

2012-2013

ОТЧЕТ ПО КОРПОРАТИВНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

СОДЕРЖАНИЕ

О CARLSBERG GROUP.....	4
О КОМПАНИИ CARLSBERG UKRAINE.....	8
КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2012-2013 ГГ.....	9
ИНТЕГРАЦИЯ КСО ВО ВСЕ СФЕРЫ БИЗНЕСА.....	12
КСО-СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ.....	14
ОСНОВНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ 2012-2013 ГГ.....	16
ДЕЛОВАЯ ЭТИКА.....	18
ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.....	20
ОХРАНА ТРУДА.....	24
ТРУДОВЫЕ ПРАВА И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА.....	28
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	30
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД СООБЩЕСТВОМ.....	34



Уважаемые коллеги и партнеры!

Вы держите в руках уже второй отчет по корпоративной социальной ответственности Carlsberg Ukraine, а это означает, что с каждым годом ответственность перед обществом все больше интегрируется в деятельность нашей компании, а положительные результаты в этой сфере становятся одним из важных критериев оценки нашего бизнеса.

Для определения ориентиров в сфере корпоративной социальной ответственности мы выработали подход «Growing responsibly» (Расти ответственно). Суть этой философии в том, чтобы оставаться сильным и конкурентоспособным игроком на рынке, не забывая о том, как действия компании влияют на общество и экологию. Сегодня Carlsberg Ukraine производит продукцию, которую потребляют миллионы украинцев. Чтобы оправдать это доверие, мы стремимся постоянно развиваться и двигаться только вперед — инвестируем в развитие и модернизируем производство, повышаем качество продукции и улучшаем систему управления. Мы осознаем, что для полноценной деятельности компании, каждый сотрудник должен быть заинтересован в успехе. Поэтому для нас очень важно как развитие и профессиональный рост всех членов нашей команды, так и обеспечение сотрудников надежными социальными гарантиями.

