые сепараторы, новая линия розлива и этикетировочный аппарат. Во всех цехах завода в течение года было установлено современное высокотехнологическое оборудование (приобретено оборудования на 3,5 млн руб.), активно внедрялись новые технологии на производстве.

В компании есть производственная испытательная лаборатория, имеющая свидетельство об оценке состояния измерений, и микробиологическая лаборатория, имеющая лицензию на работу с патогенными микроорганизмами 3–4 группы патогенности. У компании есть свои собственные технологические и рецептурные разработки.

«САН ИнБев»

На всех заводах компании действуют современные лаборатории по контролю качества. Компания имеет собственные технологические и рецептурные разработки.

«Ставропольский пивоваренный завод»

В производственных лабораториях на заводе ведутся научно-исследовательские работы в целях улучшения качества продукции и расширения ассортимента.

Существуют инновационные разработки, проводимые совместно с МГУПП (Московский государственный университет пищевой промышленности) и компанией «Новозаймс», а также рецептурные разработки, не имеющие аналогов в России и СНГ.

В 2010 году компания разработала и выпустила одну новую марку пива.

“Siktivkarpivo”

The plant successfully addressed the issues of rational use of resources and implemented measures to upgrade the technologies, increase automation and minimize the costs during the year 2010.

Also, a replacement and refurbishment of all facilities started. In order to augment the output and enhance the product quality, the company redesigned its compressor shop, purchased new separators, a new tapping line and a labeling machine. All shops of the plant were reequipped with the new high-tech machines (the equipment budget reached 3.5mln rubles) and introduced new production techniques.

The company has its own production and testing laboratory with a Measurement Conditions Certificate and a microbiological laboratory certified to work with RG3 and RG4 pathogenic agents. The company has its own technological know-how and recipes.

“SUN InBev”

All company's breweries are equipped with modern quality assurance laboratories. The company has its own technological know-how and recipes.

“Stavropolsky pivovarennny zavod”

The plant's production laboratories conduct research to enhance the products quality and extending the product range.

The company pursues innovative research engaging the Moscow State Institute of Food Industry and Novozymes Company, and develops new recipes having no analogues in Russia and CIS.

One new beer type was developed and issued in 2010.

Маркировка

Marking

В соответствии с законодательством (ГОСТ Р 51074–2003, ГОСТ Р 51756–2001, СТО–76646294–001–2007, ГОСТ 10117.2–2001, ГОСТ Р 51174–2009) информация о производителе, о продукте, об условиях его хранения, о сроке годности и дате производства размещается на этикетках продукции.

Компании — участники отчета в добровольном порядке размещают на этикетках телефоны «Горячих линий», «Служб качества» и другую контактную информацию для оперативной связи, а также информацию о том, что «Продажа пива до 18 лет запрещена» или «Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

«Сыктывкар пиво»

В 2010 году было принято решение о нанесении на контрэтикетку пива знака «Продажа пива до 18 лет запрещена», а также надписи о вреде чрезмерного употребления пива.

«Читинские ключи»

Маркировка и упаковка пива осуществляются в соответствии с требованиями ГОСТ 51074–2003 «продукты пищевые» «Информация для потребителя».

«САБМиллер РУС»

На упаковку пива наносится вся необходимая информация в соответствии с требованиями российского законодательства. Дополнительно помещаются знак «18+», информация, пропагандирующая ответственное употребление алкоголя, есть также дополнительное поле: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью».

The law (GOST R 51074–2003, GOST R 51756–2001, STO–76646294–001–2007, GOST 10117.2–2001, GOST R 51174–2009) requires that the product labels bear information about the producer, the product, required storage conditions, product life and date of production.

The report member companies add on their initiative contact information, including telephone numbers of hotlines, quality assurance services, etc. The labels bear statements “Sale of beer to persons under 18 is prohibited” or “Beer abuse results in harm to your health.”

“Siktivkarpivo”

In 2010, a decision to apply a mark of “Sale of beer to persons under 18 is prohibited” and “Beer abuse brings harm to your health” to the back label was taken.

“Chitinskie klyuchy”

Marking and packing of beer is done in accordance with the requirements of GOST 51074-2003 “foodstuffs” information for consumers.

“SABMiller RUS”

The beer label bear all necessary information according to the law. We also apply the “18+” mark, information encouraging the responsible beer consumption and an additional window: “Beer abuse brings harm to your health.”

«Североуральский пивзавод»

На этикетку в полном объеме наносится информация, предусмотренная ГОСТ Р 51074–2003. Дополнительно на колпачок бутылки наносятся дата розлива и срок годности, а также штрих-код.

«ПИНО»

Маркировка продукции проведена в соответствии с требованиями ГОСТ Р 51074 – 2003. Транспортные упаковки дополнительно маркируются штрих-кодом. Наносится дополнительная информация предупреждающего и рекламного характера.

«САН ИнБев»

Информация на упаковку наносится в соответствии с ГОСТ «Информация для потребителя». Кроме того, в рамках принципов саморегулирования компания наносит на этикетки своей продукции предупреждающую надпись: «Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Пивоваренный завод Майкопский

На упаковке выпускаемой заводом продукции находится обязательная информация: наименование товара, содержание алкоголя, производитель, товарный знак производителя, состав пива, объем упаковки, пищевая ценность, дата розлива, срок годности, ГОСТ, знак сертификации.

«Томское пиво»

В своей деятельности по маркировке пива компания опирается на обязательные требования — в первую очередь ГОСТ Р 51074–2003, а также ГОСТ Р 51756–2001; ТУ 2297–002–45440825–07; СТО–76646294–001–2007; ГОСТ 10117.2–2001.

“Severouralsky pivzavod”

The label bears all information required by GOST R 51074-2003. in addition, the date of bottling, best before date and a bar code are placed on the bottle cap.

“PINO”

The products are marked in accordance with GOST R 51074-2003. transport package are additionally bar coded. Apart from this, the package has warning and advertizing statements.

“SUN InBev”

The information placed on the package corresponds to GOST Information for consumers. In addition, the company following the self-regulation principles, puts a warning statement “Beer abuse brings harm to your health” on the labels of its products.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

The package produced by the plant bears the mandatory information: product name, alcohol content, manufacturer, manufacturer’s trademark, composition, volume of package, nutritional value, date of tapping, best before date, GOST, certification mark.

“Tomskoe pivo”

In labeling, the company adheres to the mandatory requirements. First of all, GOST R 51074–2003, GOST R 51756–2001; TU 2297–002–45440825–07; STO–76646294–001–2007; GOST 10117.2–2001.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Маркировка и упаковка пива осуществляются в соответствии с национальными требованиями российского законодательства. Наличие обязательной информации при маркировке каждой потребительской единицы обеспечивается со стороны отдела качества и юридического отдела компании.

С 2010 г. компания добровольно размещает на этикетках своей продукции предупредительную надпись о чрезмерном употреблении пива, а также значок «18+» с информацией о том, что продажа пива несовершеннолетним запрещена.

«Балтика»

С 16 июня 2010 года компания в добровольном порядке начала наносить на упаковку своей продукции надпись, предупреждающую о вреде чрезмерного потребления пива. Розлив пива в тару с новой этикеткой ведется на всех производственных площадках компании. Надпись занимает не менее 10% площади этикетки на бутылке или боковой поверхности алюминиевой банки и содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и знак «После 18 — Продажа пива несовершеннолетним запрещена», разработанный и утвержденный Союзом российских пивоваров.

“Heineken Breweries”

Marking and packing of beer in accordance with the Russian national law. The quality assurance department and the law department are responsible for checking the information put on the labels.

Since 2010, the company has been voluntarily placing a warning statement relating to the beer abuse and a “18+” mark adding a notice about the ban to sell beer to under-18s.

“Baltika”

Since 16 June 2010, the company has been placing an additional statement warning about the harm done by beer abuse on the beer labels. The new label is applied to all beer package types at all production facilities. The statement occupies at least 10% of the space of the bottle label or side surface of the can and contains a warning about the harm done by beer abuse and a mark “Apres- 18 – Sale of beer to persons under 18 is prohibited”, developed and approved by the Russian Brewers Union.

Обратная связь

Feedback

Обратная связь с потребителями стимулирует пивоваренные компании к росту и совершенствованию. Пивоваренный бизнес стремится быть максимально открытым и всегда готов услышать потребителя. Для этого у всех компаний на сайтах открыты «горячие линии», работают колл-центры, всегда можно обратиться прямо на предприятие с претензией. Компании часто проводят промо-акции, опросы, экскурсии на производство, всегда готовы к диалогу.

Feedback from consumers encourages the breweries to grow and improve. The beer brewing business strives to be as transparent as possible and is always ready to listen to and hear the consumer. For this purpose, all companies opened hotlines, call centers. People may send their claims directly to the plant. The breweries arrange regular promo-actions, tours around the production facilities and are always open for the dialogue.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная звезда»

Благодаря обратной связи с потребителями («горячая линия», опросы) компании удалось выяснить, что недовольство качеством продукции явилось следствием неправильного ее хранения в торговых точках. С руководителями этих предприятий торговли были проведены разъяснительные беседы.

В результате исследований, проведенных компанией с целью оценки степени удовлетворенности потребителей качеством выпускаемой продукции, было выявлено, что продукцией компании удовлетворено большее число потребителей, чем в 2009 году. Это также подтверждает независимое исследование, проведенное ООО «Статэксперт» в рамках конкурса «Национальный знак качества».

«Сыктывкарпиво»

Компания регулярно проводит опросы потребителей по качеству продукции, анкетирование, мониторинг, ритейл-аудит, тестирование, качественные исследования: фокус-группы, глубинные интервью, экспертные опросы. Специалисты компании принимают участие в организуемых СМИ дискуссионных столах, «горячих линиях качества», видео- и Интернет-пресс-конференциях.

На сайте предприятия размещен опросный лист с вопросами об удовлетворенности потребителей. В 2010 году введены новые рубрики — «Покупателям» и «Горячая линия качества». Любой посетитель может оставить свой вопрос и получить комментарии специалистов компании.

Цель проводимых мероприятий — максимальная информационная открытость для покупателей, изучение и анализ потребительского спроса.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

The feedback from consumers (hotline, questionnaires) helped the company to find out that the dissatisfaction with the quality of the products was caused by the improper storage conditions at the points of sale. The directors of trade companies have been educated about the proper storage conditions.

The study performed by the company to assess the degree of satisfaction of consumers with the product quality showed that the number of consumers who liked the product grew in comparison with that of the year 2009. this was confirmed by the independent study undertaken by LLC “Statexpert” within the framework of National Quality Mark Competition.

“Siktivkarpivo”

The company holds regular opinion polls relating to the product quality, interviews, monitoring, retail audit, tests, quality research: focus groups, depth interviews, expert polls. Company specialists take part in discussion tables, quality hotlines, video- and Internet-conferences organized by the mass media.

The company’s website offers a checklist of questions relating to the satisfaction of consumers. In 2010, new sections — “For Buyers” and “Quality Hotline” – were added. Any visitor may leave his question and receive comments of our specialists.

The aim of these actions is to reach the maximum openness to buyers, a study and analysis of the consumer demand.

По результатам обратной связи были сделаны выводы о том, заинтересованы ли потребители в новых продуктах, интересны ли им новый вкус, новая упаковка. Поэтому на рынок были выведены новые сорта бутилированного кваса «Матрена» и «Русская окрошечка» со сроком хранения 90 суток, а также новый сорт разлитого непастеризованного светлого пива «Новогоднее».

По результатам исследований, проведенных в течение 2010 года, можно сделать выводы о повышении степени удовлетворенности (по сравнению с 2009 годом) продукцией компании.

«Ставропольский пивоваренный завод»

В компании обратная связь с потребителем осуществляется через корпоративный сайт. Сайт — www.stavpivo.ru – это голосование в Интернете, отзывы потребителей о продукции по электронной почте. Проводится постоянная работа с покупателями по контактному телефону, принимаются их пожелания по качеству продукции.

«ПИНО»

Обратная связь с потребителями осуществляется посредством издания «Ваша газета»: объявляется месяц ЗАО «Пино», в течение которого потребители задают интересующие их вопросы специалистам предприятия. В конце каждой недели месяца в номере публикуются наиболее часто задаваемые вопросы и ответы на них. На сайте компании указаны адреса электронной почты ведущих специалистов, которым задаются интересующие вопросы.

По результатам проводимых маркетинговых исследований осенью 2010 года было выявлено повышение процента удовлетворенности потребителей продукцией компании по сравнению с 2009 годом с 91% до 94% соответственно.

The feedback brought the company to the conclusion about the degree of consumers' interest in the new products, the new taste and package. New types of bottled 90-day kvass Matrena and Russkaia Okroshhechka and light unpasteurized draught beer Novogodnee were launched to the market.

The 2010 research demonstrates the growth of the degree of satisfaction (as compared to 2009) with the company's products.

“Stavropolsky pivovarennny zavod”

The company receives the feedback from consumers via its website. The website www.stavpivo.ru offers consumers online voting and sending comments by e-mail. Contact telephone lines are actively used to get buyers' wishes regarding the quality of products.

“PINO”

The feedback from consumers is ensured via Vasha Gazeta newspaper: during the month of CJSC “Pino”, consumers may ask their questions to the company's experts. The answers to the most frequently asked questions are published at the end of the week. Consumers may use e-mails provided on the corporate website to send their questions to the company.

The marketing research held in autumn 2010, showed the increase of the degree of satisfaction from 91% to 94% in 2010.

«САН ИнБев»

Действующая в компании круглосуточная «Горячая линия качества» позволяет оперативно реагировать на предложения и жалобы потребителей. Информация, собранная посредством «Горячей линии», ежедневно анализируется сотрудниками управления качества и используется для формирования предложений по совершенствованию продукта и улучшению его качества. За период функционирования «Горячей линии качества» в компанию поступило более 525 тыс. вопросов, и на каждый вопрос был дан ответ.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Все обращения по качеству продукции отслеживает отдел контроля качества компании с последующей проверкой выпускаемой продукции. По каждому возникающему вопросу (претензии) создается рабочая группа с привлечением специалистов соответствующих профилей, проводится анализ обращений потребителя и в случае их обоснованности предпринимаются соответствующие меры, о которых информируется потребитель.

«Балтика»

Компания стремится быть максимально открытой: на этикетку, помимо стандартной информации, наносится телефон «горячей линии» компании, по которому можно высказать свое мнение, а также записаться на экскурсию.

В компании налажено информирование продавцов торговых точек о работе «горячей линии», позвонив на которую потребитель сможет получить всю необходимую информацию о работе компании, а также задать вопрос о продуктах компании. Для продавцов разработана специальная памятка о порядке работы с потребителями, у которых возникли вопросы к качеству продукции компании.

Благодаря использованию различных каналов обратной связи с потребителями («горячая линия», колл-центр, форма обратной

“SUN InBev”

The 24-hour hotline ensures quick response to the proposals and claims of the consumers. The information gathered via the hotline, is analyzed by the quality experts on a day by day basis and used to prepare proposals for improving the product and enhancing its quality. Since the start, the hotline received more than 525 thousand questions, and each question was answered.

“Heineken Breweries”

All messages regarding the quality of products are processed by the quality department which then checks the product output. To address each claim, a working group is created engaging relevant specialists, the consumers claims are analyzed and, if they prove sound, the corrective measures are taken and the consumer is made aware of them.

“Baltika”

The company strives to be as open as possible: the label, apart from standard information, bears the Company hotline telephone number, which you can be used to express your opinion or sign up for an awareness tour.

The company has a system of informing the salesmen at sale points about the hotline for consumers which may be used by them to get all necessary information about the company's operation and ask a question about the company's products. There is a special guide for salesmen training how to handle the buyers who have questions about the quality of the company's products.

Various channels for consumer feedback (hotline, call center, feedback form at the corporate website) helps

связи на корпоративном веб-сайте), в компании налажена работа с обращениями потребителей. Любой обратившийся в компанию потребитель получает ответ на свой вопрос.

На регулярной основе проводятся исследования по оценке мнения потребителей (в том числе бренд-трекинг марок пива и тестирование предпочтений по упаковке). Данные, полученные в результате обратной связи, учитываются при реализации новых проектов: обновлении ассортимента, выпуске новых продуктов, внедрении инноваций в упаковку.

Пивоваренный завод Майкопский

Благодаря обратной связи с потребителями был выявлен и устранен ряд недостатков в работе оборудования, в порядке эксплуатации оборотной тары.

«Томское пиво»

Основным инструментом обратной связи с потребителями является корпоративный сайт, в частности, разделы «Горячая линия качества», «Контакты» и «Форум». Любой посетитель сайта может задать свой вопрос главному пивовару и в трехдневный срок получить развернутый ответ на интересующую его тему.

В случае получения негативной информации о качестве продукции или других аспектах проводится служебное расследование, результаты которого доводятся до всех заинтересованных сторон. Потребители, которые помогли выявить то или иное нарушение, к примеру, со стороны торговых организаций, поощряются.

В 2010 году компания, к сожалению, неоднократно сталкивалась с использованием поддельных торговых марок, с проявлениями недобросовестной конкуренции. Во всех случаях рассылаются письма производителям с просьбой об устранении нарушений. В случае, если правонарушение не прекращено, составляется обращение в правоохранительные органы.

the company effectively process the questions. Each asker gets the answer from the Company.

The company carries out regular assessments of consumer opinion (including beer brand-tracking and testing of packaging preferences). The data delivered by the feedback are incorporated in the new projects: extension of the product range, launch of new products, introduction of innovations into packaging.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

The feedback helped the company identify and eliminate a number of shortcomings in the work of equipment and use of empties.

“Tomskoe pivo”

The major instrument of consumer feedback is the corporate website, in particular, Quality Hotline, Contacts and Forum sections. Any visitor to the website can ask his question to the chief brewer and will surely get a detailed answer within three days.

When negative information regarding the quality or other aspects is received, the company initiates an internal inquiry, the results of which are communicated too all stakeholders. Consumers who helped identify a breach, for instance, on the part of trade organizations, are awarded.

Unfortunately, in 2010, the company faced the problem of counterfeit beer brands and unfair competition. In all cases letters are sent to directors of such company requesting to eliminate breaches. If the breach persist, a legal suit is initiated.

Награды за качество

Quality Awards

В 2010 году компании — участники отчета получили 131 награду за качество продукции:

ОАО «Сыктывкарпиво» — 7 наград

ОАО «Ставропольский пивоваренный завод» — 12 наград

ОАО «Дека» — 4 награды

ОАО «Вятч» — 1 награда

ООО «Пивзавод» — 2 награды

ЗАО «Читинские ключи» — 14 наград

ООО «Пивоваренная компания НАШЕ ПИВО» — 1 награда

ОАО «Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии» — 19 наград

ОАО «Томское пиво» — 11 наград

ООО «САБМиллер РУС» — 4 награды

ООО «МКП» Пивоваренный завод «Майкопский» — 8 наград

ЗАО «Приазовская Бавария» — 6 наград

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» — 32 награды

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» — 2 награды

ЗАО «Корсаковский завод пива и напитков «Северная Звезда» — 8 наград

In 2010, report member companies received 131 awards for products quality.

“Siktivkarpivo” — 7 awards

“Stavropolsky pivovarenny zavod” — 12 awards

“Deka” — 4 awards

“Vyatich” — 1 award

“Pivzavod” — 2 awards

“Chitinskie klyuchy” — 14 awards.

“NASHE PIVO Brewing Company” — 1 award

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii” — 19 awards

“Tomskoe pivo” — 11 awards

“SABMiller RUS” — 4 awards

“MPK” Maykopskiy Pivorenniy Zavod — 8 awards

“Priazovskaya Bavaria” — 6 awards

“Pivovarennaya kompaniya “Baltika” — 32 awards

“Heineken Breweries” — 2 awards

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda” — 8 awards

5

Культура и ответственное потребление пива

Culture and Responsible Consumption of Beer

Предотвращение продажи пива несовершеннолетним.

Проект «После 18!»

Preventing Sales of Beer to Underage Consumers:
18+! Project

Культура потребления пива

Beer Consumption Culture



Российские пивовары разделяют озабоченность общественности ситуацией на алкогольном рынке страны, которая требует реальных действий, направленных на снижение уровня потребления алкоголя. При этом добиться результатов можно не новыми запретами и ограничениями, а совместными усилиями власти, бизнеса и общества, направленными на развитие ответственного потребления. Важный шаг в этом направлении — готовность отрасли к саморегулированию.

The Russian Brewers share the public concern with is set in the edition on the national market of alcohol, which calls for practical action in order to reduce alcohol consumption. Results can be achieved not through new bands and restrictions, but through joint efforts of the government, business and public in order to promote responsible consumption. The industry's readiness for self-regulation is an important step in the direction.

В марте 2010 года российские пивовары приняли Кодекс коммерческих коммуникаций.

In March 2010, the Russian Brewers have adopted the Commercial Communication Code.

Пивоваренная отрасль России подчиняется правилам Кодекса чести российских пивоваров. В его основе лежит принцип саморегулирования пивоваренной отрасли в таких ключевых аспектах ведения бизнеса, как производство, качество и продажа пива, отношения с потребителями.

The Russian brewing industry is guided by the rules stated in the Code of Honor of Russian Brewers that is based on the principle of self-regulation of the brewing industry in such key business assets as manufacturing, quality control and retailing of beer, and consumer relations.

В марте 2010 года российские пивовары приняли Кодекс коммерческих коммуникаций, который устанавливает ряд дополнительных ограничений на продвижение и рекламу пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В документе сформулированы существующие и перспективные подходы пивоваров в области рекламы.

In March 2010, the Russian Brewers have adopted the Commercial Communication Code which establishes a series of additional restrictions on promotion and advertising of beer and beer-based beverages. The document has phrased existing and prospective approaches to be practiced by the Brewers in promotion and advertising.

Помимо положений, касающихся ограничений, предусмотренных действующим законом «О рекламе», Кодекс накладывает дополнительные ограничения на рекламные и коммерческие коммуникации компании (например, не позиционировать высокую крепость пива в качестве позитивной характеристики какого-либо бренда,

In addition to the provisions that refer to the restrictions effective under the "Advertising" federal act, the Code also imposes voluntary restrictions on corporate advertising and commercial communications. For example, our companies do

не утверждать, что употребление пива с низким содержанием алкоголя помогает избежать чрезмерного потребления, не использовать в рекламе молодежный жаргон, контролировать продажу пива на массовых мероприятиях).

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. Сайты всех компаний и сайты всех торговых марок компании могут посещать только люди, подтвердившие свое совершеннолетие.

not position strength of beer as a positive characteristic of any brand, or allege that choice of low-alcohol beer can help avoid overconsumption; our companies refrain from the use of teenager slang in advertising, and undertake to control sales of beer at public events.

Preventing consumption of beer among young people under 18 years of age is a shared public objective that needs contributions from all parties: the government, manufacturers, retailers, and general public. The Brewers perceive their role in assistance to enforce the legal ban on sales of beer to underage consumers. Corporate websites of all our companies, and websites of all our beer brands can only be visited by individuals who confirm their age.



