

«САН ИнБев»

Информационный дайджест
IV квартал 2012 года

СОДЕРЖАНИЕ:

- 2. Закон и отрасль
- 3. Новости компании
- 7. Новости брендов
- 15. Корпоративная социальная ответственность

ПЭТ-тара отстаивает свои права

В ноябре 2012 года в отеле «БалчугКемпински Москва» прошел Пятый Международный форум «Полимеры России 2012». Партнерами мероприятия стали компании «Европластик» и «Центрополимер». Глава Creon Energy Фарес Кильзие в приветственном слове предложил к обсуждению следующую тему: когда в начале 2000-х происходило формирование структуры власти, полимерная отрасль была еще не окрепшей, однако сегодня она приняла большой масштаб и достойна куратора на уровне заместителя министра в профильном ведомстве. Реальность обстоит иначе: ситуация с запретом ПЭТ показала, что игрокам пришлось пройти через многочисленные министерства и ведомства.

Директор по корпоративным вопросам компании «САН ИнБев» **Андрей Ерин** прокомментировал ситуацию с запретом и последующим разрешением использования ПЭТ-тары. Пивоваренное сообщество активно работало со всеми заинтересованными сторонами, как госструктурами, так и некоммерческими ассоциациями и бизнесом, в т.ч. представителями ПЭТ и ПЭТФ индустрий. Независимыми научными институтами проведен целый ряд исследований, в дополнение к существующим, подтверждающих безопасность ПЭТ-упаковки



(Аналитический центр МГУ им. М.В. Ломоносова, Минздрав Казахстана, Мембранный центр Всероссийского Менделеевского общества). Компания Ernst&Young подготовила анализ негативных экономических последствий запрета тары из полиэтилентерефталата. *«В настоящий момент в проекте Технического регламента ТС «О безопасности алкогольной продукции», разосланном на внутригосударственное согласование, ПЭТ-тара разрешена для пивоваренной индустрии. Мы считаем это серьезным достижением и взвешенным решением, и полагаем, что в процессе обсуждения данного законопроекта в странах Таможенного союза решение останется без изменений»,* – заявил эксперт.

«САН ИнБев» принимает участие в обсуждении состояния отрасли

В октябре в Казани состоялась международная конференция «Сближение систем технического регулирования России и ЕС». В ходе Конференции обсуждались рекомендации по гармонизации технического законодательства России и ЕС для

ликвидации технических барьеров в торговле между странами Таможенного союза и ЕС. Одним из итогов взаимодействия станет Соглашение о сотрудничестве между Росстандартом и европейскими органами по стандартизации СЕН-СЕНЕЛЕК.

Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах третьего квартала и первых девяти месяцев 2012 года

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Рост выручки: Выручка выросла на 9,1% в третьем квартале и на 6,7% за первые девять месяцев 2012 года, при этом рост выручки в расчете на гектолитр продукции составил 10,2% в третьем квартале и 7,3% за первые девять месяцев текущего года. Рост стал возможен благодаря качественному ассортименту и передовым практическим методам по управлению доходами. На постоянной географической основе (с исключением влияния быстро растущих стран с более низким показателем выручки на гектолитр) рост выручки на гектолитр достиг 10,1% в третьем квартале и 7,4% за первые девять месяцев года.

Объемы реализации продукции: Совокупные объемы продаж в третьем квартале 2012 года снизились на 0,3%, при этом продажи пива собственного производства сократились на 0,1%, а объемы продаж непивной продукции сократились на 1,8%. За девять месяцев 2012 года совокупные объемы продаж выросли на 0,4%, при этом продажи пива собственного производства увеличились на 0,2%, а продажи прочей продукции – на 2,8%.

Фокусные бренды: Объем продаж фокусных брендов в третьем квартале 2012 года возрос на 1,3% благодаря нашим глобальным брендам Budweiser, Stella Artois и Beck's, Bud Light Family и Michelob Ultra в США, Antarctica в Бразилии и Harbin в Китае. За девять месяцев объемы продаж фокусных брендов возросли на 1,8%, составив более 68% общих объемов продаж пива собственного производства.

