

# «САН ИнБев»

Информационный дайджест  
III квартал 2012 года

## СОДЕРЖАНИЕ:

- 2.** Закон и отрасль
- 5.** Новости компании
- 11.** Новости брендов
- 20.** Корпоративная социальная ответственность

## Круглый стол в Государственной Думе

5 июля по инициативе Индустрии в Государственной Думе РФ был организован Круглый стол «Вопросы законодательного и технического регулирования пива и пивных напитков в связи со вступлением в силу отдельных норм 171-ФЗ». В ходе мероприятия были озвучены следующие рекомендации:

- «Росстандарту» ускорить подготовку и принятие ГОСТов на пивоваренную продукцию;
- «Росалкогольрегулированию» подготовить приказ (в дополнение к приказу №59н) о требованиях к складским помещениям для пивоваренной продукции с привлечением экспертов пивоваренной отрасли;
- «Росалкогольрегулированию» ускорить разработку и принятие требований к декларированию оборота пивоваренной продукции;
- Пивоваренным компаниям совместно с производителями автоматических средств измерения и учета объема готовой продукции изучить и представить в «Росалкогольрегулирование» типовые варианты схем установки данных средств с учетом оптимального решения проблемных точек;
- Комитету по экономической политике Государственной Думы совместно с ВНИИ Крахмалопаточной продукции изучить возможность уточнения терминов «зернопродукты» и «сахаросодержащая продукция» с включением в состав «зернопродуктов» крахмальной патоки, полученной из натурального зернового сырья;
- Комитету по экономической политике Государственной Думы подготовить поправки в ФЗ-171 с целью ограничения полномочий органов власти субъектов Федерации и органов местного самоуправления по установлению дополнительных чрезмерных ограничений на торговлю алкогольной продукцией.

## «САН ИнБев» принимает участие в обсуждении состояния отрасли

Компания «САН ИнБев» приняла участие в Международной конференции **«Система технического регулирования Таможенного союза – новые возможности интеграции»**, которая состоялась в рамках 3-й Международной выставки и Форума промышленности и инноваций «ИННОПРОМ – 2012» в Екатеринбурге 12-13 июля 2012 года.

В ходе мероприятия обсуждалась возможность использования платформы Российского союза промышленников и предпринимателей для решения проблем проекта Технического регламента Таможенного союза «О безопасности алкогольной продукции».

Также представители компании «САН ИнБев» вошли в рабочую группу Евразийской экономической комиссии по Международному соглашению **«О производстве и обороте**

**этилового спирта и алкогольной продукции на единой таможенной территории Таможенного союза и Едином экономическом пространстве»** и приняли активное участие в подготовке скорректированной редакции документа для ЕЭК и Министерства экономического развития. Вице-президентом по инициативе Corporate Affairs сотрудники САН ИнБев из профильных подразделений были включены в Рабочие группы Экспертного совета Росалкогольрегулирования:

- Рабочая группа «Пиво и слабоалкогольные напитки»;
- Рабочая группа «Таможенный союз и ВТО»
- Рабочая группа «Ограничение потребления алкогольной продукции»

В настоящее время ведется активная работа по вопросу установки средств измерения на предприятиях пивоваренной отрасли.

## Работа Евразийской экономической комиссии по проекту ТР ТС «О безопасности алкогольной продукции»

Представители компании «САН ИнБев» приняли участие в совещании Евразийской экономической комиссии по проекту Технического регламента Таможенного союза «О безопасности алкогольной продукции», которая прошла 16 июля 2012 года. Белорусская и казахстанская стороны предложили внести на внутривосударственное согласование изменения в проект Технического регламента Таможенного союза с учетом следующих предложений:

- исключить из проекта техрегламента положения, устанавливающие необходимость

уведомления о начале обращения алкогольной продукции и процедуру такого уведомления;

- исключить из проекта техрегламента положения, устанавливающие запрет розничной реализации пивоваренной продукции в полимерной потребительской упаковке;
- исключить из определения термина «пиво» слова «масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процента массы солода, зерна и зернопродуктов».

## Научно-исследовательская работа

На базе ГНУ ВНИИ Крахмалопродуктов с участием специалистов компании «САН ИнБев» проведена научно-исследовательская работа по теме: **«Разработка технологии производства специальных сортов мальтозной патоки с использованием**

**мультиэнзимных композиций для пивоваренной промышленности»**. По результату исследований было принято решение о целесообразности отнесения мальтозной патоки, применяемой для получения пива, к зернопродуктам и продуктам их переработки в пивоварении.

## Выборы в совет Союза российских пивоваров

25 сентября в Москве прошло **заседание Совета Союза российских производителей пиво-безалкогольной продукции**, на котором был избран новый состав Совета Союза. В него вошли: президент компании «Анхойзер-Буш ИнБев» в Центральной и Восточной Европе Стюарт МакФарлейн, генеральный директор ОАО «Пивоваренный завод «Сыктывкарский» Ирина Май, президент пивоваренной компании «Балтика» Исаак Шепс, генеральный директор компании «Efes Rus» Тугрул Агырбаш, президент

ОАО «Объединенные пивоварни «Хейнекен» Димитар Алексиев, генеральный директор ОАО «Томское пиво» Иван Кляйн и генеральный директор ЗАО «ПИНО» Сергей Шихман. Новым председателем Совета Союза на ротационной основе избран президент ОАО «Пивоваренная компания Балтика» Исаак Шепс. Собранием определены приоритетные направления деятельности Союза: обеспечение свободного ведения бизнеса через развитие взаимодействия с органами государственной власти, а также развитие имиджа пива и отрасли.

## Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах второго квартала и первого полугодия 2012 года

### ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

**Рост выручки:** Во втором квартале выручка выросла на 4,7%, а в первом полугодии 2012 года – на 5,4%, при этом рост выручки в расчете на гектолитр продукции составил 5,7% во втором квартале и 5,3% в первом полугодии 2012 года. На постоянной географической основе (то есть с исключением влияния быстро растущих стран с более низким показателем выручки на гектолитр) органический рост выручки на гектолитр достиг 6,4% во втором квартале и 5,7% в первом полугодии 2012 года.

**Увеличение объемов производства:** Совокупные объемы продаж во втором квартале незначительно снизились – на 0,1%, при этом производство пива сократилось на 0,5%, а объемы производства прочей продукции выросли на 4,2%. В первом полугодии 2012 года совокупные объемы производства выросли на 0,8%, при этом производство пива увеличилось на 0,4%, а прочей продукции – на 5,3%.

**Фокусные бренды:** Во втором квартале рост по фокусным брендам составил 1,0%, при этом лидировали Budweiser, Harbin и Sedrin в Китае, Antarctica и Brahma в Бразилии, а также семейство брендов Bud в США. В первом полугодии 2012 года продажи фокусных брендов увеличились на 2,2%.

**Себестоимость реализованной продукции:** Себестоимость реализованной продукции (Cost of Sales, CoS) увеличилась во втором квартале на 3,6% или на 5,5% в расчете на гектолитр. В первом полугодии 2012 года CoS увеличилась на 3,4% или на 3,9% в расчете на гектолитр.

На постоянной географической основе CoS в расчете на гектолитр выросла на 6,5% во втором квартале и на 4,7% в первом полугодии 2012 года.

**ЕБИТДА:** Органический рост EBITDA составил во втором квартале 2012 года 2,5% - до 3 594 млн. долл. США с маржой 36,4%, что означает ухудшение на 43 базисных пункта. В первом полугодии 2012 года EBITDA выросла на 4,9% до 7 146 млн. долл. США с маржой 37,2%, что означает ухудшение на 21 базисный пункт.

**Налог на прибыль:** Во втором квартале 2012 года налог на прибыль составил 313 млн. долл. США при эффективной налоговой ставке 12,6% против 369 млн. долл. США и эффективной налоговой ставки 17,3% во втором квартале 2011 года. Эффективная налоговая ставка во втором квартале 2012 года была ниже, чем в предыдущем году, в основном, из-за увеличения в структуре прибыли стран с более низкими налоговыми ставками, а также в связи с дополнительными налоговыми льготами, не облагаемых налогами доходов от отдельных деривативов, связанных с хеджированием программ выплат по акциям, а также в связи с благоприятными результатами по налоговым искам в размере 136 млн. долл. США. Эффективная налоговая ставка в первом полугодии 2012 года составила 14,9% против 20,3% в первом полугодии 2011 года.

**Прибыль:** Нормализованная прибыль AB InBev, подлежащая распределению между держателями акций, выросла на 22,0% в номинальном выражении и составила во втором квартале 2012 года 1 995 млн. долл. США по сравнению с 1 603 млн. долл. США во втором квартале 2011 года и

## Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах второго квартала и первого полугодия 2012 года

на 31,5% в номинальном выражении (до 3 629 млн. долл. США) в первом полугодии 2012 года (против 2 758 млн. долл. США за аналогичный период 2011 года).

**Прибыль в расчете на акцию:** Во втором квартале 2012 года нормализованная прибыль на акцию (earnings per share, EPS) выросла в номинальном выражении на 22% – до 1,22 долл. США по сравнению с 1,00 долл. США за тот же период 2011 года и на 31% – до 2,27 долл. США – в первом полугодии 2012 года по сравнению с 1,74 долл. США в первом полугодии 2011 года.

**Чистая задолженность:** Наша чистая задолженность по состоянию на 30 июня 2012 года составила 35,7 млрд. долларов, увеличившись на 1,0 млрд. долларов по сравнению с 31 декабря 2011 года, причем отношение чистой задолженности к EBITDA уменьшилось с 2,26 в конце 2011 года до 2,24 до операций по слиянию и поглощению и увеличилось до 2,33 по состоянию на 30 июня 2012 года. Это увеличение связано, в основном, с сезонностью наших потоков наличности, временем выплаты дивидендов, а также операциями по слиянию и поглощению.

**Финансовый отчет за первое полугодие 2012 года:** доступен на сайте [www.abinbev.com](http://www.abinbev.com)

### КОММЕНТАРИИ РУКОВОДСТВА

Совокупная выручка компании увеличилась за квартал на 4,7%, чему способствовали хорошие показатели выручки на гектолитр продукции, увеличившейся на 6,4% на постоянной географической основе, а также улучшения в комбинации продуктов и инициативы по управлению выручкой.