Информационная программа МВД России по предотвращению нарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних

The Ministry of Internal Affairs informational program to prevent maintenance of offenses in sphere of trade concerning minors

С 2006 года компании-члены Союза реализуют проект «После 18 — Продажа пива несовершеннолетним запрещена». В 2010 году продолжилась реализация проекта Союза пивоваров «Есть 18? Подтверди!», направленного на организацию общественного контроля за соблюдением законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним.

Since 2006: the members of the Brewers Union have been implementing a project: "18+: No Beer Sales to Minors". In 2010, we continued our project "Are You 18? Confirm!", to organize public enforcement of the legal ban on sales of beer to underage consumers.

Компании — члены Союза российских пивоваров пропагандируют умеренное и ответственное потребление пива.

Companies - members of the Union of Russian Brewers promote moderate and responsible consumption of beer.

Многие пивоваренные компании реализуют общественные проекты. Их участники — это бригады добровольцев, состоящие из сотрудников компаний, представителей СМИ, органов власти и общественных организаций. Добровольцы проводят рейды по торговым предприятиям и напоминают продавцам о законе, запрещающем продажу пива лицам моложе 18 лет.

Many brewing companies have embarked on public projects, which involved volunteer teams of corporate employees, spokespersons of the mass media, the government, and public organizations. Volunteers visit retailing outlets to remind shop assistants about the federal act that prohibits selling beer to persons under 18 years of age.

Компании-члены Союза российских пивоваров пропагандируют умеренное и ответственное потребление пива. С 1 июля 2010 года выпуск продукции с предупреждающей надписью о вреде чрезмерного употребления пива на упаковке начали многие компании-члены Союза российских пивоваров.

Companies-members of the Union of Russian Brewers promote moderate and responsible consumption of beer. Since July 1, 2010, many members of the Union of Russian Brewers have been selling their products with captions wording of the hazards of overconsumption of the year.

С июля по октябрь 2010 года МВД России при поддержке Союза российских пивоваров реализовало в Москве информационную программу по профилактике правонарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних.

Between June and October 2010, RF Ministry of Interior with the assistance of the Union of Russian Brewers launched an awareness campaign in Moscow to prevent legal noncompliance in retailing as regards underage consumers.

В Москве прошли акции, призванные привлечь внимание к проблеме нарушения законодательного запрета на продажу алкоголя и пива несовершеннолетним и сформировать в обществе нетерпимость и неравнодушное отношение к фактам продажи алкоголя лицам, не достигшим 18 лет.

Actions were held in Moscow that tried to focus on the problem of violations through sale of alcohol and beer to minors citizens, to eliminate indulgence and make the public less tolerant to sales of alcohol to underage citizens.



Информационная программа МВД России по предотвращению нарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних

The Ministry of Internal Affairs informational program to prevent maintenance of offenses in sphere of trade concerning minors

В столице России были размещены более 2 тыс. тематических плакатов. Рядом с точками продажи пива, в частности, на торговых палатках, появились стикеры с предупреждением о необходимости контроля возраста покупателей. К проекту присоединились и продавцы алкогольной продукции. 56 магазинов торговой сети «Седьмой континент» приняли участие в акции. Плакаты с призывами к гражданам остановить подростков при попытке купить пиво были размещены на входе в магазины, в зонах продажи пива и около касс.

More than 2000 topical billboards were installed in the Russian capital. Next to beer selling outlets, including kiosks, stickers were posted to alert the public to the consumer age limit. Sellers of alcohol products also joined the campaign. 56 stores of the Seventh Continent retailing chain participated in the action. Posters saying that teenagers trying to buy beer should be stopped by adult consumers were placed at store doors, at beer shelves, and cash desks.

Влияние информационной кампании на общественное мнение и поведение продавцов пива и алкоголя изучили ВЦИОМ и РОМИР.

The effect of the awareness campaign on the public opinion and behavior of the sellers all beer and alcohol was researched by VCIOM and ROMIR.



Пресс-конференция МВД России и Союза российских пивоваров 19 ноября 2010 г. Слева направо:

Мамонтов В.И. — председатель Исполнительного комитета Союза российских пивоваров,

Родионова Е.Ю. — старший инспектор по особым поручениям Департамента общественного порядка МВД России,

Самохвалов Н.Ф. — начальник Объединенной редакции МВД России и

Миронова Т.В. — исполнительный директор Фонда

«Социальные программы и проекты».

Press conference of the Russian Interior Ministry and the Union of Russian Brewers 19 November 2010. Left to right:
Mamontov V. I. — Chairman of the Executive Committee of the Union of Russian Brewers,
Rodionova, E. Y. — Senior Inspector for Special Assignments for Public Order Ministry of Internal Affairs of Russia,
Samokhvalov N. F. — Head of the Joint Editorial Russian Interior Ministry and
Mironova T. V. — Executive Director of the Fund for “Social programs and projects”

По данным ВЦИОМ, более половины опрошенных жителей Москвы и Подмосковья (54%) сообщили, что стали проявлять больше внимания к проблеме продажи пива несовершеннолетним. 78% респондентов сказали, что теперь они обязательно поддержат продавца, отказывающегося продавать пиво несовершеннолетнему. 67% постараются не допустить продажи пива, сделав соответствующее внушение продавцу, а 62% теперь будут более внимательны к подобным фактам.

According to VCIOM, more than half (54%) of polled citizens in Moscow and metropolitan suburbs reported that now be paid more attention to sales of beer to underage consumers. Among the respondents, 78% said that now they were going to support a shop assistant who refuses to sell beer to an underage buyer. 67% said they would try to prevent sale of beer by making a reprimand to the shop assistant, and 62% claimed they paid more attention now to similar facts.

Информационная кампания, направленная на предотвращение продажи пива несовершеннолетним, должна быть продолжена. Такое мнение высказали 80% россиян в ходе опроса, проведенного ВЦИОМ в сентябре – октябре 2010 года по итогам кампании.

Результаты исследования холдинга РОМИР показали, что 52% продавцов при продаже пива определяют возраст на глаз, а если сомневаются, то спрашивают документы. 27% из них всегда спрашивают документы. 21% определяют возраст только на глаз.

Почти все продавцы, которые видели плакаты, сказали, что стали всегда или чаще обращать внимание на возраст покупателей.

Вся информация о ходе социально-информационной программы и об ее итогах размещена на сайте проекта: www.18zakon.org.

The awareness campaign for prevention of sales all beer to minor citizens must continue. This was the opinion of 80% of Russian citizens polled by VCIOM during September and October 2010 after the campaign.

Research conducted by the ROMIR holding company demonstrated that 52% of shop assistants while they sell beer estimate the buyers age by appearance, but do not hesitate to demand the ID when in doubt. Of them, 27% always asked to present a document, but 21% judge by the appearance only.

Nearly all shop assistants who had seen the posters said they were now always or increasingly more paying attention to the age of their buyers.

All information about the progress and results of the social awareness campaign are available at the project's website: www.18zakon.org.

Предотвращение продажи пива несовершеннолетним. Проект «После 18!»

Preventing Sales of Beer to Underage Consumers: 18+! Project

«САБМиллер РУС»

В марте 2010 года компания организовала и провела региональный этап всероссийской акции «Есть 18? Подтверди!» в городе Владивостоке. Акция была направлена на акцентирование внимания продавцов алкогольной продукции на возрасте покупателей и недопущении продажи пива несовершеннолетним.

“SABMiller RUS”

In March 2010, the Company organized and conducted a regional stage of the nationwide action “18? Confirm!” in Vladivostok. The action focused attention of sellers of alcoholic beverages to buyer age limits and ban on sales of beer to underage consumers.

Основным этапом акции стало проведение рейдов общественного контроля в точках продаж с участием несовершеннолетних волонтеров. В результате проверки с недобросовестными продавцами проводилась разъяснительная работа, а ответственные продавцы получали памятные грамоты и сувениры — благодарность за их ответственную гражданскую позицию.

Рейды прошли в 145 торговых точках города и только в 26% у волонтеров попросили представить документ, подтверждающий возраст покупателя.

The main stage of the action involved public patrols formed of underage volunteers that visited retail outlets. Non-compliant sellers were reprimanded, while honest sellers received letters of commendation and souvenirs in appreciation of their principled behavior.

In Vladivostok, patrols visited 145 sales outlets all over the city, and only 26% of them requested the volunteers to present a document confirming that they are of age.

Акция «Есть 18? Подтверди!». Рейд компании «САБМиллер РУС» г. Ульяновск.

Stock "Are you 18? Prove it!". Reid company SABMiller RUS in Ulyanovsk.



В городе Ульяновске в августе 2010 года аналогичная акция проводилась во время городского фестиваля пива. Основным партнером акции «Есть 18? Подтверди!» выступило региональное отделение Всероссийской общественной организации «Российский союз молодежи». В результате не было зафиксировано ни одного факта продажи пива несовершеннолетним.

In the city of Ulyanovsk in August 2010, a similar action took place during the local festival. The key partner of the "18? Confirm!" action was the regional chapter of the national public organization "Russian Youth Union". Not a single fact was registered with beer sold to underage citizens.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В целях профилактики ответственного потребления пива «Сибирская Пивоварня Хейнекен» (г. Новосибирск) заключила с торговыми партнерами «Соглашение о принятии дополнительных мер по контролю соблюдения законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним». Подписание соглашения гарантирует приверженность партнеров предприятия высоким принципам социально ответственной международной корпорации.

В Калининграде на предприятии «Компания ПИТ» отметили 100-летний юбилей пивоваренного завода «Остмарк». В этот день между предприятием «Компания ПИТ», группой компаний «Виктория» и группой компаний Александра Ковальского было подписано соглашение о принятии дополнительных мер по контролю соблюдения законодательного запрета на продажу пива.

«САН ИнБев»

Среди реализованных в 2010 году проектов были и те, что стали уже традиционными — «Есть 18? Подтверди!», «Не пей за рулем!». Также компания приняла участие в информационной программе МВД России по предотвращению правонарушений в сфере торговли в отношении несовершеннолетних, реализуемой при поддержке Союза российских пивоваров.

В рамках программы 15 сентября 2010 года компания совместно с МВД России и Союзом российских пивоваров провели социальную акцию «Не оставайся равнодушным!». В ней приняли участие более 30 российских городов. В течение одного дня более трёх тысяч сотрудников компании при поддержке представителей органов правопорядка, общественных организаций, местных органов власти отправились в торговые точки с призывом к продавцам и гражданам «не оставаться равнодушными» к случаям продажи пива несовершеннолетним.

“Heineken Breweries”

To promote responsible consumption of beer, Heineken Siberian Brewery

(Novosibirsk) and its retailing partners signed an “Agreement on Additional Efforts to Enforce Legal Ban on Sales of Beer to Underage Citizens”. The agreement has confirmed commitment of Heineken’s partners to the principles of a socially responsible international corporation.

In Kaliningrad, PIT Company celebrated the 100th anniversary of Ostmark Brewery. On that day, PIT Company, Victoria group of companies and Alexander Kowalski’s group of companies signed an agreement on additional measures to enforce legal ban on sales of beer to underage consumers.

“SUN InBev”

Among the projects implemented during 2010, some has now become a tradition: “18? Confirm!”, “No Drunk Driving!” The Company also participated in the awareness campaign launched by the RF Ministry of Interior with assistance of the Russian Union of Brewers to prevent noncompliance as regards sales of beer to underage consumers.

As part of the program, on September 15, 2010, jointly with the RF Ministry of Interior and the Union of Russian Brewers, the Company conducted a social action: “Don’t stay indifferent!” that covered more than 30 Russian cities. On that day, more than three thousand of the Company’s employees supported by law enforcers, public organizations, and local governments, visited retailing outlets where shop assistants and buyers were told not to be careless and indifferent about sales of beer to underage citizens.

Помимо разъяснительной работы участники акции распространили в точках продаж специальные предупреждающие стикеры, а также листовки, которые помогли объяснить родителям, как правильно вести разговор об алкоголе с детьми в семье.

In addition to verbal explanations, participants of the action also distributed special warning stickers and leaflets that explained how alcohol should be correctly discussed with children in the family.



15 сентября 2010 г. Акция «Не оставайся равнодушным!» компании «САН ИнБев».

15 September 2010 Stock "Do not stay indifferent!" SUN InBev.

Компания традиционно продолжила проект «Есть 18? Подтверди!». На масштабных мероприятиях — таких, как рок-фестиваль «Антифабрика» в Иваново, «Фестиваль пива» в Чебоксарах, рок-фестиваль в Иркутске и других, промоутеры распространяли среди гостей предупреждающие наклейки и листовки.

«Балтика»

С 2008 года компания реализует проект по контролю за соблюдением правил торговли пивом — так называемые рейды «Пивной дозор». Проводимая работа позволяет сократить число незаконных продаж пива несовершеннолетним. Патрули проходят на всех массовых мероприятиях, организуемых компанией, и просто в торговых точках.

The Company traditionally continued its "18? Confirm!" project. At large-scale events such as Antifabrika rock festival in Ivanovo, Beer Festival in Cheboksary, the rock festival in Irkutsk, and others, promoters distributed warning stickers and leaflets among guests.

“Baltika”

Since 2008, Baltika has been implementing a project to enforce the beer selling regulations: the so-called Beer Patrols. This activity reduces the number of illegal sales of beer to underage consumers. Patrols operate during all public mass events organized by company, or just visit retailing outlets.

В 2010 году было проведено 39 рейдов с проверкой мест торговли, в трети из них были зафиксированы нарушения.

Мероприятия проекта включают в себя размещение специального знака-стикера «Есть 18? Подтверди!» в торговых точках по всей территории страны, акции общественного контроля за соблюдением запрета на продажу пива несовершеннолетним, информирование торгового персонала об их действиях по проверке возраста покупателя.

Проводимая работа носит профилактический характер и позволяет сократить число незаконных продаж пива лицам младше 18 лет. «Дозорные» находят поддержку среди представителей контролирующих органов, городских администраций, УВД, общественных организаций, лидеров тематических клубов. География проекта постоянно расширяется и уже вышла за пределы России — в 2010 году к акции присоединилась Беларусь.

В 2011 году программы ответственного потребления будут развиваться и расширяться.

During 2010, 39 inspections visited shopping areas and detected violations in one third of them.

Activities of the project include pasting special sticker signs “18? Confirm!” at retail outlets nationwide. Public control activities to enforce legal ban on sales of beer to underage consumers, reminders to retailing personnel that they should inquire about the age of suspected minor citizens.

These activities have prevented major and helped to reduce the statistics of illegal sales of beer to consumers under 18. Patrols are supported by law enforcers, supervisors, municipalities, NGOs, and activists. The geography of the project has been expanding continuously and now spreads beyond Russia: Belarus joined the action 2010.

In 2011, the responsible consumption programs are going to continue.



Рейд «Пивного дозора» по торговым точкам Москвы, 19 августа 2010.

“Beer Control” inspection of points of sales in Moscow, August 19, 2010.

Культура потребления пива

Beer Consumption Culture

«САН ИнБев»

Компания стремится использовать все возможности для улучшения мира, в котором ведет свой бизнес. Эта философия включает амбициозные цели и работу по реализации социальных проектов, направленных на борьбу с продажей пива несовершеннолетним, предотвращение употребления алкоголя за рулем, борьбу с злоупотреблением алкоголем.

В декабре 2010 года стартовала телевизионная рекламная кампания, которая охватила основные федеральные телеканалы. Призыв кампании — обратить пристальное внимание общества на проблему вождения в нетрезвом виде.

Компания уделяет большое внимание развитию культуры потребления пива в России. Один из самых успешных проектов в этом направлении — конкурс барменов Stella Artois. Конкурс — неотъемлемая часть стратегии компании, направленной на демонстрацию потребителям уникальной пивной культуры, которую бельгийские пивовары формировали в течение более чем шести веков.

В 2010 году была продолжена программа проведения экскурсий на все производственные площадки компании в рамках проекта «Промышленный туризм». Потребители, друзья и родственники сотрудников компании, журналисты, а также представители органов власти и контролирующих органов смогли ознакомиться с технологией производства ячменного напитка, задать все интересующие их вопросы и лично убедиться в том, что пиво — натуральный продукт, сваренный по высочайшим стандартам качества.

“SUN InBev”

SUN InBev sinks to use every opportunity to make that the world where it does business. This philosophy includes ambitious goals and efforts to implement social projects to combat sales of beer to minor citizens, prevent drunk driving, and abuse of alcohol.

In December 2010, a new TV advertising campaign was launched that covered main federal TV channels. The Company called on the citizens to bring the public focus on the drunk driving problem.

The Company pays much attention to promotion of the culture of beer consumption in Russia. One of the most successful projects in this direction is the Stella Artois barkeeper contest. The contest is an integral part of the Company's strategy that seeks to demonstrate the unique beer drinking culture that took the Belgian Brewers more than six centuries to build.

In 2010 tours continued to the Company's all production sites as part of its Industrial Tourism project. Consumers, friends and relations of the Company's employees, reporters, and representatives of the government and supervising agencies had a chance to examine the manufacturing technology of the barley brew, ask all the questions they wanted and make sure in person that beer is a natural product made to meet the highest quality standards.

Пивоваренный завод Майкопский

В 2010 году компания продолжила сбор экспонатов для открытия музея завода, который основан в 1882 году и является старейшим в Адыгее.

«Томское пиво»

В сентябре 2010 года компанией был организован и проведен пивной фестиваль «КрюгерФест». Каждый день фестиваля проходил под знаком определенной тематики. Так, в день открытия посетители были вовлечены в атмосферу Томска конца XIX — начала XX века, где в ходе шоу-программы смогли поближе познакомиться с историей Томска, Томского пивоваренного завода и династией Крюгеров — основателей завода.

На второй день гости фестиваля познакомились с национальными пивными традициями Германии и Чехии.

Завершением фестиваля стал «День пивного Короля и Королевы». Приглашенные творческие коллективы создали для всех гостей атмосферу Средневековья.

В результате проведения мероприятия удалось показать, что пиво — это не просто хмельной напиток, а продукт с богатой историей. Удалось вовлечь потребителей в особые культурные традиции употребления пива разных стран и исторических эпох. В целом проведенный фестиваль в очередной раз подтвердил, что цивилизованное и культурное употребление пива отнюдь не чуждо российскому человеку, а, напротив, органично вписывается в культурные традиции российского народа.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Формирование культуры потребления пива — одна из важнейших задач компании.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

In 2010, the Company continued collecting exhibits for the future museum of the brewery — established in 1882 and the oldest in Adygea.

“Tomskoye pivo”

In September 2010, Tomskoye Pivo organized and hosted the KrugerFest beer festival. Each day of the festival was dedicated to a theme. For example, on the first day visitors were invited to do the atmosphere of the city of Tomsk of the late 19th to early 20th century, and in the course of the show program had a chance to closely examine the history of Tomsk, the local brewery, and the dynasty of the Kruger family — founders of the brewery.

On the second day, the guests learned of national beer drinking traditions of Germany and Czech Republic.

The festival was concluded with the Beer King and Queen Day, where artistic teams created in medieval atmosphere for all guests.

The event successfully demonstrated that rather than just a heady drink, beer is a product that boasts rich history. Consumers learned about special traditions of beer consumption culture in different countries and ages. On the whole, the festival confirmed again that civilized and cultural consumption of beer is not alien for Russians, but organically fits the cultural traditions of the Russian people.

“Heineken Breweries”

Promoting cultural consumption of beer is one of the Company’s most important objectives.

Во время проведения ежегодного Фестиваля пива и кваса в Санкт-Петербурге компанией была реализована акция «Зеленый Патруль».

Акция «Зеленые правила» направлена на формирование ответственного отношения к потреблению пива, контроля исполнения законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним, а также воспитание ответственного отношения к окружающей среде.

During the annual festival of beer and kvass in St. Petersburg, the Company hosted the “Green Patrol” action.

The “Green Rules” action has the purpose to promote responsible attitude to consumption of beer, enforce the legal ban of beer sales to underage buyers, and encourage responsible attitude to the natural environment.



Акция «Зеленые правила» компании «Объединенные Пивоварни Хейникен» на Фестивале пива и кваса в Санкт-Петербурге.

Stock «Green rules» of the company «Heineken Breweries» at the Festival of Beer and kvass in St. Petersburg. Museum of the History of Brewing at Baltic-St.-Petersburg.

Во время проведения мероприятий сотрудники предлагали всем посетителям фестиваля, а также музыкантам надеть зеленый или оранжевый браслет и тем самым проявить солидарность с принципами акции.

Идеология акции «Зеленый Патруль» изложена в четырех «зеленых правилах»:

Правило №1:

Пиво — напиток для совершеннолетних!

Правило №2:

Употребляйте пиво ответственно!

Правило №3:

Алкоголь и вождение несовместимы!

Правило №4:

Чистый город — основа культурного отдыха!

На фестивале для посетителей, интересующихся историей пивоварения, была организована фотовыставка «Культура питания. Пивная посуда в ретроспективе», которая была посвящена истории пивной посуды как элемента формирования культуры потребления пива в России в период с XVIII до начала XX века.

Музей истории пивоварения в Санкт-Петербурге представил расширенную коллекцию экспонатов, связанных с историей пива, традициями российского и мирового пивоварения. В музее наглядно представлена технология приготовления пива, отдельный зал посвящен культуре потребления пива.

Основная задача Музея истории пивоварения — культурно-образовательная, просветительская.

During the events employees distributed green or orange bracelets among all guests and musicians, to be worn as a sign of solidarity with the principles of the action.

The ideology of the “Green Patrol” action is translated through the four “green rules”:

Rule 1:

Beer is a beverage for adults!

Rule 2:

Consume beer responsibly!

Rule 3:

Drunk driving is a contradiction of terms!

Rule 4:

Clean city is the basis for cultural recreation!

At the festival, guests curious about the history of brewing at the chance to visit the photo exhibition “Beer Drinking Culture. Stein Retrospective” dedicated to the history of the beer stein as a component that contributed to the beer drinking culture in Russia from 18th to early 20th century.

The Museum of Brewing History in St. Petersburg presented a wide collection of exhibits related to the history of beer, and traditions of Russian and international brewing. The museum demonstrated clearly the technology of brewing, with a separate room dedicated to the culture of beer consumption.

The main mission of the Museum of Brewing History is to promote culture, education and enlightenment.

Музей истории пивоварения является первым подобным музеем в России. Он был открыт в 1995 году (до 2008 года — Музей пива) во время торжеств, посвященных 200-летию завода. Начиная с 2001 года музей официально входит в Союз музеев России. Активную работу по изучению традиций российского и мирового пивоварения и формированию культуры потребления пива музей ведет с Союзом российских пивоваров и клубами коллекционеров пивной атрибутики России и стран зарубежья.