Себестоимость реализованной продукции:

Себестоимость реализованной продукции (Cost of Sales, CoS) в третьем квартале 2012 года возросла на 6,6% или на 8,3% в расчете на один гектолитр. За девять месяцев показатель CoS возрос на 4,5% или 6,1% в расчете на гектолитр. На постоянной географической основе показатель CoS в расчете на гектолитр возрос на 8,4% в третьем квартале 2012 года и на 6,5% за первые девять месяцев текущего года.

EBITDA: В третьем квартале показатель EBITDA возрос на 10,6% до 3 977 млн. долл. США, при этом маржа достигла 38,7%, увеличившись на 54 базисных пункта. За девять месяцев 2012 года показатель EBITDA возрос на 6,9% до 11 123 млн. долл. США, при этом маржа превысила 37,7%.

Чистые затраты на финансирование: Чистые затраты на финансирование в третьем квартале достигли 641 млн. долл. США, что включает в себя чистые расходы на уплату процентов в сумме 466 млн. долл. США, расходы по непроцентным займам в сумме 90 млн. долл. США и прочие финансовые расходы в сумме 85 млн. долл. США. Прочие финансовые расходы главным образом состоят из неналичных нереализованных курсовых разниц по внутригрупповым займам и кредиторской задолженности, стоимости хеджирования валют и товаров, и оплаты банковских комиссий и налогов возникающих в результате стандартного течения бизнеса.

Налог на прибыль: Налог на прибыль в третьем квартале 2012 года составил 465 млн. долл. США при эффективной налоговой ставке 17,7%,

Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах третьего квартала и первых девяти месяцев 2012 года

против 434 млн. долл. США в аналогичный период 2011 года при эффективной налоговой ставке 19,2%. Снижение эффективной налоговой ставки главным образом стало результатом сдвига структуры прибыли в пользу стран с более низкими налоговыми ставками, дополнительных налоговых льгот и не облагаемых налогами доходов от отдельных деривативов, связанных с хеджированием программ выплат по акциям.

Прибыль: Нормализованная прибыль AB InBev, подлежащая распределению между держателями акций, выросла на 7,7% в номинальном выражении до 1 864 млн. долл. США в третьем квартале 2012 года по сравнению с 1 731 млн. долл. США в аналогичный период годом ранее. Рост за первые девять месяцев 2012 года составил 22,3%, что в номинальном выражении составляет 5 492 млн. долл. США по сравнению с 4 490 млн. долл. США за первые девять месяцев 2011 года.

Прибыль в расчете на акцию: В третьем квартале нормализованная прибыль на акцию (Earnings Per Share, EPS) выросла на 7,3% до 1,17 долл. США по сравнению с 1,09 долл. США в третьем квартале 2011 года. Рост нормализованной прибыли за первые девять месяцев 2012 года составил 21,6% до 3,43 долл. США по сравнению с 2,82 долл. США в аналогичном периоде прошлого года.

Центральная и Восточная Европа

В условиях сокращения производства и ужесточения регулятивных норм, особенно в России, мы сфокусировались на премиумизации и повышении рентабельности нашего портфеля брендов. Мы также предпринимаем существенные меры по реструктуризации постоянных затрат, а также оптимизации себестоимости продаж и расходов на дистрибуцию. В третьем квартале 2012 года мы прекратили деятельность завода и солодовен в Курске.

В **России** в третьем квартале 2012 года наши объемы продаж пива сократились на 17,0% и на 12,3% по итогам девяти месяцев 2012 года, вследствие ослабления отрасли и потери рыночной доли в низком и среднем ценовом сегментах в связи с возросшим конкурентным давлением. Тем не менее, ключевой фокусный бренд Bud продолжил показывать хорошие результаты, достигнув по итогам третьего квартала приблизительной доли рынка в 1,3%. За девять месяцев 2012 года наша доля в премиальном и супер-премиальном сегменте возросла на 70 базисных пунктов, что стало результатом успешной реализации стратегии премиумизации.

