

«САН ИнБев»

Информационный дайджест
I квартал 2013 года

СОДЕРЖАНИЕ:

- 2. Закон и отрасль
- 6. Новости компании
- 13. Новости брендов
- 14. Корпоративная социальная ответственность

Международная конференция «ПЭТФ 2013»

В Москве 20 февраля состоялась Девятая Международная конференция «ПЭТФ 2013», организованная компанией Inventra, входящей в Группу Creon.

Ситуацию о возможном запрете использования ПЭТ-тары для разлива алкогольной продукции прокомментировал директор по корпоративным отношениям SUN InBev **Андрей Ерин**. Доля ПЭТ-упаковки, используемой для разлива пивоваренной продукции, занимает около 30% от всего рынка ПЭТ-тары. В России 50% пива разливается в ПЭТ, в Белоруссии – около 80%. В Казахстане, несмотря на существующий запрет выпуска алкогольных напитков в пластике, найден оригинальный выход. Пиво и тара продаются в разных отделах магазина. Таким образом, и в Казахстане на долю пива в

ПЭТ приходится не менее 25%. В постоянных нападках на ПЭТ весьма вероятен интерес производителей стеклянной и металлической тары, производителей водки. Появившиеся сообщения о содержании дибутилфталата в пиве в ПЭТ **противоречат всей мировой науке**. Кроме того, Андрей Ерин считает, что «подкрепляющие» запрос результаты лабораторных исследований были получены при нарушении условий использования ПЭТ-упаковки. И даже в этом случае концентрация ДБФ была на порядок ниже разрешенной Роспотребнадзором нормы. В ответ присутствующий на конференции эксперт Роспотребнадзора **Халидя Хамидулина**, которой поручено подготовить ответ по данному обращению, подробно рассказала об опасности ДБФ и обещала тщательно разобраться в ситуации с учетом имеющихся у нее данных и полученной на конференции информации.

На Гайдаровском форуме эксперты обсудили несбалансированность акцизной политики в отношении отрасли

В Москве в рамках Гайдаровского форума 2013, организованного Российской Академией народного хозяйства государственной службы при Президенте РФ, Институтом экономической политики им. Е.Т. Гайдара и Фондом Егора Гайдара, прошел круглый стол «Налогообложение алкогольной продукции: специфика и перспективы». В ходе круглого стола представители индустрии привели веские аргументы для решения вопросов акцизной политики, которые были поддержаны Ильей Соколовым, заведующим лабораторией бюджетной политики научного направления «Макроэкономика и финансы» Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара.

В конце декабря 2009 года была одобрена государственная политика по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года. В тексте документа были зафиксированы ключевые механизмы и инструменты, которые должны были противодействовать росту алкоголизации в стране. В том числе, была обозначена необходимость разработки акцизной политики в отношении алкоголя.

Спустя три года можно подвести некоторые итоги этой работы. В последнее время в России наблюдается существенное усиление государственного регулирования для пивоваренной отрасли в части производства и оборота пива. Однако, ряд регулирующих механизмов, которые применяются сейчас в нашей стране и должны снижать уровень злоупотребления алкоголем населения, уже сейчас можно оценить, как неработающие.

Как отметили специалисты на прошедшем круглом столе, одним из наиболее эффективных сценариев по снижению алкоголизма, существующих в международной практике и поддерживаемых многими учеными, является изменение структуры потребления и перенос акцента с крепких напитков на напитки с меньшим содержанием алкоголя. В первую очередь это достигается сбалансированной акцизной политикой, т.е. за счет более высокой ставки акциза на напитки с высоким содержанием алкоголя и снижения акциза на напитки с низким содержанием алкоголя.

Так, например, несбалансированный рост акциза на пиво приводит к росту цены, что в свою очередь, провоцирует переключение потребителей на более крепкий алкоголь. В результате относительная доступность крепких алкогольных напитков в России идет вразрез с мировой практикой установления соотношения ставок акциза на пиво и крепкие напитки, а также с Концепцией Правительства РФ по снижению масштабов злоупотребления алкоголем.



На Гайдаровском форуме эксперты обсудили несбалансированность акцизной политики в отношении отрасли

Илья Соколов, заведующий лабораторией бюджетной политики Научного направления «Макроэкономика и финансы» Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара: «В 2010 году в России структуре потребления (в пересчете на 1 литр чистого спирта на душу населения 15+ лет) на крепкий алкоголь приходилось 51%, на пиво – 38%, на вино – всего 11%. В то же время международными экспертами «идеальной структурой потребления», которая оказывает наименьшее негативное влияние на здоровье нации, считает соотношение 15/50/35 (крепкий алкоголь/пиво/вино соответственно). Для того, чтобы переориентировать спрос, в течение 5-10 лет стоит рассматривать вопрос увеличения ставок на крепкий алкоголь в 2,5 - 3 раза от уровня 2012 года. Потенциал роста акцизов на пенный напиток в ближайшие годы всего в пределах 1,2-1,5 раз, а на вино еще меньше. В результате такой акцизной политики, доля потребления крепких напитков будет снижаться, а напитков с более низким содержанием алкоголя – расти».