The Museum of Brewing History is the first such museum in Russia, opened in 1995 (and known as the Museum of Beer until 2008) during the festivities dedicated to the 200th anniversary of the brewery. Since 2001, it is an official member of the Union of Russian Museums. The museum works together with the Union of Russian Brewers and beer insignia collection clubs in Russia and abroad, actively involved in efforts to research the traditions of Russian and international brewing and promoting the culture of consumption.



Музей истории пивоварения «Объединенные Пивоварни Хейнекен».

Museum of the History of Brewing Heineken Breweries.

«Балтика»

В 2010 году компания открыла музей на заводе «Балтика — Санкт-Петербург». Музей включает в себя шесть основных разделов. Посетители могут ознакомиться с историей пива времен древнего Египта, увидеть интерьер русской избы и узнать, что такое корчажное пивоварение и какова его роль в жизни крестьянства. В разделе, посвященном российскому пивоварению, воссоздана атмосфера петербургской портерной конца XIX — начала XX веков (портерная — в России пивная, в которой продавался портер). В экспозицию входят собрание предметов декоративно-прикладного искусства, уникальная коллекция старинных пивных бутылок, утварь пивоваров, а также одна из самых крупных в России

“Baltika”

In 2010, the Company opened a museum at the Baltika St. Petersburg factory. The museum covers six main sections. Visitors can learn about the history of beer since Ancient Egypt, see the interior of a Russian log hut, and get acquainted with home brewing and its role in the peasants' life. The section dedicated to Russian brewing re-creates the atmosphere of a porterhouse in St. Petersburg of late 19th to early 20th century (in Russia, a porterhouse was a beer house that sold porter). The exposition displays a collection of applied arts, a unique set of ancient beer bottles, brewing utensils, and one of Russia's largest collections of hutter



Пивная бочка в музее истории пивоварения компании «Балтика».

Beer barrel in Museum of Brewing History “Baltika”.

коллекций керамических пивных хуттер-пробок, которые производились в Германии более 100 лет назад и обладают высокой художественной ценностью. Советский период представлен традиционной пивной бочкой 1970-х годов. Вклад компании Carlsberg и семьи Якобсенов, основателей датской компании, в развитие пивоварения, науки и искусства нашел свое отражение в разделе о европейском пивоварении. В экспозицию входит и отдельный раздел, посвященный истории «Балтики». Посетители могут ознакомиться с тем, как выглядел завод в Санкт-Петербурге 20 лет назад, какими были первые этикетки, бутылки, кружки.

В 2010 году на основе собранных в музее фотоматериалов компания провела ряд фотовыставок «Пиво. 100 лет истории в 100 фотографиях».

«Ставропольский пивоваренный завод»

Информирование потребителей через печатные издания об умеренном употреблении и пива. На всех рекламных щитах и в местах потребления пива напечатано предупреждение о вреде чрезмерного его употребления.

Во всех торговых точках продажи и потребления пива висит предупреждение о запрете и ответственности за продажу пива несовершеннолетним гражданам.

Пивоваренный завод Майкопский

Предприятие полностью соблюдает положения Кодекса чести российских пивоваров. Для популяризации умеренного потребления пива на транспортных средствах, производящих доставку пива, размещаются надписи «Чрезмерное употребление пива — вредит вашему здоровью». В местах продаж размещается информация о запрете продажи пива несовершеннолетним.

corks manufactured in Germany more than a hundred years ago and now valued for artistic design. The Soviet period is represented with a traditional outdoors beer cistern from the 1970s. The contribution of the Carlsberg and the Jakobsons — the Danish family that founded the Company — to development of beer brewing, science research and artistic design is represented in the section about European brewing. The exposition also includes a separate section dedicated to Baltika's history. Visitors can see how the St. Petersburg brewery appeared 20 years ago, and see its first lead balls, bottles and steins.

In 2010, the Company used the photographs collected in the museum in a series of photo exhibitions "Beer. 100 Years of History through 100 Photographs".

“Stavropolskiy pivovarenniy zavod”

The consumers are reminded to consume beer moderately to printed press. All advertising street boards and public places of beer consumption have warnings about the hazards of abuse.

All outlets where beer is sold and consumed have posted reminders of the ban on sales of beer to underage buyers, and liability for noncompliance.

Pivovarenniy zavod Maykopskiy

The Company operates in full compliance with the provisions of the Code of Honor of Russian Brewers. To promote moderate consumption of beer, the Company has slogans “Beer Abuse Is a Health Hazard” on its vehicles that deliver beer, and posts reminders of the bent on sale of beer to minors in sales outlets.

Компания гарантирует полную и достоверную информацию о пиве на русском языке, правильную маркировку с четкой информацией о процентном содержании алкоголя и плотности пива. Не проводит акций, направленных на стимулирование продаж пива в детских, образовательных, медицинских учреждениях, ближе 100 метров от таких учреждений, а также соревнований или конкурсов, направленных на поощрение чрезмерного употребления пива.

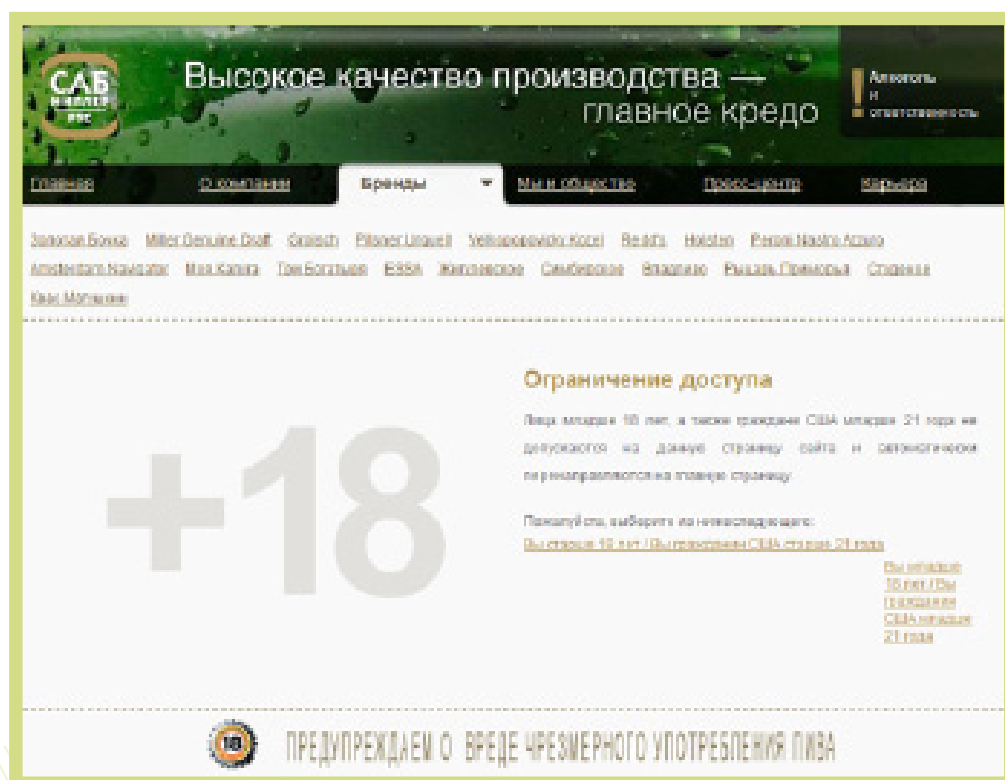
«Томское пиво»

Все рекламные материалы сопровождаются предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и размещением специального знака «Продажа пива несовершеннолетним запрещена».

The Company guarantees complete and reliable information about beer in the Russian language, with correct marking and data about percentage of alcohol and density of beer. The Company does not conduct any actions to promote sales of beer in schools and health facilities, or within 100 m from such institutions, or any contests and competitions to encourage abuse of beer.

“Tomskoye pivo”

All advertising materials are accompanied with an alert about the hazards of beer abuse, with a special sign "Beer May Not Be Sold to Minors".



Ограничение доступа
к корпоративным сайтам
«САБМиллерРУС» для лиц
моложе 18 лет.

Restricting access to corporate sites "SABMillerRUS" for people under 18 (years of age).

«САН ИнБев»

Любые рекламные проекты на этапе утверждения проходят строгую экспертизу на предмет соответствия российскому законодательству о рекламе, а также принятым в компании принципам саморегулирования и Кодексу чести российских пивоваров.

Компания не рассматривает в качестве своей целевой аудитории тех, кто не достиг 18 лет, никогда не касается деятельности конкурентов в рекламе.

Маркетинговые материалы или мероприятия компании «САН ИнБев» не должны создавать впечатление, что потребление пива имеет важное значение для достижения общественного или личного успеха.

«ПИНО»

В рекламных коммуникациях компания не допускает непосредственного обращения к лицам моложе 18 лет. На всех рекламных материалах используется предупреждение: «Чрезмерное употребление пива может вредить Вашему здоровью». При проведении рекламных акций учитываются все требования, указанные в ФЗ «О рекламе».

«Сыктывкар пиво»

Компания предоставляет полную и достоверную информацию о продукте с указанием потребительских свойств пива, а также информации о возможных негативных последствиях его неумеренного потребления. В рекламных материалах не используется информация, способная ввести потребителя в заблуждение (недостоверные результаты научных исследований, статистические данные, научная или наукообразная терминология), не допускается обращение к молодежи и лицам младше 18 лет.

Реклама содержит предупреждающий знак «Продажа пива несовершеннолетним запрещена».

“SUN InBev”

Before they are approved, all advertising drafts pass stringent examination for compliance with the Russian advertising legislation, the Company's principles of self-regulation and the Code of Honor of Russian Brewers.

The Company does not target advertising to audiences under 18 years of age, nor does it refer to competitive businesses in its advertising materials.

Marketing materials and events of SUN InBev must not create an impression that consumption of beer is important to achieve social or personal success.

“PINO”

In its promotional messages, the Company does not tolerate direct addresses to citizens under 18 years of age. All advertising materials carry the warning: “Abuse of Beer Is a Health Hazard”. Our advertising actions comply with all provisions of the “Advertising” federal act.

“Siktivkarpivo”

The Company provides complete and reliable information about its product, stating consumer properties of beer, and information about possible adverse consequences of its abuse. Advertising materials do not use any information that may be misleading for the customer (unconfirmed results of science research, statistics, science jargon or sophisticated terms), or direct addresses to young people under 18 years of age.

Advertising carries the warning sign “Beer May Not Be Sold to Minors”.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная Звезда»

В рекламе пива компания использует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, не проводится прямая зависимость между потреблением пива и повышением социального статуса человека, а также уровнем его физического или умственного развития, исключено обращение к лицам моложе 18 лет.

«Балтика»

16 июня 2010 года, накануне праздника по случаю 20-летнего юбилея компании, компания объявила о начале выпуска продукции, на упаковке которой содержится надпись, предупреждающая о вреде чрезмерного потребления пива. Надпись занимает не менее 10% от площади этикетки на бутылке или боковой поверхности алюминиевой банки и содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и знак «После 18 — Продажа пива несовершеннолетним запрещена», разработанный и утвержденный Союзом российских пивоваров. Кроме этого, все рекламные материалы, выпускаемые в поддержку брендов компании, содержат специальный знак «+18» («Продажа пива несовершеннолетним запрещена»). Абсолютно все маркетинговые коммуникации компании ориентированы на аудиторию старше 18 лет.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

In its advertising materials, the Company uses the warning about the hazards of abuse of beer; there is no statement of direct correspondence between consumption of beer and high social status, and the level of personal physical or intellectual development; there is no direct address to persons under 18 years of age.

“Baltika”

On the eve of the festivities to celebrate the 20th anniversary of the Company, on June 16, 2010, Baltika announced that it had begun making products with warning signs that alert the consumer to the hazards of beer abuse. The caption takes at least 10% of total area of the label on the bottle or the side surface of the tin, and contains a warning about the hazards of beer abuse, with a sign “18+: Beer May Not Be Sold to Minors”, designed and approved by the Union of Russian Brewers. In addition, all advertising materials used to support the Company’s brands contain the special sign “18+” (“Beer May Not Be Sold to Minors”). Absolutely all marketing messages of the common are targeted to the audience above 18 years of age.

6

Экология и охрана окружающей среды

Ecology and Protection of Natural Environment

Политика пивоваренных компаний в области экологии и ресурсосбережения
Environmental and Resource Saving Policy of Brewing Companies

Энергоэффективность и ресурсосбережение
Power Efficiency and Resource Saving

Отходы производства
Industrial Waste

Развитие экологической культуры населения, благоустройство регионов
Promotion of Environmental Awareness and Local Improvements

Взаимодействие с экологическими организациями и общественностью
Interaction with Environmentalists and Public

Компании пивоваренной отрасли следуют политике ведения бизнеса на долгосрочной основе. Одним из ключевых направлений такой политики устойчивого развития является деятельность компаний по сохранению окружающей среды и постоянному снижению воздействия производства на экологию.

The companies of the beer brewing industry it here to the policy of business continuity. One of the key directions of this policy of sustainable development is the companies efforts to preserve the natural environment and continuously reduce the industrial impact on the natural ecology.



Сотрудники компании «САН ИнБев» на субботнике «Нам здесь жить!» в Курске.

Employees of the company, "SUN InBev" on the "clean day" — "We live here!".

В 2010 году компании — участники отчета продолжили реализовывать экологические проекты по основным направлениям: водоохранные проекты, охрана атмосферного воздуха, ресурсо- и энергосбережение, оптимизация обращения с отходами.

During 2010, the reporting companies continued implementing their environmental projects along the main directions: water protection projects, air protection, resource and power saving, optimized waste handling.

При производстве и реализации пива расходуются разные ресурсы — вода, сырье, электрическая и тепловая энергия и образуются отходы — сточные воды, выбросы CO₂ в атмосферу, твердые отходы (кеги, стеклянные бутылки, алюминиевые банки, пластиковые бутылки и т.д.).

Manufacturing and sales of beer consume such resources as water, material, electric and thermal power, and produce waste: sewage water, CO₂ emissions, solid wastes such as kegs, glass bottles, tin cans, plastic bottles, etc.

Соответственно, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду, пивоваренные компании постоянно совершенствуют технологии производства, внедряют новое оборудование, находят новые пути минимизации затрат энергии и новые способы утилизации твердых отходов.

Компании — участники отчета на регулярной основе проходят сертификацию и ресертификацию программ экологического менеджмента на соответствие стандарту ISO 14001. Многие компании имеют внутренние стандарты оценки и контроля экологической ситуации на производстве.

Пивоваренные компании взаимодействуют с экологическими общественными организациями и участвуют в совместных проектах в регионах своего присутствия. Наряду с экологической деятельностью компании ведут просветительскую работу среди населения, направленную на повышение экологической культуры граждан.

Therefore, to minimize their environmental impact, breweries never stopped improving their production technologies, install new equipment, and find new ways to minimize power costs and new methods to utilize solid waste.

The reporting companies regularly pass certification and repeated certification of their environmental management programs for compliance with ISO 14001. Many companies have corporate standards for evaluation and control of the environmental situation during production.

The brewing companies interact with public environmental organizations and participate in joint projects in their respective regions of presence. Along with environmental activities, the companies conduct awareness campaigns, in order to raise the environmental culture among citizens.

Политика пивоваренных компаний в области экологии и ресурсосбережения

Environmental and Resource Saving Policy of Brewing Companies

В 2010 году пивоваренные компании продолжили развитие и реализацию политики экологической безопасности производства и охраны окружающей среды.

«Балтика»

Компания проводит различные мероприятия по повышению энергоэффективности, в том числе внедряет проекты в области использования альтернативных источников энергии.

In 2010, the brewing companies continued developing and implementing their policy in environmental safety of production and protection of the natural environment.

“Baltika”

The Company conducts various activities to raise power efficiency, including objects implemented in the field of alternative power sources.

В 2010 году на самарском и ярославском заводах компании был реализован проект по использованию биогаза в качестве топлива в котельной. В результате внедрения подобных проектов экономится природный газ и снижается воздействие на окружающую среду.

Заводы компании с целью минимизации воздействия на окружающую среду внедряют системы оборотного и повторного водоснабжения, оптимизируют использование и переработку упаковочных материалов.

In 2010, the Company's Samara and Yaroslavl breweries implemented a project to utilize biogas as fuel for the boiler house. Such projects save natural gas and reduce impact on the environment.

To minimize environmental impact, the Company's breweries adopt systems of recirculating and recycled water supply, and optimize use and processing of packing materials.

В 2010 году пивоваренные компании продолжили развитие и реализацию политики экологической безопасности производства и охраны окружающей среды.

In 2010, the brewing companies continued developing and implementing their policy in environmental safety of production and protection of the natural environment.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В 2010 году компания внедрила новую форму ведения бизнеса на долгосрочной основе, определив для всех направлений своей деятельности ключевые цели по сохранению окружающей среды и формированию социальной стабильности в обществе.

Инструментом нового подхода стала стратегическая программа устойчивого развития Brewing a Better Future (Варим пиво — создаем будущее), которая представляет четкий план компании по достижению цели стать самым «зеленым», то есть самым социально ответственным производителем пива в мире, к 2020 году. Для реализации этой цели компания придерживается трех долгосрочных приоритетов: улучшать влияние деятельности компании на окружающую среду, улучшать условия работы и жизнедеятельности сотрудников и общества и укреплять положительную роль пива в обществе.

“Heineken Breweries”

During 2010, the Company introduced a new form of continuity business, with key goals determined for all business activities to preserve the natural environment and build social stability.

Used as a tool for the new approach is the strategic program of sustainable development: Brewing a Better Future. The program represents the companies clear plan to achieve the goal of becoming the greenest – the most socially responsible — brewer in the world by year 2020. To achieve this goal by 2020, the Company at here is to three long-term principles: improving corporate impact on the environment; improving working conditions and life standards for the employees and the community; and strengthening positive role of beer in the society.

В рамках данных приоритетов разработан ряд инициатив, среди которых: быть «зеленым пивоваром» — внедрять экологически безопасные технологии в производство, применять на практике «зеленую коммерцию» — при дистрибуции и продвижении продукции на рынке использовать экологически безопасные технологии, привлекать сотрудников к этой программе и проявлять заботу о людях и окружающей среде.

«САБМиллер РУС»

Использование производственных отходов для вторичной переработки позволяет значительно снизить нагрузку на окружающую среду. Компания приняла участие в разработке Технологического регламента производства компоста из осадков очистных сооружений производственных сточных вод с органосодержащими наполнителями. В дальнейшем компост используется для производства органических удобрений.

As part of these priorities, a series of initiatives has been developed that includes: being a green brewer — adopting environment friendly technologies, practicing green commerce — using environment friendly technologies for distribution in promotion of our product on the market, get our employees involved in the program, and take care of people and the environment.

“SABMiller RUS”

Recycling of industrial waste helps to considerably reduce the load on the environment. The Company has participated in the development of the Technological Regulation to make compost of sediments from treatment facilities for production wastewater containing organic fillers. The compost is subsequently used to produce organic fertilizers.

Энергоэффективность и ресурсосбережение **Power Efficiency and Resource Saving**

Внедрение ресурсосберегающих технологий при производстве — это вклад пивоваренных компаний в охрану окружающей среды и решение общечеловеческих проблем. В 2010 году компании — участники отчета продолжали совершенствовать технологии, способствующие минимизации энергозатрат, потребления водных и иных ресурсов, снижению выбросов CO₂ в атмосферу.

Пивоваренный завод Майкопский

На заводе проводится ряд мероприятий по энергосбережению: работы по строительству и монтажу новой трансформаторной подстанции, реконструкции и замене электрических сетей, внедрению программ по энергосбережению.

By adopting resource saving technologies in production the brewing companies contribute to protection of the environment and solution of global problems. In 2010, the reporting companies continued honing their technologies that minimize consumption of power, water and other resources, and reduce CO₂ atmospheric emissions.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

The brewery uses various power saving activities: construction and installation of a new transformer substation, retrofitting and replacement of electric supply lines, introduction of a power saving program.

«САН ИнБев»

В 2010 году компания на 8% сократила потребление воды на 1 гектолитр пива — с 4,41 Гл/Гл до 3,81 Гл/Гл. Цель компании — уменьшить в перспективе этот показатель до 3,5 Гл/Гл. Одним из проектов, направленных на снижение потребления воды, стала программа «Водный шериф», которая стартовала 22 марта, в Международный день воды, на всех производственных площадках компании.

Компания переработала 96% отходов, что на 5% больше по сравнению с предыдущим годом.

«Дека»

Деятельность по энергосбережению и энергоэффективности на производстве компания осуществляет в соответствии с рекомендациями теплотехнической инспекции Энергонадзора, полученными по итогам обследования завода на предмет тепло- и электропотребления.

Внедрение схемы пароснабжения и конденсатоотвода, проведенное при реконструкции завода с учетом этих рекомендаций, дало возможность экономить от 15 до 30% потребляемого на выработку тепла природного газа.

Также в процессе реконструкции были проведены два мероприятия — организация полного технического учета воды и технического учета электрической энергии по всем участкам и подразделениям завода. Это позволило экономить от 10 до 20% воды и электрической энергии.

«Североуральский пивзавод»

С целью экономии тепловой и электрической энергии на предприятии внедрена система оборотного водоснабжения холодильно-компрессорного цеха, охлаждения бродительных чанов.

“SUN InBev”

In 2010, the Company reduced consumption of water by 8% per hectoliter of beer, from 4,41 Hl/Hl to 3,81 Hl/Hl. The Company's objective in perspective is to reduce the figure to 3,5 Hl/Hl. One of the projects designed to reduce consumption of water is the Water Sheriff program launched on March 22 — the International Day of Water — on all production sites of the Company.

The Company recycled 96% of its waste, or 5% more than during the previous year.

“Deka”

The Company's activities for power saving and efficiency of production are in compliance with recommendations issued by the local heating supervision inspection office after examination of the brewery's heating and power consumption.

The system of steam supply and condensate removal installed during retrofitting of the brewery based on the above recommendations gave a 15 to 30% reduction of natural gas consumption for heating.

The retrofitting also included organization of complete technical accounting of water and electric power in all sections and subdivisions of the brewery, resulting in a 10 to 20% reduction in consumption of water and electric power.

“Severouralskiy pivzavod”

To save thermal and electric power, the brewery has adopted a system of circulating water supply in the refrigeration-compressor shop and refrigeration of fermenting vats.

«Балтика»

Энергосбережение — важная часть экологической политики компании.

В рамках работы по энергосбережению в 2010 году компания разработала специальную внутреннюю программу «Энергия лидеров», которая направлена на сокращение издержек как в основном производстве, так и при производстве энергоносителей, и в первую очередь призвана развивать у сотрудников бережное отношение к расходу энергоресурсов. В 2010 году было собрано более 400 предложений по увеличению энергоэффективности компании от 300 сотрудников, вовлеченных в программу; большая часть предложений находится на стадии реализации.

“Baltika”

Power saving is an important component of the Company’s environmental policy.

As part of its power saving activities in 2010, Baltika designed a special corporate program ‘Energy of the Leaders’ to cut costs both for main production and for fuel production, primarily as an effort to promote careful attitude to power consumption among the employees. In 2010, more than 400 proposals were submitted by 300 employees involved in the power saving program, and most of the proposals are currently at the stage of implementation.