На **Украине** в третьем квартале объемы продаж пива сократились на 8,3% и на 10,8% по итогам 9-месячного периода вследствие ослабления отрасли и некоторой потери доли рынка. Запущенный на рынок в апреле 2012 года бренд Bud по итогам третьего квартала смог достичь рыночной доли приблизительно в 1%.

Рост EBITDA в третьем квартале 2012 года составил 41,3% до 110 млн. долл. США, выручка в расчете на гектолитр.

«Анхойзер-Буш ИнБев» приветствует новых «мастеров пивоварения»

Крупнейшая пивоваренная компания «Анхойзер-Буш ИнБев» объявила об успешном завершении финального этапа ежегодной программы «Мастер пивоварения»: 20 сотрудников компании со всего мира прошли годовой курс обучения иполнили ряды «мастеров пивоварения». Зону Центральной и Восточной Европы представили менеджеры пивоваренного производства из Чернигова, Клина и Саранска.

Программа «Мастер пивоварения» - это годовой курс обучения, созданный для устранения пробелов в знаниях по теории и процессам пивоварения. Интенсивная годовая программа направлена на получение опыта во всех фокусных областях производства пива, а также на развитие лидерских навыков для управления пивоваренным производством. В процессе обучения участники программы выполняли задания с «погружением» в различные области этой науки, принимали участие в тренингах, состоящих из теории, дискуссий, тестов, демонстраций и экскурсий. В рамках программы изучались смежные производства – так, ученики посетили заводы по производству сырья и тары.

Недельные тренинги в начале и середине программы, а также завершающая неделя обучения по программе «Мастер пивоварения» прошли в Сент-Луисе (США), где находится штаб-квартира компании. Именно там участники представили индивидуальные и зональные проекты: индивидуальные проекты были посвящены тому, как улучшить вкус пива и как внести качественные изменения в процесс пивоварения на примере своего завода; зональные проекты позволили студентам поработать в командах и применить свою изобретательность, чтобы сварить новый сорт пива, который можно вывести на рынок в своем регионе.

После получения дипломов сотрудники компании «САН ИнБев» вернулись на свои заводы, чтобы, используя приобретенные знания, продолжить работу по созданию новых сортов пива.

На этом программа «Мастер пивоварения» не закончила свою работу: группа из 27 студентов – сотрудников «АБ ИнБев» – открыла новый этап программы и спустя год пополнит ряды талантливых успешных профессионалов.

Международный форум бирофилов

В Перми состоялся ежегодный форум коллекционеров пивной атрибутики, который собрал ведущих представителей сообщества бирофилов из Москвы, Санкт-Петербурга, Челябинска, Екатеринбурга, Ижевска, Уфы, Кирова, Нижнего Новгорода, Тюмени, Харькова и других городов России и Украины.

Форум был открыт визитом бирофилов (так коллекционеры пивной атрибутики называют свое сообщество) на пивоваренный завод компании «САН ИнБев». В ходе посещения предприятия участники форума познакомились с процессом производства пива и оценили, как многовековые традиции пивоварения соседствуют с новыми технологиями и инновациями. Кроме пивоваренного производства гости побывали на солодовне и убедились в том, что пиво варится из ячменного солода. После экскурсии мастера пивоварения познакомили коллекционеров с богатыми пивными традициями, историей известнейших марок и ритуалом налива и подачи древнего напитка.

В крупнейшем выставочном центре «Пермская ярмарка» были представлены коллекции пивной

атрибутики, которые включили в себя раритетные этикетки, кронен-пробки, бокалы, бирдикели, визитки пивных заведений. Многие из этих элементов давно воспринимаются в качестве самостоятельных произведений искусства.