Пивоваренная отрасль в целом поддерживает политику государства в области снижения злоупотребления алкоголем и реализует собственные проекты, направленные на развитие ответственного потребления и ответственных продаж пива. Так, например, пивоваренные компании, работающие на российском рынке, объединили усилия с

другими мировыми производителями пива, вина и крепких алкогольных напитков для принятия совместных мер по сокращению злоупотребления алкоголем и присоединились к международному соглашению, заключенному 9 октября 2012 года в Вашингтоне. Глобальные меры по борьбе со злоупотреблением алкоголя будут внедряться в 2013-2017 гг. В частности, производители алкоголя намереваются продолжать предпринимать меры для ограничения употребления алкоголя несовершеннолетними и сокращения случаев вождения после употребления алкоголя среди водителей, еще активнее вовлекать точки розничной торговли в борьбу со злоупотреблением алкоголем.



Круглый стол «Тара и упаковка – важнейший фактор повышения конкурентоспособности российской пищевой продукции и ритейла»

Деловая программа выставок «Продэкспо-2013» и «ПродЭкспоПак-2013» объединила несколько мероприятий разного формата (конференции, форумы, круглые столы), посвященных анализу и обсуждению современных тенденций российского продовольственного рынка.

Одним из ключевых мероприятий деловой программы стал круглый стол «Тара и упаковка – важнейший фактор повышения конкурентоспособности российской пищевой продукции и ритейла», впервые организованный Национальным Тарным Союзом и журналом «Тара и упаковка» при поддержке дирекции выставки и Национальной конфедерации упаковщиков.

Организаторы предложили производителям и потребителям тароупаковочной продукции обсудить ее роль в создании конкурентоспособных отечественных продуктов питания и напитков.

Среди основных тем мероприятия были:

- механизмы взаимодействия производителей и потребителей тары и упаковки: «модернизация отношений» на рынке;
- проблемы нормативно-правовой базы в тароупаковочной индустрии: технические регламенты Таможенного союза, стандарты (ГОСТ) – как применять и соблюдать на производстве и в ритейле;
- «ответственность производителя» за утилизацию тароупаковочных отходов, актуальные проекты по сбору и переработке тароупаковочных отходов.

Модераторами круглого стола выступили: Игорь Смиренный, главный редактор журнала «Тара и упаковка», вице-президент Национальной конфедерации упаковщиков, Петр Бобровский,

вице-президент по развитию и общественным связям Национального Тарного Союза, председатель Контрольного комитета СПО «Совет по таре и упаковке» и Андрей Ерин, директор по корпоративным отношениям «САН ИнБев».

Открывая работу круглого стола, Петр Бобровский отметил, что особая роль тары и упаковки на продовольственном рынке требует совершенствования нормативно-правовой базы. Этим вопросам был посвящен доклад Артема Юлегина, и.о. начальника отдела адвокатирования предпринимательства Департамента развития предпринимательской деятельности Евразийской Экономической Комиссии. Затем выступили представители Технических комитетов (ТК) Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. В частности, Ольга Ковалева, председатель ТК 415 «Средства укупорочные», рассказала о процессе подготовки национальных стандартов (ГОСТ). Выступление Светланы Килессо, представителя ФГУП «ВНИЦ СМВ», было посвящено вопросам стандартизации упаковки и сегодняшней ситуации в этой сфере, как в РФ, так и в Таможенном Союзе. Она, в частности, отметила необходимость создания еще нескольких ТК Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, и в первую очередь, ТК по полимерной таре и упаковке и ТК по металлической таре и упаковке. Руководитель ООО «Экономические консультации» Лев Гельман в своем выступлении подробно рассказал о принципе «расширенной ответственности производителя» и системах раздельного сбора отходов упаковки, существующих в настоящее время в Европейских странах. Андрей Ерин рассказал о ситуации и достижениях отрасли данного вида упаковки для пивоваренной продукции.

Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах четвертого квартала и всего 2012 года

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Рост выручки: Выручка за 2012 финансовый год возросла на 7,2% и на 8,8% за четвертый квартал 2012 года. При этом рост выручки в расчете на гектолитр продукции на постоянной географической основе составил 7,7% в 2012 финансовом году и 8,8% в четвертом квартале 2012 года, благодаря качественному ассортименту и передовым практическим методам по управлению доходами.

Объемы реализации продукции: Совокупные объемы продаж в 2012 финансовом году выросли на 0,3%, при этом продажи пива собственного производства возросли на 0,1%, а объемы продаж непивной продукции – на 2,2%. В четвертом квартале совокупные объемы снизились на 0,1%, при этом продажи пива собственного производства сократились на 0,3%, а объемы продаж непивной продукции выросли на 0,8%.

Фокусные бренды: Объем продаж фокусных брендов в 2012 финансовом году возрос на 1,5%, включая 4,1% рост продаж наших глобальных брендов Budweiser, Stella Artois и Beck's. В четвертом квартале рост составил 0,4%.

