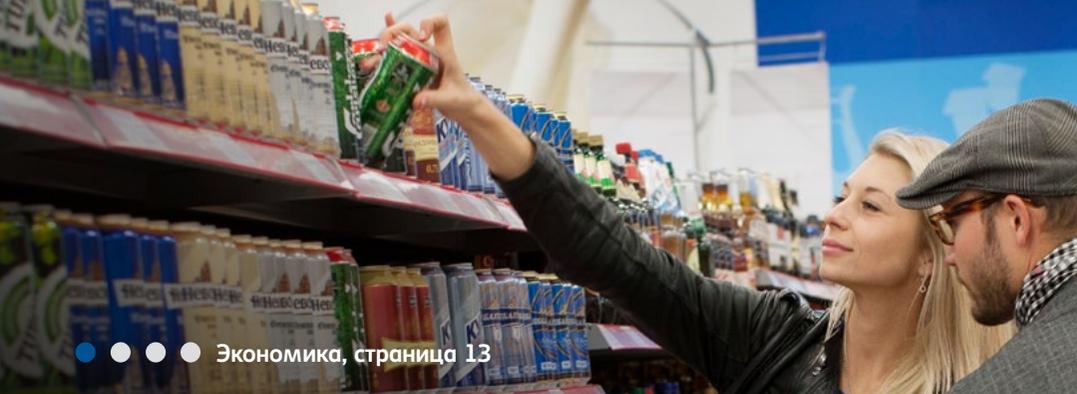


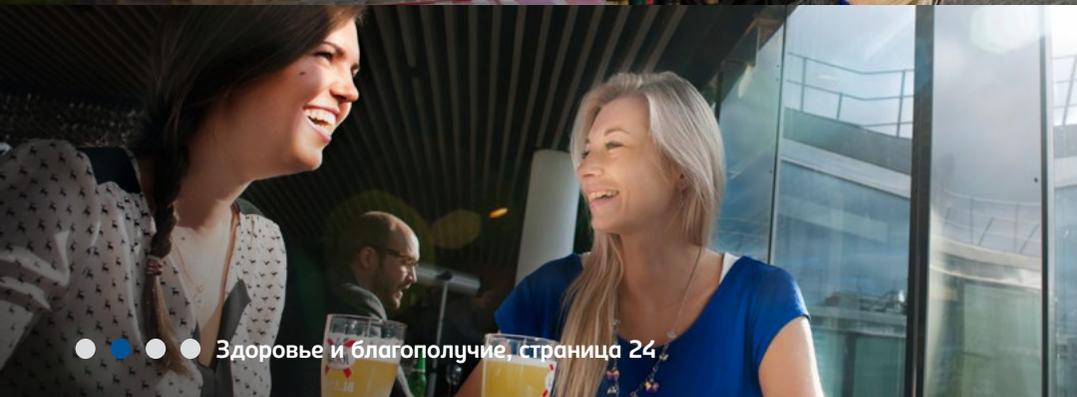
2015



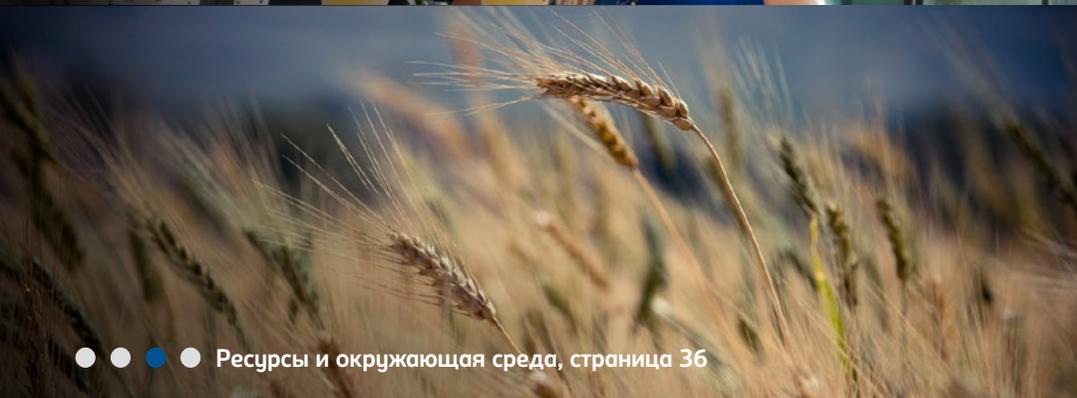
Отчет об устойчивом
развитии



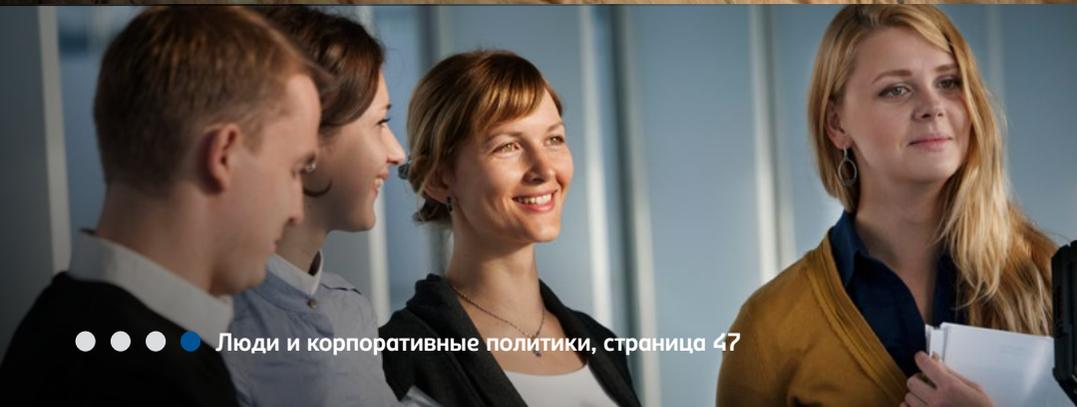
● ● ● ● Экономика, страница 13



● ● ● ● Здоровье и благополучие, страница 24



● ● ● ● Ресурсы и окружающая среда, страница 36



● ● ● ● Люди и корпоративные политики, страница 47

- 04** Общая информация о Carlsberg Group
- 05** Общая информация о «Балтике»
- 06** Обращение президента Carlsberg Group
- 08** Обращение президента «Балтики»
- 09** Ключевые цифры «Балтики»
- 10** Стратегия устойчивого развития Carlsberg Group
- 12** Устойчивость по всей цепочке приращения стоимости

ЭКОНОМИКА

- 14** Рынок пива в России
- 17** Позиции «Балтики» в России
- 19** Вклад «Балтики» в экономику

ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

- 24** Обеспечение качества
- 27** Сотрудничество с поставщиками зерна
- 32** Ответственное потребление

РЕСУРСЫ И ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

- 39** Экологическая эффективность производства
- 44** Экологически рациональная упаковка

ЛЮДИ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОЛИТИКИ

- 50** Охрана труда и безопасность
- 53** Персонал и права человека
- 57** Деловая этика
- 59** Участие в жизни общества

62 ТАБЛИЦА СООТВЕТСТВИЯ РУКОВОДСТВУ GRI G4

Carlsberg Group

Общая информация

65,4 млрд

Датских крон
Чистая выручка

8,5 млрд

Датских крон
Операционная прибыль
до переоценки активов

7,5 млрд

Датских крон
Поток свободных денежных средств

8,1%

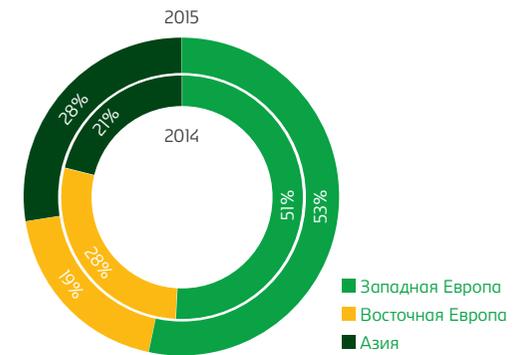
Возврат инвестиций

47 464

Сотрудников

СБАЛАНСИРОВАННАЯ ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ

Наша региональная представленность изменилась за последние годы, и на растущий рынок Азии приходится **28%** операционной прибыли Группы.



Узнайте больше о бизнес-модели и финансовых результатах в нашем годовом отчете за 2015 год на сайте www.carlsberggroup.com.

Пивоваренная компания «Балтика» Общая информация

«Балтика» – одна из самых крупных компаний в России в сфере производства товаров народного потребления. На долю «Балтики» приходится **16% валовой прибыли** Carlsberg Group.

7 519

Сотрудников

40 млн гл/год

Производственная мощность

8



Заводов

2



Солодовни

40

Пивных брендов

9

Непивных брендов

50%

Всего российского экспорта пива – продукция «Балтики»



Обращение президента Carlsberg Group

В 2015 году мы продолжили работать над достижением наших целей в области устойчивого развития, сосредоточившись на трех направлениях: Ресурсы и окружающая среда, Здоровье и благополучие, Люди и корпоративные политики.

Более 140 лет назад, с того момента, как Я.К. Якобсен основал Фонд Carlsberg, обязательство перед обществом находятся в сердце нашего бизнеса. Доказательством тому служит наша деятельность в области устойчивого развития. За короткий период, в течение которого возглавляю Группу, я успел заметить значительный прогресс в проектах, вносящих вклад в развитие местных сообществ в регионах нашего присутствия. Многие из них влияют на чистую прибыль бизнеса, и это нас вдохновляет.

В 2015 году мы поставили перед собой амбициозную цель – стать профессиональной, успешной и привлекательной пивоваренной компанией на наших рынках. Программа Carlsberg Group в области устойчивого развития с сильной системой управления, смелыми задачами, духом сотрудничества и инноваций очень важна для достижения этой цели.

В качестве нового президента Группы у меня есть великолепные возможности представить новый взгляд. Искренне убежден, что работа организации как единого целого на разных рынках и в разных культурах крайне важна. Вы можете сказать, что суть устойчивого развития в устранении разрозненности и общем мышлении. Я уже видел многочисленные примеры того, как компании Группы работают словно единый организм. Уверен, что стратегия сотрудничества в рамках всей Группы продолжит приносить результаты в предстоящие месяцы и годы.

Сотрудничество с внешними заинтересованными сторонами увеличивает отдачу от нашей работы в области устойчивого развития и позволяет добиваться существенных результатов. Так, в рамках сообщества Carlsberg Circular Community мы работаем с поставщиками над повышением экологичности упаковки нашей продукции.

Сотрудничество – ключ к решению глобальных задач. Я воодушевлен принятием проекта договора по изменению климата на Всемирной конференции ООН по вопросам изменения климата в Париже.

За короткий период, в течение которого возглавляю Группу, я успел заметить значительный прогресс в проектах, вносящих вклад в развитие местных сообществ в регионах нашего присутствия.



Carlsberg Group продолжит поддерживать глобальный договор ООН и внедрение десяти принципов. Этот отчет – наше ежегодное сообщение о прогрессе, подчеркивающее приверженность Группы принципам открытости в сфере устойчивого развития.

Мы увидели, как сотрудничество позволяет нам улучшить результаты мероприятий по продвижению умеренного потребления и информировать потребителей о рисках, связанных со злоупотреблением алкоголем. В течение 2015 года мы продолжили работать напрямую с местными организациями на многих рынках, чтобы взаимодействовать с потребителями и сокращать риски для общества. В сентябре мы приняли участие в учреждении первого Всемирного дня ответственного потребления пива, глобальной инициативы, продвигающей ответственное отношение к потреблению пива.

Заглядывая вперед, должен отметить: 2016 год обещает быть полным событий. Мы запустим новую корпоративную стратегию «ПАРУСА'22». Настроим на единый курс с ней нашу стратегию устойчивого развития и обеспечим внедрение принципов устойчивости в бизнес, чтобы предоставить дополнительные преимущества всем заинтересованным сторонам. Мы представим новый Кодекс этики и поведения, продолжая выполнять наши обязательства ответственного работодателя. Мы также будем ответственно праздновать спортивные победы на Чемпионате Европы по футболу, который пройдет в 2016 году во Франции.

И наконец, я бы хотел пригласить коллег, потребителей и других читателей данного отчета поделиться мнением о нашей работе. Я убежден, что открытый диалог способствует росту ценности нашей деятельности в области устойчивого развития.

Кеес т'Харт
Президент и главный исполнительный директор Carlsberg Group



! Поделитесь вашим мнением о нашей работе, отправив электронное сообщение по адресу sustainability@carlsberg.com.

Ключевые направления



Ресурсы и окружающая среда

Мы стремимся сократить влияние на окружающую среду и оптимизировать использование природных ресурсов в нашей операционной деятельности, чтобы обеспечить более стабильное будущее.



Здоровье и благополучие

Мы привержены созданию культуры ответственного потребления пива через продвижение умеренного потребления нашей продукции и снижение рисков, связанных с употреблением алкоголя.



Люди и корпоративные политики

Наша цель – оберегать, развивать и вовлекать сотрудников, а также вносить положительный вклад в развитие сообществ в регионах ведения бизнеса.

Обращение президента «Балтики»



В 2015 году «Балтика» отметила 25 лет со дня основания. 19 из них мы являемся №1 на рынке благодаря умению меняться, смело противостоять вызовам, создавать новое и сохранять высокую степень ответственности.

Юбилейный год оказался непростым для компании. Серьезным испытанием для нас стало закрытие двух заводов в Челябинске и Красноярске. Компания была вынуждена пойти на столь крайние меры из-за сложной ситуации в пивоваренной отрасли.

Нам было очень тяжело расстаться с нашими сотрудниками, работавшими в этих филиалах, но мы сделали все от нас зависящее, чтобы сгладить для них последствия этого решения: помогли с поиском новой работы и обеспечили существенные выходные выплаты.

В то же время нам удалось привести бизнес компании в соответствие с реалиями рынка и повысить эффективность многих процессов.

В 2015 году мы продолжили интегрировать принципы социальной ответственности по всей цепочке приращения стоимости. Действуя таким образом, мы добиваемся преимуществ для компании и общества в целом.

Важным шагом в отчетном году стал принятый «Балтикой» Кодекс поведения поставщиков и лицензиатов Carlsberg Group. Кодекс отражает минимальные стандарты в области социальной ответственности, исполнение которых мы ожидаем от наших

партнеров. В соответствии с лучшими мировыми практиками наша компания включила положения Кодекса в договоры с контрагентами, что позволило в расширенном формате ознакомить партнеров с нашими принципами ведения бизнеса, а также побудить их соблюдать положения этого документа при исполнении договоров.

Мы уверены, что добиться наилучших результатов в нашей работе можно, развивая сотрудничество с различными заинтересованными сторонами.

В отчетном году мы завершили совместный проект в области энергоэффективности с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO). Благодаря системной работе нам удалось добиться улучшения показателей по сокращению потребления энергоресурсов.

Здоровье и безопасность наших сотрудников остается ключевым приоритетом для «Балтики». Благодаря развитию культуры личной ответственности за безопасность в компании из года в год снижается количество несчастных случаев.

Мы также заботимся о здоровье и благополучии потребителей нашей продукции. В 2015 году «Балтика» продолжила

осуществлять собственные проекты по продвижению ответственного потребления пива, а также взаимодействовать с коллегами по отрасли. Вместе с другими компаниями-членами Союза российских пивоваров мы поддержали глобальную инициативу Всемирный день ответственного потребления пива, который был учрежден 18 сентября 2015 года. Общая акция была направлена на предупреждение продаж алкоголя несовершеннолетним и охватила 87 000 торговых точек по всей стране.

2016 год не будет простым и принесет новые вызовы, но мы продолжим работать, оставаясь верными нашим высоким стандартам и ориентирам социальной ответственности.

Яцек Пастушка,
Президент пивоваренной компании «Балтика»,
Исполнительный вице-президент Carlsberg Group
по региону Восточная Европа

Ключевые цифры «Балтики» 2015 год

2 464

сотрудника «Балтики» приняли участие
в волонтерских акциях

ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

Сокращение общего
удельного потребления
энергоресурсов по сравнению
с 2014 годом: вода – 3,6%
тепловая энергия – 7%
электроэнергия – 5,2%



ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

16 городов
и 4 000 торговых
точек охватили акции
«Пивной дозор»

60,4

млрд рублей объем
налоговых перечислений
«Балтики»

ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ

49,7 млрд рублей добав-
ленная стоимость от про-
изводства и потребления
продукции «Балтики»

91 457

рабочих мест обеспечила
«Балтика» напрямую
и в смежных областях

ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ

На 14% снизилось
количество
несчастных случаев
с временной потерей
трудоспособности по
сравнению с 2014 годом



ВОЛОНТЕРСТВО

11 338 часов потратили
наши волонтеры на
социальные проекты

Стратегия устойчивого развития Carlsberg Group

Наше стремление играть активную роль в обеспечении устойчивого развития в мире – основа стратегии и процесса принятия решений в Carlsberg Group.