В марте 2010 года российские пивовары приняли Кодекс коммерческих коммуникаций.

In March 2010, the Russian Brewers have adopted the Commercial Communication Code

В 2009 – 2010 годах в целях оптимизации энергопотребления на трех заводах компании в Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и Туле были установлены АСУТП — автоматические системы управления технологическими процессами. АСУТП позволяет производить расчет зависимости потребления энергоресурсов от работы основного оборудования, сокращать расходы энергоресурсов, визуализировать параметры работы оборудования с целью снижения рисков выхода из строя за счет отслеживания внештатных ситуаций, архивирования данных.

Заслуги компании в области энергосбережения в 2010 году были отмечены национальной премией «Берегите энергию!», организованной по инициативе Правительства Москвы и проходящей при поддержке Министерства энергетики РФ и Российского Энергетического Агентства.

During 2009 – 2010, to optimize power saving, automated process control systems (APCS) were installed in three breweries that the Company owns in Rostov on Don, St. Petersburg and Tula. The systems can calculate dependence on energy resource consumption on main plant operation, reduce consumption of color resources, visually represent equipment parameters in order to lower the risk of failure thanks to timely tracked emergencies and archiving of data.

For its contribution to power saving in 2010, the Company received “Save Power!” national award initiated by the Moscow city government and supported by the RF Ministry of energy and the Russian Energy Agency.

Для снижения объемов потребления свежей воды и объемов сточных вод заводы компании переходят на внедрение систем оборотного и повторно используемого водоснабжения. Филиалы компании внедряют локальные проекты по снижению водопотребления — применение сухой смазки транспортеров, оптимизация работы бутылкомоечных машин, сбор использованной воды с линий розлива и использование в холодильно-компрессорной установке и т.п.

To reduce consumption of fresh water and wastewater emissions, the company's breweries now are switching to the systems of water recirculating and recycling. The Company's branches implement local projects to reduce consumption of water: use of dry lubricants on conveyors, optimizing operation of bottle washers, recovery of used water from bottling lines for subsequent use in the refrigeration-compressor unit, etc.



«САБМиллер РУС»

Внедрение ресурсосберегающих технологий на предприятиях компании позволило сократить объемы потребляемой воды при производстве 1 л пива на 2% по сравнению с 2009 годом.

«Томское пиво»

Компания ежегодно разрабатывает мероприятия по энергосбережению, которые включены в общий план мероприятий по охране окружающей среды и энергосбережению. В процессе производства значительно снизился удельный показатель водопотребления — с 4,6 л на 1 литр готового продукта в 2009 году до 3,9 л на 1 литр в 2010 году.

Несмотря на рост производства, газопотребление осталось на том же уровне, что и в 2009 году, а удельный показатель расхода газа составил 0,029 тыс. куб. м на 1 л готовой продукции.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Филиал «Патра» (Екатеринбург)

Вода

На предприятии осуществляется вторичное использование горячей воды варочного цеха (после охлаждения сусла) для производства пива (подача в заторный котел, на технужды варочного цеха), в системе ГВС (горячего водоснабжения); в качестве исходной воды в котельной.

Электроэнергия

Проводятся мероприятия по отключению резервных трансформаторов, исключению потерь холостого хода трансформаторов.

Тепло

Произведена изоляция паровых задвижек в тепlopунктах, котельной; введено в эксплуатацию устройство циркуляции очищенной воды через охладитель выпара в котельной. Заменены конденсатоотводчики, что повысило объем сбора конденсата.

“SABMiller RUS”

Adopted power saving technologies at the Company’s breweries helped to reduce consumption of water per 1 L. of beer by 2% compared to 2009.

“Tomskoye pivo”

The Company annually develops power saving activities included in the action plan for environmental protection and power saving. Specific consumption of water for production has been reduced considerably from 4,6 per 1 L. of ready product in 2009, to 3,9 per 1 L. in 2010.

Even as production grows, consumption of gas remains at the same level as in 2009, while specific consumption of gas was 0,029 thousand cubic meters per 1 L. of finished product.

“Heineken Breweries”

Patra Branch (Ekaterinburg)

Water

Hot-water (after wort cooling) in the brewing shop is recycled to produce beer (supply to the mash tank, service needs of the brewing shop), in the hot water supply system; and as source water in the boiling house.

Electric energy

Activities underway to disconnect standby transformers, and prevent transformer idling.

Heating

Steam valves have been insulated in heating stations and the boiler house; a purified water circulation unit has been put into operation through the vapor condenser in the boiler room. Condensate taps have been replaced resulting in better condensate collection.

Филиал «АМУР-ПИВО» (Хабаровск)

Электроэнергия

За счет открытия команды TPM (Total Productive Management) была достигнута существенная экономия электроэнергии, в среднем 10000 кВт/ч в месяц. Также при минимальных потребностях в холодоснабжении посредством отключения аммиачных компрессоров экономия электроэнергии составила в среднем 12000 кВтч в месяц.

Вода

Возврат воды с ринзера линии ПЭТ (полиэтилентерефталат) на участок водоподготовки экономит 300 – 520 м³ воды в месяц, возврат и вторичное использование горячей воды сварочного цеха экономит 450 м³ воды в месяц.

Тепло

Понижение давления в паровой сети до 1 – 3 кгс/кв. см при остановке производства экономит до 340 Гкал в месяц, а установка регулятора давления пара на складе горючесмазочных материалов котельной экономит 680 Гкал в год. Использование электрообогрева вместо пароспутников на водозаборных скважинах дает экономию тепла в 390 Гкал в год.

AMUR-PIVO Branch (Khabarovsk)

Electric energy

The established TPM (Total Productive Management) team achieved considerable economy of electric power 10,000 KWH on the average monthly. With minimum needs in cold supply, deactivation of ammonia compressors gave economy of 12,000 KWH on the average monthly.

Water

Returning water from the rinser of the PET (polyethylene-terephthalat) to the water treatment area saves 300 – 520 m³ monthly; recycled and reused hot water from the brewing shop saves 450 m³ monthly.

Thermal energy

Lower pressure in this theme system down to 1 – 3 kgf/cm² during production shut down saves up to 340 GCal monthly, while a steam pressure controller installed at the fuel/lubricant warehouse for the boiler house saves 680 GCal annually. Use of electric heating rather than steam lines at the water intake wells saves 390 GCal every year.

Новая энергосберегающая котельная на заводе «Сибирская Пивоварня Хейнекен» в Новосибирске.

New energy-saving boiler in the factory «Siberian Heineken Brewery» in Novosibirsk.



*Филиал «Сибирская Пивоварня Хейнекен»
(Новосибирск)*

Тепло

На заводе состоялся запуск энергосберегающей котельной, в строительство которой было инвестировано более 128 млн рублей. Современные технологии котельной позволяют сократить потребление природного газа до 10 раз, благодаря чему в 10 раз сокращаются выбросы CO₂ в атмосферу. При этом усовершенствованная система водоподготовки и более эффективная система повторного использования воды гарантируют сокращение потребления воды в десятки раз.

Вода

Реализован проект по использованию воды после ринзера на ополаскивание бутылки и внесены изменения в программы моек цилиндрических танков, за счет чего на 20% снизился расход воды.

Электроэнергия

Экономия электроэнергии достигнута за счет изменения объема охлаждаемого пространства на складе хмеля.

Филиал «Волга» (Нижний Новгород)

Вода

Сокращение потерь воды на линиях розлива. Вода с ринзера повторно используется для ополаскивания бутылок после блока розлива.

Тепло

Изоляция паровой арматуры на пивоварне дала экономию 5% теплоэнергии от годового потребления.

*Heineken Siberian Brewery Branch
(Novosibirsk)*

Thermal energy

The brewery commissioned a power saving boiler house that cost more than one printed a million rubles to build. Modern heating technologies reduce consumption of natural gas up to 10 times, also reducing CO₂ emissions in the same proportion. The improved water treatment system and a more efficient water recycling system guarantee reduced consumption of water by scores of times.

Water

A project has been commissioned that reuses water after the rinser to wash bottles, with changes to cylinder-conic washing tank programs, resulting in 20% decrease in water consumption.

Electric energy

Power saving is achieved thanks to smaller volumes of refrigerated space in the hop warehouse.

Branch «Volga» (Nizhniy Novgorod)

Water

Lower losses of water in the bottling lines. Water from the rinser is reused to wash bottles after the bottling unit.

Heating

Insulation of steam valves in the brewery wery saves 5% of annual heat-consumption.

Электроэнергия

Экономия электроэнергии достигнута за счет отключения с ноября по март резервного трансформатора в РТП (распределительная трансформаторная подстанция), что исключает потери холостого хода; проведена чистка конденсаторных установок для удаления водного камня с поверхностей трубок конденсаторов и закрытия команды по процедуре запуска и остановки линий розлива в стекло и ПЭТ (для исключения электрических потерь холостого хода).

*Филиал «Пивоварня Хейнекен Байкал»
(Иркутск)*

Электроэнергия

В целях энергосбережения в филиале проведен ряд мероприятий:

- запуск системы охлаждения гликоля наружным воздухом в зимний период дает сокращение потребления электроэнергии до 55%;
- увеличение температуры гликоля на машине Grasso с -6°C до $-4,5^{\circ}\text{C}$ дает эффективность 0,15 кВт/Гл;
- произведено сокращение потребления электроэнергии по воздушному отделению с 3,06 кВт/Гл до 1,87 кВт/Гл;
- монтаж изоляции на испарители, трубы и танки хранения спиртового раствора дало экономию 0,13 кВт/Гл;
- использование для отопления цилиндрико-конических танков централизованной системы отопления, эффективность — 0,1 кВт/Гл;
- восстановление изоляции на трубопроводах пара и арматуре, эффективность — 1,1 МДж/Гл;
- снижение температуры в СГП (складе готовой продукции) с 15°C до 10°C , эффективность 6 МДж/Гл.

Electric energy

Power saving is achieved the cast the standby transformer in the distribution transformer substation was disconnected from November to March, preventing losses of idling. Condensation units were cleaned out to remove solid sentiments from inner surfaces of the condenser tubes, and to close the command in the procedure that starts and shuts down the bottling lines with glass and PET containers (to prevent idle run electric losses).

Baikal Heineken Brewery Branch (Irkutsk)
Electric energy

The branch has a number of power saving activities:

- use of outdoors air intake in the glycol cooling system during winter saves up to 55% of electric power consumption;
- raising glycol temperature on the Grasso units from -6°C to $-4,5^{\circ}\text{C}$ saves 0,15 KW/HL;
- electric power saving has been achieved in the air intake from 3,06 KW/HL two 1,87 KW/HL;
- insulation on evaporators, pipes and storage tanks for alcohol solution gave economy of 0.13KW/HL;
- use of cylinder-conic tanks in the central heating system saves 0,1 KW/HL;
- restored insulation on steam pipelines and valves saves 1,1 MJ/HL;
- lowering temperature from 15°C to 10°C in the finished product warehouse gives economy of MJ/HL.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» (Санкт-Петербург)

Вода

Проведены мероприятия по повышению эффективности использования воды:

- использование воды после ПЭТ ринзера для ополаскивания бутылок после укупора и подпитка градирни ПЭТ компрессора;
- включение ополаскивания бутылок в моечной машине по мере выхода бутылок (при запуске);
- переврезка датчиков наличия пены на пеноотделителях;
- удаление неиспользуемых зон (снижение времени промывки труб горячей водой);
- изменение программы промывки на линиях розлива (использование рекуперированной воды на первое ополаскивание).

Тепло

- соединение системы ГВС (горячего водоснабжения) с танками горячей воды на водоподготовке;
- изоляция паровых труб и труб горячей воды привело к снижению теплопотерь.

Электроэнергия

Проведены мероприятия по повышению энергоэффективности производственных процессов: модернизирована система освещения в коллекторной цилиндрико-конических танков и помещениях ЦКТ (по уровням); разделено освещение на складе материалов и в цехе розлива на зоны; снижено давление воды после водоподготовки на цех розлива; модернизирована система управления насосами; введено автоматическое отключение конвейеров при остановке оборудования на линиях розлива; снижено давление воздуха на 0,6 бар.

Heineken Brewery Branch (St. Petersburg)

Water

Activities to raise efficiency of water consumption:

- water after the PET rinser is reused to wash bottles after capping and refill the PET cooling tower for the compressor;
- activation of water rinsing in the washing unit as bottles come out (after start);
- reinstalled foam sensors on foam separators;
- removing unused zones (shorter time to purge pipes with hot water)
- change of purging program on bottling lines (use of recovered water for the first run)

Heating

- the hot water supply system is connected to the hot water tanks at the water treatment;
- insulation on steam pipes and hot water pipes reduced heating losses.

Electric energy

Activities to raise power efficiency of production processes: upgraded system of lighting in the cylinder-conic tank collector room and tank rooms (by levels); zoned lighting in the materials warehouse and the bottling shop; lower pressure in the water line after water treatment for the bottling shop; upgraded system of pump control; automated tripping of containers when equipment stocks on the bottling line; reduced air pressure by 0,6 bar.

Филиал «Шихан» (Стерлитамак)

Электроэнергия

Экономия электроэнергии достигнута с помощью:

- отключения 7 резервных трансформаторов на подстанциях 10/0,4 кВ (исключены потери холостого хода);
- внедрения точечного освещения рабочих мест на машинах в цехе розлива, снижения интенсивности общего освещения;
- установки датчиков движения и освещенности для автоматического включения/отключения освещения в переходах розлива и на лестничной площадке административного здания;
- замены ламп накаливания на энергосберегающие лампы по административному корпусу (коридоры, туалеты, вестибюль, лестничные площадки), галерея (переходы) розлива, паросилового цех;
- замены в паросиловом цехе сетевого насоса (горячая вода на отопление) 132 кВт на 55 кВт;
- установки в паросиловом цехе частотного преобразователя на питательный насос (подача воды на котлы) 55 кВт;
- замены в системе горячего водоснабжения в цехе производства пива насоса горячей воды с 11,0 кВт на 7,5 кВт.

Вода

Экономия воды достигнута благодаря замене арматуры (задвижек, вентилей) по северному вводу, трубопровода по внутриплощадочной сети филиала (снижение утечек).

Тепло

Отказ от использования тепловой энергии на газификаторе CO₂ (работа газификатора через теплообменники, использование холода для охлаждения оборотной воды на воздушные компрессоры).

Shikhan Branch (Sterlitamak)

Electric energy

Power saving has been achieved thanks to the following activities:

- disconnection of 7 standby transformers on the 10/0,4 KW substations (preventing idling losses);
- use of point lights on machine workplaces in the bottling shop, with less intensive general lighting;
- installed motion detectors and light detectors to automatically turn on/off lights in the bottling sections and stairs of the office building;
- replaced incandescent lights with power saving ones in the office building (corridors, toilet rooms, lobby, stair flights), the bottling gallery (sections), the steam power shop;
- service pump in the steam power shop (hot water for heating) replaced from 132 KW to 55 KW;
- frequency converter installed in the steam power shop for the feed pump (water to boilers) for 55 KW;
- hot water pump in the hot water supply system of the beer shop replaced from 11,0 KW to 7,5 KW.

Water

Economy of water achieved after valves were replaced on the north-side intake line and in-premises pipelines in the brewery (fewer leaks).

Heating

No consumption of thermal energy by the CO₂ gasifier (the gasifier works through heat exchanger is, using cold to cool circulating water for air compressors).

Филиал «Компания ПИТ» (Калининград)

Электроэнергия

Экономия электроэнергии достигнута с помощью установки частотного преобразователя на насос водоснабжения завода и его настройки на минимальное необходимое давление для производства; перевода всей системы водоснабжения технической воды на один насос (вместо трёх); установки датчиков движения и освещенности для автоматического включения/отключения освещения в переходах розлива и на лестничных маршах административных и производственных зданий и замены ламп накаливания на энергосберегающие.

Вода

Экономия воды достигнута за счет отказа от использования накопительных емкостей в третьем лагере, все водоснабжение переведено на одну емкость 600 м³.

Тепло

На заводе отказались от системы горячего водоснабжения и установили проточные нагреватели в самых необходимых местах и душевых, ввели режимную карту работы системы отопления в зависимости от уличной температуры.

PIT Company Branch (Kaliningrad)

Electric energy

Economy of electric power achieved thanks to a frequency converter installed on the general water supply pump, set to minimum required pressure for production; the entire service water supply system was reduced to one pump (instead of three); motion and light detectors installed to automatically turn on/off lights in the bottling sections and stair flights of the office and production buildings; incandescent lamps replaced with power saving ones.

Water

Economy of water achieved after accumulation thanks are no longer used in the third section; all water supply uses the same 600 m³ tank.

Heating

The plant no longer uses its hot water supply system; now running water heaters are installed where necessary and in shower rooms; the use of the heating system now depends on the out doors temperature.

Отходы производства

Industrial Waste

Различные отходы образуются не только при производстве пива, но и при его транспортировке и потреблении. Пивоваренные компании осуществляют комплексный подход к минимизации, утилизации и переработке отходов на всех этапах. Переработка и вторичное использование — основные направления политики компаний по минимизации объемов отходов и снижению воздействия на окружающую среду. Так, например, пивная дробина используется сельхозпроизводителями на корм скоту и в качестве удобрения.

Waste is generated not only by production of beer, but also during its shipment and consumption. Breweries practice a comprehensive approach to minimize, utilize and recycle waste at every stage. Recycling and reuse are our companies' key directions in order to minimize volumes of waste and reduce environmental impact. For example, beer pellet waste is sold to farmers who use it as cattle fodder and fertilizers.

Непищевые отходы — упаковка, целлофан, кеги, паллеты, стеклянные и пластиковые бутылки, алюминиевые банки и др. – собираются, складываются и направляются на специализированные предприятия для утилизации или вторичной переработки.

Inedible waste such as package, cellophane, kegs, pallets, glass and plastic bottles, tin cans etc. are collected, stored and sent to specialized contractors who utilize or recycle them.

Переработка и вторичное использование — основные направления политики компаний по минимизации объемов отходов и снижению воздействия на окружающую среду.

Recycling and reuse are our companies' key directions in order to minimize volumes of waste and reduce environmental impact.

«Славянка»

Для уменьшения негативного воздействия на окружающую среду введена в эксплуатацию установка по сбору и вторичному использованию углекислого газа.

«Дека»

Компанией заключены договоры с лицензированными организациями на утилизацию (захоронение) и переработку отходов (полиэтиленовые и бумажные отходы).

«САБМиллер РУС»

Активное внедрение проектов вторичного использования отходов пивоваренного производства позволило компании в 2010 году увеличить долю вторичного использования отходов на 2,5% по сравнению с 2009 годом. Значительная часть производственных отходов теперь активно используется в сельском хозяйстве как эффективная кормовая добавка и удобрение.

Проведена реконструкция очистных сооружений ливнево-дренажных сточных вод на заводе в Калуге и введены в эксплуатацию очистные сооружения на заводе в Ульяновске, что существенно повысило степень очистки сточных вод.

“Slavianka”

To reduce negative impact on the environment, a unit has been commissioned to collect and reuse carbon dioxide.

“Deka”

The has signed agreements with licensed contractors to utilize (bury) and recycle its waste (used polyethylene and paper).

“SABMiller RUS”

Active implementation of projects that reuse brewing wastes helped the Company in 2010 to increase the proportion of reused waste by 2,5% compared to 2009. A substantial part of industrial waste now is actively used in farming as efficient additive to fodder and fertilizer.

Wastewater treatment plant has been retrofitted at the Kaluga brewery; water treatment have been commissioned for operation in the Ulyanovsk brewery, considerably improving the quality of wastewater.

«ПИНО»

На предприятии разработан Проект нормативов образования отходов и лимитов на их размещение. Проведена инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу и реализуется Проект нормативов ПДВ (предельно допустимых выбросов). Получена лицензия на размещение и транспортировку отходов.

«Балтика»

Компания использует мощные системы переработки сырой дробины, образующейся после варки и процеживания ячменного суслу. Сухая гуща из оболочек зерна является полезной кормовой добавкой в молочном и мясном животноводстве. Подобное использование пивной дробины позволяет снижать издержки на утилизацию отходов производства и вероятность неблагоприятного воздействия на окружающую среду.

В 2010 году завершены монтаж и наладка декантеров на заводах в Санкт-Петербурге, Воронеже и Челябинске, стартовал аналогичный проект в Хабаровске. Оборудование по обезвоживанию отработанного кизельгура (материала для промышленной фильтрации пива) установлено в рамках экологической программы компании. Новые декантерные установки помогают уменьшить нагрузку на окружающую среду за счет сокращения объема и массы отработанного кизельгура, который также может служить сырьем для других производственных отраслей.

Компания оптимизирует использование и переработку упаковочных материалов с целью минимизации воздействия на окружающую среду. Так, с целью увеличения доли оборотной бутылки в производственном процессе в 2010 году компания продолжила работу по проекту «Оборотная бутылка». Доля оборотной бутылки, используемой для целей производства, в 2010 году составила около 36%. Для повышения сбора бутылки компания разработала и предложила поставщикам

“PINO”

The Company has developed a draft regulation on generation of waste and utilization limits. Inventory has been taken to keep record of all sources of atmospheric pollutants, with implemented draft regulation on maximum permissible limits. License has been received to place and transport industrial waste

“Baltika”

The Company uses powerful systems to recycle raw grain produced after brewing and sifting of the barley malt. Dry meal of grain husks is a useful additive to fodder in dairy and meat farming. Such use of beer pellets reduces the costs of industrial waste utilization and the probability of negative environmental impacts.

Installation and setup of decanting units was completed in 2010 in St. Petersburg, Voronezh and Chelyabinsk; a similar project was launched in Khabarovsk. Equipment to dehydrate used fossil meal (used for filtration of beer on industrial scale) has been installed as part of the company's environmental activities. The new decanting units reduce the load on the environment by reducing the volume and mass of used fossil meal that can be reused as raw material in other industrial facilities.

The Company has optimized use and recycling of packing materials to minimize environmental impact. For example, to increase the proportion of recycled bottles in its production processes in 2010, the Company continued its activities under the Recycled Bottle project. The share of recycled bottles used in production during 2010 amounted to approximately 36%. To raise the proportion of recycled bottles, the Company has designed and presented to

специальную адресную программу приемных пунктов, находящихся в различных регионах страны. В результате количество пунктов приема стеклотары в 2010 году увеличилось на 30% по сравнению с 2009 годом.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Логистические подразделения компании в России разработали документацию для обоснования своей деятельности по обращению с отходами, получили лимиты на размещение отходов и стали контролировать размещение отходов и их количество.

Филиал «Шихан» (Стерлитамак) заключил договоры на передачу отходов производства пива на предприятия животноводства для корма скоту.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» (Санкт-Петербург) заключил договор на продажу использованных дрожжей на предприятие по заготовке кормов для животных.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» (Санкт-Петербург) — в местах, где хранятся и производятся операции с щелочью и кислотой, установлены специальные поддоны, предотвращающие попадание их в канализацию в случае их разлива.