Объемы продаж в отчетном квартале были слабыми, в основном, из-за рынка США – как ожидаемый результат изменений в схемах поставок с целью обеспечения более эффективных и экономически выгодных поставок оптовикам (STW), что привело во втором квартале к снижению объемов на 2,1%. Однако поставки в розничную торговлю (STR), которые, по нашему мнению, являются значительно лучшим «индикатором здоровья» бизнеса, продолжают демонстрировать устойчивый прогресс – рост на 0,2% по итогам первого полугодия 2012. Мы ожидаем, что по итогам всего года показатели STW и STR выровняются, как это было в предыдущие годы.

Инвестиции в продажи и маркетинг увеличились на 7,5% за квартал и на 9,1% в первом полугодии 2012 года, т.к. мы продолжаем инвестировать в развитие своих брендов.

Во втором квартале 2012 года EBITDA выросла на 2,5%, а рентабельность до уплаты налогов, процентов и начисления амортизационных отчислений уменьшилась на 80 базисных пунктов до 36,4%. На показатели EBITDA в отчетном квартале повлияли (i) ожидаемое сокращение объемов поставок оптовикам в США, (ii) увеличение затрат на дистрибуцию в США,

## Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах второго квартала и первого полугодия 2012 года

связанное с внедрением наших инноваций, а также более высокие транспортные расходы в Бразилии и США и (iii) сложности сопоставления административных расходов, связанных с переменными компенсационными издержками в Бразилии и глобальными холдинговыми и экспортными компаниями (Global Export and Holding Companies, GEHC).

### ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

#### Центральная и Восточная Европа

В этом регионе объемы продаж пива сократились во втором квартале 2012 года на 11,2%, а в первом полугодии – на 10,6%.

В России объемы продаж снизились во втором квартале на 10,2%, в первом полугодии – на 9,5%, главным образом, на фоне слабого состояния отрасли при сильном регуляторном давлении. По нашим оценкам, слабость индустрии стала причиной 60% снижения объема, остальные 40% были вызваны снижением доли рынка. Снижение доли рынка, в свою очередь, произошло в результате избирательного повышения цен в начале года и реализации различных инициатив,

связанных с налогообложением, кампаний по продвижению продукции в ключевых каналах продаж, реализуемых конкурентами. Однако мы продолжаем увеличивать долю рынка в премиальном сегменте. При этом лидирует Bud: во втором квартале 2012 года его рост составил почти 50%, а бренд Stella Artois вырос на 6,3%.

В Украине объемы продаж пива сократились во втором квартале на 12,6%, а в первом полугодии 2012 года – на 12,2%. Это объясняется слабостью отрасли, спад которой, по нашим оценкам, составил в первом полугодии 6% и ростом цен, опережающим рост цен на продукцию конкурентов. В апреле был успешно запущен бренд Budweiser – его рыночная доля составляет уже почти 0,4%.

В Центральной и Восточной Европе мы продолжаем фокусировать усилия на улучшении портфеля брендов и повышении общей прибыльности. Показатель EBITDA увеличился во втором квартале на 5,2% - до 99 млн. долл. США, а увеличению выручки на гектолитр способствуют избирательное повышение цен и улучшения в комбинации продуктов. В первом полугодии выручка на гектолитр выросла на 15,1%, а EBITDA увеличилась на 19,5% - до 114 млн. долл. США.

## «САН ИнБев» объявляет о перераспределении объемов производства и прекращении деятельности Курского филиала

**В условиях дальнейших законодательных ограничений рынка пива, увеличения налоговой нагрузки и продолжающегося падения пивоваренного рынка, компания вынуждена предпринимать меры для сохранения конкурентоспособности. В связи с этим было принято решение перераспределить объемы производства и прекратить производственную деятельность Курского филиала ОАО «САН ИнБев» (г. Курск).**

В последние годы условия для развития пивоваренного производства претерпели серьезные изменения, что оказывает дополнительное давление на отрасль и препятствует ее развитию. За период с 2009 по 2012 гг. ставка акциза на пиво была увеличена в 4 раза - с 3-х до 12 рублей за литр. Вследствие принятия законодательных ограничений и запретов, регулирование пивоваренной отрасли в России на текущий момент является одним из самых жестких в мире. Усиление налоговой нагрузки и административного давления на отрасль привело к сокращению объемов производства.

*Согласно данным Росстата, производство пива в России по итогам 2011 года сократилось на 17,5% по сравнению с 2008 годом.*

По нашей последней информации, с начала 2012 года по итогам 6-ти месяцев дальнейшее падение отрасли составило более 5%. На нашу компанию общее падение пивного рынка также оказало огромное влияние.

Чтобы снизить отрицательное влияние этих факторов на бизнес «САН ИнБев» в России, после тщательного изучения рыночной ситуации и производственной деятельности компании нам приходится принимать радикальные меры по оптимизации операционной деятельности и снижению затрат с целью сохранения конкурентоспособности и обеспечения долгосрочного успешного развития нашей компании в России. Это жесткое решение, но мы не видим другого выхода в текущих условиях рынка, которые негативно отразились на финансовом состоянии компании.