Мы изучаем и анализируем наше экологическое и социальное воздействие, а также вклад Группы в экономику, и используем результаты, чтобы определить тренды, уменьшить риски и увеличить возможности получения пользы для Carlsberg Group и заинтересованных сторон.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В ДЕЙСТВИИ

Три элемента воплощают в жизнь нашу стратегию устойчивого развития и формируют структуру для управления деятельностью: **объявление наших обязательств, сотрудничество и активация приоритетов.**

Наше обязательство во всех сферах – усилить положительное и сократить негативное влияние нашей деятельности. Мы стремимся увеличить позитивное воздействие через сотрудничество и формирова-

ние взаимовыгодного партнерства по всему миру. Мы устанавливаем кратко- и среднесрочные цели для каждого из приоритетов, распределяя их по следующим направлениям: Ресурсы и окружающая среда, Здоровье и благополучие, Люди и корпоративные политики.

Работа в этих областях обусловлена нашей целью – создавать ценность для всех заинтересованных сторон сейчас и в будущем. Мы уверены, что устойчивость нашего бизнеса делает нас более привлекательными для заинтересованных сторон, обеспечивая способность восстанавливаться и противостоять рискам, а также заставляя нас быстро реагировать на возможности, которые в ином случае мы могли бы упустить. Нам приятно отметить, что наша Группа была включена в индекс FTSE4Good после независимой оценки на соответствие критериям индекса. Этот рейтинг служит подтверждением нашей работы в области интеграции принципов устойчивого развития в бизнес по всей цепочке приращения стоимости.

ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Три элемента обеспечивают общую структуру для управления стратегией устойчивого развития:



Объявление наших обязательств

Мы привержены производству продукции способом, оптимизирующим использование природных ресурсов в операционной деятельности и уменьшающим воздействие на окружающую среду; продвигаем ответственное потребление; следуем нашим политикам и стандартам. Эти обязательства воплощаются в жизнь с помощью партнерства и приоритетов в работе.



Сотрудничество

Мы понимаем, что в одиночку не справимся с глобальными вызовами, стоящими перед нашим бизнесом и обществом. Все виды сотрудничества крайне важны для усиления влияния и эффективности наших действий.



Активация наших приоритетов

Мы отвечаем на глобальные вызовы, определяя приоритеты по нашим трем ключевым направлениям. Для каждого блока приоритетов мы разрабатываем планы работы и цели, позволяющие оценивать наш прогресс в краткосрочной и среднесрочной перспективах.

ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

Наш бизнес зависит от доступности почв, воды, зерна, здоровых экосистем и процветания местных сообществ. Без всего перечисленного мы не сможем производить и продавать нашу продукцию. Это означает, что глобальные тенденции в сфере устойчивого развития, такие как изменение климата, нехватка воды, рост численности населения, урбанизация, неравенство в доходах и ограниченность ресурсов, сейчас и в будущем окажут заметное влияние на наш бизнес. Недавний анализ тенденций, проведенный Carlsberg Group, показал, что устойчивое развитие является мегатрендом, способным напрямую влиять на нашу коммерческую деятельность.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

Стратегия устойчивого развития и целеполагание Carlsberg Group основаны на результатах оценки существенности, которая определяет наиболее важные воздействия для бизнеса, заинтересованных сторон и общества в целом. Оценка проводится согласно принципам отчетности в области устойчивого развития (GRI), международным стандартам, соглашениям (в частности, руководящим принципам ООН), конвенциям Международной организации труда (МОТ), целям ООН в области устойчивого развития и Глобальному договору ООН, который Carlsberg Group подписала в 2008 году. Чтобы определить наиболее важные аспекты воздействия деятельности нашей Группы, мы взаимодействуем с внутренними и внешними заинтересованными сторонами. Например, компании Группы, работающие на ключевых рынках, в том

числе «Балтика», проводят ежегодный репутационный опрос, который дает нам ценную информацию о том, как воспринимают нашу деятельность ключевые заинтересованные стороны: потребители, клиенты, сотрудники, журналисты и политики.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩЕСТВЕННЫХ ТЕМ

Мы определяем приоритеты в работе Группы на основании результатов наших экологических, социальных и экономических исследований и мнения заинтересованных сторон. Так, в ходе исследования мы определили, что в цепочке приращения стоимости самый существенный вклад в формирование нашего углеродного следа вносит упаковка, а выращивание зерновых оказывает наибольшее влияние на водные ресурсы. В процессе определения наиболее существенных аспектов мы учитываем все подобные элементы.

С 2011 года для определения направлений работы в области устойчивого развития Группа использует оценку существенности. В 2015 году мы продолжили опираться на ранее проведенные исследования и анализ, согласно которым наиболее важные направления – это охрана труда и безопасность, экологические показатели в операционной деятельности, изменение климата, влияние нашей продукции на здоровье, ответственное потребление. Как упоминалось ранее, они распределены по трем ключевым темам в данном отчете: Ресурсы и окружающая среда, Здоровье и благополучие, Люди и корпоративные политики.

ОБ ОТЧЕТЕ ПИВОВАРЕННОЙ КОМПАНИИ «БАЛТИКА»

Настоящий документ является третьим отчетом в области устойчивого развития компании «Балтика».

Цель Отчета – проинформировать общественность о деятельности компании, основных программах и результатах, достигнутых в отчетном периоде, в том числе касающихся вопросов устойчивого развития.

При создании Отчета мы ориентировались на глобальный отчет Carlsberg Group, подготовленный с использованием стандартных элементов и показателей Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI G4. Carlsberg Group следует принципам GRI в целях повышения качества нефинансовой отчетности.

В границы настоящего отчета включены предприятия «Балтики», работающие в России. По сравнению с предыдущим отчетом границы отчетности изменились в связи с закрытием двух заводов в Челябинске и Красноярске.

Компания раскрыла темы, признанные существенными для глобального отчета. Все использованные показатели приведены в таблице соответствия GRI, расположенной в конце данного Отчета.

Устойчивость по всей цепочке приращения стоимости



ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

Одним из способов, с помощью которого мы можем постоянно сокращать воздействие Carlsberg Group на окружающую среду и общество, является разработка инновационных решений, использование альтернативного сырья, новых продуктов и процессов.

Ячмень – наше важнейшее сырье. Этот злак имеет узкое распространение – на его долю приходится менее 2% от общемирового объема производства зерновых. Поэтому разработки, направленные на обеспечение урожайности и качества ячменя, стали неотъемлемой частью операционной деятельности Carlsberg Group.

ЗАКУПКИ

Мы сотрудничаем с нашими поставщиками, побуждая их применять стандарты корпоративной социальной ответственности (КСО) Группы, и совместными усилиями сокращаем влияние приобретаемых продуктов и услуг на общество и окружающую среду.

Мы строго следуем корпоративным стандартам закупок и уделяем должное внимание аспектам КСО в работе наших партнеров. Нормы Кодекса поведения поставщиков и лицензиатов Carlsberg Group включены в договоры с контрагентами.

ПРОИЗВОДСТВО

Значимые обязательства Carlsberg Group в области устойчивого развития касаются сохранения энергетических и водных ресурсов, а также обеспечения безопасных условий труда для сотрудников. Вместе с экологическими выгодами мы добиваемся экономических, сокращая финансовые затраты. Компании Группы, включая «Балтику», сокращают воздействие на окружающую среду благодаря реализации программ эффективности и внедрению новых технологических разработок, а также демонстрируют хорошие результаты в достижении целей в области безопасности.

ЛОГИСТИКА

Благодаря предпринимаемым нами усилиям по оптимизации логистической деятельности, мы обеспечиваем более эффективное использование ресурсов и экономические выгоды. Наши инициативы включают использование альтернативных способов транспортировки, улучшение условий складского хранения и более эффективную дистрибуцию. Мы также проводим работу с поставщиками, чтобы повысить стандарты, применяемые для материалов и оборудования, используемых Carlsberg Group.

МАРКЕТИНГ И КОММУНИКАЦИИ

Мы считаем, что пивом следует наслаждаться как частью сбалансированного и здорового образа жизни. Необходимое условие для этого – умеренное и ответственное потребление.

Наша политика по маркетинговым коммуникациям отражает обязательство Carlsberg Group способствовать ответственному потреблению продукции и определяет стандарты всех адресованных потребителям маркетинговых и рекламных мероприятий. Этим стандартам должны следовать все сотрудники Группы в разных странах и внешние партнеры, занимающиеся разработкой коммуникационных материалов.

КЛИЕНТЫ, ПОТРЕБИТЕЛИ И ОБЩЕСТВО

Carlsberg Group организует локальные и глобальные проекты для продвижения ответственного потребления пива и решения проблем, связанных со злоупотреблением алкоголем. В сотрудничестве с нашими клиентами мы стремимся увеличить охват и усилить эффект от нашей деятельности в области устойчивого развития, в частности, призывая потребителей направлять отходы на переработку. Эффект от различных мероприятий, которые проводит «Балтика» вместе с другими компаниями Группы, свидетельствует о поддержке, которую мы оказываем местным сообществам в регионах присутствия.



Экономика

РЫНОК ПИВА В РОССИИ

ПОЗИЦИИ «БАЛТИКИ» В РОССИИ

ВКЛАД «БАЛТИКИ» В ЭКОНОМИКУ

Рынок пива в России

2015 год был сложным для всей пивоваренной отрасли, негативные тенденции усилились. Рынок пива сократился почти на 10%. В общей сложности за последние семь лет снижение составило 35%.

Ключевыми драйверами падения рынка стали продолжающееся ухудшение общей макроэкономической ситуации, девальвация рубля и рост продовольственной инфляции.

Кроме этого, уже не первый год существенное влияние на рынок оказывает усилившееся законодательное давление, в том числе дополнительные региональные ограничения в области продаж и высокая ставка акциза на пиво, которая с 2009 по 2015 год выросла в шесть раз.

Доля рынка четырех крупнейших пивоваренных компаний, работающих в России, показала снижение. Растущим оказался только сегмент «Другие»* – он вырос на 3% в объемах и суммарно стал

* В этот сегмент при оценке относят остальных участников рынка, такие как ИПК, «Очаково» и другие, помимо четверки крупнейших пивоваренных компаний.

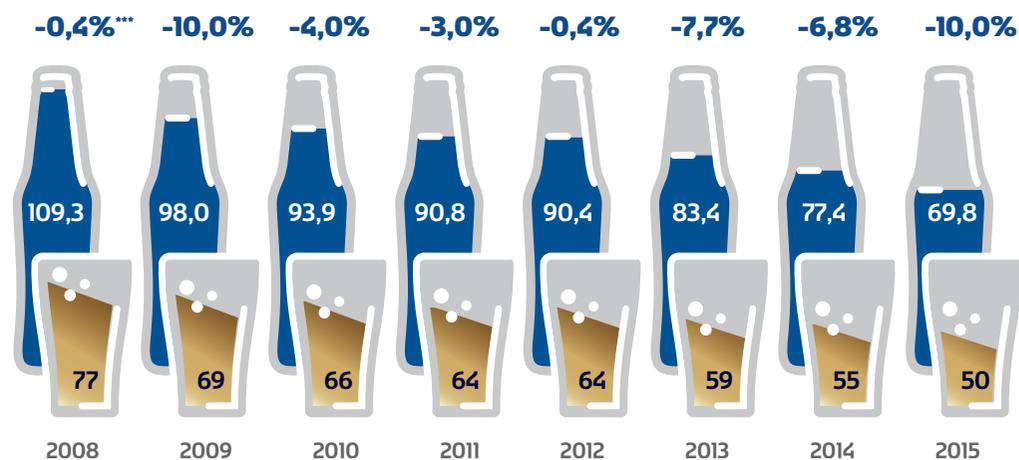
вторым по размеру игроком на рынке после «Балтики».

Розничный товарооборот упал на 10%, что является историческим рекордом за последние 15 лет. Общая негативная экономическая ситуация и высокая инфляция потребительских цен снизили покупательную способность населения. В 2015 году потребление пива в России продолжило сокращаться и достигло минимума за последние 12 лет – в пересчете на душу населения 50 литров.

Потребители старались экономить на товарах не первой необходимости за счет выбора более дешевой продукции, сокращения частоты покупки или отказа от нее. В прошлом году произошло сжатие объема среднеценового сегмента ввиду переключения потребителей на низкоценовой сегмент пива. Одновременно наблюдалось развитие суперпремиального и премиального сегментов за счет промо-конкуренции брендов, снижения цен некоторых марок и развития сегмента мультипаков**.

** Мультипак - упаковка, включающая несколько единиц товара.

ДИНАМИКА РЫНКА ПИВА И ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ 2008-2015 ГОДЫ



■ Динамика рынка пива (млн гл)
 ■ Потребление пива на душу населения (литры)

Источник: внутренняя оценка компании

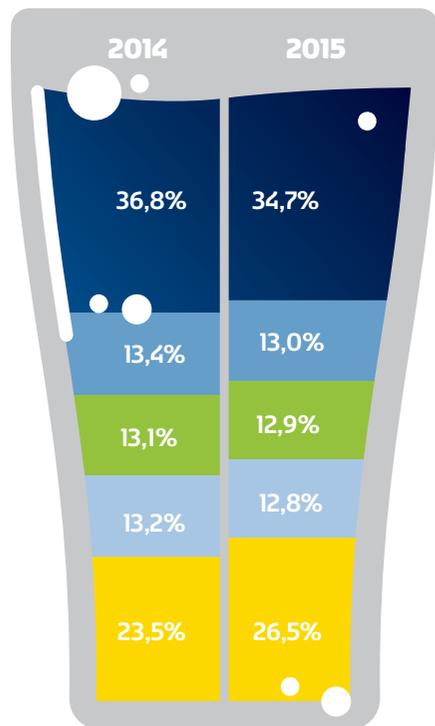
*** Изменение к предыдущему году, %

В структуре форматов розничной торговли, по внутренним оценкам компании, на рынке пива наиболее впечатляющий рост в прошлом году показал канал современной торговли (торговые сети различного формата). Изменение составило +5% по отношению к прошлому году (доля канала 41%). Канал традиционной торговли (локальные торговые точки) при этом сократился на 5% (доля - 49%). Доля канала он-трейд (канал продаж продукции для немедленного

потребления (кафе, бары, рестораны) не изменилась (10%).

Что касается видов упаковки, наблюдался рост продаж пива в алюминиевой банке, что связано с развитием сегмента мультипаков. Доли стеклянной бутылки и ПЭТ снизились на 2% и 1% соответственно. Доля пива в кегах незначительно выросла на 1%.

ДОЛИ ВЕДУЩИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПИВА В 2015 ГОДУ И ДИНАМИКА В СРАВНЕНИИ С 2014 ГОДОМ



- Балтика
- Efes
- Heineken
- SUN InBev
- Другие

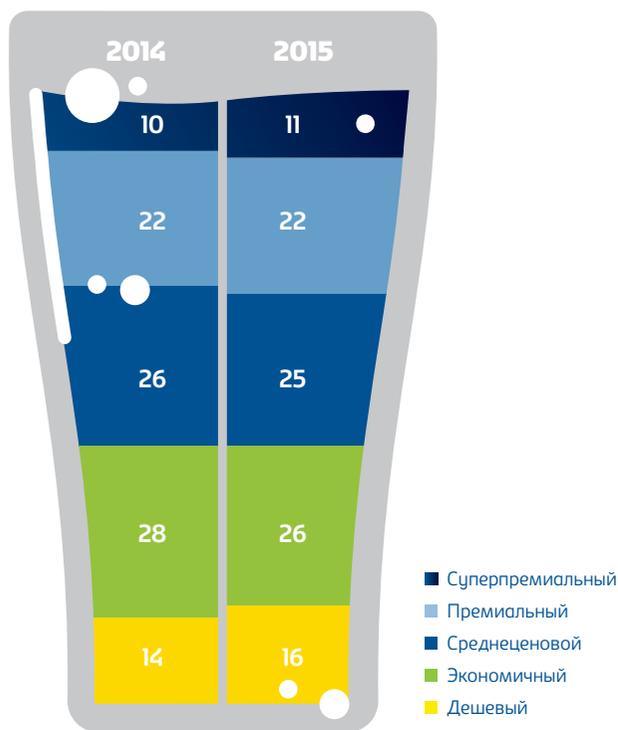
Источник: по данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 и 2015 годы в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия



Наблюдался рост продаж пива в алюминиевой банке, что связано с развитием сегмента мультипаков.