Себестоимость реализованной продукции: Себестоимость реализованной продукции (Cost of Sales, CoS) возросла на 5,4% в 2012 финансовом году и на 8,4% в четвертом квартале года. На постоянной географической основе показатель CoS в расчете на гектолитр возрос на 7,2% в 2012 финансовом году и на 10,0% в последнем квартале года.

ЕБИТДА: В 2012 финансовом году показатель ЕБИТДА возрос на 7,7% до 15 511 млн. долл. США, при этом маржа достигла 39,0%, увеличившись на 18 базисных пунктов. В четвертом квартале 2012 года показатель ЕБИТДА возрос на 9,9% до 4 388 млн. долл. США, при этом маржа возросла на 44 базисных пункта.

Чистые затраты на финансирование: Чистые затраты на финансирование (без учета разовых чистых расходов) в 2012 финансовом году достигли 2 188 млн. долл. США, что на 15,7% ниже в сравнении с 2011 финансовым годом. Чистые расходы на финансирование в четвертом квартале 2012 года составили 751 млн. долл. США, в том числе расходы в размере 277 млн. долл. США, которые включают неналичные нереализованные курсовые разницы по внутригрупповым займам и кредиторской задолженности, стоимость хеджирования валют и товаров и потери от деривативных контрактов, связанных с программами выплат акционерам.

Налог на прибыль: Налог на прибыль в 2012 финансовом году составил 1 717 млн. долл. США при эффективной налоговой ставке 16,3% по сравнению с 1 856 млн. долл. США в 2011 финансовом году при эффективной налоговой ставке 20,2%.

Прибыль: В 2012 финансовом году нормализованная прибыль AB InBev, подлежащая распределению между держателями акций, выросла на 12,9% в номинальном выражении до 7 283 млн. долл. США по сравнению с 6 449 млн. долл. США в 2011 финансовом году. В четвертом

Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах четвертого квартала и всего 2012 года

квартале 2012 года в номинальном выражении прибыль снизилась на 8,5% до 1 792 млн. долл. США по сравнению с 1 959 млн. долл. США в аналогичный период 2011 года. Сокращение нормализованной прибыли в четвертом квартале главным образом стало результатом расходов в размере 227 млн. долл. США, которые включают неналичные нереализованные курсовые разницы по внутригрупповым займам и кредиторской задолженности, стоимость хеджирования валют и товаров и потери от деривативных контрактов, связанных с программами выплат акционерам. В то же время в прибыли за четвертый квартал 2011 года была учтена сумма в 200 млн. долл. США, полученная преимущественно с деривативных контрактов, связанных с программами выплат акционерам.

Прибыль в расчете на акцию: В 2012 финансовом году нормализованная прибыль на акцию (Earnings Per Share, EPS) выросла на 12,6% до 4,55 долл. США по сравнению с 4,04 долл. США в 2011 финансовом году. Снижение нормализованной прибыли в четвертом квартале 2012 года составило 9,0% до 1,12 долл. США по сравнению с 1,23 долл. США в аналогичном периоде 2011 года, по выше указанным причинам.

Денежный поток: Денежный поток от операционной деятельности возрос на 6,3% в номинальном выражении до 13 268 млн. долл. США в 2012 финансовом году по сравнению с 12 486 млн. долл. США в 2011 финансовом году.

Чистая задолженность: Чистая задолженность компании по состоянию на 31 декабря 2012 составила 30,1 млрд. долл. США, что на 4,6 млрд. долл. США меньше, чем годом ранее. Отношение чистой задолженности к EBITDA снизилось с 2,26x по состоянию на конец 2011 года до 1,87x (без учета слияний и поглощений) и до 1,94x по состоянию на 31 декабря 2012 года, согласно опубликованным данным.

Дивиденды: Совет директоров AB InBev Board предлагает выплату дивидендов в размере 1,70 евро на акцию, с согласия акционеров. В случае согласия акционеров, с 26 апреля 2013 года акции будут продаваться без права на купон, с правом выплаты дивидендов начиная со 2 мая 2013 года. Дата составления списка владельцев ценных бумаг – 30 апреля 2013 года. Совет также решил перейти на выплату дивидендов раз в полгода, начиная с выплаты дивидендов за 2013 год, которые будут осуществлены в ноябре 2013 года и мае 2014 года.

Финансовый отчет за 2012 год доступен на нашем сайте www.ab-inbev.com

Anheuser-Busch InBev сообщает о результатах четвертого квартала и всего 2012 года

Центральная и Восточная Европа (CEE)

Объемы продаж в регионе CEE в 2012 финансовом году и в четвертом квартале 2012 года снизились на 11,3% и 9,9% соответственно.

В России в 2012-ом году продажи компании упали на 12,0%, вследствие общего падения отрасли из-за сильных изменений в государственном регулировании. Снижение доли рынка произошло вследствие повышения цен вслед за ростом акцизного налога, прочего выборочного повышения цен с опережением конкурентов, а также из-за возросшей активности конкурентов в ключевых розничных сетях.