Мы предпримем все необходимые действия для максимально безболезненного урегулирования вопроса сокращения рабочих мест, неукоснительно соблюдая трудовое законодательство.

Предприятие по-прежнему остаётся в собственности ОАО «САН ИнБев». Вопрос о его дальнейших перспективах будет решаться, исходя из оценки перспектив развития рынка. Однако, несмотря на прекращение производственной деятельности пивоваренного и солодовенного производств, мы намерены и далее участвовать в развитии экономики региона: компания продолжает проекты, связанные с возделыванием и закупкой ячменя в сельском хозяйстве Курской области, а также реализацию социальных проектов.

Решение прекратить производственную деятельность в Курске не окажет влияния на текущий уровень производства и налоговых платежей «САН ИнБев» в России.

### Компания «САН ИнБев» выступила партнером Международного Конгресса AIESEC



**В августе 2012г. в Москве прошел Международный Конгресс AIESEC. Впервые за 64 года Россия выиграла право на его проведение. Мероприятие прошло при поддержке МИД России, Россотрудничества, Росмолодежи, Правительства Москвы, МГИМО (У) МИД России, Московской школы управления «СКОЛКОВО» и бизнес-партнеров.**

20 августа в рамках Конгресса прошел форум «Global Youth to Business» в Московской школе управления «СКОЛКОВО». Здесь молодые люди из 500 ведущих университетов мира обсуждали актуальные проблемы в рамках следующих тем: инновации, молодежное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность.

На мастер-классе от компании «САН ИнБев» участники форума обсудили перспективы развития корпоративной социальной ответственности в России и предложили ряд идей для проектов по предотвращению продажи алкоголя несовершеннолетним. *«Подобные форумы – это отличная возможность посмотреть*

*на свою деятельность со стороны свежим и достаточно критичным взглядом. Для нашей компании очень важно, чтобы проекты, которые мы реализуем в направлении предотвращения продажи алкоголя несовершеннолетним, по-настоящему работали. На мастер-классе мы не только рассказали о проектах, которые реализуем по всему миру, но и что очень важно, услышали обратную связь и рекомендации», - поделилась Ольга Пономарева, руководитель проектов по корпоративной социальной ответственности компании «САН ИнБев».*

*Участниками Конгресса стали 1000 лидеров из 110 стран мира из более 100 ведущих университетов и 50 регионов России; 100 компаний-партнеров из России и мира, 250 выпускников AIESEC, 50 000 участников интернет-трансляции, 25 000 жителей и гостей Москвы.*

Компания «САН ИнБев» традиционно сотрудничает с AIESEC в направлении программы стажировок, а также социальных проектов, таких как международная акция «Не оставайся равнодушным!», которая направлена на предотвращение продажи алкоголя несовершеннолетним.

### Филиал «САН ИнБев» включен в Книгу рекордов Иркутской области

В Иркутске состоялась церемония награждения участников проекта «Иркутская область. Книга рекордов – 2011». Ангарский филиал пивоваренной компании «САН ИнБев» был номинирован как «Самый молодой пивоваренный завод в России». В разделе «Экономика и бизнес» он отмечен как предприятие особой значимости для региона, несмотря на то, что с момента закладки первого камня прошло всего 6 лет.

Ангарский пивоваренный завод «САН ИнБев» стал одним из самых значительных инвестиционных проектов области за последние годы, в его создание было вложено более 150 млн. евро. Начало строительства нового предприятия в 2006 году пришлось на экономический кризис, однако, несмотря на все трудности, в апреле 2009 года завод был введен в эксплуатацию согласно плану. С тех пор пивоваренный завод в Ангарске является одним из самых современных предприятий пищевой промышленности Иркутской области и пивоваренной отрасли России и неизменно привлекает к себе особое внимание региональной общественности.

Закономерно, что информация о деятельности предприятия появилась в проекте «Иркутская область. Книга рекордов». На страницах издания – рассказ о производственной и социальной деятельности компании «САН ИнБев» в Иркутском регионе. Статья о проекте «Промышленный туризм» дополнила



представление читателей о деятельности одного из лидеров в области пивоварения, выпускающего марки «Клинское», «Толстяк», «Багбир» и «Золотая Ангара».

*«7 сентября исполнилось 6 лет со дня закладки первого камня нашего завода в Ангарске, – рассказала исполнительный директор Ангарского филиала «САН ИнБев» Наталья Звонова. – При выборе места расположения, разработке планов развития предприятия учитывались такие ключевые факторы, как благоприятный инвестиционный климат Приангарья, эффективность взаимодействия с органами власти, применение стимулирующих режимов развития производства в регионе. И сегодня мы рады, что наш завод получил заслуженное признание и попал в Книгу рекордов Иркутской области».*

## «Клинское» на «Нашествии» – главное приключение лета

В июле в Тверской области состоялся крупнейший ежегодный всероссийский фестиваль на открытом воздухе «Нашествие». За 3 дня главное приключение лета собрало более 150 тысяч гостей.