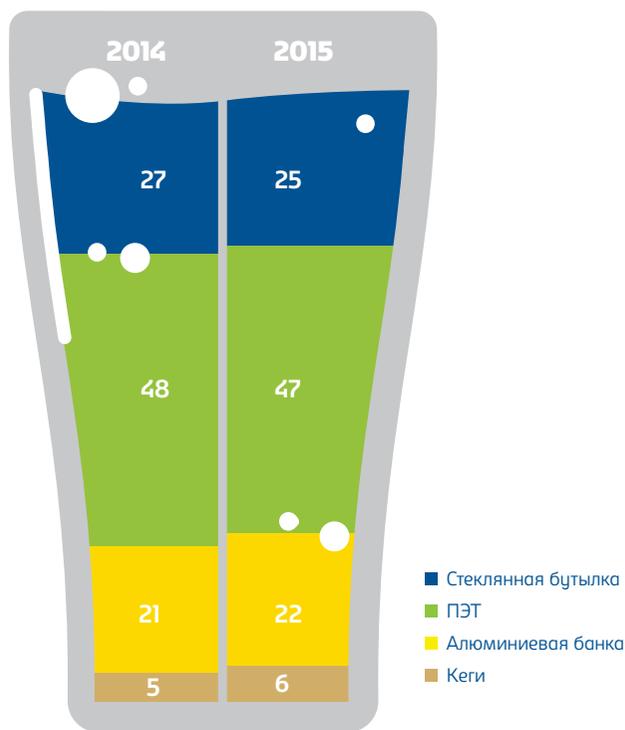
Потребление пива в России достигло рекордного минимума за последние 12 лет

**СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА
ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ
В ОБЪЕМНОМ ВЫРАЖЕНИИ, %**



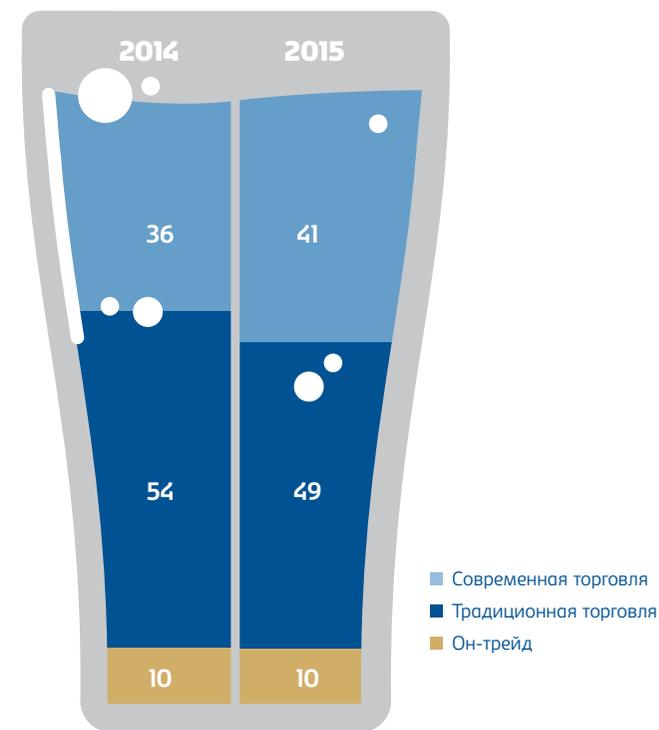
Источник: по данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 и 2015 годы в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

**СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА
ПО ВИДАМ УПАКОВКИ, %**



Источник: по данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2014 и 2015 годы в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

**СТРУКТУРА РЫНКА ПИВА ПО КАНАЛАМ
ТОРГОВЛИ, %**



Источник: внутренняя оценка компании

Позиции «Балтики» в России

Следствием серьезных внешних и внутренних факторов в 2015 году стали реструктуризация производственных мощностей «Балтики», изменения в складских и логистических операциях. По итогам года объемная доля рынка компании составила 34,7%, что на 2,1% ниже показателя за 2014 год.

В условиях продолжающегося общего падения рынка пива, связанного со сложной макроэкономической обстановкой и несбалансированным регулированием и налогообложением отрасли в России, в начале 2015 года компания была вынуждена закрыть заводы в Челябинске и Красноярске, между остальными заводами произошло перераспределение мощностей в соответствии с реальными потребностями бизнеса. Совокупная мощность всех заводов «Балтики» теперь в зависимости от ассортимента производимой продукции составляет около 40 млн гектолитров в год.

Объем первичных отгрузок компании (продажи готовой продукции в адрес контрагентов) по итогам 2015 года снизился на 17% по сравнению с прошлым годом. Причиной стало сокращение складских запасов дистрибьюторов

вследствие продолжающегося стремительного смещения продаж из канала традиционной торговли в канал современной торговли, а также ценового лидерства компании и роста популярности дешевых локальных (местных) брендов.

По итогам 2015 года объемная доля рынка компании «Балтика» составила 34,7%, что на 2,1% ниже аналогичного показателя за 2014 год. Потеря доли рынка была спровоцирована, прежде всего, ценовым лидерством компании летом прошлого года. Доля рынка в деньгах, которую занимает компания по итогам 2015 года, составила 35,6%, по данным ритейл-аудита Nielsen Россия в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия.

Несмотря на глубокие проблемы в отрасли, благодаря эффективности внутренних процессов и сбалансированной разветвленной производственно-логистической инфраструктуре «Балтика» продолжает зарабатывать существенную долю от общего объема прибыли, генерируемой пивоваренным рынком. Вместе с тем, доля «Балтики» в операционной прибыли Carlsberg Group снижается из-за девальвации российской валюты и по итогам 2015 года составила 16%.



В 2015 году «Балтика» продолжила фокусироваться на повышении внутренней эффективности и инвестировать в развитие брендов.

На фоне сложной макроэкономической ситуации в 2015 году прибыльность экспортных продаж выросла практически вдвое по сравнению с 2014 годом, при этом 20% этого роста обеспечили некурсовые факторы – улучшение работы с ассортиментом, а также начало продаж в новые страны: Румынию, Индию, Новую Зеландию. Замечательный рост показали такие бренды как «Жатецкий Гусь» и Flash Up.

В 2015 году «Балтика» продолжила фокусироваться на повышении внутренней эффективности и инвестировать в развитие брендов.

Компания выпустила ряд новинок: сорт Neon Beer и Boilermaker — новый сорт пива Tuborg с особым солодом «виски-бурбон»; региональные сорта — «Дон» с использованием местного, выращенного в Южном регионе, пивоваренного ячменя, «Свердловское», «Заповедное» и «Самара Чешский хмель».

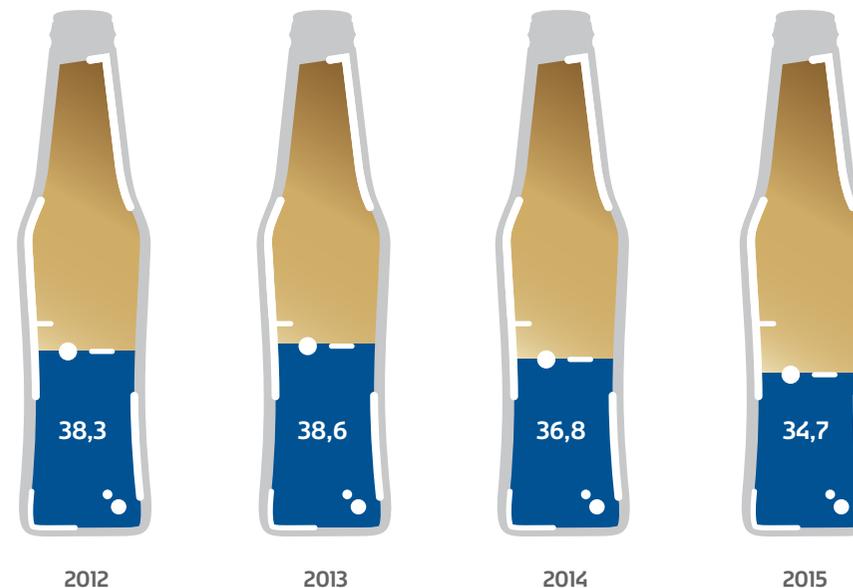
Ностальгически-патриотический тренд по-прежнему актуален, покупатели поддерживают локальных производителей.

В портфеле «Балтики» есть ответ на данный тренд и предложение для потребителей – это региональные бренды «Дон» (южный регион), «ДВ» (Дальний Восток), «Невское» (Северо-Запад) и другие.

Также компания провела музыкальные фестивали Greenfest, «ДВигай на Простор», летние фестивали DAS FEST, «ДОН-фест» и продолжила инвестировать серьезные средства в спорт: Континентальную Хоккейную Лигу, Российский футбольный союз; выступала спонсором XXXV Чемпионата мира по хоккею с мячом, прошедшем в Хабаровске и принесшим победу Сборной России, организовала турне главного трофея КХЛ по российским городам длиной в 9000 км, продолжила сотрудничать с Олимпийским комитетом России. «Балтика» поддерживала и региональные клубы – хоккейный клуб «СКА» (бренд «Невское»), футбольный клуб «Арсенал» (бренд «Арсенальное»), клуб «Крылья Советов» (бренд «Самара») и других.

В 2015 году сегмент энергетических напитков вырос по сравнению с другими сегментами, в том числе бренд Flash Up показал рост продаж на 5%.

ДИНАМИКА ДОЛИ КОМПАНИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ, %



Источник: по данным ритейл-аудита Nielsen Россия за 2015 год в натуральном выражении в отношении рынков Городская и Сельская Россия

«Балтика» продолжает зарабатывать **существенную долю** от общего объема прибыли, генерируемой пивоваренным рынком

Вклад «Балтики» в экономику

«Балтика» — одна из крупнейших компаний России в сфере производства товаров народного потребления. Важным свидетельством устойчивости нашего бизнеса является вклад, который вносит «Балтика» в экономику страны.

ПРЯМАЯ ЗАНЯТОСТЬ

Наша сеть, в которую входят заводы и офисы продаж, развернулась по всей территории страны — от Санкт-Петербурга до Владивостока. Мы предоставляем жителям российских регионов рабочие места в различных областях профессиональной деятельности, в том числе на производстве, в сфере логистики, маркетинга и продаж, административной функции. Среднесписочная численность сотрудников «Балтики» в 2015 году составила 7 519 человек, что на 7% меньше, чем в 2014 году.

Сокращение персонала компании в отчетном периоде связано с продолжающимся падением рынка пива, вызванного сложной макроэкономической обстановкой, несбалансированным регулированием и налоговым обложением отрасли в России. В начале

2015 года «Балтика» была вынуждена закрыть два пивоваренных завода — в Челябинске и Красноярске. В прошлом году объем средств, выделенных компанией на оплату труда, составил 8 млрд рублей.

ОБЩЕЕ ЧИСЛО РАБОЧИХ МЕСТ

Деятельность «Балтики» интегрирована в длинную цепочку поставок, поэтому ее влияние на экономику проявляется в прямом и косвенном воздействии. В 2015 году, например, процент локальных поставщиков, с которыми работала «Балтика» по закупке сырья и упаковки составил 90%. Косвенный вклад «Балтики» проявляется в создании и поддержании рабочих мест в компаниях-поставщиках, специализирующихся в области сельского хозяйства, производства упаковки и логистики, а также в индуцированной занятости в сфере услуг и в розничной торговле. В 2015 году мы обеспечили 91 457 рабочих мест напрямую и в смежных областях.

Таким образом, каждый сотрудник «Балтики» косвенно обеспечивает двенадцать рабочих мест в смежных отраслях.



1 сотрудник «Балтики» – 12 рабочих мест в смежных отраслях.

Всего «Балтика» обеспечила напрямую и в смежных областях 91 457 рабочих мест в 2015 году.

Распределение рабочих мест



21% Розничная торговля



41% Поставщики



30% Сфера обслуживания



8% «Балтика»

Источник: данные компании

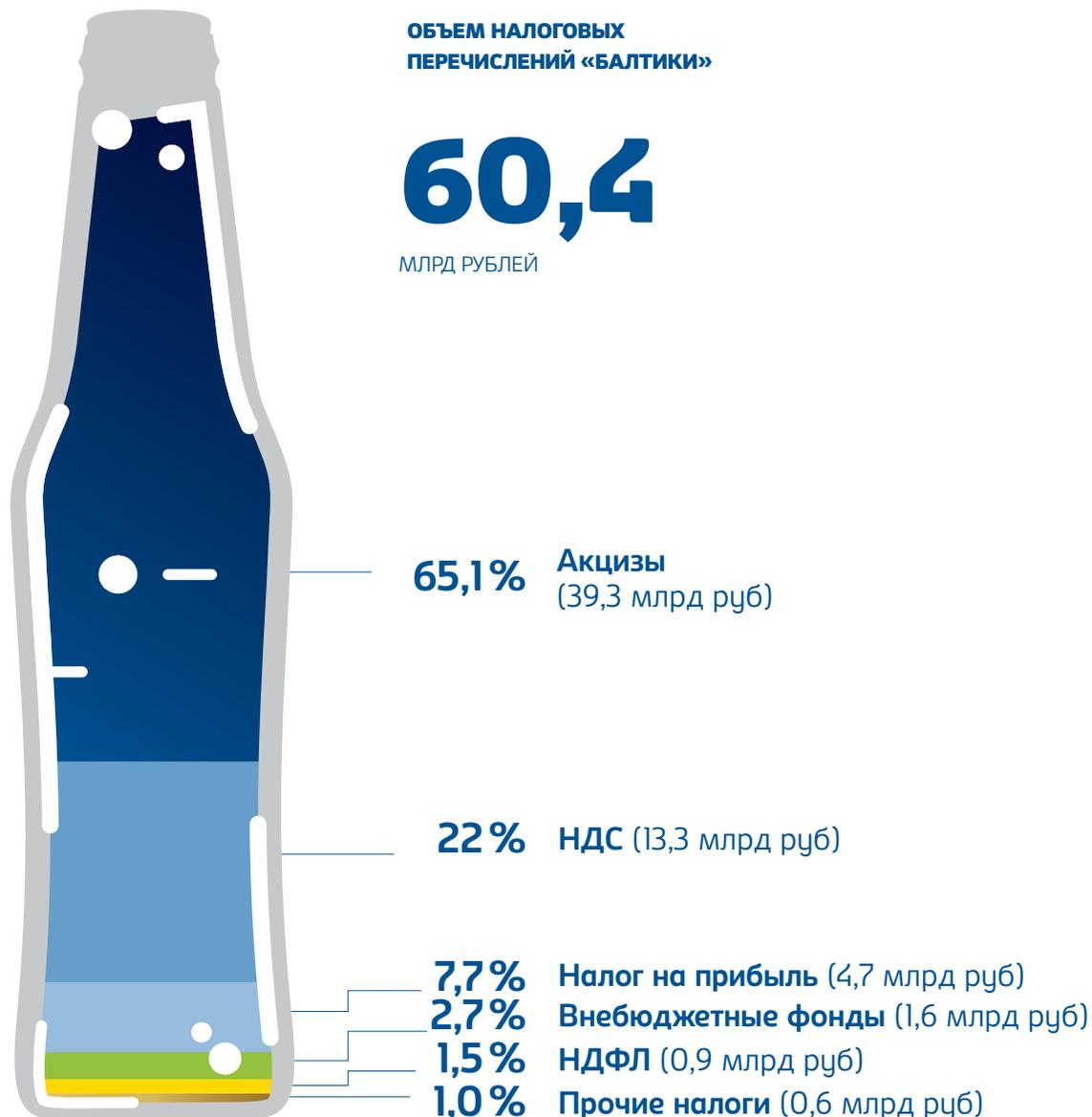
Налоговые перечисления

«Балтика» – один из крупнейших налогоплательщиков России. Компания формирует значительную часть налоговых поступлений в бюджеты тех регионов, где находятся ее штаб-квартира и филиалы.

В 2015 году объем совокупных налоговых перечислений «Балтики» в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды составил 60,4 млрд рублей. Это на 14,7 млрд рублей меньше, чем в 2014 году. Снижение налоговых перечислений произошло в результате сокращения объемов производства и прибыли компании.

Большая часть налогов (87%) относится к косвенным налогам – акцизным сборам и НДС. Оставшиеся 13% составляют прямые налоги: налог на прибыль, отчисления во внебюджетные фонды и другие налоги.

В дополнение к налоговым обязательствам компании, мы также исполняем обязательства налогового агента по налогу на доходы физических лиц.

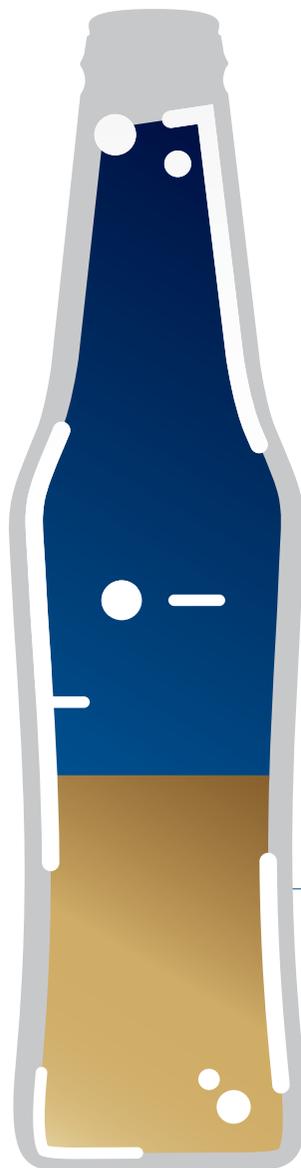


Общий вклад в формирование государственного бюджета

Наша работа способствует повышению доходов государства не только за счет налоговых перечислений «Балтики», но и по причине роста налоговой базы в сельском хозяйстве, розничной торговле, сфере услуг.

По результатам оценки, проведенной по общепризнанной методике компанией Regioplan, в 2015 году «Балтика» напрямую и через смежные отрасли сгенерировала доход бюджетов всех уровней в размере 74,9 млрд рублей.

Деятельность «Балтики» косвенно обеспечила поступления в государственный бюджет 27,8 млрд рублей через перечисления нашими поставщиками, предприятиями сферы услуг, розничной торговли, НДС и налогов на доходы физических лиц, выплаты во внебюджетные фонды.