В этом году в повестке форума появилась и новинка, в частности, хобби-студия «Златые ручки» провела мастер-класс по плетению пивных бутылок из газет. Плетение из газет – это возможность создания собственного стиля, уникального сувенира или подарка. По утверждениям любителей новой забавы, этому ремеслу можно легко и довольно быстро научиться. Расходный материал прост, доступен, и удобнее традиционной лозы и других дизайнерских материалов. Для бирофилов подобный мастер класс стал сюрпризом, но с заданием все справились и увезли с собой памятные сувенирные бутылки, созданные собственноручно. Самых активных «рукодельников» компания «САН ИнБев» наградила специальными открытками, выполненными в виде пивных бирдекелей, выпущенных ограниченным тиражом к Новому году. Ожидается, что эти новогодние бирдекели со временем войдут в раритетные коллекции бирофилов.





Пиво «Сибирская Корона» признано Маркой №1 в России

Объявлены победители престижной ежегодной премии «Марка №1 в России», определяющей лучшие отечественные потребительские товары и услуги. Пивной бренд «Сибирская Корона» уже третий раз становится обладателем этого почетного титула.

Ежегодная национальная премия «Марка №1 в России» существует с 1998 года и представляет собой одну из самых значимых на отечественном рынке систем оценки известности брендов и уровня доверия к ним покупателей. Механизм определения победителя предельно прозрачен - потребители поддерживали любимые товары и услуги, заполняя опубликованные в общенациональных изданиях и интернете анкеты. Всего в оргкомитет премии пришло более 230 тысяч заполненных форм для голосования. Лауреатов тоже определяли покупатели – анкеты не содержали вариантов ответа, и россияне сами решали, какая марка является лучшей в том или ином сегменте потребительского рынка. Это и позволило добиться максимальной объективности результатов голосования, сделав их по-настоящему народными.

«Для нас большая честь получить такую награду, – комментирует Александр Никифоров, бренд-менеджер «Сибирской Короны». – То, что наш бренд был признан лучшим именно



народным голосованием, говорит о его заслуженной популярности. «Марка №1» - это еще одно подтверждение тому, что наш потребитель гордится «Сибирской Коронай», а компания «САН ИнБев», в свою очередь, гордится качеством своей продукции».

«Сибирская Корона» – одна из крупнейших марок пивного рынка России и ведущая российская марка ОАО «САН ИнБев» в премиальном сегменте. «Сибирская Корона» родилась в 1996 году в Омске и быстро стала популярным локальным брендом. Всего за несколько лет бренд превратился в одну из ведущих марок пивного рынка, которая находит своих почитателей не только на территории нашей страны, но и далеко за ее пределами. Титул «Марка №1 в России» уже присуждался «Сибирской Короне» в 2007 и 2009 гг.

Любимое пиво украинцев теперь и в России

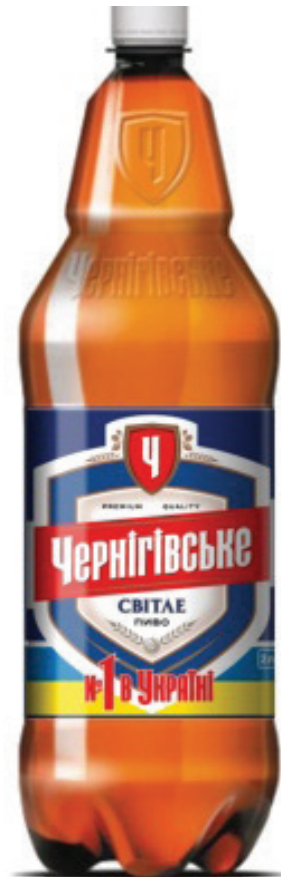
Компания «САН ИнБев» с гордостью представляет на российском рынке бренд «Чернігівське» (Черниговское) – пиво №1 в Украине, которое уже много лет бьет рекорды по объемам продаж и стало одним из самых динамично развивающихся национальных брендов в портфеле компании «САН ИнБев Украина». «Чернігівське Світле» имеет чистый вкус и аромат солода с характерной горечью хмеля и дает ощущение полноты вкуса. Налитое в бокал, пиво радует глаз: светло-соломенного цвета, абсолютно прозрачное, без осадка и посторонних включений, с густой плотной пеной.