В этом году «Нашествие» претерпело множество изменений, которые коснулись как музыкальной, так и немusикальной развлекательной составляющей фестиваля. Впервые за историю open-air'a на «Нашествии» функционировала сцена НЕФОРМАТ, на которой были представлены артисты, не являющиеся форматобразующими для радиостанции «Наше Радио», но, тем не менее, актуальные и достойные внимания аудитории. Сцена НЕФОРМАТ, которая утром открывалась с традиционной для «Нашествия» Утренней зарядки, на протяжении всех 3-х дней собирала по несколько тысяч человек.

Сцена ФОРМАТ, безусловно, была эпицентром активности фестиваля – 660 квадратных метров, 500 кВт звука, 420 световых приборов и 28 коллективов. В этом году каждый из артистов,



представленных на сцене ФОРМАТ, отыграл сольный сет продолжительностью не менее 40 минут. ДДТ, Земфира, Чайф, Brainstorm, Алиса, Король и Шут, Bravo, Гарик Сукачев и другие радовали поклонников русского рока незабываемыми выступлениями, каждое из которых, наверняка, надолго запомнится всем гостям Главного приключения лета.

Одной из главных тем фестиваля в 2012 году стало 50-летие Виктора Цоя, чье творчество сыграло значительную роль в истории русского рока. Участники «Нашествия» представили на суд зрителей свои ремейки песен группы «Кино».



## «Клинское» на «Нашествии» – главное приключение лета

Главное приключение лета в этом году поразило гостей не только беспрецедентной музыкальной программой. В ночь с 5-го на 6-е июля, когда многие зрители уже заехали на территорию фестиваля, на малой сцене был представлен спектакль – лауреат «Золотой Маски» 2012 года под названием «Зажги мой огонь». Экспериментальная постановка режиссера Юрия Муравицкого открыла фестиваль повествованием о жизни звезд рок-н-ролла – Джима Моррисона, Дженис Джоплин и Джими Хендрикса. В ночь с 7 на 8 на третьей сцене зрители смогли увидеть фильм «Рок на века» – мюзикл, кинопреьера которого состоялась совсем недавно.

Генеральный партнер фестиваля, торговая марка «Клинское», подготовила массу интересных и полезных развлечений для гостей «Нашествия». Так, в этом году к привычным для фестиваля активностям добавился еще и летний каток, где каждый мог продемонстрировать свои навыки фигурного катания. Большой популярностью среди зрителей пользовались и другие конкурсы в стиле К – гигантский твистер, «бык», тир и спортивные площадки.

Для того, чтобы сделать фестиваль чище, промоутеры «Клинского» раздавали гостям пустые мусорные пакеты и обменивали заполненные мешки на подарки. Так, гости фестиваля собрали более 25 000 мешков мусора. На этом полезные мероприятия от генерального партнера фестиваля не закончились. Гости фестиваля, которые приехали на «Нашествие» за рулем, могли добровольно пройти тест на содержание алкоголя в крови у настоящего врача прямо на парковке.



## «Клинское» на «Нашествии» – главное приключение лета

Таким образом, торговая марка «Клинское» еще раз напомнила своим потребителям, что вождение и алкоголь несовместимы. В качестве альтернативы автомобилю промоутеры рекомендовали воспользоваться общественным транспортом – для того чтобы зрителям было комфортно добираться на территорию фестиваля и обратно, были запущены бесплатные автобусы от железнодорожной станции. Поездка в автобусе тоже превратилась в развлечение – пассажиров ждали музыка, конкурсы и веселье!

Для тех, кто не смог по каким-либо причинам попасть на фестиваль, Carat Interactive и «Клинское» совместно с Mail.ru сделали доступным это музыкальное событие для всех пользователей сети: для «живой» трансляции концертных выступлений использовалась уникальная камера 360°, которая была расположена непосредственно на главной сцене перед артистами. В результате, трансляцию выступлений смотрели в 82 странах мира, специальный плеер был установлен на полумиллионе компьютеров и смартфонов,

а количество просмотров приблизилось к миллиону!

В 2012 году погода не подвела многочисленных зрителей и участников фестиваля. По отзывам журналистов, приехавших освещать «Нашествие-2012», а также по отзывам самих зрителей, Главное приключение лета в этом году стало самым грандиозным за всю 11-летнюю историю фестиваля.



## С Клинским Микс танцуют все!

**Этим летом напиток Клинское Микс взорвал цитрусовой свежестью все танцполы GLOBAL GATHERING Russia 2012.**

Фестиваль электронной музыки GLOBAL GATHERING Russia 2012 - самое масштабное танцевальное событие России и главный европейский Open-Air – вновь прошел в Санкт-Петербурге, собрав поклонников летней легкости и танцевального саунда. Вместе со всемирно известными музыкантами и диджеями Клинское создало неповторимую атмосферу веселья со вкусом дикого лимона и спелого лайма.