ОБЩИЙ ВКЛАД В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ

74,9
МЛРД РУБЛЕЙ

63 % Налоги, уплаченные «Балтикой» (прямые налоги и акциз) (47,1 млрд рублей)

37 % Налоги, перечисленные поставщиками, предприятиями сферы услуг, розничной торговли (27,8 млрд рублей)

Источник: данные компании

Добавленная стоимость

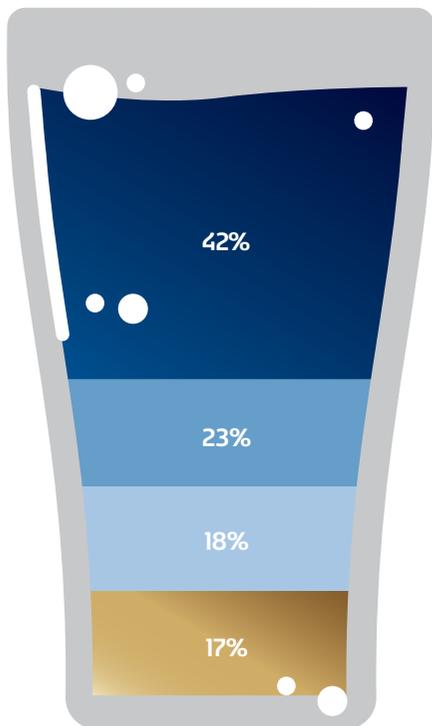
Деятельность «Балтики» создает добавленную стоимость как напрямую для самой компании, так и для ее поставщиков, предприятий сферы услуг и розничной торговли. В 2015 году добавленная стоимость от производства и продаж продукции «Балтики» составила 49,7 млрд рублей. Сокращение показателя по сравнению с 2014 годом связано с уменьшением объемов производства.

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ ОТ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ «БАЛТИКИ»

49,7

МЛРД РУБЛЕЙ

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



Источник: данные компании

Инвестиции компании

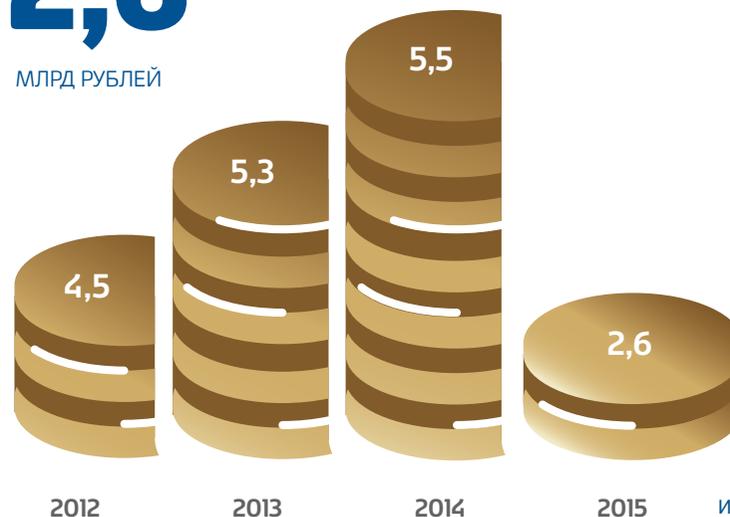
Общий объем инвестиций компании в 2015 году составил 2,6 млрд рублей. Сокращение показателя по сравнению с 2014 годом связано с достаточно большой инвестиционной программой, проведенной в предыдущие годы, а также с продолжающейся оптимизацией затрат компании, усиленной в связи с неблагоприятной ситуацией в экономике и пивоваренной отрасли.

Инвестиции были направлены на модернизацию производственного оборудования, завершение проектирования и строительства очистных сооружений сточных вод на заводе «Балтика-Хабаровск», проектирование очистных сооружений на предприятиях в Санкт-Петербурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону и развитие информационных технологий.

ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ «БАЛТИКИ»

2,6

МЛРД РУБЛЕЙ



Источник: данные компании



Здоровье и благополучие

НАШИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

- Обеспечивать высокое качество продукции
- Развивать культуру ответственного потребления пива

НАШИ ПРИОРИТЕТЫ

- Продвигать умеренное потребление пива
- Предупреждать потребление алкоголя несовершеннолетними и вождение после потребления алкоголя
- Обеспечивать ответственные маркетинговые коммуникации

Обеспечение качества

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

В компании внедрена интегрированная система менеджмента (ИСМ), уникальность которой заключается в том, что она объединила четыре стандарта в области управления качеством (ISO 9001) и пищевой продукцией (ISO 22000), экологического менеджмента (ISO 14001), а также менеджмента безопасности труда и охраны здоровья (OHSAS 18001). В апреле-мае 2015 года «Балтика» прошла аудит интегрированной системы менеджмента на подтверждение соответствия требованиям международных стандартов.

Кроме того, в отчетном году в штаб-квартире компании и на двух заводах – «Балтика-Ростов» и «Балтика-Новосибирск» – состоялись диагностические аудиты на соответствие требованиям международной схемы сертификации FSSC 22000, которая представляет собой один из наиболее всеобъемлющих подходов к системе управления безопасностью пищевых продуктов. Сертификация штаб-квартиры и обоих заводов запланирована на август-сентябрь 2016 года.

Качество продукции мы оцениваем с помощью специального индекса, который учитывает различные параметры готового пива и внешний вид упаковки. В 2015 году компания добилась фактического увеличения индекса до 92% при целевом показателе 88%. При этом показатель по внешнему виду упаковки на торговой полке достиг уровня 99,9%.

92%

индекс качества нашей продукции в 2015 году

Начало выпуска безалкогольной продукции на заводе «Балтика-Ростов»



В 2015 году в филиале «Балтика-Ростов» завершен инвестиционный проект по установке и запуску купажного отделения мощностью 2 000 дал в час для выпуска безалкогольной продукции: кваса «Хлебный край» объемом 1,5 и 2,5 литра в ПЭТ упаковке и безалкогольного энергетического напитка Flash Up в алюминиевой банке 0,5 литра. Ранее на заводе выпуск безалкогольной продукции не производился.

Установка купажного отделения позволит расширить ассортимент напитков и сократить расходы по доставке готовой продукции в регион с других производственных площадок компании. Напитки, выпущенные на заводе «Балтика-Ростов», будут экспортироваться в страны СНГ и продаваться на территории юга России.

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

«Балтика» открыта к диалогу со своими потребителями.

Обратиться в компанию можно по телефону «горячей линии» 8-800-333-33-03 (звонок бесплатный для жителей любого региона РФ) или через корпоративный сайт (www.baltika.ru).

Вся информация, полученная по каналам обратной связи, анализируется и используется для усовершенствования процессов, улучшения качества продукции и новых разработок. Несмотря на то, что «Балтика» контролирует каче-

ство пива примерно по 100 критериям и параметрам, значительно превышающим требования ГОСТа, для компании очень важно знать, как оценивают качество продукции потребители.

В отчетном году в адрес компании поступило 9 556 обращений по горячей линии и 10 598 сообщений через сайт.

Оценка удовлетворенности обратившихся обратной связью от компании в 2015 году составила 4,9 балла (по пятибалльной шкале), сохранившись на уровне прошлого года.



8-800-333-33-03
www.baltika.ru



Награды продукции



INTERNATIONAL BEER CHALLENGE 2015 ПРИНЕС 8 НАГРАД

Сразу 8 медалей разного достоинства взяли наши сорта пива, которые участвовали в 19 международном профессиональном конкурсе International Beer Challenge 2015. «Золото» получили три сорта («Балтика 4 Оригинальное», «Балтика 8 Пшеничное» и Baltika Munchen), а «серебро» – два сорта («Балтика 3 Классическое» и «Русский имперский стаут», экспортный сорт из «Коллекции пивовара»). Еще три сорта («Балтика 7 Экспортное», «Балтика 6 Портер», «Zatecky Gus Cerny») были удостоены бронзовых наград.

THE INTERNATIONAL BEER CHALLENGE 2015



ЗОЛОТО

Baltika Munchen
Балтика 4 Оригинальное
Балтика 8 Пшеничное



СЕРЕБРО

Балтика 3 Классическое
Коллекция пивовара.
Русский имперский стаут



БРОНЗА

Балтика 7 Экспортное
Балтика 6 Портер
Zatecky Gus Cerny



«БАЛТИКА» СТАЛА ЛЮБИМЫМ ПИВНЫМ БРЕНДОМ

В седьмой раз «Балтика» был признан любимым брендом россиян в категории «Пиво» согласно исследованию «Любимые российские бренды», которое проводится компанией Online Market Intelligence. Опрос проходит в российских городах-миллионниках среди респондентов мужского и женского пола в возрасте от 18 до 55 лет с доходом средним и выше среднего по шкале самоопределения. Участникам исследования предлагается без подсказки назвать три торговых марки/бренда, которые они считают любимыми.

EUROPEAN BEER STAR 2015 «БАЛТИКИ 3» И «БАЛТИКИ 8»

На XII Международном профессиональном конкурсе European Beer Star 2015 лагер «Балтика 3» стал обладателем золотой награды в номинации «European-Style Mild Lager» (светлый лагер европейского стиля). Пшеничное пиво «Балтика 8» было удостоено «бронзы» в категории «South German-Style Hefeweizen Hell» (пшеничное нефильтованное пиво южно-германского стиля).

ЗОЛОТОЙ ЗНАК КАЧЕСТВА ДЛЯ «ЯРПИВО»

В рамках выставки-конкурса «Всероссийская Марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века» отраслевая экспертная комиссия присудила Золотой Знак качества популярному бренду «Ярпиво Янтарное», выпускаемому на заводе «Балтика-Ярославль».



Сотрудничество с поставщиками зерна

«Балтика» создает устойчивую цепочку поставок ячменя, которая позволяет обеспечить стабильное снабжение наших заводов необходимым объемом качественного сырья и поддержать бизнес отечественных сельхозпредприятий.

Ежегодно «Балтика» закупает около 30% от общего объема пивоваренного ячменя, выращиваемого в России. В 2015 году компания обеспечила свои потребности в пивоваренном ячмене на 100% за счёт урожая отечественных производителей.

Для управления поставками солода и зерна на пивоваренные заводы «Балтики» и другие заводы региона Восточная Европа в отчетном году Carlsberg Group создала в России новую компанию – ООО «Карлсберг Восточная Европа» со штаб-квартирой в Санкт-Петербурге.

В сферу деятельности компании входит закупка зерна у различных поставщиков, производство солода, управление солодовнями и элеваторами «Балтики», а также реализация агропроекта в России.

Создание новой компании позволит Группе обеспечить эффективность операционной деятельности и лучше управлять рисками и неопределенностью, связанными со снабжением Восточной Европы солодом.

АГРОПРОЕКТ

В отчетном году агропроекту исполнилось десять лет. «Балтика» запустила эту инициативу в 2005 году для создания собственной сырьевой базы.

ООО «Карлсберг Восточная Европа», теперь отвечающая за агропроект в России, продолжает активно сотрудничать с отечественными поставщиками зерна.

С местными сельхозпредприятиями заключаются договоры, и они становятся поставщиками и участниками системы постоянного партнерства. Компания гарантирует покупку указанного в договоре объема ячменя по фиксированной цене, обеспечивая производителям стабильный доход и предсказуемость развития их бизнеса.



100% своей потребности в пивоваренном ячмене компания обеспечила за счёт урожая отечественных производителей



Производители со своей стороны берут на себя обязательства выращивать высококачественное зерно, соответствующее строгим требованиям компании.

Специалисты компании принимают участие в контроле процесса выращивания, качества подработки и хранения ячменя на элеваторах. Компания знакомит партнеров с новыми сельскохозяйственными технологиями и предоставляет возможность получить консультации специалистов.

Изучение технологий выращивания пивоваренного ячменя осуществляется в лабораториях и в полях. Наши сотрудники проводят отбор и анализ состава почв в сельхозпредприятиях и с учетом полученных при исследовании образцов данных разрабатывают технологические схемы выращивания, которые включают рекомендации по внесению оптимальных

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

В отчетном году число поставщиков, принимающих участие в агропроекте сократилось до 85 (110 участников в 2014 году), что связано с ухудшением общей ситуации на пивоваренном рынке и падением спроса на ячмень, а также переключением сельхозпредприятий на выращивание более востребованных зерновых культур. Несмотря на сокращение количества сельхозпредприятий, с которыми сотрудничает компания, посевные площади в рамках агропроекта осталась в прежних масштабах за счет работы с более крупными производителями пивоваренного ячменя.

Открытие элеватора для пивоваренного ячменя в Тульской области



29 сентября 2015 года в поселке Товарково Тульской области компания «Балтика» открыла новый элеватор для пивоваренного ячменя, который стал важным элементом инфраструктуры агропроекта. Он позволяет специалистам следить за качеством зерна на всех этапах – от создания семенного фонда до транспортировки на солодовни и пивоваренные заводы, обеспечивая тем самым высокое качество готового пива.

Мощность объекта составила 41 000 тонн, а сам проект вошёл в двадцатку крупнейших инвестиционных программ региона.

Тульская область – сердце агропроекта. Именно здесь десять лет назад началась его реализация. В настоящее время регион лидирует в Центральном федеральном округе по объёму закупаемого компанией ячменя.



9 октября на 17 Всероссийской выставке «Золотая осень» в Москве состоялась торжественная церемония награждения победителей II Всероссийского конкурса среди сельхозпроизводителей пивоваренного ячменя «Ячменный колос – 2015», организованного «Балтикой».

Этот проект призван стимулировать развитие сельского хозяйства в России, привлекать внимание представителей бизнеса к аграрному сектору и его инвестиционному потенциалу, а также выявлять и поощрять лучшие сельхозпредприятия страны. В рамках конкурса ведущие производители пивоваренного ячменя России выполнили ряд заданий. Независимые эксперты оценили эффективность использования пахотных земель и образцы нового урожая зерна, которые проверялись по ключевым показателям качества: влажности, экстрактивности и содержанию белка.

По итогам конкурса были объявлены победители. Первое место заняло Крестьянское фермерское хозяйство «Зоринское» из Рязанской области. Представителю агрохозяйства торжественно вручили главный приз конкурса – сертификат на 400 тысяч рублей, а также возможность поехать в Копенгаген и посетить пивоваренный завод Carlsberg. Второго места был удостоен коллектив ООО «Хлебороб» из Орловской области, награжденный сертификатом на 250 тысяч рублей. Почетное третье место и 105 тысяч рублей получило КФХ «КраПП», представлявшее Тульскую область. Участникам конкурса, занявшим с четвертого по десятое места, были вручены призы в размере 35 тысяч рублей.

КОНКУРС «ЯЧМЕННЫЙ КОЛОС-2015»



«Нам было очень интересно посетить Данию и узнать о технологиях Carlsberg Group, которые европейцы применяют для выращивания пивоваренного ячменя. Меня, как профессионала, особенно впечатлило оборудование лаборатории для глубокого, детального изучения зерна. Мы взяли себе на заметку методики контроля качества ячменя. Обязательно воспользуемся рекомендациями руководителя отдела селекции для проверки качества урожая 2016 года».

*Александр Михайлович Бубенцов,
руководитель крестьянско-фермерского хозяйства
из Рязанской области, победитель конкурса
«Ячменный колос-2015»*



Наши обязательства Развивать культуру ответственного потребления пива



Объявление наших обязательств

Мы привержены развитию культуры ответственного потребления пива: продвигаем умеренное потребление нашей продукции и участвуем в решении проблем, связанных со злоупотреблением алкоголем в обществе.

Мы обращаем внимание на положительные аспекты умеренного потребления пива и позиционируем пенный напиток как правильный и ответственный выбор, играющий определенную роль в здоровом образе жизни. Однако существует проблема злоупотребления алкоголем, в решении которой мы принимаем участие.



Сотрудничество

Решение проблемы злоупотребления алкоголем требует сотрудничества в рамках отрасли и за ее пределами. Чтобы добиться наилучших результатов, все – от ритейлеров, владельцев баров, представителей сферы образования, родителей до регуляторов и самих потребителей – должны быть вовлечены.

Эффективное регулирование потребления алкоголя должно сопровождаться четкими, направленными действиями. Поэтому мы работаем с компаниями в рамках отрасли, чтобы вместе обозначить наши обязательства и найти пути решения проблемы злоупотребления алкоголем.



Активация наших приоритетов – цели Carlsberg Group до 2017 года

- **Вся печатная рекламная продукция размером больше формата А4, интернет и телевизионная реклама должны содержать сообщения об ответственном потреблении;**
- **Все компании Группы обязаны внедрить по меньшей мере одну программу в области ответственного потребления;**
- **100% первичной упаковки нашей продукции должны содержать пиктограммы по ответственному потреблению, чтобы предупредить злоупотребление алкоголем;**
- **80% первичной упаковки нашей продукции в Западной Европе должны содержать информацию об ингредиентах и пищевой ценности;**
- **Ежегодно охватывать по меньшей мере 20 миллионов потребителей через сообщения об ответственном потреблении и специальные кампании.**

Результаты Carlsberg Group 2015 год



>1 100

автомобилей **оснащены
алкозамками**
в скандинавских странах

36

инициатив **по ответственному
потреблению**
с участием ритейлеров провели
компании Группы

>30 млн

потребителей охвачены
**кампаниями по
ответственному
потреблению**

Почему нет слога «Car»
в слове Carlsberg?
**Читайте на странице
34**

lsberg

Не пей за рулем

78%

наших компаний провели
**активности по
ответственному
потреблению**



Активация наших приоритетов

Ответственное потребление

«Балтика» уделяет особое внимание продвижению умеренного и ответственного потребления пива. Мы хотим внести положительный вклад в решение проблем, связанных со злоупотреблением алкоголем.