Евгений Шевченко,
Генеральный директор Carlsberg Ukraine

O Carlsberg Group

№ 1

В Северной и Восточной Европе и
№ 4 в мире по производству пива

150

Рынков по всему миру

500

Пивных брендов

40 435

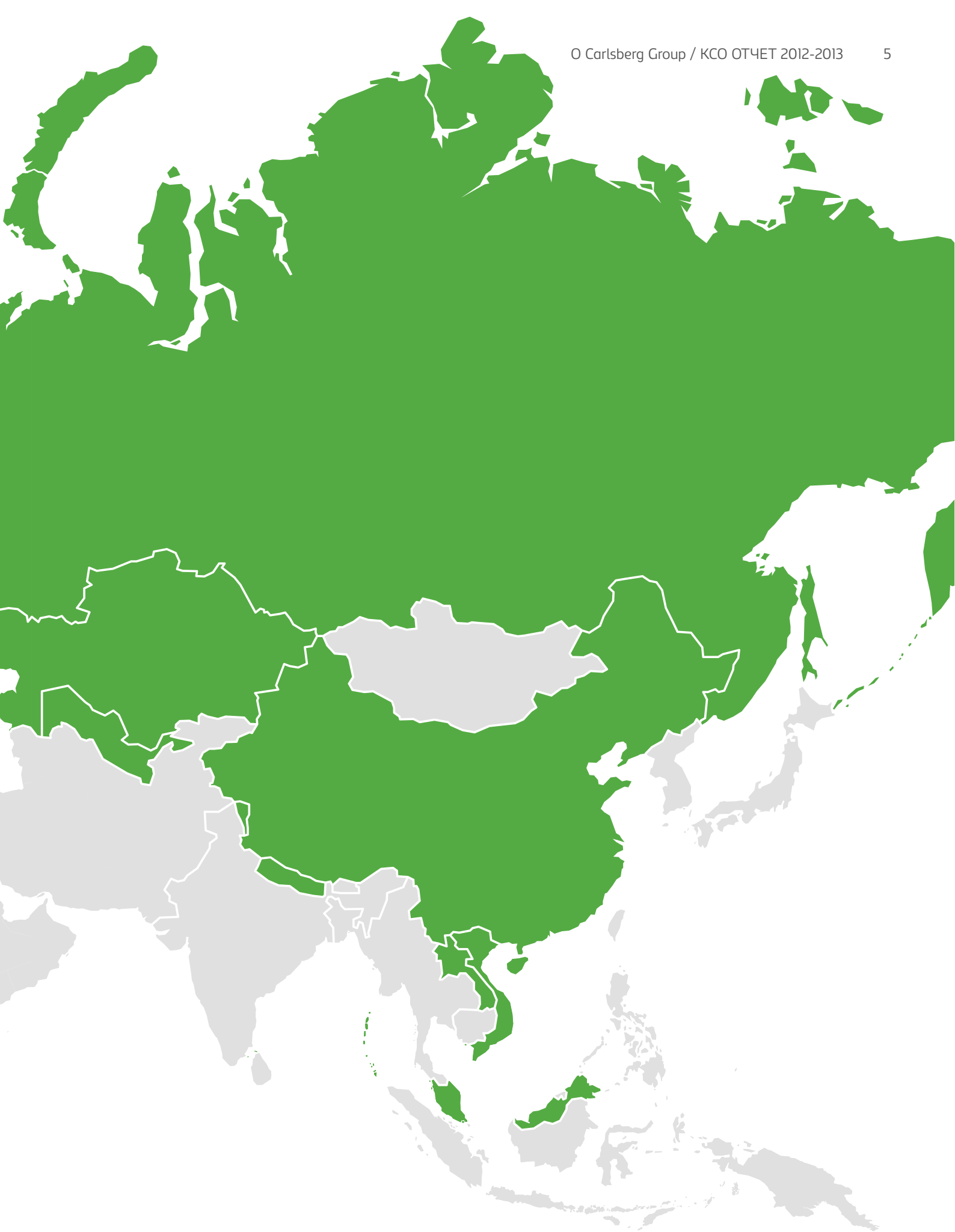
Сотрудников на трех континентах

36,000,000,000

Бутылок пива продано в 2013 году



Подписант Глобального договора ООН



O Carlsberg Group

Датская пивоваренная Группа Carlsberg занимает первое место на рынке пива в Северной и Восточной Европе и четвертое — в мире. На данный момент в компании работает более 40 000 человек, а продукция компании продается на более 150 рынках мира.

1883 Лаборатория Carlsberg разработала метод получения чистых пивоваренных дрожжей.

1897 Открывается новая Глиптотека Carlsberg, музей искусства и скульптуры.

1913 Карл Якобсен дарит Копенгагену знаменитый памятник Русалочке.

2001 Слияние с бизнесом по производству напитков компании Orkla.

2008 Приобретение компании Scottish&NewCastle в консорциуме с Heineken.

Бренды Carlsberg Group широко известны во всем мире. Так, флагманский бренд Carlsberg — это один из самых известных пивных брендов в мире, который вместе с такими марками пива как «Балтика» и Tuborg входит в число крупнейших брендов Европы.

Свое начало история компании берет в далеком 1847 году, когда выдающийся датский пивовар Якоб Якобсен в окрестностях Копенгагена основал пивоварню, с которой и началась история Carlsberg Group. Она была названа в честь его сына — Карла, а также холма, на котором она расположилась.

Уже тогда предприятие Carlsberg было инновационным — оно работало по технологии парового пивоварения, используя уникальные методы охлаждения. И именно здесь, в 1883 году, был открыт метод получения чистого вида пивоваренных дрожжей, которые сейчас широко используют во всем мире.