Тем не менее, мы продолжили делать успехи в оптимизации структуры бренд-портфолио. Наши премиальные и супер-премиальным бренды «Сибирская Корона», Bud, Stella Artois, Hoegaarden и Lowenbrau увеличили долю рынка по итогам 2012 года на 90 базисных пунктов, и составили 35% от нашего общего объема продаж. Bud достиг рыночной доли примерно в 1,4%.

На Украине объемы продаж сократились на 10,3% и 8,1% в 2012 финансовом году и четвертом квартале 2012 года соответственно, что стало следствием слабости пивной индустрии и потери рыночной доли. Пиво Bud достигло рыночной доли в 1% за 9 месяцев со дня запуска.

Показатель EBITDA по итогам 2012 финансового года возрос на 19,0% до 257 млн. долл.США, что стало результатом повышенного фокуса на увеличение прибыльности. Рост выручки в расчете на гектолитр продукции составил 12,9%, что стало следствием инфляционного повышения цен, позитивного развития ассортимента брендов, а также более низких расходов на дистрибуцию. В четвертом квартале 2012 года показатель EBITDA снизился на 26,3% до 32 млн. долл. США, главным образом в связи со снижением объемов продаж и сдвигом во времени затратам на продажи и маркетинг.

Компания «Анхойзер-Буш ИнБев» признана самым привлекательным работодателем в категории «Индустрия напитков»

«Анхойзер-Буш ИнБев» одержала победу в престижном рейтинге «Самых привлекательных работодателей» (World's Most Admired Companies) в категории «Индустрия напитков». Этот список ежегодно составляется американским деловым изданием FORTUNE.

Крупнейший мировой пивоваренный концерн занял первое место в сегменте «Индустрия напитков», обогнав многолетнего лидера – компанию Coca-Cola. Стоит отметить, что «АБ ИнБев» входит в этот рейтинг 3 раз, и как обычно возглавляет список производителей алкогольных напитков.

Рейтинг World's Most Admired Companies составляется на основе баллов, начисляемых в девяти категориях:

- Инновации;
- Управление персоналом;
- Использование корпоративных активов;
- Социальная ответственность;
- Качество управления;
- Финансовая надежность;
- Долгосрочные инвестиции;
- Качество продукции;
- Конкурентоспособность на международном рынке.

Отбор проводился из 1400 крупнейших мировых компаний с доходом не менее 10 миллиардов долларов. В общей сложности в финал вышли 697 компаний из 30 стран мира. Для определения лучших из лучших журнал FORTUNE попросил независимых экспертов – руководителей, директоров и аналитиков – оценить компании в своей отрасли. На основании их оценок и был составлен авторитетный рейтинг.



В этом году «Анхойзер-Буш ИнБев» лидировала сразу в семи из девяти категорий своего сегмента «Индустрия напитков», а именно: «Инновации», «Управление персоналом», «Использование корпоративных активов», «Качество управления», «Финансовая надежность», «Долгосрочные инвестиции» и «Качество продукции». В категориях «Социальная ответственность» и «Конкурентоспособность на международном рынке» компания заняла почетное второе место.

Столь высокие баллы компания «Анхойзер-Буш ИнБев» имеет заслуженно, и по праву входит в список самых привлекательных работодателей. Приятно, что и в России отмечают привлекательность работы в компании. Так, ее подразделение «САН ИнБев» вошло в рейтинг «Работодатели России», заняв 40 место в списке ста лучших работодателей страны за 2012 год.

Anheuser-Busch InBev вошла в TOP-50 самых инновационных компаний мира

Компания «Анхойзер-Буш ИнБев» впервые включена в престижный рейтинг «Топ-50 самых инновационных компаний», составленный Boston Consulting Group, ведущим мировым экспертом по вопросам стратегии бизнеса. Это один из самых влиятельных рейтингов, куда входят 50 главных мировых «инноваторов» из 4 секторов экономики: промышленность, автомобилестроение, розничная торговля, технологии и телекоммуникации. Стоит отметить, что компания «Анхойзер-Буш ИнБев» сразу же попала в середину списка, заняв почетное 30-ое место.

Специалисты оценили творческий подход и интересные решения компании в создании новых технологий в пивоварении. **Приятно, что одной из инноваций, позволившей «Анхойзер-Буш ИнБев» войти в рейтинг, стал российский продукт – «Клинское Микс»** (освежающий напиток с небольшим содержанием алкоголя, сваренный из натуральных ингредиентов на основе солода с добавлением лимона и лайма).

Компания «АБ ИнБев» постоянно предлагает потребителям актуальные новинки во всех зонах своего присутствия, не забывая ни о креативных вкусах, ни об удобстве упаковки. Так, в США пополнилась линейка легендарного бренда Bud – Bud Light Lime Lime-A-Rita, а в Германии появился Beck's Green Lemon Zero. В Великобритании большой популярностью пользуется яблочный сидр Stella Artois Cidre

Apple. В Китае инновации компании коснулись упаковки – там разработали банку пива Budweiser 150-мл с полностью открывающейся крышечкой, идеальную для вечеринок.