Филиал «Сибирская Пивоварня Хейнекен» (г. Новосибирск) запустил в работу новую энергосберегающую котельную, что позволило предприятию сократить потребление природного газа, воды и значительно уменьшить количество выбросов CO₂ в атмосферу.

its suppliers are special target program of recycling centers in different regions nationwide. As a result, the number of senators that accepts used glass containers rose by 30% in 2010 compared to the previous year.

“Heineken Breweries”

The Company’s logistic subdivisions in Russia have developed documentation to support their waste handling activities, obtained waste placement quotas, and now controlled the quantities of placed waste.

Shikhan Branch (Sterlitamak) signed contracts to sell beer waste to be used as fodder in cattle farming.

Heineken Brewery Branch (St. Petersburg) signed a contract to sell used yeast to producers of cattle fodder.

Heineken Brewery Branch (St. Petersburg) has installed special trays to prevent escape of alkali and acids to the public sewage in areas where they are used.

Heineken Siberian Brewery Branch (Novosibirsk) has commissioned a new power saving boiler house that reduced consumption of natural gas and water, and significantly cut CO₂ emissions to the atmosphere.

«Томское пиво»

Предприятие в сотрудничестве с компанией «Чистый мир» начало передавать на вторичную переработку стеклобой от тёмного стекла, фильтр-картон, использованный после процесса фильтрации пива, мешки бумажные б/у (бывшие в употреблении) от кизельгура. До сентября 2010 года эти отходы вывозились на полигон ТБО (твёрдых бытовых отходов).

«САН ИнБев»

В настоящее время компания готовит к вводу в эксплуатацию очистные сооружения в Клину, Омске и Ангарске, строительство которых находится на завершающей стадии. В реализацию этих проектов уже инвестировано более 40 млн долларов США.

В результате предпринятых усилий компании удалось достичь снижения выбросов углекислого газа — баланс CO₂ был улучшен на 5,46% по сравнению с 2009 годом.

Компания переработала 96% отходов, что на 5% больше, чем в предыдущем году.

В планах компании — строительство водочистных сооружений в Перми, на которых для обработки 100% исходящих объемов воды будет использована комбинация анаэробных и аэробных биологических процессов. В этот проект планируется инвестировать более 10 млн долларов США.

“Tomskoye pivo”

Jointly with Chistiy Mir Co., the Company now delivers for recycling broken tinted glass, cardboard used for beer filtering, used paper bags after fossil meal. Until September 2010, such waste was buried in the solid waste dump.

“SUN InBev”

Currently the Company is preparing for commissioning the treatment plants in Klin, Omsk, and Angarsk that have now entered the concluding stage of construction. More than US \$40 million has been invested into these projects.

The Company's activities have achieved an improvement in CO₂ emissions: the CO₂ balance was 5,46% better than in 2009.

The Company has recycled 96% of its waste, or 5% more than during the previous year.

The Company intends to build water treatment facilities in Perm, where a combination of anaerobic and aerobic processes will be used to treat 100% of released water. More than US \$10,000,000 is expected to be invested in the project.

Развитие экологической культуры населения, благоустройство регионов

Promotion of Environmental Awareness and Local Improvements

Пивоваренные компании не только осуществляют проекты по обеспечению экологической безопасности собственного производства, но и инвестируют средства в экологические программы и благоустройство регионов присутствия.

«Североуральский пивзавод»

Предприятие на регулярной основе проводит экологические субботники по уборке территории завода и улиц города Североуральска (Свердловская область).

«Балтика»

В августе и сентябре 2010 года прошла экологическая акция, организованная брендом питьевой воды «Живой ручей». В ней приняли участие более 420 добровольцев, которые очистили берега водоемов в Москве, Ярославле, Воронеже, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Самаре. Было собрано и вывезено около 120 м³ мусора, оставленного отдыхающими за лето. В Ростове-на-Дону в четвертый раз прошел социальный конкурс по благоустройству дворов «Любимый дворик», участники которого провели уборку городских дворов и субботник в городском парке им. Чуковского.

Челябинский филиал компании принял участие в городской целевой программе «Двор–2010» — в Советском районе были благоустроены детские площадки. Также в городе в очередной раз прошла акция по уборке реки Миасс от мусора: добровольцы при участии профессиональных дайверов очистили русло и набережную реки.

Not only do the brewing companies implement projects to ensure environmental safety of their own production, they also invest in environmental programs and improvements in the regions of their presence.

“Severouralskiy pivzavod”

The Company regularly has volunteer cleanup activities to clean its own premises and the streets of Severouralsk (Sverdlovsk Oblast).

“Baltika”

In August and September 2010, an environmental action was organized by the Zhivoy Ruchey potable water brand. It involved more than 420 volunteers who cleaned up river banks and latex in Moscow, Yaroslavl, Voronezh, St. Petersburg, Rostov on Don, and Samara. They collected and moved more than 120 m³ of garbage after the summer. In Rostov on Don, the fourth social contest took place for community yard improvements, when the participants cleaned up condominium yards and collected garbage in Chukovskiy public park.

The Company's branch in Chelyabinsk participated in the municipal target program Dvor-2010: children's playgrounds were improved in Sovietskiy district of the city. Also in Chelyabinsk, the volunteers assisted by professional divers cleaned up garbage from the embankment and riverbed of the river Miass.

В центральном городском парке Красноярска в честь 135-летия пивоваренного завода «Балтика» было посажено 40 саженцев яблонь.

На территории Заельцовского парка культуры и отдыха Новосибирска в рамках программы «Чистые парки города» были установлены дизайнерские урны для мусора, оформленные сотрудниками компании и студентами архитектурных вузов города.

В Ярославле компания стала спонсором городского конкурса «Ярославль в цвету», приуроченного к 1000-летию города.

In the central municipal park of Krasnoyarsk, 40 apple tree saplings were planted to celebrate 135 anniversary of Baltika breweries.

In Zayeltsovskiy Culture and Recreation Park of Novosibirsk, as part of the Clean City Parks program, beautiful garbage bins were installed that for designed by the Company's employees and architecture students of the local colleges.

In Yaroslavl, the Company sponsored the municipal competition "Yaroslavl in Blossoms" to celebrate 1000 years from the city's foundation.



Экологическая акция по очистке берегов водоемов, организованная брендом «Живой ручей» компании «Балтика».

Environmental action to clean up the shores of reservoirs, organized by a brand "Live Stream" of the "Baltika Brewing Company".

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В 2010 году в Иркутске на заводе «Пивоварня Хейнекен Байкал» были подведены итоги очередного этапа и определены новые задачи образовательного экологического проекта «Чистые Берега Байкала». Проект стартовал в 2007 г., по инициативе завода «Пивоварня Хейнекен Байкал» при поддержке Правительства Иркутской области, Администрации Ольхонского района и при участии «Прибайкальского Национального Парка».

С 2010 г. проект «Чистые Берега Байкала» реализуется в рамках стратегической программы устойчивого развития «Варим пиво — создаем будущее». Основная цель проекта — формирование экологической культуры жителей и гостей региона.

“Heineken Breweries”

In 2010 in Irkutsk, Baikal Heineken Brewery summed up the results of another stage and set new objectives for the environmental education Project “Clean Shores of Baikal”. The project was launched in 2010 by initiative of Baikal Heineken Brewery, supported by the Irkutsk Oblast government, administration of Olkhonskiy Rayon, and with assistance from the “Baikal National Park”.

Since 2010, “Clean Shores of Baikal” Project has been part of the strategic program for sustainable development “Brewing Our Future”. The main goal of the project is to promote environmental culture among the local citizens and visitors to the region.



Образовательный экологический проект завода «Пивоварня Хейнекен Байкал» — «Чистые берега Байкала».

Educational Environment Project of the “Heineken Brewery Baikal” factory — “Pure shores of Lake Baikal”.

В перечень мероприятий входит не только очистка территории острова группой волонтеров, прошедших специально обучение, но и работы просветительского характера среди отдыхающих на о. Ольхон. На острове Ольхон и побережье Малого моря установлены информационные щиты и указатели, информирующие граждан о важности сохранения чистоты берегов Байкала.

«САН ИнБев»

В 2010 году компания приняла участие во Всемирном дне экологии. В Омске совместно со студией «Скворечник» компания открыла выставку, которая направлена на продвижение бережного отношения к окружающей среде. В Иваново прошел конкурс детского рисунка. В Курске сотрудники компании целую неделю передвигались на велосипедах. В Волжском сотрудники завода очистили берег реки Ахтуба, а в Клину к очистке местного водоема привлекли даже водолазов.

The list of activities includes not only efforts to clean the island by a team of specialists trained volunteers, but also educational activities targeted at tourists who come to the island of Olkhon. Special information boards and science now have been installed on the island and near the water line reminding about how important it is to keep clean the shores of Baikal.

“SUN InBev”

In 2010, the Company participated in the International Day of the Environment. In Omsk, jointly with the Skvorechnik art design studio, the Company opened an exhibition that promotes careful attitude to the natural environment. A children's drawing contest was held in Ivanovo. In Kursk, the company's employees used bicycles to move around for a week. In Volzhskiy, employees of the brewery cleaned the banks of the river Akhtuba, while in Klin they hired divers to clean the local lake.

Взаимодействие с экологическими организациями и общественностью

Interaction with Environmentalists and Public

Как и в предыдущие годы, пивоваренные компании продолжили активное сотрудничество с экологическими общественными организациями и фондами. Компании принимали активное участие в совместных экологических проектах и акциях, что позволило сделать эти мероприятия более массовыми, привлечь к участию в них широкие слои населения, особенно молодежь, а также сотрудников компаний. Такое сотрудничество бизнеса и общества способствует формированию экологической культуры наших граждан.

Just as all the years before, the brewing companies continued active cooperation with environmental public organizations and foundations. They were actively involved in joint environmental projects and actions. Helping to expand their scale and involved citizens from all walks of life, particularly young people, and their own employees. Such partnership between business and public promotes environmental culture among our citizens.

«САБМиллер РУС»

Сохранение питьевой воды и обеспечение доступа населения к чистой воде — важная задача, в решение которой компания, как социально-ответственная, вносит свой вклад.

В 2010 году компания успешно запустила долгосрочный социальный проект «Обустроим родники вместе!». Целью данного проекта является обустройство родников, расположенных на территориях Ульяновской, Калужской областей и Приморского края, обеспечение доступа к чистой питьевой воде для местных жителей. Объем социальных инвестиций в проект в 2010 году составил 1 млн 700 тыс. рублей. Основными партнерами экологической инициативы «Обустроим родники вместе!» выступили Всероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи», региональные органы исполнительной власти, администрации муниципальных образований, оказавшие значительную организационную поддержку, при активном участии местных экологических структур.

В 2010 году были обустроены 6 родников и 2 колодца. Более 100 тыс. человек в год будут пользоваться водой из благоустроенных родников.

Все благоустроенные родники расположены вблизи сельских и городских поселений, которые до момента реализации проекта имели острую потребность в обеспечении населения чистой питьевой водой.

В 2011 году компания совместно с Российским союзом молодежи продолжит реализацию данного долгосрочного социального проекта и профинансирует обустройство более 10 родников.

“SABMiller RUS”

Preserving potable water sources and ensuring public access to clean water is an important mission to which the Company contributes as a socially responsible player.

In 2010, the Company successfully launched a long-term social project “Jointly Improving the Springs”. The purpose of the project is to improve access to springs in Ulyanovsk, Kaluga and Primorye regions, and making clean potable water available for local citizens. The project received 1,700,000 rubles of social investments during 2010. The main partners of the project “Jointly Improving the Springs” have been the Russian Public Organization “Russian Young People’s Union”, regional executive governments and municipal administrations, who gave great support, actively assisted by local environment protection agencies.

In 2010, the project improved six springs and two wells. More than 100,000 persons will have access to water from improved springs every year.

All improved springs are located near rural and urban communities that had experienced acute shortage of clean potable water before the project.

In 2011, jointly with the Russian Young’s People Union, the Company is going to continue with this long-term social project, and finance works to improve 10 more water springs.

«Балтика»

27 марта 2010 года сотрудники всех заводов компании в России от Санкт-Петербурга до Хабаровска поддержали международную акцию Всемирного фонда дикой природы (World Wildlife Fund – WWF) «Час Земли». Цель акции — привлечь внимание общества к проблеме глобального потепления и изменения климата. В день проведения акции ее участники на один час отказываются от использования электричества, чтобы снизить выброс парниковых газов в атмосферу.

Компания поддержала конкурс «Экостиль», организованный в Санкт-Петербурге Северо-Западным Зеленым Крестом и Общероссийским движением зеленых. В 2010 году в конкурсе приняли участие журналисты, а их работы, освещающие деятельность общественных экологических организаций региона, публиковались в печатных или электронных СМИ в течение года.

На базе хабаровского филиала была проведена Экологическая конференция, посвященная Всемирному дню воды, с участием студентов экологических специальностей хабаровских вузов, представителей природоохранных и общественных организаций.

Среди студентов был проведен конкурс работ на тему сохранения водных ресурсов Земли «Перспективный эколог». Лучших авторов определяли преподаватели Тихоокеанского государственного университета, Дальневосточного государственного гуманитарного университета, представители завода «Балтика-Хабаровск», эксперты-экологи из Управления Росприроднадзора по Хабаровскому краю, регионального Амурского бассейно-водного управления, краевого Управления охраны окружающей среды и Центра права окружающей среды.

“Baltika”

On March 27, 2010, employees of all Baltika breweries in Russia, from St. Petersburg to Khabarovsk, supported the international action of the World Wildlife Fund: the Earth Hour that tried to shift public focus on the problem of global warming and climate change. On the day of the action, its participants refused to use electric power for one hour in order to reduce atmospheric emissions of greenhouse gases.

The Company supported Ecostyle contest organized in St. Petersburg by the Northwestern Green Cross and the Russian Green Movement. In 2010, the contest published reports by journalists covering the activities of public environmental organizations in the region, in the printed media or web-based media.

The Khabarovsk branch hosted the Environmental Conference dedicated to the International Day of Water, involving environmental students of local colleges, and representatives of governmental and public environmental organizations.

A contest among college students was conducted for the best essay about preservation of water resources on planet Earth: Future Ecologist. Best writers were named by faculty from the Pacific State University, Far Eastern State Humanities University, representatives of Baltika-Khabarovsk brewery, ecology experts from the Khabarovsk Nature Supervision office, the regional Amur River Basin Navigation Department, regional Environment Protection Department, and Environmental Legislation Center.

«САН ИнБев»

В 2010 году компания присоединилась к проекту «Гринпис Россия» — «Зеленый офис». Проект направлен на экономию ресурсов — электроэнергии, воды, тепла и отдельный сбор отходов.

«Томское пиво»

Компанией оказана спонсорская поддержка в проведении экологической акции «Городским рекам — чистые берега», организованной Томской студенческой экологической инспекцией (ТЭСИ) им. Л.Блинова.

В апреле–мае были проведены субботники по очистке городских улиц, расположенных рядом с территорией предприятия, а также территорий школ Кировского района Томска с привлечением школьников.

Оказана спонсорская помощь Общероссийской общественной организации Российской Академии Экологии (РАЭ) в проведении городского праздника — Дня воды.

Оказана помощь студентам вузов Томска, будущим специалистам-экологам для прохождения практики на предприятии. В 2010 году практику прошли студенты Томского государственного педагогического университета и Томского университета систем управления и радиоэлектроники.

«Пивзавод»

Предприятие приняло участие в экологической инициативе «Организуем отдых другим и отдохни сам» по созданию и дальнейшему благоустройству мест общественного отдыха. Работники предприятия расчистили родник и привели в порядок территорию вокруг него, установили скамейки для отдыха.

“SUN InBev”

In 2010, the Company joined the Green Office project launched by Greenpeace Russia. The purpose of the project is to save resources: electric power, water, heating, and separate collection of waste.

“Tomskoye pivo”

The Company has sponsored environmental action “Clean Banks of Urban Rivers” organized by the Tomsk Environmental College Inspection.

During April and May, volunteers assisted by high school students cleaned city streets next to the premises of the Company, and the premises of high schools in Kirov District of the city.

Funds were allocated to sponsor the Day of Water – a city event organized by the national public organization “Russian Environmental Academy”.

Students of local colleges, future environmental specialists, were invited for apprenticeships. In 2010, the Company welcomed apprentices from the Tomsk State Pedagogical University and Tomsk Control and Radio Electronics System College.

“Pivzavod”

The Company participated in the environmental initiative “Rest and Let Rest” to organize and improve areas for public recreation. The employees of the company cleaned a water spring and the adjacent area, and installed seating benches around it.

7

Социально-экономическое партнёрство и благотворительность

Social and Business Partnership and Charity

Партнерство с органами власти
Partnership with the Government

Партнерские проекты с общественными
организациями
Partner Projects with Public Organizations

Благотворительные и социальные проекты
Charitable Social Projects

Развитие регионов присутствия, формирование благоприятной социальной среды, партнерство с органами власти, общественностью, СМИ и другими заинтересованными сторонами — основы устойчивого развития как пивоваренной отрасли, так и общества в целом.

В 2010 году пивоваренные компании продолжили реализацию и развитие политики частно-государственного партнерства, участвуя в значимых инвестиционных проектах, развитии городской инфраструктуры и поддержке объектов социального назначения.

Пивоваренные компании — участники отчета традиционно оказывают адресную помощь организациям здравоохранения и социальной защиты, культурным, религиозным, научным, спортивным, общественным организациям и нуждающимся в помощи конкретным людям.

В 2010 году на проекты социального партнерства и благотворительности пивоваренные компании направили 160 млн рублей.

Компании пивоваренной отрасли заключают соглашения о социально-экономическом развитии регионов присутствия. На взаимовыгодной основе компании и администрации регионов определяют социальные и экономические обязательства предприятий, условия инвестиционного климата в регионе, а также направления совместной деятельности по развитию экономики и социальной сферы регионов.

Development of the regions of our presence, creation of favorable social environment, partnership with the government, public, mass media and other concerned parties are basis for sustainable development of both the brewing industry and the society as a whole.

In 2010, the brewing companies continued implementation and development of their policy of private-government partnership, as they contributed to significant investment projects, development of urban infrastructure, and support to objects of social relevance.

The reporting brewing companies have traditionally provided target assistance to health and welfare organizations, cultural, religious, science research, sports and public organizations, and to specific individuals in need of aid.

In 2010, the brewing companies spend 106 million rubles in social partnership and charity projects.

The companies of the brewing industry sign contracts on social and economic development in the regions of their presence. On the mutually beneficial basis, the companies and regional governments determine social and economic obligations for the companies, the conditions of investment climate in the area, and directions for their joint activities to develop local economy and welfare systems.

Партнерство с органами власти

Partnership with the Government

Только в сотрудничестве власти, бизнеса и общества компании — участники отчета видят успешный путь экономического развития и социальной стабильности.

«Пивоваренная компания НАШЕ ПИВО»

В 2010 году компанией были реализованы проекты поддержки городской инфраструктуры и объектов социального назначения.

Компания выступила генеральным партнером Года молодежи в Республике Марий Эл.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Компанией заключено соглашение о социально-экономическом сотрудничестве с администрацией г. Чебоксары.

«Балтика»

В 2010 году были продлены соглашения о социально-экономическом партнерстве с правительствами Самарской области и Хабаровского края.

Компания завершила инвестиционный проект по установке и запуску новой баночной линии на заводе «Балтика-Ростов». Мощность линии розлива составляет 60 тыс. пол-литровых и 30 тыс. литровых банок в час. Инвестиции «Балтики» в проект составили 260 млн рублей.

Ввод в эксплуатацию нового оборудования увеличил ассортимент выпускаемой заводом продукции, что придало импульс развитию смежных отраслей на территории области.

The reporting companies maintain that the road to successful economic development and social stability lies through cooperation of the government, business and the public.

“NASHE PIVO Brewing Company”

In 2010, the Company implemented projects to support urban infrastructure and facilities of social significance.

The Company acted as general partner of the year to support young citizens in the Republic of Mari El.

“Cheboksari Brewing Firm “Buket Chuvashii”

The company signed a contract on social and economic cooperation with the municipality of Cheboksari.

“Baltika”

In 2010, contracts on social and economic partnership were extended with the governments of Samara and Khabarovsk regions.

The Company accomplished is investment project to install and commission the new tin-filling line in Baltika-Rostov brewery. The output capacity of the new line is 60,000 half-liter tins and 30,000 one-liter tins every hour. The Company invested 260 million rubles in the project.

The newly commissioned equipment has increased the product range of the brewery and gave an impetus to associated industries in the region.

Александр Носков, заместитель губернатора Ростовской области, сказал на открытии: «Запуск баночной линии стал частью глобальной региональной стратегии по созданию на Дону промышленного пищевого кластера, катализатором процесса привлечения в Ростовскую область новых компаний-инвесторов. Этот проект, над которым «Балтика-Ростов» работала совместно с Агентством инвестиционного развития Ростовской области, — пример успешных действий по восстановлению докризисного роста донской экономики. Для нас также очень важно, что успехи, производственные и инвестиционные планы пивоваренной компании «Балтика» привлекли внимание к региону одного из крупнейших в мире производителей алюминиевой банки — американской компании Ball, которая в итоге свой первый в России завод планирует построить именно на Дону».

At the commissioning ceremony, Alexander Noskov, Deputy Governor of Rostov Oblast, said: "Launching this filling line has become part of the regional strategy to create an industrial foodstuff cluster in the Don area, and acts as a catalyst to attract new investors into the region. This project implemented jointly by Baltika-Rostov and the Agency of Investment Development of Rostov Oblast gives an example of successful activities to recover the pre-crisis growth rate level for the local economy. It is also very important for us that achievements and industrial and investment plans of Baltika breweries have gained the attention of the US-based Ball — one of the world's largest tin can manufacturers, who as a result plans to build their first Russian-based facilities in our region."

В 2010 году на проекты социального партнерства и благотворительности пивоваренные компании направили 160 млн рублей.

In 2010, the brewing companies spend 106 million rubles in social partnership and charity projects.

В рамках соглашения о сотрудничестве с администрацией Ярославской области к 1000-летию Ярославля был произведен капитальный ремонт детской областной клинической больницы.

As part of the partnership agreement with the government of Yaroslavl oblast, the Company financed capital repairs of the regional children's clinical hospital.

Пивоваренный завод Майкопский

Между заводом и Республикой Адыгея в лице Президента республики Тхакушинова А.К. заключено инвестиционное соглашение о государственном стимулировании инвестиционной деятельности по реализации проекта «Реконструкция и модернизация ООО «МПК» Пивоваренный завод Майкопский». Соглашением предусматривается предоставление на срок до трех лет налоговых льгот по налогу на имущество реализуемого инвестиционного проекта.