Сохраняя верность традициям украинского пивоварения, этот лагер уже 25 лет варится по проверенной временем рецептуре старинного украинского города Чернигова. История бренда начинается в 1988 году, когда Чернигов готовился праздновать 1300-летие. Коллектив Черниговского пивоваренного завода «Десна» провел колоссальную работу над рецептурой нового пива, которое назвали в честь города-именинника. С тех пор напиток славится неизменным качеством и прекрасным вкусом. Этому способствует строгий контроль над производством и забота обо всех деталях, включая упаковку – так, при розливе «Черниговского» используется барьерный ПЭТ, обеспечивающий пиву наилучшую защиту от проникновения кислорода. Не удивительно, что «Черниговское» сегодня – первый по объемам продаж пивной бренд Украины.

Бренд неоднократно становился призером и лауреатом специализированных и отраслевых конкурсов, таких как конкурс «Свято пива» в Киеве, «Продукты Украины», Международная выставка-ярмарка «Агро», международный

фестиваль-конкурс «Вибір року», международная выставка-ярмарка «Пиво года» в Сочи, международная выставка-ярмарка «Пивоиндустрия» в Москве и ряда других мероприятий. В 2010 году бренд подтвердил статус поистине национального пива, став первым украинским брендом-партнером FIFA.

«Мы уверены, что и в России этот бренд ждет большой успех, – комментирует бренд-менеджер Александр Пигаев. – Теперь и наши соотечественники смогут наслаждаться освежающим, характерным, незабываемым вкусом «Чернігівське Світле», созданным по традиционной рецептуре из отборного украинского ячменного солода».



«Сибирская Корона» награждает победителей

Этим летом премиальный пивной бренд «Сибирская Корона» провел масштабный творческий интернет-проект «Карта Российской Гордости», предложив всем желающим поделиться историями о своем родном крае. Целью акции было показать, в какой удивительной стране мы живем, сколько поразительных заповедных, исторических и памятных мест могут быть предметом искренней гордости россиян.

Проект обрел поистине всероссийский статус: со всех уголков страны пришло порядка двух сотен фотографий с описанием самых разных мест на карте. На сайте <http://sibkor.com/> теперь собран уникальный каталог: это и Астраханский кремль, и Дербентская крепость, и Арка Цесаревича во Владивостоке, и Парк «Швейцария» в Нижнем Новгороде. Особое место занимают рассказы о чудесах природы: Беневские водопады в Приморском крае, соляные озера в Астраханской области, Долина Ста Источников в Восточных Саянах, песчаный полуостров Куршская коса в Калининградской области.

Каждый желающий мог проголосовать за автора самого увлекательного рассказа. В ходе голосования определялись обладатели еженедельных и ежемесячных призов: 10 фирменных футболок и 10 ящиков пива «Сибирская Корона» соответственно. А по итогам



акции был выбран один победитель, которому достался главный приз – путешествие с пятью друзьями в один из красивейших регионов России – край гор и водопадов. Их ждала целая неделя, насыщенная событиями: конные походы, экскурсии, посещение живописных ущелий, гротов, пещер и монастырей, обеды в лесу у костра и незабываемые величественные горные вершины. А по окончании своего удивительного приключения победитель получил государственную награду – значок и удостоверение «Турист России».

Stella Artois и «2morrow/Завтра»: с любовью к особому кино

Культовый пивной бренд Stella Artois выступил партнером Российского отборочного турнира Всемирного Чемпионата Гольфистов (World Golfers Championship).

World Golfers Championship – всемирно известный международный турнир. Впервые российские спортсмены присоединились к нему в 2006 году, и с тех пор это стало доброй традицией. В этом году отборочный турнир прошел 18 и 19 июля в Гольф и Поло клубе «Целеево».

Традиционно гольф считается игрой для избранных: красивый, изысканный и элегантный, увлечение на грани искусства и спорта. Его предпочитают аристократы, политики и бизнесмены – гольф не терпит суеты и позволяет испытать одновременно азарт и расслабление.