Все изобретения «Анхойзер-Буш ИнБев» основаны на глубоком изучении рынка. Для того, чтобы инновации внедрялись на глобальном и локальных уровнях одновременно, был создан специальный глобальный инновационно-технологический центр, расположенный в Левене (Бельгия). Внимание специалистов сосредоточено на разработке упаковки, продуктов и процессах развития компании. Компания классифицирует инновации по двум типам: «обновление» и непосредственно «инновации». «Обновление» позволяет усилить позиции существующих линеек продуктов за счет новых маркетинговых кампаний и разработки изменений. Что касается «инноваций», то они призваны создавать совершенно новые продукты. Эксперты компании по международным инновациям комментируют такую позицию следующим образом: *«Вряд ли вы стали бы расширять дом, если рухнет его фундамент. А расширение существующих линеек, принципиально новые продукты и постоянный поиск новых решений в комплексе создают необходимую прочную базу».*

Благодаря своему стремлению создавать тренды, а не следовать им, в компании «Анхойзер-Буш ИнБев» уверены, что попадание в рейтинг самых инновационных компаний мира станет хорошей традицией.

Компания «САН ИнБев» вошла в ТОП-100 работодателей России

Компания «САН ИнБев» вновь вошла в рейтинг «Работодатели России», заняв 40 место в списке ста лучших работодателей страны за 2012 год.

Рейтинг работодателей России — масштабный проект кадрового холдинга HeadHunter, оценивающий привлекательность компании как работодателя. Топ-100 был составлен при участии PricewaterhouseCoopers Russia B.V. и компании «Экопси консалтинг», для определения лучшей сотни были рассмотрены данные по 608 компаниям-соискателям.

Позиция в рейтинге – это всесторонняя оценка внешнего и внутреннего HR-бренда компании. При ее формировании учитывается мнение общественности (соискателей, ищущих работу или работающих в других компаниях); мнение профессионалов (HR-специалистов) и мнение сотрудников компаний (изучалась вовлеченность в работу сотрудников компаний-участников с точки зрения удовлетворенности, лояльности и поддержки инициативы). В итоге компании занимают места в рейтинге по совокупности этих трех оценок.

Стоит отметить, что мнение сотрудников компании определяло оценку на 40%, то есть во многом именно объективный взгляд изнутри позволил компании «САН ИнБев» вновь занять достойное место в списке.

«Наша компания не в первый раз принимала участие в рейтинге HeadHunter, и мы рады, что нас снова отметили среди самых комфортных для работы компаний, – комментируют в компании. – В «САН ИнБев» создаются оптимальные условия для сотрудников, позволяющие учиться, расти в профессиональном плане. Лояльность сотрудников очень важна для процветания компании, и для ее поддержания стоит приложить усилия».

Президент компании «Анхойзер-Буш ИнБев» Карлос Брито вновь признан одним из лучших руководителей мира

Второй год подряд президент компании «Анхойзер-Буш ИнБев» Карлос Брито входит в список лучших руководителей в мире по версии американского еженедельного издания Barron.

BARRON'S

Barron – один из самых авторитетных финансовых мировых вестников с 90-летней историей, традиционно составляет этот список на основе нескольких показателей: экономических – дивиденды, получаемые акционерами компании, личностных – способность руководителя мотивировать сотрудников, разрабатывать инновационные продукты, которые были бы интересны потребителям. Но главным фактором является устойчивый рост прибыли компании. Итоговый список лучших руководителей основан на совокупной оценке редакторов издания, инвесторов, аналитиков и топ-менеджеров в различных отраслях.

Эксперты проанализировали причины, позволившие г-ну Брито добиться таких успехов в карьере, и в компании «АБ ИнБев» в частности. Благодаря активному расширению компании, эффективному снижению затрат и действенной политике в области построения бренда, Карлосу Брито удалось превратить бразильскую пивоваренную компанию в лидера мирового рынка. По оценке специалистов рыночная стоимость компании на сегодняшний день составляет порядка 155 миллиардов долларов. Отмечается, что президент «Анхойзер-Буш ИнБев» также реализовал стратегию



по выведению бренда Budweiser в лидеры китайского рынка в сегменте «премиум». Эксперты утверждают, что Карлос Брито достиг таких высот из-за своего постоянного стремления к совершенствованию. По словам самого Брито, *«великие люди любят открытые пространства, а посредственности предпочитают сидеть за закрытыми дверями»*.

Так, послеслияния в 2008 году компаний Anheuser-Busch (США) и бельгийско-бразильской InBev, он продолжает следовать курсу на дальнейшее усиление лидерских позиций компании на мировом рынке. В частности, было принято решение выкупить контрольный пакет акций крупнейшего пивоваренного производителя в Мексике – Grupo Modelo. Цель была достигнута – в конце июня 2012 года «Анхойзер-Буш ИнБев» и Grupo Modelo объявили о слиянии. Эксперты отметили также значительный рост показателей компании в прошлом году.