Pivorarenniy zavod Maykopskiy

An investment agreement has been signed between the Brewery and the Republic of Adygea, represented by its president A.K. Thakushinov. Under the agreement, the government provides incentives for investment activities to implement project "Reconstruction and Modernization of LLC MPK : Maykopskiy Brewery". The agreement provides tax exemptions of up to three years for property used on the investment project.

«САБМиллер РУС»

Новый завод компании в Ульяновске стоимостью 170 млн долларов стал якорным проектом новой индустриальной зоны г. Ульяновска «Заволжье», позволившей областным властям получить в 2010 году дополнительное финансирование из федерального бюджета в размере более 200 млн рублей на строительство объектов инфраструктуры.

В 2010 году компания продолжила реализацию долгосрочных социальных программ поддержки специализированных медицинских учреждений в городах Калуге и Ульяновске. В отчетном году средства компании в размере 3 млн 627 тыс. рублей были направлены на продолжение обустройства школы-интерната для слабослышащих детей № 5 им. Рау и детского противотуберкулезного санатория в г. Калуге, а также проведение ремонта педиатрического отделения Ульяновского областного СПИД-центра.

Компания продолжила работы по восстановлению жилого комплекса школы-интерната для слабослышащих детей № 5 им. Рау и выделила на эти цели 839 тыс. 347 рублей. Продолжены работы по восстановлению жилого комплекса детского противотуберкулезного санатория им. П.Морозова в г. Калуге, на эти цели было выделено 2 млн 658 тыс. рублей.

“SABMiller RUS”

The company's new brewery in Ulyanovsk, where it US \$170,000,000 has become the anchor project for Zavolzhye — the new industrial zone in Ulyanovsk for which the local government in 2010 was able to receive 200 million rubles as additional financing from the federal budget, to build local infrastructure.

In 2010, the Company continued implementation of its long-term social programs to support specialized medical institutions in the cities of Kaluga and Ulyanovsk. During the reporting year, the Company allocated 3,627 thousand rubles to continue improvement of boarding school No. 5 for hearing-impaired children and the children's tuberculosis prevention sanatorium in Kaluga, and to repair the pediatric ward of the Ulyanovsk original AIDS center.

The Company continued its efforts to restore the residential complex of boarding school No. 5 for hearing-impaired children with 839,347 rubles invested. Activities also continued to rebuild the children's tuberculosis prevention sanatorium in Kaluga: 2,658,000 rubles invested.



*Отремонтированный фасад
лечебного корпуса детского
противотуберкулезного сана-
тория в Калуге. Компания
«САБМиллер РУС».*

*Repaired of a medical center
building for child antituberculous
health resort in Kaluga.
“SABMiller RUS”*

Благодаря этим социальным инвестициям в санатории прошли лечение 2457 детей, 97% которых были полностью вылечены. Компания не раз получала благодарности от Правительства Калужской области за вклад в развитие системы здравоохранения региона.

Общий объем финансовой помощи данному лечебному учреждению за все время реализации долгосрочной программы составил 24,4 млн рублей.

В 2010 году компания, реализуя один из глобальных приоритетов устойчивого развития («Предотвращение распространения ВИЧ/СПИД»), продолжила социальную программу поддержки Ульяновского областного центра по профилактике и борьбе со СПИДом и инфекционными заболеваниями (СПИД-центр) и профинансировала работы по проведению ремонта в педиатрическом отделении на сумму 130 тыс. рублей.

Thanks to these charitable investments, the sanatorium was able to provide treatment to 2,457 children, of whom 97% were completely rehabilitated. The Company has repeatedly been commended by the government of the region for its contribution to development of the health-care system of Kaluga oblast.

Since the beginning of the long term program, total financial aid to this health-care institution has amounted to 24.4 million rubles.

In 2010, pursuing one of its global priorities of sustainable development ("Prevention of HIV/AIDS"), the Company continued its social program to support the Ulyanovsk original Center for prevention and treatment of AIDS and infectious diseases (the AIDS center), by allocating 130,000 rubles for finance repairs in the pediatric ward.



Главный врач Ульяновского областного СПИД-центра С.Х.Ибрагимова передает новогодние подарки от компании «САБМиллер РУС», ВИЧ-инфицированным детям.

Medical superintendent of Ulyanovsk region AIDS Center S.Kh.Ibragimova brings New Year presents from "SABMiller RUS" to HIV-positive children.

В результате реализации проекта 1365 детей из группы риска теперь смогут проходить диагностику в обособленном здании центра — отремонтированном отделении педиатрии.

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная Звезда»

В 2010 году компанией заключено соглашение о социально-экономическом партнерстве с Агентством спорта, туризма и молодежной политики Сахалинской области. Предприятие поддерживает спортивные мероприятия, проводимые Агентством.

«Томское пиво»

Компания входит в группу градообразующих предприятий Томской области и активно участвует в развитии инфраструктуры города, объектов здравоохранения, культуры и спорта, оказывает «адресную» социальную поддержку малообеспеченным категориям граждан.

В 2010 году компанией был завершен крупный проект по благоустройству г. Томска, который длился на протяжении двух лет, — обустройство Сквера пивоваров. Торжественное открытие Сквера пивоваров и памятника Томским пивоварам прошло при участии губернатора Томской области Виктора Кресса и мэра Томска Николая Николайчука.

Губернатор Томской области Виктор Кресс: «Томское пиво» — один из крупнейших налогоплательщиков Томской области. Но особое спасибо работникам предприятия за заботу о томичах. Вот этот замечательный сквер — один из образцов такой заботы. И очень бы хотелось, чтобы и другие крупные томские предприятия брали в этом смысле пример с «Томского пива».

На постоянной основе финансовую поддержку на проведение ремонтных работ и укрепление материально-технической базы получают все школы Кировского округа города Томска — их восемь.

As a result of the project, 1,365 children from the risk group will not be able to be diagnosed in a separate building of the Center: the recently repaired pediatric ward.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

In 2010, the Company signed an agreement on social and economic partnership with the Agency for sports, tourism and youth policy for Sakhalin oblast. The Company supports sports events hosted by the Agency.

“Tomskoye pivo”

The Company is among the key employers in the region, actively involved in development of the urban infrastructure, facilities for healthcare, culture and sports; it provides target social aid to low-income categories of citizens.

In 2010, the Company concluded a large project to improve the city of Tomsk that took two years to conclude: the Brewers Square. Inauguration of the Brewers Square and monument of Tomsk Brewers was attended by the Tomsk Oblast Governor Viktor Kress and Mayor Nikolai Nikolaichuk.

Said the Tomsk Oblast Governor Viktor Kress, “Tomskoye Pivo is among the largest taxpayers in the area. We highly appreciate the Company’s charitable activities, and this wonderful square is a fine example. It would be great that other large local businesses followed your example”.

On a regular basis, financial aid for repairs and current costs is given to all eight schools in the Kirov district of the city, who have received

На эти цели было выделено 210 тыс. рублей. Детскому саду № 31 предприятие помогло приобрести оргтехнику на сумму 45 тыс. рублей для применения развивающих программ. Предприятием была оказана помощь в размере 100 тыс. рублей семьям, пострадавшим в 2010 году от наводнения на территории области.

Стоматологической поликлинике № 2 было выделено 100 тыс. рублей в качестве финансовой помощи на приобретение профильного оборудования. 50 тыс. рублей выделено на ребенка из малообеспеченной семьи для лечения за рубежом. Другому ребенку было выделено 50 тыс. рублей на спецпитание.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В конце 2010 года на заседании Инвестиционного Совета при Губернаторе Нижегородской области проекту «Реконструкция пивоваренного завода «Волга» (г. Нижний Новгород) был присвоен статус «приоритетный инвестиционный проект Нижегородской области».

a total of 210,000 rubles. The Company purchased 45,000 rubles worth office equipment for kindergarten No. 31 with child-oriented software. The Company allocated 100,000 rubles as aid to families affected by the 2010 flood in the area.

Dental polyclinic No. 2 received 100,000 rubles as financial aid to purchase profile equipment. 50,000 rubles was donated to a child from a low income family for medical treatment abroad. Another child received 50,000 rubles for special nutrition.

“Heineken Breweries”

At the end of 2010, at the meeting of the Investment Council under the Governor of Nizhny Novgorod oblast, the project “Retrofitting of Volga Brewery” (Nizhny Novgorod) was awarded the status of “priority investment project of Nizhny Novgorod oblast”.



Филиал «Шихан» ООО «ОПХ» (г. Стерлитамак) осуществил строительство новогоднего детского городка в микрорайоне Юго-Западный.

Филиал «Пивоварня Хейнекен Байкал» (г. Иркутск) в рамках реализации образовательного экологического проекта «Чистые Берега Байкала» (стартовал в 2007 году) совместно с администрацией Ольхонского района провели первый этап мероприятий по сохранению памятника природы на острове Ольхон — знаменитой скалы Шаманка, которая является визитной карточкой озера Байкал.

Филиал «Патра» ООО «ОПХ» (г. Екатеринбург) по договору с Администрацией города произвел благоустройство заводской территории, положив асфальтовое покрытие, обустроив автобусное кольцо, проложив пешеходные дорожки и газоны с насаждениями.

«САН ИнБев»

В 2010 году были подписаны соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с руководством Иркутской, Курской областей и Пермского края.

Компания осуществляет строительство очистных сооружений в Клину, Омске и Ангарске. В строительство инвестировано более 40 млн долларов США.

В апреле 2010 г. компания открыла очередной год социальной программы «Нам здесь жить!» весенними субботниками. Сотрудники предприятий, их семьи, горожане, представители местных органов власти и общественных организаций вместе вышли на улицы Клина, Иваново, Курска, Волжского, Саранска, Новочебоксарска, Перми, Омска и Ангарска для приведения их в порядок после долгой зимы.

Shikhan Branch LLC OPKh (Sterlitamak) built a New-Year children's playground in Southwestern Estate.

Baikal Heineken Brewery Branch (Irkutsk) acting under the environmental awareness project "Clean Shores of Baikal" (launched 2007) jointly with the administration of Olkhon Rayon, hosted the first stage of the program to preserve the natural monument on the island of Olkhon: the famous Shamanka Rock known as the visit card of the lake of Baikal.

Patra Branch LLC OPKh (Yekaterniburg) acting under a contract signed with the municipal administration has made improvements on the premises, laid tarmac payment and organized a city bus route, with pedestrian walkways and beds of green grass.

“SUN InBev”

In 2010, agreements were signed on social and economic partnerships with the governments of Irkutsk, Kursk and Perm regions.

The Company is building sewage facilities in the cities of Klin, Omsk, and Angarsk, with a total investment of US \$40 million.

In April 2010, the Company organized volunteer spring cleaning to start another year of its social program "That's Where We Live!" Employees, their families, citizens and representatives of the local government and public organizations jointly went out to the streets of the cities of Klin, Ivanovo, Kursk, Volzhskiy, Saransk, Novocheboksarsk, Perm, Omsk, and Angarsk to pretty up the streets after the long winter.

«ПИНО»

Компания является участником регионального соглашения № 1–3 «О минимальной заработной плате в Краснодарском крае» (с 2008 года) и отраслевого соглашения по агропромышленному комплексу Краснодарского края на 2009—2011 годы.

«Североуральский пивзавод»

Заключено трехстороннее соглашение между предприятием, профсоюзом и администрацией города Североуральск по социальным вопросам.

«Эфес»

Казанский завод тесно сотрудничает с республиканскими органами занятости населения. В мае 2010 года в соответствии с Постановлением Министерства труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан по резервированию рабочих мест для граждан в возрасте от 18 до 20 лет из числа выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования был принят на работу один выпускник учебного заведения, не имеющий трудового стажа, и тем самым была выполнена установленная постановлением квота.

“PINO”

The Company is a party to regional agreement No. 1–3 “On minimum wages in Krasnodar Krai” (since 2008), and industry-level agreement on the agro-industrial complex of Krasnodar Krai for the years 2009—2011.

“Severouralskiy pivzavod”

A three-party agreement has been signed between the Company, the trade union and the city government of Severouralsk to regulate social issues.

“Efes”

The Kazan-based brewery closely co-operates with the Republican employment agencies. In May 2010, according to the regulation of the Ministry of Employment, Labor and Social Welfare of the Republic of Tatarstan, requiring that jobs should be reserved for citizens aged between 18 and 20 from among graduates of intermediate and high occupational schools, one graduate without working experience was hired for employment, thereby meeting the quota required by the regulation.

Партнерские проекты с общественными организациями

Partner Projects with Public Organizations

«САБМиллер РУС»

Долгосрочная программа поддержки и развития молодежного предпринимательства «Молодежный бизнес России», реализуемая компанией совместно с международной общественной организацией «Международный фонд лидеров бизнеса» (IBLF), призвана материально поощрить талантливых молодых предпринимателей в возрасте от 18 до 25 лет, предоставить им возможность реализовать на практике свои интересные и неординарные бизнес-идеи.

В 2010 году благодаря программе «Молодежный бизнес России» более 40 молодых предпринимателей смогли успешно открыть собственное дело в Калужской области и Приморском крае. На территории Ульяновского региона проект также активно поддерживала местная автономная общественная организация «Региональный центр поддержки и сопровождения предпринимательства», которая организовала и провела для 203 местных начинающих предпринимателей курс обучающих семинаров.

“SABMiller RUS”

The long term program to support and develop young citizens enterprise – “Young Business of Russia” — that the Company implements jointly with the international public organization “International Business Leaders Foundation” has the purpose to create material incentives to talented young entrepreneurs aged between 18 and 25 лет, giving them opportunities to practically realize their interesting and unique business ideas.

In 2010, thanks to the Young Business of Russia program, more than 40 young entrepreneurs were able to start their own businesses in Kaluga and Primorye regions. In Ulyanovsk region, the project received active support from the local autonomous public organization “Regional Center for Support and Assistance to Entrepreneurship”, which organized and hosted a series of workshops for 203 local start-up business owners.



Программа поддержки молодых предпринимателей «Молодежный бизнес России». Менеджер по внешним связям ульяновского филиала ООО «САБМиллер РУС» А. Кузнецов вручает молодому предпринимателю А. Сенину сертификат на получении целевого гранта в размере 300 тыс. рублей на реализацию проекта открытия пекарни в сельском районе области.

Program of support for young businessmen “Youth business in Russia”. PR-manager of Ulyanovsk sub-office LLC “SABMiller RUS” A.Kuznetsov presents young businessman A. Senin scholarship certificate for 300 thousands rubles for implementation of a project of opening a bakery in the back district of the region.

Объем социальных инвестиций в данный проект в 2010 году составил 2 млн рублей.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В рамках глобальной программы концер-на Heineken «Формирование культуры ответ-ственного употребления пива» в 2010 году компания продолжила в России финанси-рование проекта «Служба «Телефон экстренной психологической помощи» (ТЭПП). Служба была организована Институтом психотерапии и консультирования «Гармония» в 1989 году.

С 2009 года компания является партнером еще одного проекта Института «Гармония» — «Я за себя отвечаю», который представляет собой программу первичной профилак-тики употребления алкоголя среди несовер-шеннолетних и формирования у подрост-ков ответственного отношения к вопросам употребления алкоголя. В 2010 году пилот-ный проект программы был реализован в школе № 643 Московского района Санкт-Петербурга.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» оказал под-держку Санкт-Петербургскому благотвори-тельному актерскому фонду Николая Симо-нова, занимающемуся организацией и по-становкой театральных и оперных пред-ставлений, концертов и прочих сцениче-ских выступлений, а также поддержкой ве-теранов сцены.

«САН ИнБев»

В 2010 году компания традиционно под-держивала местные социальные инициати-вы и общественно важные проекты — Дни города, весенние субботники, культурно-спортивные мероприятия. В Иркутске «САН ИнБев» выступила партнером международ-ного Байкальского экономического форума. В г. Волжском компания оказала помощь в реконструкции Драматического театра и го-родской площади, в создании современной медицинской палаты для ветеранов войны.

Total social investments in this project during 2010 amounted to 2 million rubles.

“Heineken Breweries”

Under Heineken’s global program “Promoting Culture of Responsible Consumption”, the Company during 2010 continued financing of the project “Psychological Emergency Care Service Telephone”, organized by the Institute of psychotherapy and consulting ‘Harmony’ in 1989.

Since 2009, the Company has acted as partner under another project with “Harmony” Institute: “I am responsible for myself” – a program of initial mea-asures to prevent alcohol abuse among teenagers and promote responsible attitude to use of alcohol. In 2010, a pilot project under the program was implemented in School 643, Moskovs-kiy District of St. Petersburg.

Heineken Breweries branch provided assistance to the St. Petersburg charitable actors foundation of Nikolai Simonov that organizes and stages theater and opera shows and supports veterans of histrionic art.

“SUN InBev”

In 2010, the Company traditionally provided support to local public initiatives and social significant proj-ects, such as the city day, spring cleaning day, cultural and sports events. In Irkutsk, the Company acted as partner for the International Bai-kal Economic Forum. In Volzhskiy, the Company gave financial aid to reconstruct the Drama Theater, a city square, and contributed to the newly established medical ward for World War II veterans.

«Балтика»

27 марта 2010 года сотрудники всех заводов компании в России от Санкт-Петербурга до Хабаровска поддержали международную акцию Всемирного фонда дикой природы (World Wildlife Fund – WWF) «Час Земли». Цель акции — привлечь внимание общества к проблеме глобального потепления и изменения климата.

«ПИНО»

Компания сотрудничает с Новороссийским городским историческим обществом. Общество учредило ежегодную Общественную премию имени Н.Н.Раевского-младшего. Это единственная в городе премия, отражающая высшие достижения граждан города в сфере науки, культуры, образования и общественной деятельности.

«Эфес»

В Новосибирске компания сотрудничает с «Немецким культурным центром».

“Baltika”

On March 27, 2010, employees of all Baltika breweries in Russia, from St. Petersburg to Khabarovsk, supported the international action of the World Wildlife Fund: The Hour of the Earth, as an effort to place the public focus on the problem of global warming and climate change.

“PINO”

The Company cooperates with the Novorossiysk History Society that instituted the yearly Rayevskiy Public Award — the only award in the city to celebrate citizens' achievements in science, culture, education and public activism.

“Efes”

In Novosibirsk, the Company cooperates with the German Cultural Center.

Благотворительные и социальные проекты

Charitable Social Projects

Оказание адресной помощи нуждающимся и социально незащищенным слоям населения, государственным и общественным организациям социальной и культурной сферы из года в год является объектом особого внимания пивоваренных компаний.

«Эфес»

В августе 2010 года Казанский завод внес в «Республиканский Фонд «Возрождение»» денежные средства в сумме 2 млн рублей на осуществление деятельности по возрождению памятников истории и культуры на территории Республики Татарстан.

Target aid to the less fortunate and socially challenged citizens, governmental and public organizations engaged in welfare and culture — this is focus of special attention for the brewing companies from year to year.

“Efes”

In August 2010, the Kazan brewery contributed 2 million rubles to the Republican Foundation ‘Vozrozhdeniye’ to finance its efforts to restore monuments of history and culture in the Republic of Tatarstan.

«САБМиллер РУС»

Компания поддержала областную социальную акцию «Помоги собраться в школу» в г. Ульяновске. В преддверии начала нового учебного 2010 года компания подарила 40 комплектов школьных принадлежностей детям из многодетных и малообеспеченных семей. Адресная помощь была оказана ученикам младших классов средней школы № 75, расположенной в микрорайоне Новый город Заволжского района г. Ульяновска.

В рамках продолжения программы социальных инвестиций в конце декабря было подарено 55 новогодних подарков детям из многодетных и малообеспеченных семей этой же школы, продемонстрировавшим хорошие результаты в учебе.

“SABMiller RUS”

The Company supported the original welfare action “Aid to Students” in Ulyanovsk. Before the 2010 academic year, the Company made gifts of 40 school kits to children from large and low-income families. Target aid was given to primary students in school No. 75 of Noviy Gorod estate of Zavolzhskiy district in Ulyanovsk.

As the program of social investment continued, 55 new year gifts were distributed in late December in the same school among children from large and low-income families to reward them for academic achievements.



Поддержка областной социальной акции «Помоги собраться в школу» в Ульяновске. Подарки малообеспеченным детям школы № 75 от «САБМиллер РУС»

Supporting regional social act “Help children to get prepared for the school” in Ulyanovsk. Presents for lower-income children from School №75 from “SABMiller RUS”.

В канун Нового 2011 года компания подарила 110 новогодних подарков ВИЧ-инфицированным детям, состоящим на учете в Ульяновском областном СПИД-центре.

On the New Year’s Eve in 2011, the Company distributed 110 gifts among HIV-infected children registered with the Ulyanovsk regional AIDS Center.

«Пивзавод»

Предприятие приняло участие в проведении праздника «Сабантуй» и ежегодной зональной спартакиаде инвалидов, ежеквартально оказывало помощь сотрудникам РОВД Мелеузовского района, находящимся на службе в Чеченской Республике, предоставляло корм для лошадей конно-спортивного центра «Тулпар».

«Томское пиво»

В компании традиционно проводился праздник для детей сотрудников, приуроченный ко Дню защиты ребенка.

В 2010 году в честь юбилея Победы был обновлен мемориал, посвященный работникам «Томского пива», погибшим на фронте, вручены юбилейные медали в честь 65-летия Победы.

“Pivzavod”

The Company participated in the Sabantuy holiday and the annual zonal contest of disabled athletes; aid was provided monthly to the officers of the Meleuz Rayon Police Department dispatched for service to the Chechen Republic; the Company also purchased fodder for the horses of Tulpar equestrian center.

“Tomskiye pivo”

The Company traditionally organized festivities for children of its employees on the day of the child.

In 2010, to celebrate the Victory Day anniversary, the Company refreshed the memorial dedicated to the employees of Tomskiye Pivo fallen in action, and anniversary medals were awarded to celebrate 65 years of the Great Victory.



В 2010 году в честь юбилея Победы был обновлен мемориал, посвященный работникам компании «Томское пиво», погибшим во время Великой Отечественной Войны.

Memorial dedicated to workers of “Tomskiye Pivo” factory, died during the Great Patriotic War.

«Балтика»

Помощь от компании получило челябинское городское общественное движение помощи больным онкологическими заболеваниями детям «Искорка».

К 65-летию Победы в Великой Отечественной войне компания не оставила без внимания ветеранов. Филиал «Балтика-Новосибирск» выступил организатором праздничного концерта мастеров искусств для участников новосибирского общества «Блокадник» и вручил памятные подарки всем ветеранам. Адресную помощь от филиала «Балтика-Ярославль» получили более 400 ветеранов, инвалидов, участников войны и тружеников тыла. В Туле профинансировано восстановление памятного знака «Передний край обороны Тулы».

Компания продолжает оказывать благотворительную поддержку местным спортивным организациям — волейбольному клубу «Динамо» в Хабаровске, гандбольному клубу «Ростов-Дон» в Ростове-на-Дону, клубам по хоккею с мячом — красноярскому «Енисею» и новосибирскому «Сибсельмашу».