Более тридцати тысяч человек провели эту ночь, «отрываясь» под звуки электронной музыки: для

них этот праздник стал поистине незабываемым! Клинское Микс приготовило сразу несколько сюрпризов для своих поклонников. Все гости праздника получили 3D-очки, через которые они могли увидеть настоящий цитрусовый взрыв. Также приятный сюрприз ждал посетителей бара, где можно было получить стильную футболку в подарок от Клинского. А еще абсолютно у каждого желающего была возможность сфотографироваться в специальной зоне Клинского Микс, куда гостей приглашали супер-модели.

Праздник танца удался, и каждый увез с собой не только яркие фотографии и памятные призы, но и заряд положительных эмоций на весь год.



## Пиво Hoegaarden – изысканность во всем!

Осень – пора перемен: привычные вещи меняют цвета и формы. Один из приятных осенних сюрпризов от компании «САН ИнБев» – изысканное пиво Hoegaarden в новой удобной упаковке – банке 0,5 литра. Такая упаковка эргономична и наилучшим образом сохраняет свежесть, вкус и аромат любимого многими пива.

Обновленный современный дизайн Hoegaarden выполнен в благородных цветах и в наибольшей степени соответствует современному представлению о стильной и удобной упаковке. Его, несомненно, оценят любители этого напитка: образованные, целеустремленные, активные профессионалы, креативные, яркие и стильные люди, для которых важно не только качественное содержание, но и привлекательная форма.

Hoegaarden (Хугарден) – бельгийское «белое» пиво с неповторимым освежающим вкусом и оригинальной рецептурой. В его состав входит цедра апельсина и кориандр, придавая пиву необычный оттенок. У Hoegaarden богатая история – впервые он был сварен в 1445 году во Фландрии, в пивоварне при монастыре, и по сей день производится по уникальной технологии двойной ферментации. Согласно особому ритуалу это пиво рекомендуется подавать в специальных шестигранных бокалах, охлажденным до 2-3 градусов по Цельсию. В Бельгии Hoegaarden подается с ломтиком лимона и специальной ступкой для его выжимания о дно бокала – сок лимона делает вкус пива ещё более уникальным.



## Stella Artois поддержала World Golfers Championship

**Культурный 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!



## Пиво «Волжанин» в списке «100 лучших товаров России»

**Пивной бренд «Волжанин» компании «САН ИнБев» награжден дипломом всероссийской программы-конкурса «100 лучших товаров России» в номинации «Продовольственные товары».**

Конкурс «100 лучших товаров России» был основан в 1998 году Государственным комитетом Российской Федерации по стандартизации и метрологии (ныне Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии) и Межрегиональной общественной организацией «Академия проблем качества».

Основная цель конкурса – стимулирование предприятий, органов исполнительной власти и общественности к повышению качества и конкурентоспособности отечественной продукции и услуг. Также он призван усилить ответственность производителей перед потребителями. В задачи конкурса входит и широкое информирование о высококачественных

отечественных товарах с целью их продвижения на внутренние и международные рынки.

Пивной бренд «Волжанин» – визитная карточка Волжского филиала ОАО «САН ИнБев» – одержал победу в региональном этапе конкурса «100 лучших товаров России 2012» по Волгоградской области. Это светлое фильтрованное пиво с ярко выраженным солодовым вкусом, приятной хмелевой горечью и неповторимым ароматом регулярно получает призы на российских и международных конкурсах. Победа в этапе «100 лучших товаров России» – это подтверждение высочайшего качества продукции и особая честь для любого бренда.

*«За 15 лет своей истории «Волжанин» стал очень популярен на юге России и в Черноземье, – комментирует Александр Пигаев, бренд-менеджер «Волжанина». – Приятно, что народное признание теперь отмечено и таким престижным знаком».*



## «Жигулевское оригинальное» в новой банке

Популярный пивной бренд «Жигулевское Оригинальное» появился на прилавках в новой банке 0,5 литра. Теперь поклонники бренда смогут оценить не только удобный формат, но и оформление, идею которого дизайнеры почерпнули из советских времен.

Год назад компания «САН ИнБев» выпустила знаковую новинку – светлое пиво «Жигулевское Оригинальное» в бутылке 0,5 литра. Современные технологии производства и качественные ингредиенты позволили создать классический вкус с неповторимым хмелевым ароматом, который по достоинству оценили российские любители пива.

К годовщине выхода на рынок создатели решили порадовать поклонников «Жигулевского Оригинального» новой упаковкой, не изменяя при этом традиционному вкусу и рецептуре продукта. Банка выделяется элегантным дизайном: сочетание бледно-желтого и синего цветов, ретро-шрифт, знак ГОСТа. Дизайн акцентирует внимание на традиционном качестве продукта.



## Bagbier – летнее обновление дизайна

**Bagbier, один из самых популярных пивных брендов в России, представил этим летом новую этикетку. Ее украшает крупная надпись – «немецкое качество». Новая этикетка делает бутылку более заметной на полке, упрощает поиски лояльным потребителям и привлекает потребителей потенциальных.**

Подтверждением немецкого качества является информация на этикетке о том, что при производстве этого пива используется один из лучших сортов баварского хмеля – Hallertauer Tradition. Производится он в Халлертау – крупнейшей области возделывания хмеля в Германии и относится к так называемым ароматическим сортам. Именно он гарантирует непревзойденное качество, о котором напоминает обновленная этикетка.