«Сибирская корона» поздравила с праздниками

Премиальный пивной бренд «Сибирская корона» помог жителям 12 крупных городов нашей страны отпраздновать День защитника Отечества и Женский день 8 Марта, предложив оригинальные акции «Защитники, которыми гордимся» и «Женщины, которыми гордимся».

Так, с 1 по 17 февраля «Сибирская корона» принимала заказы на поздравления мужчин с 23 февраля: при покупке 6 бутылок пива каждый желающий мог заказать доставку подарка для своего «защитника», оставив свои контактные данные, контакты получателя и адрес для доставки. Подарочное пиво доставлялось мужчинам в период с 18 по 23 февраля прекрасными девушками в брендированной одежде, дополненной тематическими аксессуарами – пилотками и шейными платками.

В период с 6 по 8 марта в торговых точках Москвы, Санкт-Петербурга, Омска, Екатеринбурга и других городов работали промо-девушки «Сибирской короны». Они преподносили всем купившим 2 бутылки одноименного пива белую розу, чтобы поздравить любимую, маму, сестру с замечательным праздником весны – 8 марта.

«Наш бренд гордится своей страной и всеми, кто живет в России, как мужчинами, так и прекрасными дамами, – говорит Александр Пигаев, бренд-менеджер «Сибирской короны». – Мы никогда не остаемся в стороне от значимых для россиян событий, используя любую возможность присоединиться к поздравлениям с праздниками. Наши акции «Защитники, которыми гордимся» и «Женщины, которыми гордимся» имели большой успех в тех городах, где проводились. Так, «Сибирская корона» поздравила более 2000 мужчин и 5000 женщин с замечательными праздниками. Только в рамках первой акции было продано более 18 тысяч банок пива Сибирская корона».

Корпоративная социальная ответственность

«Анхойзер-Буш ИнБев» отчиталась о достижении экологических целей

С 2009 года на заводах компании по всему миру крупнейший производитель пива существенно снизил затраты ресурсов на 1 литр произведенной продукции: потребление воды – на 18,6%, энергии – на 12%. Выбросы парниковых газов были сокращены на 15,7%. Уровень переработки отходов достиг 99,2%.

Компания «Анхойзер-Буш ИнБев» (Euronext: ABI) (NYSE: BUD), производитель российских брендов «Клинское» и «Сибирская Корона», объявила о достижении трехлетних экологических целей по экономии воды и электроэнергии, снижению выбросов парниковых газов и переработке отходов. Данные цели являются частью взятых на себя обязательств снизить воздействие на окружающую среду и быть лучшей пивоваренной компанией, делая мир лучше.

Экологические цели были достигнуты благодаря техническим усовершенствованиям и инновациям, а также слаженной командной работе 118 000 сотрудников по всему миру. Эти цели являются общими для 130 производственных предприятий компании на рынках 20 стран мира.

Пивоваренные заводы компании «САН ИнБев», российского подразделения компании «Анхойзер-Буш ИнБев», внесли значительный вклад и помогли компании во всем мире:

- Снизить уровень водопотребления до 3.5 гектолитров воды на 1 гектолитр произведенной продукции на протяжении трех лет, что на 18.6% меньше по сравнению с показателем 2009 года.

- Снизить затраты энергии на производство 1 гектолитра продукции на 12% и перевыполнить поставленную цель по снижению потребления энергии.
- Снизить выбросы CO2 на 15.7% и перевыполнить цель по снижению выбросов парниковых газов.
- Повысить уровень переработки твердых отходов и побочных продуктов до 99.2% и перевыполнить поставленную цель.

В дополнение к положительному влиянию на окружающую среду, усилия, направленные на достижение экологических целей, помогли выявить новые источники доходов и экономии средств. Так, переработка отходов и побочных продуктов производства позволила сохранить около 420 миллионов долларов США, а экономия воды и электроэнергии оценивается в 92 миллиона долларов США.

«Мы стараемся, чтобы наша деятельность была более эффективной и рациональной, и осуществляем вклад не только в бизнес, но и в общество, в котором мы живем и работаем, находим новые пути, как сделать мир лучше», – сказал Карлос Брито, президент «Анхойзер-Буш ИнБев». – В то время, как каждое из наших производственных предприятий ведет свою работу в разных условиях, комбинация оперативной деятельности, технологических решений и самое главное, труд 118 000 сотрудников сделали это общее достижение возможным».

Корпоративная социальная ответственность

«Анхойзер-Буш ИнБев» отчиталась о достижении экологических целей

Прогресс в достижении целей стал возможным благодаря сочетанию стратегий:

Применение новых подходов к управлению и технологии для устойчивого развития:

компания эффективно применяет свою систему управления и новые технологические решения, которые дают высокие результаты. К концу 2012 года 95% производственных предприятий «Анхойзер-Буш ИнБев» были сертифицированы по программе превосходного производства ВЕР. Это система управления, которая направлена на повышение эффективности деятельности производства и достижение высоких стандартов качества и безопасности мирового класса. В рамках программы превосходства внедряются самые передовые технологии, стандарты, инновации. Это позволяет не только повышать качество управления, но снижать потери сырья и материалов, затраты энергоресурсов.