В рамках долговременного сотрудничества и поддержки НИИ детской ортопедии им. Г.И.Турнера в Санкт-Петербурге компания профинансировала реконструкцию лабораторного отдела института. Помощь получили также Детский хоспис в Санкт-Петербурге, Центр реабилитации «Дом Надежды на Горе», тульская больница скорой медицинской помощи им. Д.Я.Ваныкина.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

В 2010 году компания стала генеральным спонсором VII Международного фестиваля «Музыкальный Эрмитаж». Ежегодный фестиваль проводится Фондом Эрмитажной Академии музыки и собирает под крышей Эрмитажного театра композиторов и исполнителей различных музыкальных жанров: классика, джаз, этно-фьюжн, фольклор и других.

“Baltika”

The Company provided aid to Iskorka public movement of the city of Chelyabinsk trying to save children with cancer.

To celebrate 65 years from the Victory in World War II, the Company did not forget about the veterans. Baltika-Novosibirsk branch hosted a concert show for the members of Novosibirsk society “Blokadnik”, with memorable gifts presented to each veteran. Target aid from Baltika-Yaroslavl branch was distributed among more than 400 veterans, invalids, warriors and heroes of the home front. In Tula, the Company financed restoration of the commemorative sign ‘Tula Defense Frontline’.

The Company continues providing charitable donations to local sports organizations: Dynamo volleyball club of Khabarovsk, Rostov-Don handball club in Rostov on Don, field hockey clubs: Yenisey of Krasnoyarsk, and Sibselmash of Novosibirsk.

As part of its long-term cooperation and support to the Turner Research Institute of children’s orthopedics in St. Petersburg, the Company financed reconstruction of the institute’s laboratory. Aid was also donated to the children’s hospice of St. Petersburg, rehabilitation center “Dom Nadezhdi na Gore” and Vanikin emergency aid hospital in Tula.

“Heineken Breweries”

In 2010, the Company was the general sponsor of the VII “Musical Hermitage” international Festival, hosted by the Hermitage Academy of Music Foundation that welcomes composers and performers of various musical genres, from classic to jazz to techno fusion to folklore and others.

В 2010 году компания продолжила работу над программой «Прошлое на кончиках пальцев», начатую в 2005 году. Создание программы стало возможным благодаря многолетнему сотрудничеству Государственного Эрмитажа с петербургскими школами-интернатами для слепых и слабовидящих детей. Программа создана с учетом специфики восприятия окружающего мира слепыми и слабовидящими детьми. На занятиях ребятам предоставляется возможность познакомиться с древней историей человека, выступая в роли исследователей. Программа построена на использовании археологических материалов, которые дают возможность воссоздать «облик» определенной эпохи.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» (Санкт-Петербург). Осуществлялось финансирование общественных организаций:

- регионального отделения общероссийской общественной организации «Российский Красный Крест»;
- Санкт-Петербургской общественной организации инвалидов «Спортивный клуб танцев на инвалидных колясках» «Танец на колесах»;
- Санкт-Петербургской региональной организации Всероссийского общества слепых.

Филиал «Шихан» (Стерлитамак). В 2010 году филиалом были осуществлены благотворительные мероприятия и акции:

- поставлена безалкогольная продукция для ГУ «Комплексный центр социального обслуживания населения Стерлитамакского района РБ» и Башкирской Республиканской общественной организации инвалидов Союз «Чернобыль»;

In 2010, the Company continued its activities under the program “The Past at the Fingertips” launched in 2005. The program became possible thanks to the many years of cooperation of the State Hermitage Museum with St. Petersburg boarding schools for blind and visually impaired children. The program has been created to specifically Consider how blind and visually impaired children perceive the world. At the training sessions, the kids have the opportunity to become familiar with ancient history of humanity and act as researches. The program uses archaeological materials that make it possible to recreate the ‘appearance’ of a specific historical era.

Heineken Brewery Branch (St. Petersburg) The branch provided financial aid for public organizations:

- regional chapter of the national public organization Russian Red Cross;
- St. Petersburg public organization of disabled citizens “Wheelchair Athletic Dance Club” — “Wheel Dancing”;
- St. Petersburg regional chapter of the Russian Society of the Blind.

Shikhan Branch (Sterlitamak) In 2010, the branch had the following charitable events and actions:

- soft beverage products were donated to the government-owned “Sterlitamak Welfare Service Center” and Bashkiria Republican public organization of disabled citizens “Chernobyl Union”;

- оказана финансовая помощь городскому Совету ветеранов войны, Федерации международных шашек, местной организации Всероссийского общества слепых и ежегодная финансовая поддержка жительнице г. Стерлитамака Любиной Т.И. для лечения ребенка-инвалида Ефремовой Екатерины.

Финансовую поддержку получили также МБОУ (муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение) «СОШ № 31», МБОУ «СОШ № 17», МАДОУ (муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение) «Центр развития ребенка — детский сад № 56» и МАДОУ «Детский сад № 10».

Филиал «Волга» (Нижний Новгород). Оказана финансовая помощь Государственному учреждению «Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Солнышко», школе-интернату № 8.

Компания приняла участие в акции «Долг памяти» о организации летнего отдыха детей погибших военнослужащих и в акции «Под флагом добра», в рамках которой осуществляется оказание медицинской помощи детям, страдающим тяжелыми заболеваниями.

Филиал «Сибирская Пивоварня Хейнекен» (Новосибирск). Осуществлено финансирование городского праздника Дня Победы (9 мая).

Филиал «Компания ПИТ» (Калининград). Оказана помощь общественным организациям: «Международный Красный Крест», Гуманитарно-благотворительный центр по социальным вопросам мэрии г. Калининграда, Совет Ветеранов Ленинградского района г. Калининграда, УВД по Калининградской области, Общественная организация инвалидов «Шанс», футбольный клуб «Балтика».

- financial aid donated to the local War Veterans Council, International Checkers Federation, local chapter of the Russian Society of the Blind, and annual financial aid to Sterlitamak citizen T.I. Liubina to pay expenses of medical treatment for disabled child Ekaterina Efremova.

Financial aid was also donated to municipal school No. 31, autonomous municipal preschool educational institution No. 56 and municipal kindergarten No. 10.

Volga Branch (Nizhniy Novgorod) Financial aid donated to government-owned Solnishko Social Rehabilitation Center for Teenagers, and Boarding School No. 8.

The Company participated in action Memorable Duty to organize summer vacations for children of fallen heroes, and action "Under the Banner of Goodness" that gives medical aid to children with grave diseases.

Heineken Siberian Brewery (Novosibirsk) Aid provided to finance city festivities on the Victory Day (May 9).

"PIT Company (Kaliningrad)" Aid provided to public organizations: International Red Cross, Kaliningrad Mayor's Humanitarian Charity Center for Social Issues, Veteran Council of Leningradskiy District of Kaliningrad, Ministry of Interior for Kaliningrad oblast, Shans Disabled Organization, and Baltika soccer club.

Ежегодно к праздникам «День пожилого человека», международному Дню инвалида, 9 мая, 23 февраля и 8 марта оказывается помощь в проведении торжественных мероприятий для ветеранов, инвалидов, малообеспеченным семьям, а к 9 мая — помощь ветеранам ВОВ — бывшим работникам завода.

«Дека»

Компания ежегодно организует и проводит концертно-развлекательную программу «Питейный двор» (конкурсы, розыгрыши, лотереи, выступления творческих коллективов) к празднику Масленицы.

В 2010 году компания организовала фестиваль рок-музыки «Декафест» как фестиваль-концерт рок-групп из Великого Новгорода и Санкт-Петербурга.

Ежегодно в середине апреля в Великом Новгороде Администрация города проводит исторический фестиваль «Собор ратных дружин», посвящённый годовщине битвы Александра Невского на Чудском озере. Компания оказывает активную помощь в организации мероприятия.

«САН ИнБев»

В Саранске компания продолжила оказывать поддержку музею Эрзя. В Иваново выступила спонсором кинофестиваля имени Андрея Тарковского «Зеркало» и рок-фестиваля «Антфабрика». В Омске компания продолжила поддержку парка — «сада Комиссарова», спортивного турнира «Вело-Лето», турнира по мини-футболу. В Перми был завершён проект по реконструкции городского сквера.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Оказание спонсорской/благотворительной помощи на строительство культурных заведений (церкви и т.д.), на проведение спортивных и культурных мероприятий, пенсионерам, бывшим работникам предприятия ко Дню пожилых людей и Организации ветеранов войны.

Every year, on such holidays as the Senior Citizens Day, International Day of Disabled, May 9, February 23, and March 8, aid is donated to organize events for veterans, invalids, and low-income families, and also on May 9 to WWII veterans formerly employed by the brewery.

“Deka”

On the annual basis the Company organizes and hosts a show program “Piteyniy Dvor” (contests, drawing, lotto, stage performance) to celebrate the Shrovetide.

In 2010, the Company hosted Dekafest rock music festival that featured bands from Velikiy Novgorod and St. Petersburg.

Every year in mid April in Velikiy Novgorod, the city government convenes a history reconstruction festival “Assembly of Squads” to commemorate the battle won by Alexander Nevsky at the Chudskoe Lake. The Company actively supports the event.

“SUN InBev”

In Saransk, the Company continued supporting the Museum of Erzia. In Ivanovo, it sponsored the Andrey Tarkovsky Cinema Festival “Mirror” and “Antfabrika” rock festival. In Omsk, the Company kept supporting the Komissarov garden house, the Velo-Leto (biking summer) sports competition, and mini-soccer tournament. In Perm, a project was accomplished that reconstructed a city square.

“Cheboksari Brewery Firm “Buket Chuvashii”

Sponsorship/charity donations to build religious institutions (churches etc.), to organize sports and cultural events, aid to retired former employees on the Senior Citizen Day and donations to the War Veterans Organization.

«ПИНО»

Ежегодно оказывается спонсорская помощь детскому дому «Ласточка», Новороссийскому реабилитационному центру «Ромашка», школе для умственно отсталых детей № 9 и краевому фонду социальной защиты.

«Томское пиво»

Совместно с Департаментом Федеральной службы занятости в период летних каникул компания осуществляет трудоустройство детей из малообеспеченных семей для работы на школьных участках. В 2010 году было трудоустроено 60 детей.

В рамках работы Департамента социальной политики города предприятие поддержало инициативу людей с ограниченными возможностями, выделив 30 тыс. рублей на проведение городского семинара. В целом общественным организациям инвалидов была оказана различная помощь в размере 100 тыс. рублей (приобретение спортивной одежды, детских игрушек, оказание помощи по выезду на экскурсии и т.д.).

Помощь в размере 100 тыс. рублей получило отделение «Общероссийского фонда Милосердия и здоровья» на проведение благотворительных акций к 65-летию Победы.

По итогам индивидуальных обращений предприятие помогло оформить подписку на областную газету «Красное знамя» 83 одиноким пенсионерам.

Расходы на социальную деятельность и благотворительные цели в 2010 году превысили 2,6 млн рублей.

“PINO”

Sponsorship aid given annually to Last-ochka children's home, Romashka rehabilitation center of Novorossiysk, school No. 9 for mentally challenged children, and regional social welfare foundation.

“Tomskiye pivo”

Jointly with the Department of the Federal Employment Service, during the summer school break, the Company employs children from low-income families in school premises and gardens. 60 students receiving such employment in 2010.

In coordination with the local Social Policy Department, the Company supported an initiative of partially disabled citizens by allocating 30,000 rubles to finance a municipal workshop. Total aid donated to public associations of disabled citizens amounted to 100,000 rubles (to purchase sports clothes, toys for children, recreational tours, etc.)

100,000 rubles was donated in aid to the local chapter of the National Foundation for Charity and Health to finance charitable activities that commemorated 65th anniversary of the Great Victory.

Based on individual requests, the Company purchased subscriptions to the local newspaper for 83 lonely pensioners.

Spending on welfare and charity in 2010 exceeded 2.6 million rubles.

8

Общественное признание

Public recognition

Экономическая и производственная эффективность
и безопасность

Economic and production efficiency and safety

Социальная и благотворительная деятельность

Social Activity and Charity

В 2010 году деятельность пивоваренных компаний в области социально-экономического развития и благотворительности была высоко оценена государством и обществом.

In 2010, the work of beer brewing companies relating to the social and economic development and charity was appraised by the government and the public.

Экономическая и производственная эффективность и безопасность

Economic and production efficiency and safety

«САБМиллер РУС»

За успешную реализацию инвестиционного проекта строительства пивоваренного завода на территории Ульяновской области получено благодарственное письмо Министерства сельского хозяйства Ульяновской области.

Компания получила диплом победителя областного конкурса «Лучшая организация пищевой и перерабатывающей промышленности», организованного Министерством сельского хозяйства Ульяновской области.

«Балтика»

Компания удостоена звания Лучший налогоплательщик Санкт-Петербурга.

Заслуги компании в области энергосбережения отмечены Национальной премией «Берегите энергию!», организованной Правительством Москвы при поддержке Министерства энергетики РФ и Российского Энергетического Агентства, в номинации «Лучший бизнес-проект года в области энергосбережения».

Награда конкурса «Поставщик Санкт-Петербурга», организованного Правительством города, за вклад в развитие потребительского рынка.

“SABMiller RUS”

The company received a letter of gratitude from the Ministry of Agriculture of Ulyanovsk region for successful completion of the construction of a new brewery in the region.

The company also got a winner's diploma at the local “Best Food and Processing Enterprise” Contest held by the Ministry of Agriculture of Ulyanovsk region .

“Baltika”

The company got the status of the Best Taxpayer of Saint-Petersburg.

The company's progress in energy saving is marked with the “Save Energy!” National Award organized by the Moscow Government with the support of the RF Ministry of Energy and Russian Energy Agency in the nomination “The Best Business Project of the Year in Energy Saving”.

Award of “Saint-Petersburg Supplier” Competition organized by the City Government for the contribution to the development of the consumer market.



В 2010 году Начальник службы управления агропроектами компании Сухонин В.А. был награжден Союзом российских производителей пивобезалкогольной продукции орденом «За заслуги в развитии пивоваренной отрасли».

Министерство сельского хозяйства РФ присвоило Бриману Д.М, вице-президенту компании «Балтика» по корпоративным вопросам, звание «Почетный работник агропромышленного комплекса России» за заслуги в агропромышленном производстве, активную общественную работу и многолетний плодотворный труд.

Почетными грамотами за многолетний добросовестный труд в системе агропромышленного комплекса награждены: Азими́на Е.В, вице-президент компании «Балтика» по финансам и экономике, и Дедегкаев А.Т., вице-президент компании «Балтика» по операционной деятельности.

In 2010, Sukhonin V.A., the head of Agroproject Management Service, was awarded with the order "For Services in Development of Brewery Industry" by the Russian Union of Alcohol-Free Beverages Producers.

The RF Ministry of Agriculture assigned to Briman D.M., the Vice-President for Corporate Issues of Baltika Company, the degree of "Honorary Worker of Agricultural Sector of Russia" for services in the agricultural production, active social work and fruitful labor.

Certificates of honor and multi-year fair labor in agricultural production were granted to: Azimina E.V., Vice-President for Finance and Economy, and Dedegkaev A.T., Vice-President for Operational Activities.

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Компания получила диплом «Лучший налогоплательщик Санкт-Петербурга 2009».

В рамках проекта «Декларирование деятельности предприятий по реализации трудовых прав работников и работодателей», осуществляемого Государственной инспекцией труда в Санкт-Петербурге при участии Федеральных профсоюзов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Регионального объединения работодателей «Союз промышленников и предпринимателей Санкт-Петербурга» получен Сертификат доверия работодателю, который удостоверяет, что компания внесена в реестр работодателей, гарантированно соблюдающих трудовые права работников.

Филиал «Пивоварня Хейнекен» (Санкт-Петербург) награжден Комитетом экономического развития, промышленной политики и торговли совместно с Городским Комитетом профсоюза работников АПК РФ дипломом за стратегию развития и внедрение современных технологий.

Филиал «Компания ПИТ» (Калининград) получил Высшую награду Союза российских пивоваров «За развитие пиво-безалкогольной отрасли России «Янтарная звезда».

Директор филиала «Компания ПИТ» ООО «ОПХ» Бекоева С.Ф. награждена орденом «За заслуги в развитии пивоваренной отрасли» за выдающиеся заслуги в области производства пива, связанные с развитием и укреплением отрасли.

Ряд сотрудников завода отмечен за профессиональные достижения, способствующие развитию предприятия и в целом отрасли, медалью «Лучший специалист пивоваренной отрасли»; за заслуги и большой вклад в развитие пивоваренной отрасли званием «Почетный работник пивоваренной отрасли».

“Heineken Breweries”

The company got “The Best Taxpayer of Saint-Petersburg 2009” Diploma.

Following the project “Declaration of Corporate Activities in Exercising Workers and Employers Rights” implemented by the State Labor Inspectorate in Saint-Petersburg with the involvement of Federal Trade Unions of Saint-Petersburg and Leningrad region of the Regional Union of Industrialists and Entrepreneurs of Saint-Petersburg, a Certificate of Trust was granted to the company confirming that its was entered into the register of employers observing worker’s rights.

“Heineken Brewery” Subsidiary (Saint-Petersburg) was granted a Diploma for Development Strategy and Implementation of Modern Technologies by the Committee of Economic Development, Industrial Policy and Trade jointly with the Municipal Committee of RF Agricultural Workers Union.

“PIT Company” Subsidiary (Kaliningrad) was granted the Supreme Award of the Russian Brewers Union: “For Development of Beer and Alcohol-Free Beverages “Amber Star”.

Bekoeva S.F., the director of “PIT Company” Subsidiary was awarded with the order “For Services in Development of Beer Brewing Industry” for the distinguished services in the sphere of beer production related to the development and enhancement of the industry.

A number of plant workers are marked with the medal “Best Brewer” for professional success contributing to the advancement of the plant and the industry as a whole and a degree of “Honorary Brewer” for services and contribution into the development of the beer industry.

Пиво «Шихан Светлое» и «Седой Урал», а также безалкогольный напиток «Лимонад» производства филиала «Шихан» (Стерлитамак) были награждены золотой медалью на конкурсе, проводившемся в рамках ежегодной агропромышленной выставки «Золотая осень — 2010» в Москве.

Компания вошла в пятерку победителей конкурса в области качества 2009 Heineken Quality Awards, получив высшие оценки в номинации «За достижение наибольшего прогресса в области производства» (Heineken Most Improved Operation Award).

«Томское пиво»

В рамках регионального этапа Конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» компания получила Диплом за II место в номинации «За сокращение производственного травматизма и профессиональной заболеваемости».

«Корсаковский завод пива и напитков «Северная Звезда»

На международной выставке в Сочи «Пиво – 2010» были награждены за отличное качество следующие марки продукции: «Гран-При» за отличное качество – минеральная вода «Корсаковская»; золотая медаль за качество — «Первый Зимний квас», квас «Хлебный», пиво «Пильзенское»; серебряная медаль за качество — пиво «Охотское Традиционное».

Новый продукт «Первый Зимний квас» получил большую золотую медаль за качество на межрегиональной Приамурской торгово-промышленной ярмарке — 2010 (г. Хабаровск).

На Всероссийском конкурсе «100 лучших товаров года» были присуждены Золотой знак за качество — минеральной воде «Корсаковская» и «Новинка года» — «Первому Зимнему квасу».

“Shikhan Svetloye” and “Sedoy Ural” beers and alcohol-free Lemonade produced by Shikhan subsidiary (Sterlitamak) were awarded with the gold medal at the competition held within the framework of Zolotaya Osen-2010, the annual agricultural exhibition in Moscow.

The company is among the five winners of 2009 Heineken Quality Awards, getting the highest scores in Heineken Most Improved Operation Award.

“Tomskoe pivo”

The company received Diploma for II place in “Reduced Occupational Injuries and Diseases” during the regional stage of the “Russian Effective Socially-Oriented Company” Competition.

“Korsakovsky Beer and Beverages Plant “Severnaya Zvezda”

The international Sochi-based Pivo-2010 Exhibition brought awards to the following brands: Grand Prix for top quality – Korsakovskaya mineral water; a gold medal for quality — Pervy Zimny Kvass, Khlebny kvass, Pilsenskoye beer; silver medal for quality — Okhotskoye Traditsionnoye beer.

Pervy Zimny Kvass, the new product, got a gold medal for quality at the intergovernmental Amur Trade and Industry Fair — 2010 (Khabarovsk).

The All-Russian Competition “100 Best Products of the Year” awarded Korsakovskaya mineral water and Pervy Zimny Kvass with the gold mark for quality.

«САН ИнБев»

Саранский филиал получил награду «Крупнейший налогоплательщик Мордовии» и благодарность Управления ГИБДД по Мордовии за участие в инициативах 2010 года, направленных на пропаганду несовместимости алкоголя и вождения автомобиля.

Волжский филиал по итогам 2010 года признан Правительством Волгоградской области лучшим пищевым предприятием. Филиал занимает 1-е место по показателю уплаты налогов и сборов в консолидированный бюджет области, внебюджетные фонды, в расчете на одного работающего и на один рубль выпускаемой продукции.

Новочебоксарский филиал стал победителем конкурса «Золотая опора Чувашии» в номинации «Эффективное потребление энергоресурсов». Кроме того, предприятие удостоено награды Правительства Чувашии за 1-е место в региональном этапе Всероссийского конкурса «Организация высокой социальной эффективности», в номинации «За сокращение производственного травматизма и профессиональной заболеваемости».

Курский филиал компании признан лучшим в рамках соревнования, проводимого МЧС региона. Руководитель филиала Ирина Привалова объявлена «Лучшим менеджером» Курской области по итогам 2010 года.

«Чебоксарская пивоваренная фирма «Букет Чувашии»

Диплом I степени «За наилучшие производственно-экономические показатели», Диплом за участие в выставке «Золотая Осень».

«Дека»

Получено благодарственное письмо Центра занятости Великого Новгорода за вклад в формирование и развитие рынка труда. Корпоративная газета «ЗаКвас!» удостоена

“SUN InBev”

Saransk subsidiary got the “Biggest Tax Payer of Mordovia” award and a gratitude of State Traffic Safety Inspectorate in Mordovia for participation in initiatives in 2010 aimed to highlight the incompatibility of alcohol and driving.

Volzhsky-based subsidiary was named the best food company at the end of 2010 by the Government of Volgograd region. The company is the top tax payer to the consolidated regional budget and non-budget funds per employee and per one rubles of the output.

Novocheboksarsk subsidiary won the “Zolotaya Opora Chuvashii” Competition in Efficient Energy Consumption. Moreover, the company was awarded by Chuvashia Government for winning Reduced Occupational Injuries and Diseases” Award at the regional stage of All-Russian “Russian Effective Socially-Oriented Company” Competition.

Kursk subsidiary of the company is recognized as the best participant in the contest arranged by the regional Emergency Ministry. Irina Privalova, the director of the subsidiary was announced the Best Manager of Kursk region at the end of 2010.