Stella Artois поддерживает ценителей утонченного вкуса и многовековых традиций, поэтому гостям мероприятия было предложено насладиться ее прекрасным вкусом. Оценить его по достоинству смогли не только зрители соревнований, но и победители чемпионата, для которых Stella Artois приготовила специальные памятные призы.

Конечно, важно и участие, но вкус победы все же ярче, особенно вместе со Stella Artois!



6

2morrow / завтра
международный
фестиваль
независимого кино



Лето под знаком BUD

Этим летом всемирно известный пивной бренд BUD помогал охладиться и зажигал сердца участников самых крутых вечеринок двух российских столиц.

Сперва июль доказал, что горячие девушки и холодное пиво – сочетание беспроигрышное! Легендарный журнал Playboy при поддержке BUD собрал всех самых красивых и знаменитых, чтобы в очередной раз выбрать Playmate года. Затем BUD принял участие в событии, которое стало самым ярким впечатлением лета – всемирно известный фестиваль электронной музыки Global Gathering Russia 2012, прошедший в Питере. Он собрал под своими знаменами лучших ди-джеев

и музыкантов современности, ведь рядом с King Of Beers могут встать только короли электронной сцены: Armin van Buuren, Laidback Luke, Marco V, Michael Woods, Nicky Romero, D-Mad и многие другие звезды электроники всю ночь взрывали танцполы культового клуба «Воздух».

Август ничем не уступил по накалу страстей – 17-летие легендарного «Радио Рекорд» вместе с BUD триумфально отпраздновали более 10 000 гостей концертного зала Stadium Live. Хедлайнером вечеринки выступил один из самых уважаемых ди-джеев мира – голландец Tiesto со своим новым альбомом. Среди приглашенных звезд значился весь цвет российской электронной музыки: DJ Smash, Swanky Tunes, Matisse & Sadko, DJ Цветкофф, DJ Fonar и DJ Meg. Гости вечеринки получали ценные подарки, отрывались в компании сексапильных Go-Go-девушек BUD и наслаждались прохладным пивом BUD.

И даже последние дни лета не стали причиной для грусти – в питерском клубе «Воздух» прошла грандиозная BUD-вечеринка! Более 1 500 гостей были поражены феерическим шоу: запуск воздушного шара BUD, горячие BUD-girls, уникальный проекционный футбол, DJ Andrey Exx и, конечно, любимое пиво.



«Толстяк Хмельное» в новой банке

Популярное пиво «Толстяк Хмельное» появилось на прилавках магазинов в новой банке 0,5 литра. Широкая душа «Толстяка» не поспешила на яркий дизайн новой тары: праздничный вишнево-красный цвет контрастирует с золотом, а внизу размещены «толстости» - меткие изречения о жизни, так полюбившиеся поклонникам бренда. При этом традиционное качество и густой хмельной вкус остаются неизменными и радуют поклонников крепкого пива.

Пиво «Толстяк» было выпущено на рынок в 1996 году и с тех пор завоевало любовь потребителей и заслуженные награды, такие как «Бренд года» (2000) и «100 лучших товаров России» (2008).

В 2010 году был проведен перезапуск торговой марки «Толстяк». Ее образ изменился, новая упаковка стала удобней для использования, и в портфеле бренда появилось пиво «Толстяк Хмельное» с богатым, насыщенным хмельным вкусом и высокой плотностью для любителей крепких сортов (не менее 7,5% алкоголя). С тех пор популярность этого напитка только растет, приобретая новых и новых поклонников. Согласно опросам, именно вкус «Толстяка Хмельного» потребители оценивают выше многих крепких сортов пива других марок. К тому же, цена этого пива не может не радовать – она остается вполне доступной.



Stella Artois объявила мастера безупречного розлива

В Монреале прошло ежегодное соревнование на звание «Мирового мастера по розливу Stella Artois 2012». Чтобы завоевать этот титул, участникам необходимо было выполнить сложную девятиступенчатую церемонию. Шестнадцатым мировым мастером розлива Stella Artois стал Алэн Шаико из Бельгии.