Формирование культуры корпоративной социальной ответственности: сотрудники компании «САН ИнБев» внесли свой вклад в достижение экологических целей, не только работая на производстве, но и в цепочке поставок продукции с партнерами компании. Участие сотрудников и партнеров компании в проектах КСО, таких как празднование «Всемирного дня окружающей среды», позволили интегрировать культуру социальной ответственности в каждый аспект бизнеса. Партнерство и общие усилия обеспечили достижение весомых результатов.

«САН ИнБев» объявит о новых экологических целях в 2013 году после их обсуждения со всеми вовлеченными сторонами.



Корпоративная социальная ответственность

«САН ИнБев» сохранила 3,8 миллиарда литров воды

22 марта, во Всемирный день воды компания «САН ИнБев» объявила о результатах по сбережению водных ресурсов на своих производственных предприятиях в России.

В течение последних лет «САН ИнБев» неуклонно сокращает потребление воды на своих заводах по всей России.

За 4 года водопотребление на производство одного литра продукции было сокращено на 19%. Всего компании удалось сохранить 3,8 миллиарда литров воды. Этого количества достаточно для обеспечения питьевой водой всего населения России на протяжении двух недель.*

В 2012 году компания достигла поставленной цели по потреблению воды – 3,5 литров воды на 1 литр произведенной продукции. А на заводах в Новочебоксарске и Перми этот показатель составил 3,2 литра воды на 1 литр произведенной продукции.

Достижение таких результатов стало возможным не только благодаря техническим усовершенствованиям и инновациям. Главным фактором успеха стало ответственное отношение каждого работника к окружающей среде.

Сотрудники бережно относятся к водным ресурсам не только на производстве, но и в быту. Так в 2012 году накануне Всемирного дня окружающей среды около тысячи мужчин, работников компании, на две недели добровольно отказались от бритья с целью экономии воды. С помощью этой акции компания решила продемонстрировать обществу, что даже самые простые действия в быту могут оказывать большое влияние на экологию. Всего за несколько недель таким образом были сэкономлены сотни тысяч литров воды.

«Забота об окружающей среде – это основа долгосрочной стратегии компании и один из важнейших инструментов, который позволяет компании выполнять взятое на себя социальное обязательство – сделать мир лучше», – комментирует пресс-служба компании.

Компания «САН ИнБев» стремится быть лучшей пивоваренной компанией, делая мир лучше. Эта философия предполагает не только заботу об окружающей среде, но и пропаганду ответственного потребления алкоголя, и вклад в развитие общества.

* Из расчета нормы потребления – 2 литра питьевой воды на человека среднего веса в сутки.

Корпоративная социальная ответственность

«САН ИнБев» стала лауреатом премии «Берегите энергию»

В Москве были объявлены лауреаты III Ежегодной Премии в области энергосбережения «Берегите энергию!» – независимой награды за достижения в области энергосбережения, получившие общественное и деловое признание.

В номинации «Энергоэффективная технология в реальном секторе экономики» в категории «Крупные промышленные предприятия» лауреатом стала компания «САН ИнБев», российское подразделение крупнейшей пивоваренной компании в мире – «Анхойзер-Буш ИнБев». Проект по «Рекуперации биогаза от очистных сооружений» получил высшую оценку экспертной комиссии.

В компании реализуется масштабный проект создания современных биологических очистных сооружений на всех заводах. Он обеспечит 100-процентную очистку исходящих сточных вод. Начиная с 2010 года, в этот проект инвестировано более 40 млн. долларов США. На сегодняшний день они введены в эксплуатацию в Клину и Омске, создаются в Ангарске, Волжском, Перми. Применяемые на очистных сооружениях технологии позволяют не только очищать стоки, но и попутно извлекать биогаз, который образуется в процессе очистки. Он направляется на нужды самого предприятия и является дополнительным источником возобновляемой энергии, сокращая потребление природного газа.

Благодаря внедренным проектам ресурсосбережения за три года компания «САН ИнБев»

в России снизила потребление энергии на своих пивоваренных заводах – на 11% и на солодовенных производствах – на 37%. Это позволило российским предприятиям глобальной компании показать одни из лучших результатов среди 130 заводов компании «Анхойзер-Буш ИнБев» по всему миру.

Стратегия достижения экологической эффективности в компании – это сочетание эффективной системы управления, инноваций, лучших мировых практик, а также максимального вовлечения работников на всех уровнях. Сотрудников по всему миру объединяет убеждение, что путь к каждому, даже очень трудному достижению, начинается с мечты. Мечта «Анхойзер-Буш ИнБев» – быть лучшей пивоваренной компанией, делая мир лучше!

«Для нас большая честь получить премию «Берегите энергию!». Бережное отношение к окружающей среде – это часть философии, которая отражается во всех направлениях деятельности компании» – комментирует пресс-служба компании.

Премия «Берегите энергию!» проводится при поддержке и во взаимодействии с Правительством г.Москвы, ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России. Она направлена на стимулирование развития производства и массового использования энергоэффективных товаров и услуг; пропаганду необходимости экономии электроэнергии как нормы гражданского поведения; содействие формированию культуры энергопотребления в стране.