«Bagbier – пиво для тех, кто не любит красивых рекламных ходов, а предпочитает неизменное немецкое качество продукта; поэтому новая этикетка поддерживает философию простоты и честности, – комментирует Александр Пигаев, бренд-менеджер Bagbier.



# Корпоративная социальная ответственность

## «Круглый стол» в Совете Федерации «Решение проблемы подросткового алкоголизма – задача власти, бизнеса и общества»

**В Совете Федерации Федерального Собрания РФ под председательством Первого заместителя Председателя Совета Федерации ФС РФ А.П. Торшина состоялся круглый стол – «Решение проблемы подросткового алкоголизма - задача власти, бизнеса и общества».**

Задачей круглого стола стало обсуждение возможных путей решения острой проблемы подросткового алкоголизма. В дискуссии приняли участие депутаты Государственной Думы Федерального Собрания РФ, представители профильных министерств и ведомств, педагоги, психологи, представители бизнеса. Итогом обсуждения стали Рекомендации федеральным и региональным органам законодательной и исполнительной власти, науки, образовательным учреждениям, а также предложения в план законодательной работы Совета Федерации на осеннюю сессию этого года.

Как заявил **Александр Торшин**, чтобы уже в ближайшее время изменить ситуацию к лучшему, нужны радикальные шаги – от ужесточения законодательства в отношении тех, кто незаконно продает алкоголь несовершеннолетним до внедрения эффективных образовательных программ в школах с участием педагогов, психологов, родителей и самих подростков. *«Необходимо многократно ужесточить санкции за продажу алкоголя несовершеннолетним, вплоть до пожизненного лишения лицензии и разорительных штрафов».*

По мнению **Председателя Комитета Совета Федерации по социальной политике Валерия Рязанского**, российский и зарубежный опыт показывают, что борьба с алкоголизмом может быть эффективной лишь на системной и долгосрочной основе, для этого требуется консолидация усилий всего общества. Сегодня очевидна необходимость формирования действенной государственной политики по профилактике подросткового алкоголизма. Необходимо вывести на эффективный уровень исполнение федеральных законов, вести целенаправленную пропаганду здорового образа жизни, положить конец терпимому отношению общества к употреблению алкогольных напитков несовершеннолетними. Следует уже в ближайшие годы обеспечить подготовку адекватного количества специалистов – подростковых наркологов и психологов. Профилактику алкоголизма в молодежной среде необходимо вести на современном уровне с использованием всех возможностей системы образования и средств массовой информации, учитывая психологию и интересы молодых людей.

Также на круглом столе была представлена комплексная программа по предотвращению потребления алкоголя несовершеннолетними «Семейный разговор», рекомендованная Федерацией психологов образования России для использования в учебных заведениях.

# Корпоративная социальная ответственность

## «Круглый стол» в Совете Федерации «Решение проблемы подросткового алкоголизма – задача власти, бизнеса и общества»

**Вице-президент компании «САН ИнБев» Андрей Губка** уверен, что производители алкогольной продукции должны развивать культуру умеренного и ответственного потребления. *«Для нас, как социально ответственной компании, важно донести до потребителей, что пиво – напиток только для взрослых и потреблять его нужно умеренно. Поэтому мы систематически проводим акции, направленные на предотвращение продажи алкоголя несовершеннолетними, а также стали инициаторами профилактической программы «Семейный разговор» для подростков и их родителей».*



Сегодня программа реализуется по всему миру, а с 2011 года и в России. Программа прошла успешную апробацию в ряде регионов, признана лауреатом Всероссийского конкурса психолого-педагогических программ «Новые технологии для «Новой школы» и рекомендована Федерацией психологов образования России для использования в образовательных учреждениях страны. Одной из рекомендаций «круглого стола» стало использование данной программы в качестве факультативных занятий в школах.



# Корпоративная социальная ответственность

## В Мордовии стартовала программа «Семейный разговор» по предотвращению алкоголизма среди подростков

**25 сентября в Саранске, на базе Мордовского республиканского института образования, прошел первый семинар-тренинг для педагогов-психологов общеобразовательных учреждений региона по работе с комплексной профилактической программой «Семейный разговор».**

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

В обучении приняли участие специалисты-психологи 28 общеобразовательных учреждений города, а также представители республиканских центров по работе с подростками. 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 по данной программе.

Активный и заинтересованный подход участников семинара к проблематике, высокий профессиональный уровень ведущих и концептуальные методические разработки дали возможность тщательно изучить все три тематических блока программы – работа с педагогами, подростками и родителями. 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.

Представитель Министерства образования Республики Мордовия Ирина Фролкина отметила актуальность и значимость предлагаемой программы как эффективного инструмента предотвращения употребления алкоголя несовершеннолетними. Специалист сообщила, что после проведения работы с психологами, в соответствии с приказом Министра образования Республики, в школах Саранска начнется обучение учеников 8-9 классов и их родителей по программе «Семейный разговор», которое планируется осуществить до конца 2012 года. Обучение пройдут более 3.000 школьников.