Объединяя людей, пиво играет положительную социальную роль в обществе. При умеренном потреблении пиво может быть частью здорового образа жизни. В то же время мы понимаем, что чрезмерное потребление алкоголя губительно влияет на организм и здоровье человека.

Поэтому «Балтика» предпринимает меры по предотвращению злоупотребления алкоголем. Подход компании и Carlsberg Group к решению этой проблемы соответствует обновленным целям устойчивого развития, утвержденным Организацией Объединенных Наций, а также учитывает цель Всемирной организации здравоохранения сократить злоупотребление алкоголем к 2020 году на 10%.

ОТВЕТСТВЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Наша Политика по маркетинговым коммуникациям определяет стандарты работы, способствующие выполнению обязательств компании по продвижению ответственного потребления пива среди совершеннолетних.

В соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации на этикетки всех алкогольных брендов компании «Балтика» нанесена предупредительная надпись о недопустимости потребления алкогольной продукции детьми и подростками до 18 лет, беременными женщинами и людьми с заболеваниями центральной нервной системы и органов пищеварения.

Все маркетинговые материалы алкогольных брендов компании содержат информацию о вреде чрезмерного потребления алкоголя и знак 18+.



Наш опыт показывает, что один из лучших способов продвигать ответственное потребление пива – прямое взаимодействие с совершеннолетними покупателями через бренды.

Greenfest – один из самых популярных музыкальных фестивалей, который проводится при поддержке бренда Tuborg. В 2015 году фестиваль прошел в Санкт-Петербурге и Краснодаре. Для гостей мероприятий мы организовали акцию «Drink Responsibly» (перевод с английского – «потребляй ответственно»). В северной столице, например, волонтеры предупреждали посетителей об ответственном потреблении пива и раздавали специальные значки.

Подобные акции также прошли во время фестивалей DAS FEST в Москве и «Простор» во Владивостоке.

«Балтика» продолжила реализацию образовательных проектов «Пивной сомелье» и «Пивной Гурме», продвигающих культуру потребления пенного напитка. В 2015 году прошло более 100 лекций в крупных городах России.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ

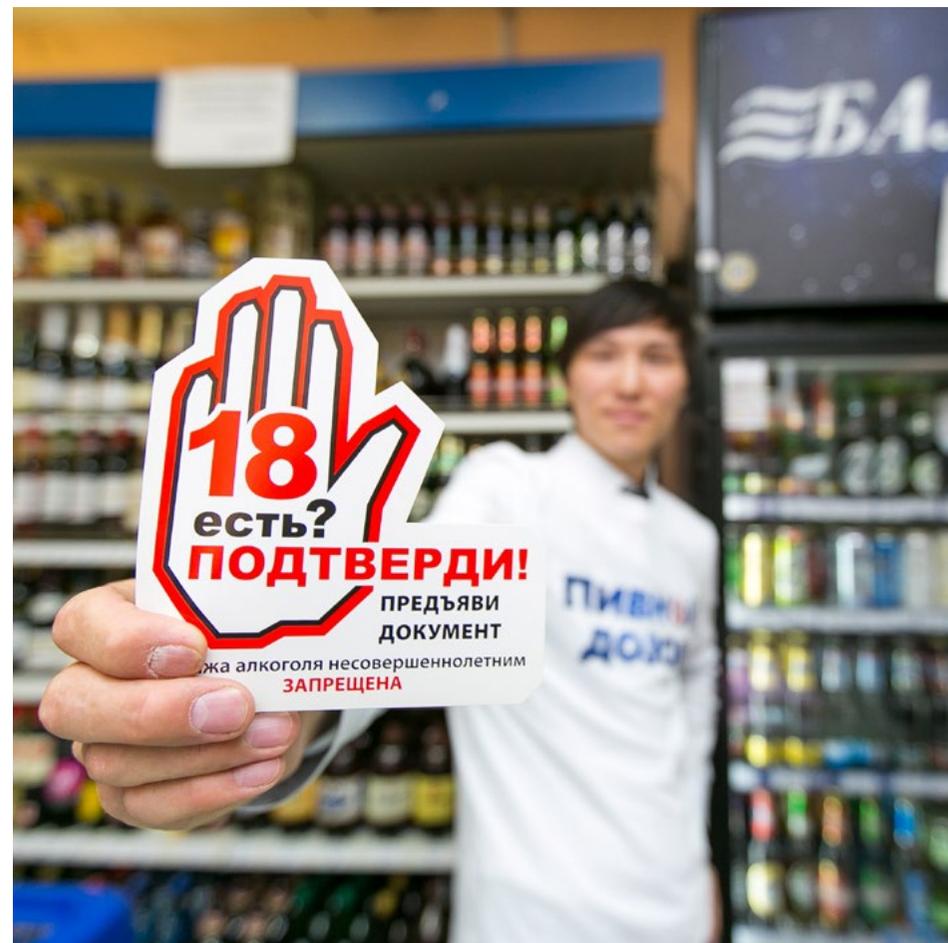
В отчетном году акции проекта «Пивной дозор» прошли в разных частях страны. Цель «Пивного дозора» – повысить осведомленность и ответственность общественности относительно запрета на продажу пива несовершеннолетним. С одной стороны, мы напоминаем продавцам торговых точек, что у них есть законное право требовать у поку-

пателей документы, подтверждающие возраст, с другой – призываем совершеннолетних посетителей магазинов не оставаться равнодушными, если они становятся свидетелями нарушений закона.

Мероприятия проекта включают размещение специального знака-стикера «Есть 18? Подтверди!» в торговых точках по всей территории страны, а также информирование сотрудников магазинов о том, что у них есть законное право проверить возраст покупателя. Акции проводятся компанией совместно с представителями контролирующих органов, городских администраций, УВД, общественных организаций, партнеров компании.

В 2015 году акции прошли в следующих городах: Владивостоке, Хабаровске, Благовещенске, Иркутске, Красноярске, Новосибирске, Барнауле, Кемерово, Томске, Ростове-на-Дону, Самаре, Волгограде, Краснодаре, Ярославле, Санкт-Петербурге, Туле.

Мероприятия охватили порядка 4 000 торговых точек, в них приняли участие около 600 волонтеров.



«ПИВНОЙ ДОЗОР» В 2015 ГОДУ

16
городов

600
волонтеров

4 000
торговых точек

СОТРУДНИЧЕСТВО



УЧАСТИЕ CARLSBERG GROUP

Всемирный день ответственного потребления пива был учрежден 18 сентября 2015 года как совместная инициатива Carlsberg Group и других крупнейших пивоваренных компаний, чтобы продемонстрировать совместную работу по продвижению ответственного потребления пенного напитка и решению проблем, связанных со злоупотреблением алкоголем.

Это крупнейший проект своего рода в истории пивоваренной индустрии. Более 100 000 сотрудников пивоваренных компаний в 62 странах мира приняли участие в мероприятиях по проверке возраста покупателей в 650 000 точек продаж, провели информационные кампании и тренинги для барменов и продавцов, которые охватили 8 000 000 человек. К инициативе присоединились 10 компаний Carlsberg Group.

В штаб-квартире Группы отключили часть легендарного десятиметрового логотипа наверху 21-этажного здания в Копенгагене: погас слог «Car» в слове Carlsberg. Символично то, что данный слог совпадает с английским словом «car» – машина. Таким образом, наши коллеги хотели привлечь внимание к опасности, связанной с вождением в нетрезвом виде.

МАСШТАБНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ АКЦИЯ В РОССИИ

В России международную инициативу поддержал Союз российских пивоваров. Во Всемирный день ответственного потребления пива стартовала масштабная акция «18+ Правила общие – ответственность каждого», координатором которой выступила компания «Балтика».

Основная цель проекта заключалась в том, чтобы объединить участников рынка: пивоваров, представителей торговли и покупателей

и совместными усилиями сделать невозможной продажу алкоголя несовершеннолетним.

Для этого были разработаны шесть простых правил для каждой из трех сторон. Только объединив их усилия, то есть, умножив эти 6 правил на 3, можно сделать алкогольную продукцию недоступной тем, кому еще не исполнилось 18 лет.

17 сентября, накануне Всемирного дня ответственного потребления пива, в Москве состоялось подписание Меморандума о намерениях развивать партнерство и предпринимать меры по предупреждению продаж пива несовершеннолетним между Союзом российских пивоваров, Союзом потребителей РФ, Объединением участников пиво-безалкогольного рынка, X5 Retail Group.

С 18 сентября по 1 октября прошла волонтерская акция, которая охватила 87 000 торговых точек в 120 городах России. В мероприятии приняли участие порядка 7 000 волонтеров.

Участники с помощью информационных материалов, специальных стикеров, а также в личном общении познакомили продавцов и совершеннолетних покупателей с правилами ответственности, призванными повысить эффективность практической реализации действующего законодательного запрета на продажу алкогольной продукции.

На сайте Союза российских пивоваров в разделе «Всемирный день ответственного потребления пива» появился образовательный тест для представителей торговли и совершеннолетних покупателей. С его помощью более 1 600 человек из 190 городов проверили свои знания законодательства и правил ответственности.

Проект «18+ Правила общие – ответственность каждого» вошел в число успешных социальных практик в рамках IV Ежегодной Программы «Лучшие социальные проекты России».



ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА



«Мы рассматриваем партнерство как важный элемент повышения эффективности действий, и объединение сил с пивоварами, представителями торговли и совершеннолетними потребителями в рамках Всемирного дня ответственного потребления пива показало насколько хороших результатов мы можем добиться вместе».

*Яцек Пастушка, президент пивоваренной компании «Балтика»,
Исполнительный вице-президент Carlsberg Group
по региону Восточная Европа*





ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ВОЖДЕНИЯ ПОСЛЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ

«Трезвость за рулем» — социальный проект федерального масштаба, который на протяжении пяти лет реализуется компанией «Балтика». Его цель — убедить водителей отказаться от управления любыми транспортными средствами после потребления алкоголя для предотвращения ДТП с участием нетрезвых водителей

и обеспечения безопасности участников дорожного движения. Особое внимание в ходе проекта уделяется просветительской работе на дорогах как одному из ключевых элементов повышения культуры вождения.

В 2015 году «Балтика» провела 8 акций «Трезвость за рулем» в Туле, Воронеже, Ярославле, Рязани, Новосибирске, Екатеринбурге, Хабаровске.

8

акций «Трезвость за рулем» в 2015 году

СОТРУДНИЧЕСТВО



Партнерство для безопасности на дорогах



В Новосибирске в канун новогодних праздников прошла акция под девизом «Празднуешь? Не садись за руль!». Для ее проведения «Балтика» объединила усилия с общественной организацией «Форпост», ГИБДД Новосибирской области, Сибирской Федерацией рестораторов и отельеров и НП «Таксомоторные перевозчики Сибири».

В барах и ресторанах были размещены плакаты и листовки акции, посетителям, заказывающим пиво, вручали сувенирные бирдекели с предупредительной надписью «Празднуешь? Не садись за руль!».

По инициативе НП «Таксомоторные перевозчики Сибири» гости, празднующие Новый год в ряде общественных заведений города, получили купоны для бесплатного проезда в такси.



Ресурсы и окружающая среда

НАШИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

- Оптимизировать потребление природных ресурсов

НАШИ ПРИОРИТЕТЫ

- Повышать экологическую эффективность производства
- Развивать экологически рациональную упаковку

Наши обязательства Оптимизировать потребление природных ресурсов



Объявление наших обязательств

Мы стремимся сократить воздействие на окружающую среду и оптимизировать потребление природных ресурсов в операционной деятельности, чтобы обеспечить более устойчивое будущее.

Доступность природных ресурсов является ключевым фактором развития нашего бизнеса, если мы хотим наращивать акционерную стоимость и преимущества для местных сообществ в регионах присутствия. В то же время мы должны смотреть в лицо реальности: ограниченности ресурсов, росту отходов и деградации земель – все это оказывает влияние на наш бизнес и общество в целом. Поэтому мы стремимся сократить образование отходов и оптимально использовать ресурсы на наших производственных площадках и по всей цепочке поставок.



Сотрудничество

Вызовы, связанные с потреблением природных ресурсов, пронизывают цепочку поставок и затрагивают сообщества в регионах нашего присутствия.

Чтобы эффективно решать проблемы доступности природных ресурсов, мы налаживаем партнерство с нашими поставщиками, другими участниками пивоваренного рынка и некоммерческими организациями. Таким образом, мы можем объединить экспертизу и вместе добиться наилучших результатов.



Активация наших приоритетов – цели Carlsberg Group до 2017 года

- **5-10% сокращение удельного потребления энергоресурсов, воды и выбросов CO₂;**
- **17 партнеров в сообществе Carlsberg Circular Community;**
- **3 продукта сертифицированы на соответствие Cradle-to-Cradle®;**
- **Ежегодные кампании в области экологически рациональной упаковки, направленные на потребителей.**

Результаты Carlsberg Group 2015 год





Активация наших приоритетов

Экологическая эффективность производства

Работа «Балтики» в области оптимизации потребления ресурсов и сокращения воздействия на окружающую среду затрагивает всю цепочку приращения стоимости, включая взаимодействие с местными сообществами в регионах нашего присутствия.

В компании действуют Экологическая и Энергетическая политики, определяющие основные принципы работы в данных направлениях, внедрена интегрированная система менеджмента (ИСМ), которая соответствует четырем стандартам управления в различных областях, в том числе стандарту экологического менеджмента (ISO 14001).

На «Балтике» также внедрена система энергоменеджмента на основе международного стандарта ISO 50001. Одним из аспектов системы является цикл постоянных улучшений, который позволяет нам повышать эффективность использования энергии. Заводы «Балтики» непрерывно оптимизируют технологические операции на производстве и вовлекают сотрудников в разработку инновационных решений.

Для отслеживания прогресса компания устанавливает годовые целевые показатели потребления энергоресурсов. В 2015 году мы достигли поставленных целей и улучшили результаты в сравнении с предыдущим годом.

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ

Чтобы внести свой вклад в решение проблемы изменения климата, мы стремимся сократить потребление тепловой и электроэнергии, в том числе путем использования возобновляемых источников энергии.

В отчетном году общее потребление электроэнергии «Балтикой» составило 218 824 МВт*ч, тепловой энергии — 624 895 МВт*ч.

В 2015 году мы снизили общее удельное потребление электроэнергии на 5,2%, тепловой энергии — на 7% в сравнении с 2014 годом. По отношению к уровню 2009 года компания добилась уменьшения по каждому показателю на 15% соответственно.

Достиженные результаты стали возможны благодаря выполнению планов действий по повышению энергоэффективности на каждом заводе «Балтики».

СОТРУДНИЧЕСТВО



Проект с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO)

В июле 2015 года «Балтика» получила награду «За лидерство в индустрии по внедрению энергоменеджмента по программе UNIDO» на Венском энергетическом форуме.

«Балтика» стала первым российским участником проекта «Развитие рыночных механизмов повышения энергоэффективности энергоемких отраслей российской промышленности». Задачей проекта, который с 2010 года реализует Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO) при поддержке Глобального Экологического Фонда (GEF), является повышение энергоэффективности промышленности страны путем внедрения системы энергоменеджмента, соответствующей международному стандарту ISO 50001.

В рамках сотрудничества на всех заводах компании было проведено внедрение этой системы по методологии UNIDO. В 2015 году прошел аудит производственных площадок «Балтики» компанией SGS на соответствие требованиям стандарта ISO 50001. Эксперты высоко оценили состояние наших систем управления, и в конце 2016 года планируется их сертификация по стандарту ISO 50001.



Среди наиболее значимых мероприятий, повлиявших на сокращение потребления тепловой энергии в 2015 году, можно назвать оптимизацию процесса варки суслу на всех производственных площадках, а также оптимизацию системы возврата конденсата в филиале в Новосибирске.

В отчетном году на все аммиачные холодильные установки своих заводов компания внедрила программное обеспечение, автоматически выбирающее оптимальные режимы работы оборудования, что позволяет экономить до 5% электроэнергии, потребляемой в каждом цехе.

Сейчас на «Балтике» работают 8 холодильных установок, расположенных на каждой из производственных площадок. Они используются для охлаждения продукции на разных стадиях технологического процесса и потребляют в среднем от 20% до 30% совокупного объема использования электроэнергии на заводах «Балтики». Поэтому компания видит потенциал для улучшений в данной области.

В рамках сотрудничества с Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO) в декабре 2015 года эксперты UNIDO провели обследование холодильной установки на заводе в Санкт-Петербурге и определили возможности для сокращения энергопотребления. На основании полученных рекомендаций был разработан план действий и начато его внедрение.

Кроме того, на заводах в Самаре, Хабаровске, Новосибирске и Ярославле эксплуатируются охладительные системы

«Драйкулинг» и «Фрикулинг», использующие холодный воздух, забираемый с улицы в зимнее время. В Новосибирске в зимний период холодильно-компрессорное оборудование практически отключается.

На всех производственных площадках «Балтики» установлены автоматизированные системы учета энергоресурсов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИОГАЗА

Проект по использованию биогаза — одна из наиболее успешных инициатив компании в области энергоэффективности.