“Cheboksary Brewery Firm “Buket Chuvashii”

The 1st Degree Diploma “For Best Production and Economic Efficiency”, Diploma for participation in Zolotaya Osen Exhibition.

“Deka”

The company received a letter of gratitude for the contribution into the formation and development of the labor market from the Employment Center of Veliky Novgorod. Corporate “ZaKvass!”

звания Лучшее корпоративное издание в номинации «За оригинальность» в рамках конференции «Внутрикорпоративные коммуникации HR или PR».

newspaper was granted a rank of the Best Corporate Edition within the Originality Award during Corporate Communications: HR or PR Conference.

Социальная и благотворительная деятельность

Social Activity and Charity

«Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Филиал «Патра» (Екатеринбург) был награжден дипломом за победу в номинации «Лучшая территория промышленного предприятия» конкурса «Мой город — мой дом».

«Томское пиво»

Диплом за I место в номинации «За участие в решении социальных проблем территорий и развитие корпоративной благотворительности» регионального этапа Конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности»;

Почетная грамота Администрации г. Томска — за I место в номинации «Лучшая инициатива по содержанию городского сквера» городского конкурса «Томский дворик»;

Почетная грамота Администрации г. Томска — за I место в номинации «Самая благоустроенная территория офиса» городского конкурса «Томский дворик»;

Почетная грамота Администрации г. Томска — за победу в номинации «Открытие года» городского конкурса «Томский дворик»;

Благодарность Детского благотворительного фонда «Обыкновенное чудо» — за участие в мероприятиях в поддержку благотворительной акции «Обыкновенное чудо»;

Генеральный директор завода Кляйн И.Г. отмечен почетным знаком «За заслуги перед городом Томском».

“Heineken Breweries”

“Patra” Subsidiary (Yekaterinburg) was awarded with a Diploma in the nomination of “Best Area of Industrial Enterprise” of “My City-My Home” Competition.

“Tomscoe pivo”

1st Degree Diploma “For Participation in Resolving Social Issues of Areas and Development of Corporate Charity” at the regional stage of “Russian Organization of Highest Social Effectiveness” Competition;

Certificate of Honor issued by Administration of Tomsk City for I place in the nomination “Best Initiative in Public Garden Management” of the “Tomsk Yard” Competition;

Honorary Certificate from Tomsk Administrative Authorities for I place in the nomination “The Most Landscaped Office Area” in the “Tomsk Yard” Municipal Competition;

Honorary Certificate from Tomsk Administrative Authorities to the winner in «Discovery of the Year» nomination in the “Tomsk Yard” Municipal Competition;

Gratitude from “Ordinary Miracle” Children’s Charity Fund for participation in the events aimed to support the “Ordinary Miracle” charitable action;

The General Director Klain I.G. is marked with the Honorary mark “For Services to Tomsk City”.



«САБМиллер РУС»

Благодарственное письмо директора Департамента развития предпринимательства Правительства Ульяновской области «За социальную ответственность, активное участие в реализации областной программы поддержки молодежного предпринимательства, финансовую помощь проектам-победителям и вклад в развитие региональной инфраструктуры малого бизнеса».

“SABMiller RUS”

A letter of gratitude “For social responsibility, active participation in the regional program of support of young entrepreneurship, financial aid to the winners’ projects and contribution into the development of regional infrastructure of small businesses” from Director of Department for Development of Entrepreneurship of Ulyanovsk region.

Благодарственное письмо директора департамента по молодежной политике Правительства Ульяновской области «За организацию и успешное проведение на территории Ульяновской области акции «Есть 18? Подтверди!», активное участие в реализации социальных проектов и инициатив».

Благодарственное письмо Главы Заволжского района города Ульяновска «За активное участие в областной акции «Помоги собраться в школу» и оказание благотворительной помощи детям из малообеспеченных и многодетных семей Заволжского района Ульяновска».

Благодарственное письмо Законодательного Собрания Ульяновской области «За социальную ответственность и вклад в решение острой проблемы по обеспечению жителей сельских районов чистой питьевой водой, успешную реализацию проекта «Обустроим родники вместе!».

Благодарственное письмо Общественной палаты Ульяновской области «За социальную ответственность, активное вовлечение общественных организаций региона в реализацию социально значимого проекта «Обустроим родники вместе!».

Почетная грамота Управления Росприроднадзора по Калужской области «За проведение экологической политики на предприятии по снижению негативного воздействия на окружающую среду».

«САН ИнБев»

Волжский филиал компании был удостоен звания «Меценат в культуре», получил награды от Главы городского округа — Диплом победителя городского конкурса «Меценат в культуре», Почетный знак «Во славу г. Волжского. Меценатство». Филиал также получил Почетную грамоту за 1-е место в категории «Объекты экономики» по гражданской обороне и защите от чрезвычайных

A letter of gratitude "For preparation and implementation of the action "You are 18? Confirm!", active involvement in social projects and initiatives" from director of Department of Youth Policy of the Government of Ulyanovsk region.

A letter of gratitude "For active involvement in the action "Help Get Ready for School" and beneficent aid to children from low-income and multi-children families of Zavolzhskiy District of Ulyanovsk" from the Head of Zavolzhskiy District of Ulyanovsk.

A letter of gratitude "For social responsibility and contribution into the resolution of the acute problem relating to the procurement of pure drinking water for rural dwellers, successful implementation of the project "Let's Manage our Springs Together" from the Legislative Assembly of Ulyanovsk Region.

A letter of gratitude "For social responsibility, active involvement of local public organizations in the development of socially significant project "Let's Manage our Springs Together" from the Public Chamber of Ulyanovsk Region.

Honorary Certificate "For Implementation of the environmental policy at the enterprise to reduce the negative environmental impact" from Inspectorate of Federal Service for Supervision of Nature Resources in Kaluga Region.

"SUN InBev"

The Volzhsky-based subsidiary of the company was awarded a "Patron of the Arts" rank and got awards from the Head of the municipal county — the Winner's Diploma in "Patron of the Arts", an Honorary Mark "To the glory of Volzhsky Patronage of the Arts". The subsidiary also received an Honorary Certificate for I place in "Economic Facilities" nomination in civil defense and emergency

ситуаций предприятий области от Главного управления Министерства РФ по делам ГО и ЧС Волгоградской области.

Пермский филиал занял 2-е место среди предприятий края в конкурсе на лучшую организацию работы по охране труда.

Курскому филиалу вручено благодарственное письмо Главы администрации г. Курска за проведение благотворительных акций по установке спортивно-игрового оборудования на дворовых территориях города.

«Дека»

Благодарственное письмо от Дирекции праздников по Великому Новгороду за спонсорскую поддержку «Масленицы — 2010».

Благодарственное письмо от Комитета культуры и молодёжной политики Администрации Великого Новгорода за спонсорскую поддержку исторического фестиваля «Собор ратных дружин».

Благодарственное письмо от мэра Великого Новгорода коллективу компании за развитие и укрепление в гражданской обороне защиты населения и территории в чрезвычайных ситуациях.

Благодарственное письмо от мэра Великого Новгорода коллективу компании за участие в природоохранной акции «Чистый берег».

«Балтика»

Получена награда конкурса «Лучший кадровый проект» в номинации «Лучший инновационный проект» за успешную реализацию программ по развитию персонала и Гран-при PEOPLE INVESTOR в номинации «Управление человеческими ресурсами».

protection of regional enterprises from the Head Inspectorate of the RF Emergency Ministry in Volgograd region.

Perm subsidiary occupied the second place among regional companies in occupational safety.

Kursk subsidiary received a letter of gratitude for charitable actions relating to the installation of sports and playing equipment in the municipal yards from the Chief of Administration of Kursk city.

“Deka”

A letter of gratitude for sponsorship of Maslenitsa-2010 from Fests Directorate of Veliky Novgorod.

A letter of gratitude for sponsorship of Military Art History Fest from the Committee of Culture and Youth Policy of the Authorities of Veliky Novgorod.

A letter of gratitude to the company team for the development and enhancement of population and territory security in an emergency from Mayer of Veliky Novgorod.

A letter of gratitude for participation in Clean Riverbank Action from Mayer of Veliky Novgorod.

“Baltika”

The won the Best Innovation Project Award within the Best Personnel Project Competition for successful implementation of personnel development programs and won the PEOPLE INVESTOR Grand Prix in Human Resource Management.

9

Информация о деятельности Союза российских пивоваров

Information about activities of
the Union of Russian Brewers

Основные направления деятельности
Main activities

Состав Совета Союза российских пивоваров
Union of Russian Brewers – the Council

Основные достижения Союза российских пивоваров
Union of Russian Brewers — Main Achievements

Союз российских производителей пиво-безалкогольной продукции (Союз российских пивоваров) — некоммерческая организация, объединяющая предприятия пивоваренной индустрии России.

Союз создан 15 сентября 1999 года решением Всероссийской (учредительной) конференции производителей пиво-безалкогольной продукции.

The Union of Russian producers of beer and soft beverages – the Union of Russian Brewers is a nonprofit organization that unites businesses from Russia's brewing industry.

The Union was established on September 15, 1999 by resolution of the Russian (founding) conference of producers of beer and soft beverages.

Основные направления деятельности

Main activities

- формирование правовых, социально-экономических условий для эффективного и цивилизованного ведения предпринимательской деятельности в области производства и оборота пивоваренной продукции;
- взаимодействие с органами государственной власти и управления, структурами гражданского общества в рамках социально-экономического партнерства;
- содействие формированию культуры потребления пива и пропаганда ответственного потребления пива;
- объективное информирование органов государственной власти, делового и экспертного сообщества, широкого круга общественности о ключевых аспектах деятельности пивоваренной отрасли.

Союз сотрудничает с органами государственной власти в сфере нормативно-правового регулирования пивоваренной отрасли. Союз активно сотрудничает с ассоциациями и объединениями предпринимателей, с 2004 года входит в состав Торгово-промышленной Палаты РФ. В рамках Комитета ТПП РФ по развитию

- creating legal, social and economic conditions for efficient and civilized business in production and sales of brewed products;
- interaction with the government agencies, supervisors, and public organizations through social and business partnerships;
- assistance to beer culture and promotion of responsible consumption of beer;
- objective information to government agencies, business and expert communities, and general public about key aspects of activities of the brewing industry.

The Union cooperates with government agencies in legal and standard regulation for the brewing industry. The Union actively works with business associations and organizations, and has been a member of the RF Chamber of Trade and Commerce since 2004. A subcommittee for development of beer and soft beverages has been created under the Committee

предпринимательства в аграрно-промышленной сфере действует Подкомитет по развитию пиво-безалкогольной продукции.

Одним из приоритетных направлений деятельности организации является развитие международных связей. С декабря 2006 года Союз российских пивоваров входит в Мировой пивоваренный альянс, который объединяет производителей пива Северной Америки, Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона. Суммарная доля мирового рынка стран Альянса составляет 60%.

Членами Союза являются 30 компаний, владеющие 90 производственными площадками на территории Российской Федерации и выпускающие около 95% российского пива.

for Development of Entrepreneurship in the Agroindustrial Sector.

Development of international relations is one of the priority activities for the organization. In December 2006, the Union of Russian Brewers joined the Worldwide Brewing Alliance that unites Brewers from North America, Europe and Asia-Pacific. The total share of the countries of the Alliance on the global market amounts to 60%.

The Union has 30 corporate members who own 90 production sites within the Russian Federation and make about 95% of all Russian beer.

Состав Совета Союза российских пивоваров Union of Russian Brewers — the Council

Председатель Совета Союза
Мамонтов Вячеслав Иванович

Заместители Председателя Совета Союза:

Пятко Виктор Владимирович
Вице-президент Компании Heineken в России

Кляйн Иван Григорьевич
Генеральный директор ОАО «Томское пиво»

Болматов Кирилл Александрович
Директор по корпоративным вопросам ООО «САБМиллер РУС»

Члены Совета Союза

Артемьев Антон Олегович
Президент ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

Chairman of the Council
Vyacheslav Ivanovich Mamontov

Deputy Chairman of the Council:

Viktor Vladimirovich Piatko
President Heineken in Russia

Ivan Grigoryevich Klein
CEO OJSC "Tomskoye Pivo"

Kirill Aleksandrovich Bolmatov
Director for Corporate Issues, LLC "SABMiller Rus"

Members of the Council

Anton Olegovich Artemyev
President, OJSC "Baltika Brewing Company"

Голяев Евгений Викторович
Председатель Совета директоров
ОАО «Визит»

Йюксел Гекбулут
Генеральный директор группы компаний
ЭФЕС в России

Губка Андрей Анатольевич
Вице-президент по правовым и корпоратив-
ным вопросам «АБ ИнБев» в Центральной
и Восточной Европе

Марков Вячеслав Николаевич
Генеральный директор ЗАО «Липецкпиво»

Май Ирина Петровна
Генеральный директор ОАО «Сыктывкарпиво»

Хасанов Магомед Абдулмаджитович
Генеральный директор ОАО «Ставропольский
пивоваренный завод»

Шихман Сергей Витальевич
Генеральный директор ЗАО «ПИНО»

Исполнительный директор
Туйгунов Алик Мирсаидович

Yevgeniy Viktorovich Goliayev,
Chairman of the Board,
OJSC "Vizit"

Yuksel Gokbulut
Managing Director EFES Group
of Companies in Russia

Andrey Anatolyevich Gubka
Vice President for legal and corporate
issues, AB InBev, Central and
Eastern Europe

Viacheslav Nikolaevich Markov
CEO, CJSC "Lipetskpivo"

Irina Petrovna Mai
CEO OJSC "Siktivkarpivo"

Magomet Abdulmadjitovich Khazanov
CEO OJSC "Stavropolskiy Pivorarenniy
Zavod"

Sergey Vitalyevich Shikhman
CEO CJSC "PINO"

Executive Director
Alik Mirsaidovich Tuygunov

Основные достижения Союза российских пивоваров

Union of Russian Brewers — Main Achievements

Основными достижениями Союза российских пивоваров за прошедшие годы можно считать:

2003 г. Принятие Кодекса чести российских пивоваров

Документ представляет собой соглашение о правилах профессиональной деятельности и стандартах деловой этики. В его основе лежит принцип саморегулирования пивоваренной отрасли в таких ключевых аспектах ведения бизнеса, как производство, качество и продажа пива, отношения с потребителями.

Main achievements of the Union of Russian Brewers in the recent years include:

2003 adopting the Code of Honor of Russian Brewers

The document is a convention on the rules of professional activities and business ethic standards. It is based on the principle of self-regulation in the brewing industry, as regards such key assets of business as manufacturing, quality and sales, and relations with customers.

В настоящее время к соглашению присоединились 80 компаний пивоваренной отрасли, в том числе производители, не входящие в объединение.

2003 г. Вступление в Торгово-промышленную палату РФ

2005 г. Принятие законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним

Союз был одним из инициаторов законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним, который в результате был установлен федеральным законом №11-ФЗ «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе».

2005 г. Выпуск первого Социального отчета пивоваренной отрасли

Союз российских пивоваров стал первой ассоциацией производителей в нашей стране, представившей консолидированную позицию в сфере корпоративной социальной ответственности. Начиная с 2005 г. Союз осуществляет ежегодную практику выпуска Социальных отчетов, которые включаются в Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов, администрируемых Российским союзом промышленников и предпринимателей.

2006 г. Старт проекта «После 18»

В развитие законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним Союз приступил к реализации программы «После 18». В рамках программы компаниями — членами Союза был распространен 1 миллион знаков-стикеров «Продажа пива несовершеннолетним запрещена» в 600 розничных торговых точках по всей стране. Кроме того, компании добровольно включили этот знак в свои рекламные материалы.

As of today, more than 80 companies from the brewing industry have joined the convention, including some who are not members of the Association.

2003 Membership in the RF Chamber of Commerce and Industry

2005 Enactment of legal ban on sales of beer to minors citizens

The Union was among the initiators of the legal ban on sales of the year to underage consumers, ultimately regulated by federal act No. 11-FZ “Restrictions on Retailing and Consumption/ Drinking of Beer and Related Products”.

2005 First Social Report of the Brewing Industry

The Union of Russian Brewers became the first Manufacturing Association in this country to present a consolidated position in the sphere of corporate social responsibility. Starting from 2005, the Union annually issues its Social Reports, included in the national Registry of corporate nonfinancial reports, administrative by the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs.

2006 Launching the 18+project

Supporting the legal ban on sales of beer to underage consumers, the Union launched its 18+ program. As part of the program, the companies members of the Union distributed one million of sticker signs ‘Beer May Not Be Sold to Minors’ in 600 retailing outlets nationwide. In addition, the companies voluntarily added this sign to their advertising materials.

2009 г. Новый этап программы «После 18» — проект «Есть 18? Подтверди!»

Проект Союза российских пивоваров «Есть 18? Подтверди!» направлен на организацию общественного контроля за соблюдением законодательного запрета на продажу пива несовершеннолетним. Проект реализован в 25 регионах страны, до конца года им будет охвачено большинство субъектов Федерации.

2010 г. Вступление в Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)

2010 г. Принятие Кодекса коммерческих коммуникаций

Кодекс коммерческих коммуникаций был подписан членами Союза российских пивоваров 31 марта 2010 года. В документе сформулированы существующие и перспективные подходы пивоваров в области рекламы. Кодекс не только предусматривает неукоснительное соблюдение пивоварами норм и правил действующего закона «О рекламе», но и определяет дополнительные ограничения при продвижении пивоваренной продукции, направленные на обеспечение интересов потребителей.

2009 New phase of the 18+ program: “18? Confirm! Project”

“18? Confirm!” Project launched by the Union of Russian Brewers organizes public control to enforce legal ban on sales of beer to underage consumers. The project has been implemented in 25 regions nationwide, and until the end of the year is going to involve most of the administrative subjects of the Russian Federation.

2010 Membership in the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs

2010 Adopting the Commercial Communication Code

The Commercial Communication Code was signed by the members of the Union of Russian Brewers on March 31, 2010. The document states the current and future approaches of the ruling companies to advertising. The Code not only envisages that Brewers must act in strict compliance with the standards and rules of the effective Advertising act, it also introduces additional restrictions on promotion of beer products in order to protect interests of the consumers.

Кодекс коммерческих коммуникаций был подписан членами Союза российских пивоваров 31 марта 2010 года.

The Commercial Communication Code was signed by the members of the Union of Russian Brewers on March 31, 2010.

Например, пивовары обязуются не использовать в рекламе жаргон, характерный для несовершеннолетних, контролировать соблюдение запрета на продажу пива несовершеннолетним на массовых мероприятиях, не позиционировать высокую крепость пива в качестве позитивной характеристики какого-либо бренда и, напротив, не утверждать, что употребление пива с низким содержанием алкоголя помогает избежать чрезмерного потребления.

For example, Brewers undertake not to use teenager slang in their advertising, they promise to control and enforce ban on sales of beer to underage consumers during public events; they also promise that they will not position strength of beer as a positive characteristic of any brand, and never assert that consumption of low-alcohol beer can prevent alcohol abuse.

Первое заседание Наблюдательного совета состоялось 21 декабря в Москве. Таким образом, российские пивовары стали первыми среди участников алкогольного рынка России, которые запустили в действие один из реальных механизмов саморегулирования — общественное обсуждение коммерческих коммуникаций пивоваренных компаний.

2010 г. Союз поддержал информационную программу МВД РФ, направленную на предотвращение продаж пива несовершеннолетним

Кампания, проходившая в Москве, получила высокую общественную оценку и признание. В 2011 году она будет продолжена уже в шести городах России.

2010 г. В пивоваренной отрасли начали действовать механизмы саморегулирования в области коммерческих коммуникаций

Контроль за рекламой пива стал осуществлять Наблюдательный совет за соблюдением Кодекса коммерческих коммуникаций Союза российских пивоваров — общественный орган, в состав которого вошли профессионалы рекламного рынка и СМИ. За время работы Совет изучил большинство актуальных (идущих в телеэфире) роликов, в которых рекламируются наиболее известные на российском рынке марки пива.

Рекламу, признанную Советом как не соответствующую положениям Кодекса, пивоваренные компании начали снимать с эфира.

The first meeting of the Supervisory Council took place on December 21 in Moscow. In this way, Russian Brewers were the first among the players on the market of alcohol in Russia to have launched a practical mechanism for self-regulation: public discussion of commercial messages issued by brewing companies.

2010. Support to RF Ministry of Interior awareness campaign to prevent sales of beer to underage consumers

The campaign took place in Moscow and was highly appreciated and recognized by the public. During 2011, the campaign will continue in six cities nationwide.

2010. Self-regulation mechanisms for commercial communications put in operation in the brewing industry

Control of advertising of beer is now exercised by the Supervisory Council for Enforcement of the Commercial Communication Code: a public body formed of professionals from the advertising market in the mass media. Since its beginning, the Council has examined many relevant (telecast) commercials that advertised beer brands most popular on the Russian market.

The brewing companies began to withdraw commercials that the Council recognizes as non-compliant with the provisions of the Code.

10

Компании–участники отчета

Company members of the
social report



Компании-участники отчета

Company members of the social report

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

ООО «САБМиллер РУС»

ОАО «Ставропольский пивоваренный завод»

ОАО «Вятич»

ООО «Пивоваренная компания
НАШЕ ПИВО»

ЗАО «Пино»

ОАО «Томское пиво»

ООО «МПК» Пивоваренный завод
Майкопский

ЗАО «Приазовская Бавария»

ООО «Хорватская Пивница»

ЗАО «Читинские Ключи»

ООО «Пивзавод», г. Мелеу, Башкирия,

ОАО «Славянка»

ОАО «СЫКТЫВКАРПИВО»

ЗАО «Корсаковский завод пива
и напитков «Северная Звезда»

ОАО «САН ИнБев»

ОАО «Родник»

ОАО «Чебоксарская пивоваренная
фирма «Букет Чувашии»

ОАО «Дека»

ЗАО «СЕВЕРОУРАЛЬСКИЙ ПИВЗАВОД»

Группа компаний ЭФЕС

OJSC "Baltika Brewing Company"

LLC "Heineken Breweries"

LLC "SABMiller RUS"

OJSC "Stavropolsky pivovarenniy zavod"

OJSC "Vyatich"

LLC "NASHE PIVO"
Brewing Company"

CJSC "PINO"

OJSC "Tomskoe pivo"

LLC "MPK" Maykopskiy Pivorarenniy
Zavod

CJSC "Priazovskaya Bavaria"

LLC "Khorvatskaya Pivnitsa"

CJSC "Chitinskie klyuchy"

LLC "Pivzavod"

OJSC "Slavianka"

OJSC "SIKTIVKARPIVO"

CJSC "Korsakovsky Beer and Beverages
Plant "Severnaya Zvezda"

OJSC "SUN InBev"

OJSC "Rodnik"

OJSC "Cheboksary Brewery
Firm "Buket Chuvashii"

OJSC "Deka"

CJSC "SEVEROURALSKIY PIVZAVOD"

EFES group