Программа была разработана в 2011 году по инициативе компании «САН ИнБев» авторским коллективом Федерации психологов образования России. «Наша компания стала инициатором программы «Семейный разговор» в США еще 30 лет назад – говорит Андрей Губка, вице-президент по правовым вопросам и корпоративным отношениям компании «САН ИнБев» в странах Центральной и Восточной Европы – Опираясь на опыт западных коллег, мы верим, что правильное воспитание подростков в семье и школе сможет предотвратить случаи употребления алкоголя несовершеннолетними».



# Корпоративная социальная ответственность

## Международная акция по предотвращению продажи алкоголя несовершеннолетним

В сентябре прошла масштабная акция по предотвращению продажи алкоголя несовершеннолетним «Нам здесь жить!», которая объединила более 4,5 тысяч добровольцев по всей стране - сотрудников пивоваренной компании «САН ИнБев», представителей органов власти, общественных организаций и крупных торговых сетей.

Акция прошла в третий раз одновременно в более чем 20 странах мира. В России её поддержали в 70-ти городах от Калининграда до Владивостока и от Мурманска до Сочи. Участники акции в течение нескольких недель посещали торговые точки, чтобы рассказать гражданам о том, что такое ответственное потребление алкоголя.

В России акция прошла в рамках социальной программы «Нам здесь жить!». Ее участники напомнили продавцам о том, что продажа алкоголя несовершеннолетним запрещена и призвали граждан не оставаться равнодушными к продаже алкоголя несовершеннолетним. Мероприятия по запрету продажи алкоголя несовершеннолетним затронули более 130 тысяч торговых точек, где реализуется алкоголь. Акцию поддержали сети магазинов «Перекресток», «Карусель» и многие другие.

Участники акции разместили в торговых точках предупреждающие стикеры и распространили листовки с разъяснением новых изменений в законодательстве. Например, о том, что согласно ФЗ № 253, который вступил в действие в августе 2011 года, теперь продажа алкоголя несовершеннолетним уголовно наказуема. Административные штрафы за нарушение теперь могут достигать 80 000 рублей. В



# Корпоративная социальная ответственность

## Международная акция по предотвращению продажи алкоголя несовершеннолетним

соответствии с ФЗ №430 от 28.12.2010 продавцы могут требовать паспорт у покупателя, если его совершеннолетие вызывает сомнения. В июле и августе нынешнего года появились также новые изменения в законодательстве о рекламе пива, местах его потребления и продажи.

Кроме того, потребителям в торговых точках участники акции раздавали адресованные родителям брошюры «Как уберечь своего ребенка от алкоголя». В компании «САН ИнБев» уверены, что решение проблемы употребления алкоголя несовершеннолетними требует совместных действий родителей, правоохранительных органов, производителей алкогольной продукции и всего общества в целом.

*«Для нас, как производителей пива, важно привлечь необходимое внимание общества к профилактике правонарушений и формированию культуры ответственного отношения к алкоголю» - заявил Андрей Губка, вице-президент компании «Анхойзер-Буш ИнБев» в Центральной и Восточной Европе. – Пиво - это напиток только для взрослых. Поэтому мы систематически проводим подобные акции, а также стали инициаторами разработки программы «Семейный разговор» для подростков и их родителей».*



# Корпоративная социальная ответственность

## Всероссийская акция «Блогер Против Мусора - 2012»

В Москве подвели итоги проведения социального проекта блогера и путешественника Сергея Доли – Всероссийской экологической акции «Блогер Против Мусора». Так же прошла презентация экологической интернет-площадки ГРАКОН. Участниками пресс-конференции стали представители СМИ, экологических движений и партнеры Акции.

Спикерами на мероприятии выступили: Сергей ДОЛЯ – известный блогер-путешественник и инициатор всероссийской Акции, Владимир КРАВЦОВ – руководитель Пресс-службы «Coca-Cola» в России, Украине и Белоруссии, Матвей НАВДАЕВ – бренд менеджер компании ПЭК, Илья КАУКИН – руководитель социального проекта «Все равно?!» компании Russ Outdoor, Ольга ПОНОМАРЕВА – руководитель проектов по корпоративной социальной ответственности компании «САН ИнБев», Андрей ВОЙНОВ – директор по маркетингу компании «Барьер», Анатолий ЕМЕЛЬЯНОВ – генеральный директор студии Studio oneTOUCH.

Участники рассказали о своем участии в Акции, поделились впечатлениями.

**Сергей Доля:** «Мы очень довольны той активностью, которую проявили граждане, мы думали, что она пройдет на меньшем уровне, но она прошла фантастически: 30 тысяч человек на 180 субботниках!»



**Ольга Пономарева:** «Компания САН ИнБев поддержала инициативу Сергея, потому что у нас совпал подход к экологическим акциям. Важно донести обществу, что каждый из нас даже простыми действиями может изменить ситуацию. Не сорить – это культура, норма поведения, которую нужно развивать в обществе! Многие сотрудники компании по всей России приняли участие в акции, несмотря на то, что не так давно мы уже приглашали их на субботник».