Биогаз — это побочный продукт работы биологических локальных очистных сооружений, который компания использует в качестве альтернативного источника энергии для работы своих котельных. Его применение позволяет снизить затраты на тепловую энергию на 10%, уменьшить выбросы углекислого газа в атмосферу, а также сохранить природные ресурсы.

В 2015 году биогаз использовался на заводах в Самаре, Хабаровске, Ярославле и Туле. На этих производственных площадках средний объем биогаза в совокупном объеме потребляемого газа составил 6,1%.



Применение **биогаза** позволяет **снизить затраты на тепловую энергию на 10%, уменьшить выбросы углекислого газа в атмосферу, а также сохранить природные ресурсы.**

УМЕНЬШЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДЫ

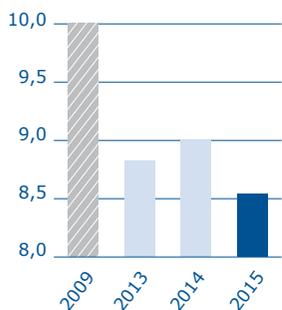
Вода — важный ресурс как для производства нашей продукции, так и для местных сообществ. Поэтому мы постоянно стремимся сократить ее использование на наших производственных площадках. В 2015 году общее потребление воды «Балтикой» составило 6 930 387 м³.

За год мы снизили общее удельное потребление воды на 3,6%. По отношению к уровню 2009 года компания добилась снижения аналогичного показателя на 22%.

Для сокращения потребления воды в отчетном периоде наши заводы сфокусировались на настройке оптимальных режимов работы оборудования.

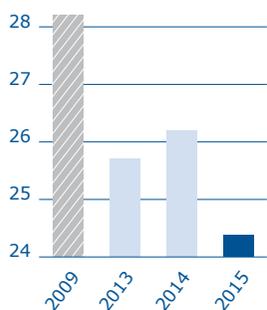
Кроме того, предприятия «Балтики» продолжили работать над проектами по налаживанию систем оборотного и повторного водоснабжения для технических нужд.

Общее удельное потребление электроэнергии (кВт*ч/гл)



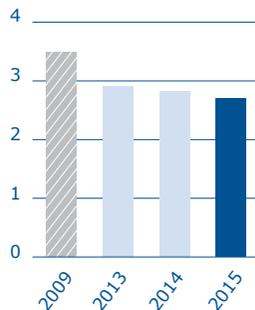
15%
сокращение общего удельного потребления электроэнергии с 2009 года

Общее удельное потребление тепловой энергии (кВт*ч/гл)



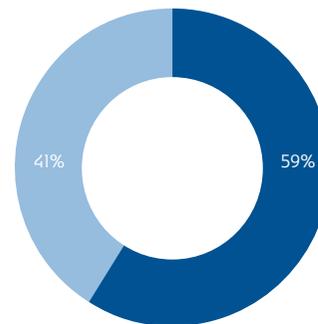
15%
сокращение общего удельного потребления тепловой энергии с 2009 года

Общее удельное потребление воды (гл/гл)



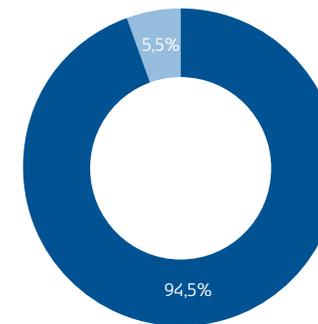
22%
сокращение общего удельного водопотребления с 2009 года

Водопотребление в 2015 году с разбивкой по источникам



- Вода из скважин
- Вода из муниципальных источников

Сброс сточных вод в 2015 году



- В систему коммунальной канализации
- В водный объект



ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ОТХОДАМИ

Руководствуясь принципом ответственности производителя, мы ведем системную работу по сокращению образования отходов и увеличению доли повторно используемых и перерабатываемых материалов.

Основным отходом, образующимся в процессе пивоварения, является пивная дробина. Она представляет собой остаток измельченных зернопродуктов, который появляется после фильтрования затора и промывания солодовой дробины горячей водой. В 2015 году 97% дробины, произведенной компанией, было передано сельхозпредприятиям для использования в качестве кормовой добавки в животноводстве. Это на 1% меньше, чем в предыдущем году, что связано с производившейся остановкой оборудования сушки дробины на техническое обслуживание.

Еще один значимый отход, образующийся в результате пивоварения, – дрожжи. Как и в случае с дробинкой, компания реализует дрожжи для дальнейшего использования в качестве комбикорма.

Наиболее востребованными на рынке являются сухие дрожжи. Чтобы увеличить объем сырья, передаваемого для вторичного использования, в 2015 году в Самарском филиале была запущена система сушки дрожжей.

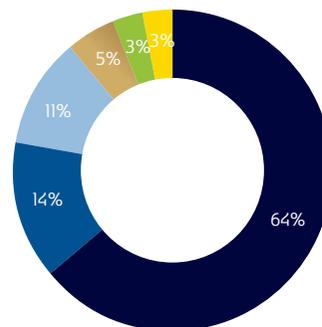
Глобальная цель «Балтики» – уход от утилизации дробины и дрожжей путем передачи всего объема этих побочных продуктов для вторичного использования.

ЛОГИСТИКА

Мы стремимся сократить нагрузку на окружающую среду, совершенствуя наш подход к логистике. В частности, мы оптимизировали сеть транспортных маршрутов при помощи программы «Маршрутизатор», что позволило сэкономить в 2015 году 113 903 литра топлива.

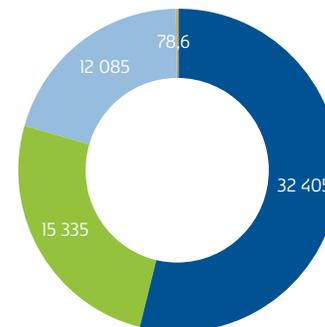
Кроме того, «Балтика» продолжила обучать водителей принципам экологичного вождения в рамках программы «Экодрайвинг». Результатом этого проекта в отчетном периоде стала экономия компанией 111 045 литров топлива. Достижение подобных результатов способствует значительному сокращению выбросов CO₂ и других загрязняющих веществ в атмосферу.

Основные отходы, образующиеся при производстве продукции в 2015 году, %



- Дробина сырая
- Дробина сухая
- Углекислота
- Дрожжи сырые
- Ростки, зерноотходы
- Прочие

Данные об утилизации и повторном использовании отходов в 2015 году, тонны



59 904 тонн

Общее количество твердых отходов

- Твердые отходы и побочные продукты, направленные на утилизацию
- Твердые отходы, направленные на переработку и вторичное использование (стеклобой, металлы и прочее)
- Твердые отходы (4 и 5 класса опасности), размещенные на полигонах ТБО
- Отходы, направленные на обезвреживание (отработанные масла, лампы, батареи и прочее)

302 207 тонн

Общий объем побочных продуктов (дробина, дрожжи, ростки и прочее), переданные на использование в качестве корма в животноводстве

СОТРУДНИЧЕСТВО



В 2015 году Carlsberg запустила краудсорсинговую программу «Cheers to Green Ideas» (перевод с англ. — «Привет эко-идеям») в партнерстве с Sustainia — информационной платформой о решениях и технологиях обеспечения устойчивого развития, штаб-квартира которой находится в Копенгагене.

Для участия в конкурсе нужно было предложить идею как сделать производство пива Carlsberg более экологичным.

Организаторы учредили две номинации. Премия «Cheers to Green Ideas» — для предпринимателей с концепцией бизнеса или технологией в области устойчивого развития. Награда — 20 000 долларов США и участие в воркшопе с экспертами Carlsberg для дальнейшего исследования идеи.

Специальная премия имени Я.К. Якобсена — для совершеннолетних людей, у которых есть яркие вовлекающие «зеленые» идеи, способные вдохновить Carlsberg и потребителей сделать пиво компании более экологичным. Награда — 10 000 долларов США и шанс усовершенствовать идею в сотрудничестве с экспертами Carlsberg.

Всего на конкурс поступило более 160 эко-идей от предпринимателей и частных лиц из 33 стран. В их числе порядка 20 из России. При этом идея одного из российских участников вошла в топ-30 конкурсных проектов.

Отбор заявок проводило жюри Carlsberg, состоявшее из представителей исследовательского центра, маркетинга, департамента устойчивого развития, инноваций и цепочки поставок компании.

Имена победителей стали известны на церемонии вручения премии Sustainia в Париже в связи с проходящей 21-й сессией Конференции ООН по вопросам изменения климата (COP21) 6 декабря 2015 года.

Обладателями премии «Cheers to green ideas» стали Гильермо Люк Консуэгра (Guillermo Luque Consuegra) и Майкл Малотт (Michael Malott), проект по использованию микроводорослей для производства биомассы.

Специальная премия имени Я.К. Якобсена досталась Сорену Хойланду Боэсену (Søren Højland Boesen), который представил «зеленые идеи», включающие облегченные ящики для пива, магнитные и биоразлагаемые кроненпробки.

КРАУДСОРСИНГОВАЯ ПРОГРАММА «CHEERS TO GREEN IDEAS»





Активация наших приоритетов

Экологически рациональная упаковка

Упаковка выполняет важные функции: она сохраняет высокое качество нашей продукции и защищает ее при транспортировке. Мы стремимся придать нашей упаковке характеристики, способствующие достижению целей устойчивого развития.

Добиться заметных улучшений в этой области – непростая задача, поскольку существует ряд объективных трудностей. Так, системы переработки и повторного использования отходов представляют собой сложные механизмы, их создание требует вовлечения различных заинтересованных сторон. Вес упаковки может быть сокращен только до определенного уровня, иначе пострадает ее качество. Кроме того, потребители не всегда мотивированы на сбор и направление упаковки на переработку.

Согласно исследованиям Carlsberg Group, на долю первичной и вторичной упаковки продукции приходится

45% выбросов углекислого газа Группы. Сокращая объем сырья, используемого для производства упаковки, или обеспечивая переработку, мы добиваемся экономических и экологических улучшений нашей деятельности.

ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММЫ ЭКОЛОГИЧЕСКИ РАЦИОНАЛЬНОЙ УПАКОВКИ

Наша программа экологически рациональной упаковки включает четыре базовых элемента: сокращение, повторное использование, переработка и переосмысление. Ежегодно компания принимает различные меры для ее реализации.

Проект 1881 стал одним из самых крупных в 2015 году. Его название связано со стандартом ПЭТ-преформы и колпака, на который перешла «Балтика» для производства данного вида упаковки – РСО 1881. Этот стандарт разработан и одобрен Международной организацией технологов по производству напитков (ISBT), в которую входят крупнейшие международные компании.



ЭКОЛОГИЧЕСКИ РАЦИОНАЛЬНАЯ УПАКОВКА



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

Ключевое отличие нового стандарта — снижение веса горловины преформы (так называемое «низкое горло») и использование облегченных колпачков. Это дает возможность уменьшить количество используемого полиэтилентерефталата в преформе на 1,35 грамма и снизить вес колпачка на 0,6 грамма. С учетом объемов производства «Балтики» мы сократим массу потребительских отходов пластика на 4 000 тонн в год и уменьшим вредное воздействие на окружающую среду.

В 2015 году компания завершила тестирование новой кроненпробки, толщина которой сократилась с 0,22 мм до 0,18 мм. Разница всего в 0,04 мм дает возможность снизить отходы жести на 180 тонн в год.

Нам также удалось сократить использование пленки для обмотки паллет на 220 тонн благодаря уменьшению толщины материала.

Кроме того, по ряду ассортиментных единиц «Балтика» перевела контрэтикетки с металлизированной бумаги на белую,

разлагающуюся быстрее после использования упаковки.

РАЗДЕЛЬНЫЙ СБОР ОТХОДОВ

В соответствии с поправками, внесенными в Федеральный закон «Об отходах производства и потребления», с 2015 года все производители и импортеры товаров обязаны выполнять нормативы по утилизации бытовых отходов от своей продукции или уплачивать за мусор экологический сбор. Мы планируем обеспечить полную утилизацию отходов. Еще до принятия законодательных поправок наша компания развивала проекты по сбору отходов упаковки на заводах и с рынка.

В 2015 году «Балтика» продолжила реализацию проекта «Принеси пользу своему городу». С помощью организованных нами и нашими поставщиками двух тысяч придомовых пунктов раздельного сбора было направлено на утилизацию около 7 млн стеклянных бутылок, 241 000 кг ПЭТ-упаковки и более 18 000 кг алюминиевой банки.

на 4 000

тонн в год мы сократили отходы пластика

на 180

тонн в год мы сократили отходы алюминия

АКТИВАЦИЯ НАШИХ ПРИОРИТЕТОВ 

Экологические акции на фестивалях



В 2015 году «Балтика» провела несколько волонтерских акций на фестивалях для развития культуры раздельного сбора отходов.

На фестивале GreenFest в Санкт-Петербурге, спонсором которого является бренд Tuborg, прошла акция «Go Green». Мы организовали EcoZone («зеленую» зону), где волонтеры принимали у посетителей использованные бумажные стаканчики и алюминиевые банки и обменивали их на памятные браслеты с надписью «Go Green». После фестиваля вся собранная упаковка была отправлена на переработку.

Во Владивостоке на фестивале «Простор», прошедшем при поддержке бренда «ДВ», состоялась акция «Эко Патруль». Волонтеры раздавали посетителям мешки, перчатки и призывали раздельно собирать использованную ПЭТ-упаковку. Затем участники акции могли обменять собранные материалы на призы с символикой фестиваля.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Биоразлагаемая бутылка из древесного волокна

Упаковка — заметная часть продукции Carlsberg Group. Но на ее долю приходится основная доля выбросов CO₂ компании. Наш подход заключается в оптимизации использования ресурсов таким образом, чтобы сохранить баланс между целостностью продукции и ее экологической функциональностью.

Основной деятельностью всей Группы является пивоварение. Чтобы добиться достижения наших целей, мы привлекаем партнеров из цепочки поставок.

СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ

В 2015 году в рамках сообщества Carlsberg Circular Community (CCC)* мы запустили проект по разработке пивной бутылки из древесного волокна, полученного из экологических источников. Данная программа реализуется совместно с датским производителем упаковки компанией EсоХрас при поддержке Инновационного фонда Дании и Датского технического университета.

ПОЛНОСТЬЮ БИОРАЗЛАГАЕМЫЙ ПРОДУКТ

Мы разрабатываем бутылку из «зеленого» волокна, которая будет соответствовать требованиям устойчивых инноваций. Древесное волокно будет происходить из ответственных источников, где интенсивность восстановления (высадки новых деревьев) компенсирует темпы вырубki или даже опережает их. Более того, любое возможное воздействие волокна будет включено в экологическую оценку.

Новая бутылка будет разлагаться, превращаясь в экологически безопасные материалы даже в том случае, если ее выбросят в неположенном месте. При этом нашей конечной целью является включение инновационной тары в систему управления отходами, как в случае со стеклянными бутылками и алюминиевыми банками.

В течение трехлетнего этапа разработки мы с помощью партнеров планируем оптимизировать бутылку, используя такие инструменты анализа экологического воздействия, как оценка жизненного цикла и сертификация Cradle-to-Cradle®.

СОКРАЩЕНИЕ ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ

Мы ожидаем, что для производства «зеленой» бутылки из древесного волокна потребуется меньше энергоресурсов. Это станет возможным благодаря использованию новой технологии сушки волокна, что позволит уменьшить зависимость от горючих ископаемых в процессе производства.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВУ

Совместный проект подтверждает нашу приверженность сотрудничеству и подчеркивает важность экономики замкнутых циклов (циркулярной экономики) для устойчивого роста.

При осуществлении проекта в течение запланированного трехлетнего периода будет создан новый вид упаковки для нашей продукции, и мы сделаем еще один важный шаг на пути к безотходной экономике.

ВПЕРЕД К УСТОЙЧИВЫМ ИННОВАЦИЯМ



Мы в восторге от сотрудничества с Carlsberg Group в области разработки бутылки, которая будет экологически рациональной и одновременно привлекательной для потребителей. Предстоящие три года будут полны вызовов и эмоций, и мы не можем дождаться момента, когда представим новую бутылку нашим потребителям!»

*Мартин Педерсен,
исполнительный директор EсоХрас*



* Цель сообщества Carlsberg Circular Community (CCC) — следовать принципам экономики замкнутых циклов (циркулярной экономики), применяя концепцию регенеративного дизайна Cradle to Cradle® (перевод с англ. — «от колыбели к колыбели») при разработке и маркетинге новых продуктов.



Люди и корпоративные политики

НАШИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

- Работать в соответствии с подходом Carlsberg

НАШИ ПРИОРИТЕТЫ

- Улучшать безопасность труда
- Усиливать этические стандарты
- Уважать персонал и права человека
- Взаимодействовать с местным сообществом
- Обеспечивать ответственные закупки

Наши обязательства Работать в соответствии с подходом Carlsberg



Объявление наших обязательств

Цель Группы – оберегать, развивать и вовлекать наших сотрудников и вносить положительный вклад в местные сообщества в регионах нашего присутствия.

Мы обеспечиваем это, работая в соответствии с подходом Carlsberg, который включает определение правильных стандартов в наших политиках и руководящих принципах и отслеживание прогресса в нашей деятельности через отчетность и мониторинг. Таким образом, мы также управляем рисками и добиваемся преимуществ через активную позицию по отношению к глобальным вызовам.