Корпоративная социальная ответственность

Вклад пивоваров «САН ИнБев» в экологию признали лучшим в Московской области за 2012 год

Клинский производственный комплекс ОАО «САН ИнБев» объявлен победителем «Дней защиты от экологической опасности в 2012 году» среди предприятий агропромышленного комплекса Московской области.

С 1994 года по инициативе общественных организаций и при поддержке Президента РФ в России ежегодно проходят мероприятия и конкурсы по защите окружающей среды. В Московской области их организаторами выступает Московское областное объединение организаций профсоюзов (МОООП) при поддержке Министерства экологии и природопользования Правительства Московской области и Управления Роспотребнадзора.

В рамках этого конкурса клинскими пивоварами «САН ИнБев» были представлены три реализованных экологических проекта: строительство и запуск современных очистных сооружений по международным стандартам, социальная программа «Нам здесь жить!» и проект «Зеленый офис» («Green office»).

Церемония запуска новых очистных сооружений предприятия состоялась в июне 2012 г. Целью их строительства было снижение нагрузки на окружающую среду. Объект был создан на основе лучших мировых практик. Для обработки стоков используется комбинация анаэробных и аэробных биологических процессов. Кроме того, попутно извлекается биогаз, образующийся в процессе очистки. Он направляется на нужды самого предприятия, что позволило отказаться от использования пара и ежегодно экономить до 1 млн.куб.м. природного газа. Инвестиции в проект составили более 10 млн.евро.

Социальная программа «Нам здесь жить!» действует с 2002 года. Она направлена на оказание помощи в благоустройстве города. Реализуется силами самих сотрудников предприятия, членов их семей и неравнодушных горожан. В частности, мероприятия программы последние два года проходят на территории городского пляжа возле реки Сестры. Это позволило завезти тонны песка и благоустроить волейбольную площадку пляжа, установить малые архитектурные формы, песочницы, скамейки и качели, провести озеленение и очистить территорию от мусора.

Проект «Зеленый офис» («Green office») начал внедряться на предприятии с 2011 года в рамках программы по энерго-, ресурсосбережению. Он направлен на сокращение использования ресурсов, потребления электроэнергии, количества отходов, организацию их раздельного сбора и утилизацию.

Благодаря комплексу энерго-, ресурсосберегающих проектов на предприятии за последние 5 лет потребление тепла на выпуск одного литра продукции снизилось на 5%, потребление воды – на 22,5%. Уровень переработки отходов превысил 98%.

«Улучшение экологических показателей является одним из основных направлений деятельности нашей компании в рамках комплексной социальной программы, – отметил исполнительный директор Клинского производственного комплекса «САН ИнБев» Андрей Богаченков. – Она сосредоточена на продвижении культуры ответственного потребления алкоголя, уменьшении негативного влияния на окружающую среду и реализации социальных проектов в регионе, где мы работаем».

Корпоративная социальная ответственность

В школах Московской области начался «Семейный разговор»

В феврале в Клину был проведен обучающий тренинг для педагогов общеобразовательных учреждений и гимназий Клинского района, одного из крупнейших районов области. Специалистам представили образовательную профилактическую программу «Семейный разговор».

Основная цель этой программы – помочь предотвратить употребление алкогольных напитков несовершеннолетними, способствуя открытому, честному разговору между родителями и детьми на эту сложную тему. «Семейный разговор» стал лауреатом III Всероссийского конкурса психолого-педагогических программ «Новые технологии для «Новой школы».

Мероприятие организовано при активном содействии и поддержке Управления образования Администрации Клинского района. Начальник Управления Алена Дмитриевна Сокольская выразила уверенность в том, что и другие районы области поддержат эту актуальную инициативу.

В обучении приняли участие педагоги 32 образовательных учреждений – общеобразовательных школ и гимназий Клинского района, а также центра образования «Планета детства» и Клинской специальной коррекционной школы. Тренер – Ольга Мелентьева, директор Центра практической психологии образования (Москва), соавтор программы «Семейный разговор».

Тренинг проходил в интерактивном режиме с ролевыми играми и упражнениями, практической отработкой навыков в форме



моделирования рабочих ситуаций. Обсуждались особенности проведения программы для подростков и их родителей, участники показывали заинтересованность и активность в изучении применения программы на практике. В процессе обучения использовался специально разработанный комплект методико-практических материалов.

«Дети живут среди взрослых и их традиций, наблюдая за отношением к алкоголю своих родителей. Именно поэтому важно обратить внимание взрослых – учителей и родителей, что именно они оказывают самое сильное влияние на воспитание детей» – комментирует пресс-служба компании.

Компания «САН ИнБев» в 2011 году выступила инициатором программы «Семейный разговор» и продолжает ее продвижение в качестве факультативных занятий в школах регионов России.

Педагоги сошлись во мнении, что программа рассчитана на практическое применение в работе со школьниками и родителями, и дает возможность говорить с детьми просто на сложные темы.