Представители 21 страны мира приняли участие в соревновании: финалисты за несколько недель до этого стали победителям на национальных конкурсах мастеров розлива. Впервые за всю историю конкурса он прошел в Канаде, в знаменитом Шале дю Монреаль. В соревновании приняли участие любители пива Stella Artois из Пуэрто-Рико, Австралии, Новой Зеландии, Чили, Канады, США, Японии, Великобритании, Сингапура, Ирландии, Гваделупы, Гонконга и других стран мира. В финальном поединке сошлись бельгиец Алэн Шаико и австралиец Чарльз Мудд: им предстояло выполнить сложную бельгийскую церемонию розлива пива быстро и точно, на время и под пристальными взглядами судей и многочисленных зрителей. Алэн продемонстрировал свое мастерство розлива,

набрав почти максимальное количество очков. Бельгийцу было официально присвоено звание мирового мастера розлива Stella Artois 2012.

«Чаша, наполненная безупречно, – это вопрос красоты, и мне доставляет огромную радость, что эксперты признали меня «мировым мастером розлива Stella Artois 2012». Я проделал долгий путь, оттачивая свои навыки в погоне за совершенным выполнением всех девяти ступеней церемонии розлива, – поделился Алэн Шаико. – Я с нетерпением жду того момента, когда смогу обучать этому искусству новых мастеров».



Stella Artois объявила мастера безупречного розлива

Stella Artois традиционно подается в уникальных бокалах, созданных для того, чтобы подчеркнуть неповторимый вкус каждого оттенка пива. Фирменные бокалы Stella Artois называются «чашей». Девятиступенчатая церемония розлива позволяет наилучшим образом использовать основу чаши, ножку и ее края и предлагает лучшее из возможных впечатлений от наслаждения вкусом Stella Artois.

«Бельгийцы относятся к пиву так же серьезно, как швейцарцы к часам, – рассказывает Эндрю Снэйд, вице-президент бренда Stella Artois. – Девятиступенчатая церемония розлива – это тонкий, но важный знак уважения к потребителю. Мы обучаем специалистов Stella Artois по всему миру технике розлива и приглашаем лучших из лучших соревноваться со своими коллегами из разных стран».



Корпоративная социальная ответственность

В Калининградской области началась реализация программы «Семейный разговор»

6 декабря в Калининграде на базе областного Центра диагностики и консультирования детей и подростков прошел семинар-тренинг для педагогов-психологов общеобразовательных учреждений региона по работе с образовательной профилактической программой «Семейный разговор».

Основная цель проекта – уменьшение случаев употребления алкогольных напитков несовершеннолетними и помощь родителям в налаживании диалога со своими детьми на тему алкоголя. Программа стала лауреатом III Всероссийского конкурса психолого-педагогических программ «Новые технологии для «Новой школы», а в 2012 году успешно прошла апробацию в ряде школ нескольких регионов России.

Открывая семинар, директор Центра Валентина Стаховская подчеркнула важность и актуальность проблемы распространения алкоголизма среди несовершеннолетних, необходимость комплексного подхода к ее решению. Специалист отметила, что «Семейный разговор» является эффективным инструментом профилактики и поможет подросткам сделать правильный выбор в пользу здорового образа жизни.



В обучении приняли участие педагоги-психологи и социальные педагоги 34 учреждений – СОШ, гимназий и образовательных центров региона. Семинар-тренинг провела Ольга Мелентьева, директор Центра практической психологии образования (Москва), соавтор программы «Семейный разговор». Специалистам были предоставлены методические и практические материалы, адаптированные для использования в процессе обучения данной программе. На тренинге в мини-группах были отработаны базовые психологические упражнения программы, технологии взаимодействия с подростками, в том числе «трудными». Занятие проходило в интерактивном режиме, применялись современные методы обучения, в том числе диспута и мозгового штурма.