Сотрудничество

По всей Группе мы обмениваемся экспертизой и лучшими практиками, направленными на сокращение воздействия на окружающую среду и обеспечение положительного вклада в развитие местных сообществ.

Через сотрудничество с нашими поставщиками мы стремимся улучшить стандарты нашей операционной деятельности. Мы также взаимодействуем с внешними и внутренними заинтересованными сторонами по вопросам устойчивого развития, а также с локальными и глобальными организациями, чтобы создавать ценность для общества в целом. Например, мы сотрудничаем со Всемирной федерацией рекламодателей, и совместно с другими компаниями создаем общие стандарты маркетинговых коммуникаций.



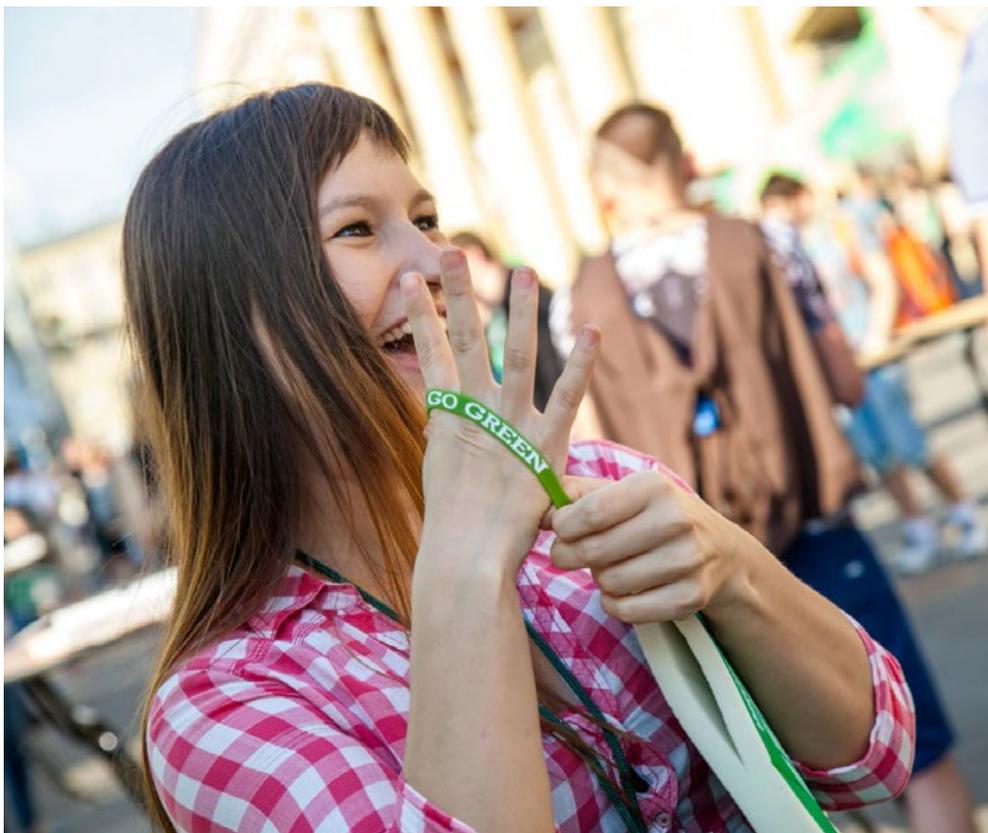
Активация наших приоритетов – цели Carlsberg Group до 2017 года

- Увеличить гендерное разнообразие и представленность женщин на руководящих позициях;
- Сократить коэффициент несчастных случаев с временной потерей трудоспособности на 40% по всей Carlsberg Group;
- Достичь показателя 100 000 часов, которые потратят сотрудники компании на волонтерские мероприятия;
- Охватить 1,5 миллиона несовершеннолетних через образовательные программы и кампании по предупреждению продаж алкоголя этой возрастной группе.

Результаты Carlsberg Group 2015 год

38 млн

датских крон инвестировала Carlsberg Group
в местные сообщества



816

социальных мероприятий
провели компании Группы



ВОЛОНТЕРСТВО

25 796

часов волонтерских
активностей

ВОЛОНТЕРСТВО

6 395 наших
сотрудников приняли
участие в волонтерских
мероприятиях

ОХРАНА ТРУДА

На 16% сократился
коэффициент
несчастных случаев
с временной потерей
трудоспособности в
Группе по сравнению
с 2014 годом





Активация наших приоритетов

Охрана труда и безопасность

Забота о безопасности персонала компании и подрядных организаций – важный компонент нашей корпоративной культуры. Мы стремимся развивать у сотрудников мышление, нацеленное на постоянные улучшения в области охраны труда и безопасности, чтобы каждый понимал: он несет ответственность за собственную жизнь и здоровье, а также – своих коллег.

В области стандартов безопасности наша компания руководствуется законами Российской Федерации, корпоративной Политикой по обеспечению охраны труда и внутренними нормативными документами.

На предприятиях компании система управления охраной труда выстраивается по единым принципам и соответствует международному стандарту OHSAS 18001:2007 («Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья»).

НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

Стратегическая цель нашей работы в области охраны труда – достижение нулевого уровня несчастных случаев. Наши сотрудники постоянно повышают знания и совершенствуют навыки в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности. Благодаря этому в 2015 году количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности снизилось на 14% по сравнению с 2014 годом.

на 14%

снизилось количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности



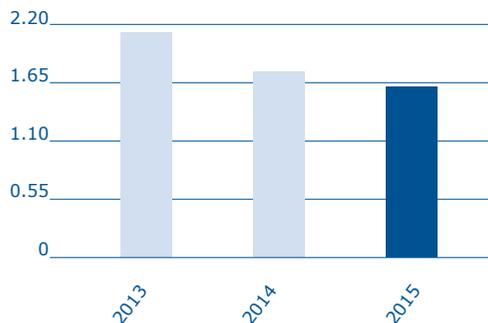
В 2015 году мы разработали ежемесячную коммуникационную Программу по безопасности для сотрудников, которая включает дистанционное обучение на основе электронных презентаций, посвященных вопросам охраны труда. Кроме того, департаменты компании были обе-

спечены памятками, постерами и плакатами по безопасности.

1 133 сотрудника «Балтики» прошли обучение и аттестацию в области охраны труда во внешних организациях, 2 319 – предаттестационную подготовку и проверку знаний.

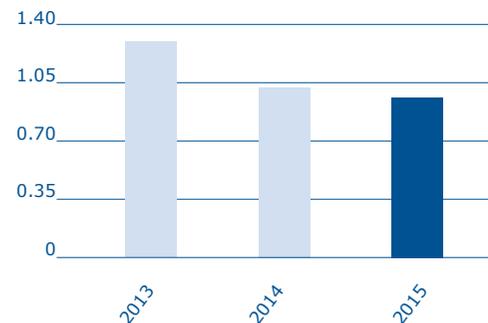
Несчастные случаи с временной потерей трудоспособности

(коэффициент на 1 000 человек)



Потерянные дни в связи с несчастными случаями с временной потерей трудоспособности

(коэффициент на 1 000 человек)



1133

сотрудника «Балтики» прошли **обучение и аттестацию** в области охраны труда

АКТИВАЦИЯ НАШИХ ПРИОРИТЕТОВ

Внедрение новой системы безопасности



На заводе «Балтика-Ярославль» в 2014 году был запущен пилотный проект, основанный на принципах компании Dupont, мирового лидера в области промышленной безопасности. Программа поощряет безопасное поведение сотрудников, культивирует личную заинтересованность в безопасном труде, активно развивает навыки безопасного поведения, а также компетенции управления безопасностью для руководителей. Аудит, проведенный после внедрения системы, показал, что принятые меры пошли на пользу: каждый сотрудник завода начал осознавать важность своей безопасности и стал обращать внимание на риски. В 2015 году этот опыт был успешно перенят двумя другими заводами компании в Туле и Ростове.

БЕЗОПАСНОСТЬ НА ТРАНСПОРТЕ

Деятельность «Балтики» связана со значительным количеством автоперевозок. Более 3 000 сотрудников компании управляют корпоративным автотранспортом. Более того, к работе привлечены примерно 5 000 водителей подрядных организаций. Поэтому мы уделяем особое внимание обеспечению безопасности дорожного движения.

Благодаря различным мероприятиям в данной сфере, нам удалось сократить число дорожно-транспортных происшествий с участием наших водителей на 9,9% по сравнению с 2014 годом.

В октябре 2015 года «Балтика» выпустила руководство по безопасности дорожного движения, подготовленное департаментом по логистике совместно с отделом по охране труда. В брошюре содержится широкий перечень вопросов: от общих требований к водителю до рекомендаций пассажирам. Для облегчения восприятия и запоминания вся информация в руководстве представлена в формате контрольного списка, в котором по пунктам перечислено, что водителю нужно делать обязательно, что запрещено, приведены рекомендации по безопасному вождению.

Еще один инструмент повышения безопасности автотранспортных перевозок – программа «Alert Driving» (предупредительное вождение). Она предоставляет сотрудникам возможность пройти интерактивный компьютерный курс из двадцати модулей. На каждом уровне обучения выявляются недостатки в

подготовке водителей и предлагаются способы их устранения, после чего сотрудник должен ответить на тестовые вопросы. В 2015 году обучение по программе «Alert Driving» прошли 923 сотрудника.

Другая программа – «Защитное вождение» – включает очные практические занятия водителей с опытным инструктором: собственным сертифицированным тренером «Балтики» или привлеченным специалистом. В 2015 году 461 сотрудник принял в ней участие.

Кроме того, мы проводим обязательное тестирование всех сотрудников, получающих корпоративный транспорт на знание законодательства и правил дорожного движения.

Для повышения уровня личной ответственности водителей на все автомобили компании нанесены специальные наклейки с телефоном горячей линии, на которую любой свидетель может сообщить о нарушении правил дорожного движения сотрудником «Балтики». С этой же целью ведется спутниковый мониторинг корпоративного транспорта.



на 9,9% сократилось число дорожно-транспортных происшествий с участием наших водителей по сравнению с 2014 годом



Активация наших приоритетов

Персонал и права человека

«Балтика» следует высоким корпоративным стандартам, обеспечивает справедливые, комфортные и безопасные условия труда для сотрудников и предоставляет им возможности для профессионального развития и роста. Мы ожидаем, что наши партнеры и потребители разделяют с нами эти стремления.

Обязательства компании в области человеческого капитала закреплены в Политике по персоналу и правам человека, составленной на основании Всеобщей декларации прав человека ООН, Декларации МОТ об основополагающих принципах и правах в сфере труда, а также Политики Carlsberg Group по персоналу и правам человека.

Кроме того, в 2015 году «Балтика» приняла Кодекс поведения поставщиков и лицензиатов Carlsberg Group (более подробная информация о Кодексе представлена в разделе «Деловая этика» настоящего Отчета), положения которого включены во все договоры компании. Этот документ отражает минимальные стандарты, исполнения которых мы ожи-

даем от наших партнеров, в том числе в сфере соблюдения трудовых прав и прав человека.

ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ

Среднесписочная численность сотрудников компании в 2015 году уменьшилась до 7 519 человек (в 2014 году — 8 090 человек). Текучесть персонала в отчетном периоде составила почти 22%, что было вызвано сложной ситуацией в пивоваренной отрасли в том числе.

В условиях продолжающегося общего падения рынка пива, связанного со сложной макроэкономической обстановкой, несбалансированным регулированием и налогообложением отрасли в России, в начале 2015 года «Балтика» приняла непростое решение о закрытии двух пивоваренных заводов — в Челябинске и Красноярске. Общая численность работников данных филиалов на момент закрытия составляла 766 человек.

Ключевой задачей компании стала минимизация последствий принятого решения для 560 сотрудников, с которыми мы были вынуждены расстаться.



Являясь социально ответственной компанией, «Балтика» обеспечила неукоснительное соблюдение трудового законодательства в отношении этих сотрудников и сделала для них все возможное. Общий размер компенсационного пакета и программ поддержки покинувших компанию сотрудников составил более 300 млн рублей. Каждому из них было выплачено единовременное выходное пособие в размере семи

среднемесячных заработков и отпускных, начислены бонусы за 2014 год, оплачены больничные листы, находящимся в декретном отпуске сотрудницам была оказана материальная помощь.

Кроме того, «Балтика» оплатила услуги кадровых агентств KellyOCG Russia и CASE, которые помогли бывшим сотрудникам наших заводов найти новую работу в кризисное время.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СОТРУДНИКОВ ПО ФУНКЦИЯМ



29%
Производство



37%
Маркетинг и продажи



25%
Логистика



9%
Административная функция

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО

В компании принят коллективный договор на 2014-2017 годы — основной правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения и устанавливающий взаимные обязательства между персоналом и работодателем.

Договор регламентирует вопросы производственно-экономической деятельности, оплаты труда, трудовых отношений, рабочего времени и времени отдыха, условий и охраны труда, социальных гарантий и льгот, а также основные принципы социального партнерства.

ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ И ПРИЗНАНИЕ

Для обеспечения конкурентоспособной заработной платы «Балтика» регулярно отслеживает уровень оплаты труда, особенно среди предприятий сферы потребительских товаров. В 2015 году мы пересмотрели заработную плату с учетом динамики российского рынка труда.

Как социально ответственная компания, «Балтика» предпринимает меры для сохранения здоровья сотрудников и обеспечивает им безопасные и комфортные условия труда. Мы стремимся к тому, чтобы наши люди ощущали поддержку работодателя во многих сферах своей жизни. Поэтому мы предоставляем сотрудникам комплексный пакет льгот, направленный на такие сферы, как здоровье и безопасность, комфортные условия работы, повышение качества жизни, семья и досуг. В 2015 году

«Балтика» выделила на компенсации и льготы 277 млн рублей.

Мы разделяем успех компании с теми сотрудниками, которые добиваются особых результатов – например, предлагают и реализовывают уникальные проекты, достигают амбициозных целей. Для этого в компании существуют различные программы признания достижений. Высшая корпоративная награда «Балтики» называется «Лучшие люди», ее присуждают самым эффективным сотрудникам и командам по итогам года.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ

«Балтика» непрерывно совершенствует систему управления эффективностью и оплатой труда персонала с целью ее соответствия актуальным требованиям бизнеса. В основе этой системы лежит принцип «оплата за результат». Следуя ему, в 2015 году компания пересмотрела подход к постановке задач и оценке деятельности сотрудников, изменила систему начисления годовых бонусов, а также внедрила новую систему оплаты труда в операционных подразделениях. Годовой период планирования и оценки сохранился только для сотрудников служб вице-президентов и руководителей в регионах. Для остальных должностей период планирования и оценки теперь составляет месяц или квартал. Такой подход позволяет отслеживать выполнение краткосрочных задач и вознаграждать сотрудников за их вклад в текущие результаты.



> 5 000 сотрудников
прошли обучение
в 2015 году

В 2015 году в компании была разработана концепция планирования преемственности. Ее цель состоит в управлении рисками, которые возникают при высвобождении критических для бизнеса позиций, оперативно закрывая их подготовленными кадрами. Цикл планирования преемственности стал частью цикла управления эффективностью, а сама программа стартует в 2016 году и охватит все бизнес-функции компании.

НАРАЩИВАНИЕ ЛИДЕРСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

В 2015 году «Балтика» продолжила развивать лидерские компетенции сотрудников на всех уровнях управления.

Наши руководители приняли участие в международной четырехмодульной программе Carlsberg Group «Learning Leader Program».

В июне при активном участии «Балтики» стартовала первая программа развития лидерских компетенций LEAD! региона Восточная Европа. В ней приняли участие 40 руководителей из пяти стран — Азербайджана, Беларуси, Казахстана, России и Украины. Программа стала платформой для профессионального и личностного роста лидеров и уникальной площадкой для международного обмена опытом. Каждая страна номинировала руководителей для участия в программе на основании нескольких критериев: высокой эффективности работы, следования лидерским компетенциям Carlsberg Group и уверенного владения английским языком.

В 2015 году мы провели обучение средних и линейных руководителей по програм-

мам развития лидерства и бизнес-навыков, таким, как «Эмоциональная компетентность лидера», «Мотивирующее лидерство», «Развивать сотрудников. Как?».

Вместе с другими компаниями Carlsberg Group «Балтика» разработала программу «First-Line Manager» для линейных руководителей производства, состоящую из семи модулей. Обучение по ней начнется в 2016 году.

ПЕРЕДАЧА ЗНАНИЙ И РАЗВИТИЕ ВНУТРИ КОМПАНИИ

Существенную роль в передаче знаний внутри компании продолжает играть Школа внутренних тренеров, в которой сегодня насчитывается около 40 человек. В прошедшем году для этих сотрудников были реализованы программы по развитию тренерских навыков. Всего в 2015 году разнообразное обучение прошли более 5 000 сотрудников «Балтики».

Развитие на рабочем месте происходит интенсивнее и эффективнее, если расширяется сфера ответственности сотрудника или меняется его круг обязанностей. В 2015 году 454 сотрудника, занимающие должности от ведущего специалиста и выше, получили продвижение (вертикальное или горизонтальное). Это 75% всех вакантных позиций данного уровня.

Кроме того, наши сотрудники смогли воспользоваться уникальными возможностями для развития в рамках программы ротации производственного персонала и в ходе краткосрочных стажировок в других компаниях Carlsberg Group.

СОТРУДНИЧЕСТВО



Привлечение молодых талантов и сотрудничество с ВУЗами



В компании продолжает действовать программа развития молодых талантов «Звезды Балтики», в рамках которой студенты последних курсов вузов проходят оплачиваемую стажировку. «Балтика» сотрудничает с целевыми учебными заведениями, среди которых Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа экономики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. Большим успехом пользовались гостевые лекции топ-менеджеров компании в российских вузах. «Балтика» также принимала активное участие в молодежных и студенческих мероприятиях и ярмарках вакансий, в том числе организовывая в их рамках мастер-классы по вопросам развития и карьеры.



Активация наших приоритетов

Деловая этика

Высокие стандарты деловой этики – неотъемлемая часть деятельности «Балтики». Наш подход к ведению честного и прозрачного бизнеса продолжает оставаться образцом для многих российских компаний и позволяет нам поддерживать доверительные отношения с партнерами, потребителями, сообществами, сотрудниками и другими заинтересованными сторонами.

Наши стандарты работы закреплены в Политике деловой этики. Чтобы обеспечить применение положений Политики, мы совершенствуем внутренние управленческие процедуры, проводим обучение и предпринимаем другие меры.

Руководство «Балтики» придает особое значение реализации Политики деловой этики и устанавливает правило «нулевой терпимости» по отношению ко всем случаям ее нарушения со стороны сотрудников и партнеров по бизнесу. Поэтому в 2015 году в систему ежегодной оценки деятельности сотрудников в дополнение к имеющимся компетенциям был включен показатель об осведомленности и следовании Политике деловой этики «Балтики».

В 2015 году, впервые при формировании годового отчета Carlsberg Group по соблюдению Политики деловой этики, который заполняют все компании Группы, необходимым условием подтверждения точности данных стало письменное заверение предоставленных сведений главой организации. Отчет «Балтики» был утвержден Яцеком Пастушкой, президентом ООО «Пивоваренная компания «Балтика», Исполнительным вице-президентом Carlsberg Group по региону Восточная Европа.



В систему ежегодной оценки деятельности сотрудников в дополнение к имеющимся компетенциям был включен показатель об осведомленности и следовании Политике деловой этики «Балтики».

ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ

Сотрудники «Балтики» могут ознакомиться с принципами деловой этики и научиться находить правильные решения в неоднозначных ситуациях через очный или заочный (электронный) курсы обучения. Образовательная программа включает теоретическую часть, этап ответов на контрольные вопросы и тестирование. Новые сотрудники компании должны пройти обучение и сдать экзамен в течение двух месяцев после зачисления в штат. Каждые два года все сотрудники обязаны пройти переобучение.

В отчетном году 219 сотрудников «Балтики» прошли очные или электронные курсы по деловой этике. В дополнение к этому для ключевых сотрудников компании был организован специальный тренинг с участием представителей штаб-квартиры Группы, в том числе руководителя функции по комплаенсу – вице-президента Carlsberg Group. Менеджеры «Балтики» положительно отозвались о тренинге, прошедшем в нестандартном игровом формате.

Кроме того, в 2015 году наши специалисты по комплаенсу принимали участие в российских и международных конференциях, активно взаимодействуя с коллегами, расширяя свои знания и повышая квалификацию.

ОТНОШЕНИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ

В отчетном году на «Балтике» был принят Кодекс поведения поставщиков и лицензиатов Carlsberg Group. Кодекс отражает минимальные стандарты, следование которым мы ожидаем от наших партнеров. Стандарты охватывают четыре направления, согласо-

ванные с нашими политиками по корпоративной социальной ответственности: деловая этика, персонал и права человека, охрана труда и безопасность, окружающая среда.

В соответствии с лучшими мировыми практиками «Балтика» включила положения Кодекса в договоры с контрагентами, что позволило в расширенном формате ознакомить партнеров с нашими принципами ведения бизнеса, а также побудить их соблюдать положения этого документа при исполнении договоров.

Чтобы снизить риск вовлечения «Балтики» в коррупционную и иную нарушающую принятые стандарты деятельность, дополнительно к проверке благонадежности и добросовестности контрагентов в компании существует предварительная оценка организаций и совершаемых с ними сделок на соответствие положениям Политики деловой этики и антикоррупционному законодательству Российской Федерации. В целях повышения эффективности работы в данной сфере мы постоянно совершенствуем системы взаимодействия с нашими деловыми партнерами. Для удобства партнеров в отчетном году компания обновила систему «Монолит.Тендеры», и теперь потенциальные контрагенты самостоятельно могут загружать в нее документы в соответствии с требуемыми формами.

В 2015 году «Балтике», оперирующей на международных рынках, пришлось усилить санкционное регулирование, для чего был принят ряд мер, предусматривающих дополнительную проверку контрагентов и позволяющих минимизировать риски в этой области.

Планы на 2016 год



В 2016 году компания продолжит совершенствовать систему комплаенса. В частности, будут улучшены такие ее элементы, как оценка рисков, информирование сотрудников о проводимой работе, политиках и методах противодействия коррупции, обучение, выявление и предотвращение нарушений.

В следующем году в связи с инициативой Carlsberg Group «Балтика» начнет активное внедрение обновленных стандартов – Кодекса этики и поведения и Антикоррупционной политики. Это позволит точнее следовать лучшим практикам комплаенса и обеспечит защиту компании в этой сфере.



Активация наших приоритетов Участие в жизни общества

Компании основываются, чтобы производить продукцию или предоставлять услуги потребителям, и постепенно становятся частью местных сообществ. «Балтика» стремится быть надежным партнером для общества в регионах своего присутствия.

ВОЛОНТЕРСТВО

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

В 2015 году сотрудники «Балтики» принимали участие в акциях «Пивной дозор», «Трезвость за рулем», Всемирный день ответственного потребления пива, а также в экологических проектах.

Участниками волонтерских проектов стали 2 464 сотрудника «Балтики», а суммарное время, потраченное ими, составило 11 338 часов.

11 338

часов потратили наши волонтеры на социальные проекты

ПРОГРАММА СОХРАНЕНИЯ СИБИРСКОЙ ТАЙГИ

«Программа сохранения сибирской тайги» от бренда «Сибирский бочонок» стартовала в июле 2015 года. В ее цели входит привлечение внимания общественности к проблемам тайги и сохранение лесных богатств Сибири.

В рамках проекта состоялись три акции. В июле по территории таежных посадок Дендрологического парка была проложена первая экологическая тропа. В сентябре прошла бесплатная раздача саженцев хвойных деревьев от бренда «Сибирский бочонок» для жителей Красноярска и Новосибирска, а в октябре – высадка саженцев в Бердском лесхозе Новосибирской области.

Участниками проекта стали представители Молодежного департамента природных ресурсов Новосибирской области, Департамента природных ресурсов Новосибирской области, эксперты Института естественных и социально-экономических наук ФГБОУ ВПО Новосибирского государственного педагогического университета, совершеннолетние волонтеры, включая сотрудников компании «Балтика» – всего порядка 500 человек.

«Программа сохранения сибирской тайги» продолжится и в 2016 году.



«Программа сохранения сибирской тайги» признана экспертами одной из самых успешных инициатив по итогам IV Ежегодной Программы «Лучшие социальные проекты России»



ЧАС ЗЕМЛИ

Каждый год мы участвуем в «Часе Земли», самой масштабной экологической акции в мире, которую проводит Всемирный фонд дикой природы (WWF). Организаторы акции призывают выключать свет и бытовые электроприборы на один час, чтобы привлечь внимание к проблеме изменения климата.

«Балтика» выключает свет на своих производственных площадках и призывает сотрудников и партнеров присоединиться к этой важной социальной инициативе. Мы рассказываем о том, какое количество энергии можно сэкономить за час, чтобы продемонстрировать, как самые простые действия могут принести пользу в деле сохранения природы.

В 2015 году наша компания решила суммировать результаты отключения электричества на заводах в рамках «Часа Земли» начиная с 2011 года. Как оказалось, «Балтика» сэкономила достаточно энергии, чтобы обогнуть земной шар по экватору на электромобиле.

ПРОЕКТЫ ФОНДА CARLSBERG В РОССИИ

Фонд Carlsberg — владелец контрольного пакета акций Carlsberg Group и одна из крупнейших организаций в Дании, выделяющая гранты на научные исследования и поддержку искусства. Я.К. Якобсен, основатель Carlsberg, создал Фонд в 1876 году и завещал ему свою пивоварню. Через Фонд семья Якобсен подарила Копенгагену скульптуру Русалочки, фонтан Гефион и впечатляющий музей «Глиптотека New Carlsberg».

«Балтика» оказывает поддержку проектам Фонда в России, в числе которых международный конкурс портретов «Portrait Now!» имени пивовара Я.К. Якобсена. Более подробная информация о проекте представлена далее в этом Отчете.

В июне 2015 года «Балтика» поддержала открытие в музее-заповеднике «Царское Село» масштабной выставки «Россия и Дания. 1700–1900».

Этот международный выставочный проект был приурочен к трехсотлетию посещения Петром I Дании в 1716 году.

На выставке, которая расположилась в Зубовском флигеле Екатерининского дворца, представили около 200 экспонатов, раскрывающих яркие страницы в истории взаимоотношений двух стран и отражающих исторические связи русского Императорского двора и королевского двора Дании.

Основу выставки составили редчайшие экспонаты из коллекции Национального исторического музея в замке Фредериксборг (Дания). Наиболее ценные предметы — портрет Александра III с женой Марией Федоровной и сыном Михаилом и комплект на четыре куверта знаменитого парадного сервиза Королевской копенгагенской фарфоровой мануфактуры «Флора Даника». Сервиз создавался в 1790-х годах в честь заключения мира и «вечного датско-русского альянса» и предназначался для подарка Екатерине II.



Выставка «Россия и Дания. 1700–1900» была организована Национальным историческим музеем в замке Фредериксборг (независимое отделение Фонда Carlsberg) и ГМЗ «Царское Село» при участии Государственного Эрмитажа и ГМЗ «Петергоф».



Социальный проект «Уличная грязь» получил первый приз

КОНКУРС ПОРТРЕТОВ «PORTRAIT NOW!» ИМЕНИ ПИВОВАРА Я.К. ЯКОБСЕНА



BREWER
J.C. JACOBSEN'S
PORTRAIT AWARD

Конкурс проводится Национальным историческим музеем в замке Фредериксборг (Дания) при спонсорской поддержке Фонда Carlsberg. Его цель – привлечение внимания к портретному жанру, как со стороны художников, так и широкой публики.

В 2015 году «Балтика» продолжила оказывать поддержку конкурсу «Portrait Now!» в России. Благодаря спонсорскому участию компании художники из нашей страны во второй раз смогли присоединиться к этому международному проекту, была также организована выставка второго отборочного этапа среди авторов из России, Беларуси, Казахстана и Украины в Музее современного искусства Эрарта в Санкт-Петербурге.

ПОБЕДИТЕЛИ ИЗ РОССИИ

Финал конкурса прошел в замке Фредериксборг в мае 2015 года. Молодые авторы из России Станислав Комиссаров

(Слава PTRK) и Владимир Абах получили первый приз (85 000 датских крон) за социальный проект «Уличная грязь», выбранный жюри из 1 346 работ, поступивших на конкурс.

Большой и многогранный проект «Уличная грязь» екатеринбургских художников является симбиозом стрит-арта, фотографии и социальной журналистики. Его цель – показать, что люди воспринимают бездомных как уличную грязь, не замечают их и не видят в них людей. Работу над проектом авторы начали с фотографирования реальных бездомных людей. Фотографии перенесли на большие щиты ДВП, которые затем поместили в городскую среду. Портреты бездомных были созданы естественным образом, самим городом – его уличной грязью, летящей из-под колес автомобилей, пылью, повисшей в воздухе, отпечатками обуви прохожих.

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ К 25-ЛЕТИЮ «БАЛТИКИ»

В 2015 году «Балтика» отмечала 25-летний юбилей. В честь этого события компания учредила специальную номинацию «Молодые таланты: стремление к совершенству» для участников конкурса «Portrait Now!» из России.

Победителя номинации жюри выбрало из числа совершеннолетних участников «Portrait Now!», которым на момент объявления результатов промежуточного этапа конкурса в марте 2015 года было не больше 25 лет. Им стал Шамиль Ахмедов с работой «Айбала дитя Луны». Он также был отмечен международным жюри как лучший молодой художник среди участников из России, Беларуси, Казахстана и Украины.

В качестве приза Шамиль получил возможность представить свою

работу в экспозиции выставки «Portrait Now: премия имени пивовара Я.К. Якобсена» в Национальном историческом музее в замке Фредериксборг, а также – поездку в Копенгаген, столицу Дании, с посещением известнейших музеев.



Таблица соответствия Руководству GRI G4

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ

Элементы отчетности	Описание	Страница	Уровень раскрытия и комментарии
Стратегия и анализ			
G4-1	Заявление высшего руководства	6-8	●
G4-2	Ключевые воздействия, риски и возможности	8, 14-18	●
Профиль организации			
G4-3	Название организации	5	●
G4-4	Виды продукции и услуги	14-18, 26	●
G4-5	Расположение штаб-квартиры	-	Россия, Санкт-Петербург, 194292, 6 Верхний пер., д.3
G4-6	Страны осуществления деятельности и расположения подразделений	-	Отчет освещает деятельность компании в России. Отчет о деятельности Carlsberg Group представлен на сайте http://www.carlsberggroup.com/investor/downloadcentre/Pages/CarlsbergGroupSustainabilityReport2015.aspx
G4-7	Характер собственности и организационно-правовая форма	-	Общество с ограниченной ответственностью
G4-8	Рынки, на которые работает организация	-	Отчет освещает деятельность компании в России
G4-9	Масштаб организации	4-5	●
G4-10	Численность сотрудников	4-5, 8, 54	●
G4-11	Процент охвата сотрудников коллективными договорами	55	●
G4-12	Цепочка поставок организации	8, 12, 27-28	●
G4-13	Изменения масштаба, структуры, собственности или цепочки поставок организации	17, 27-28	●
G4-14	Применение принципа предосторожности	10	▶
G4-15	Экономические, экологические, социальные принципы и другие инициативы, к которым организация присоединилась или поддерживает	30-31, 39, 59, 60	●
Выявленные существенные аспекты и границы			
G4-18	Методика определения содержания отчета и границ аспектов	11	▶

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ

Элементы отчетности	Описание	Страница	Уровень раскрытия и комментарии
Общие сведения об отчете			
G4-28	Отчетный год	-	2015
G4-29	Дата публикации предыдущего отчета в области устойчивого развития	-	Июнь 2015
G4-30	Цикл отчетности	-	1 год
G4-31	Контактное лицо для вопросов по отчету	-	Екатерина Иванова, менеджер по устойчивому развитию и корпоративным коммуникациям, ivanova_eks@baltika.com
G4-32	Указатель содержания GRI	62	
Корпоративное управление			
G4-48	Должность лица, официально проверяющего и утверждающего отчет организации и обеспечивающего охват всех существенных аспектов	57	●
G4-56	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения организации, кодексы поведения/этические кодексы	10, 57	●
G4-57	Внутренние и внешние механизмы обращения за консультациями по вопросам этичного и законопослушного поведения, а также по вопросам, связанным с проявлением недобросовестности, телефон доверия	57, 58	●

СУЩЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Специфические стандартные элементы отчетности	Описание	Страница	Уровень раскрытия и комментарии
КАТЕГОРИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ»			
Экономическая результативность			
СПМ		19	▶
Непрямые экономические воздействия			
СПМ		19-21, 27-28	●
G4-EC7	Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и безвозмездные услуги	19-21, 27-28	▶
G4-EC8	Существенные косвенные экономические воздействия, включая область воздействия	19-21, 27-28	●
КАТЕГОРИЯ «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ»			
Энергия			
СПМ		39-41	●
G4-EN3	Потребление энергии внутри организации	39-41	●
G4-EN5	Энергоемкость	41	●

СУЩЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Специфические стандартные элементы отчетности	Описание	Страница	Уровень раскрытия и комментарии
G4-EN6	Сокращение энергопотребления	39	●
Вода			
СПМ		40	●
G4-EN8	Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	41	▶
Сбросы и отходы			
СПМ		41	▶
G4-EN22	Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	41	▶
G4-EN23	Общая масса отходов с разбивкой по видам и методам обращения	42	▶
КАТЕГОРИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ»			
Практика трудовых отношений и достойный труд			
Здоровье и безопасность на рабочем месте			
СПМ		50	●
G4-LA6	Виды и уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам и полу	51	▶
Подготовка и образование			
СПМ		58	●
G4-LA10	Программы развития навыков и образования на протяжении жизни, призванные поддерживать способность сотрудников к занятости, а также оказать им поддержку при завершении карьеры	58	▶
Общество			
Местные сообщества			
СПМ		59-60	●
Противодействие коррупции			
СПМ		57-58	●
G4-SO4	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	57-58	●
Ответственность за продукцию			
Соответствие требованиям			
СПМ		24-25	●

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

Департамент по корпоративным коммуникациям
ООО «Пивоваренная компания «Балтика»,
часть Carlsberg Group

pr@baltika.ru

www.baltika.ru

 **БАЛТИКА**
Part of the Carlsberg Group