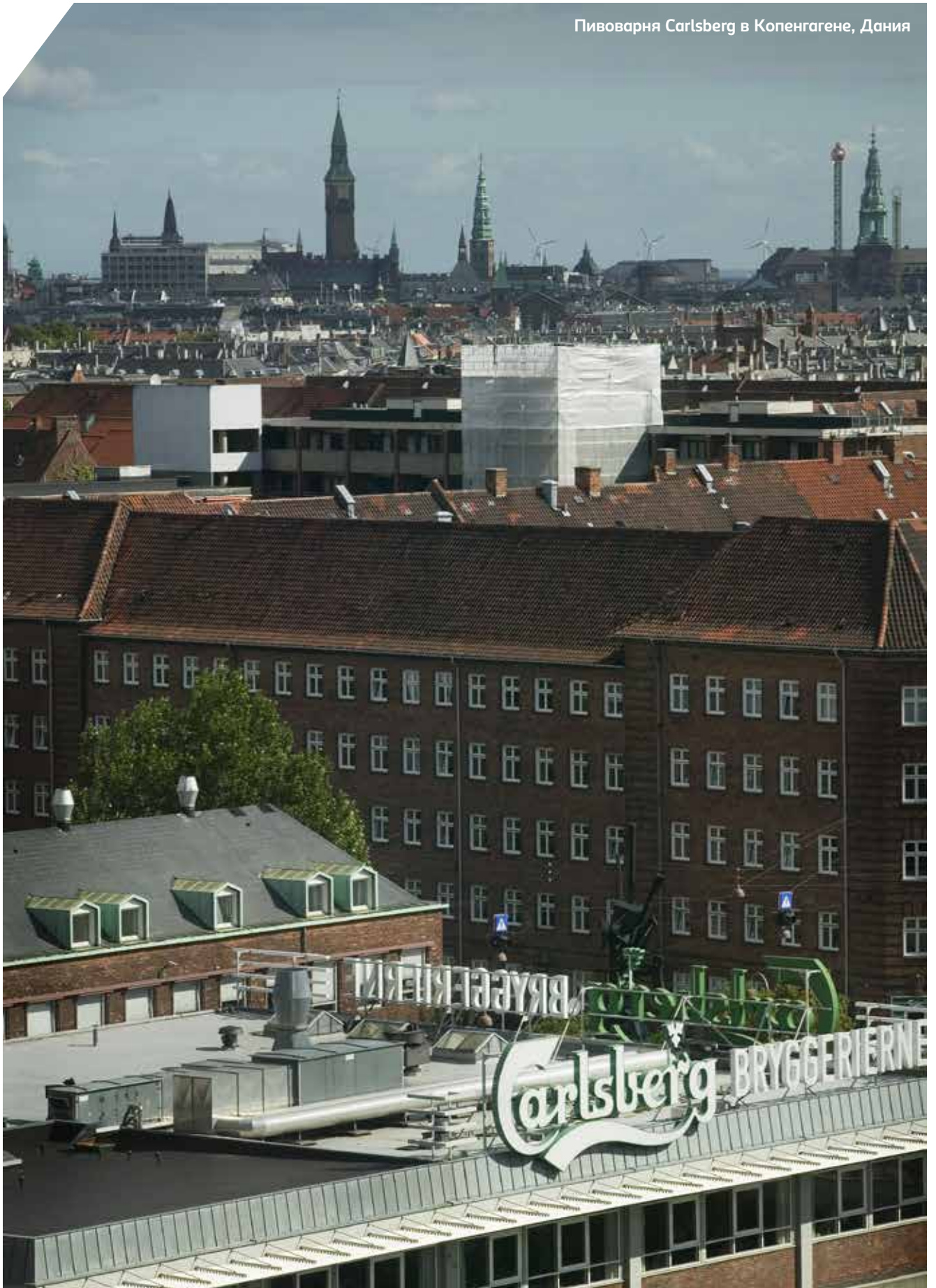
Carlsberg поддерживает футбол по всему миру, являясь партнером футбольных сборных Дании, Англии, Ирландии, Сербии и Болгарии, а также таких команд как Liverpool FC, Arsenal FC, Tottenham Hotspur, West Ham, Hamburg SV, Herta Berlin, FC St. Pauli, FC Porto, FC Copenhagen. В 2012 году Carlsberg Group уже в седьмой раз выступила официальным спонсором чемпионата Европы по футболу. В 2013 году Carlsberg Group, продолжая свою футбольную традицию,

подписала трехлетний контракт с Английской футбольной Премьер-Лигой, согласно которому выступит официальным пивным партнером турнира до окончания сезона 2015–2016 года.

Начиная с 1876 года, когда был основан Фонд Carlsberg, компания активно занимается социальными проектами. Начинаясь все с поддержки науки, а продолжилось поддержкой искусства. В 1878 году благодаря Фонду в Дании был отстроен и освящен Замок Фредериксборг и создан Датский Музей Национальной Истории. В 20 веке компания продолжает активно поддерживать искусство. Так, в столице Дании была создана Глиптотека Carlsberg — художественный музей, который был основан из частной коллекции Карла Якобсена, и, конечно же, именно благодаря семье Якобсен в Копенгагене появился знаменитый памятник Русалочке.

Сегодня корпоративная социальная ответственность — это часть стратегии развития как Группы, так и отдельных компаний, которые входят в ее состав.

Пивоварня Carlsberg в Копенгагене, Дания



О компании Carlsberg Ukraine

История Carlsberg Group в Украине началась в 1996 году, когда компания ВВН Украина, собственниками которой являлись финская компания Hartwall и промышленная группа Orkla, приобрели Запорожский пивобезалкогольный комбинат.

В 2008 году Carlsberg становится единственным собственником ВВН. Холдинг ВВН прекращает свое существование, а компании, которые в него входили, переходят к Carlsberg Group.

Сейчас в состав Carlsberg Ukraine входят заводы в городах Запорожье, Киев и Львов. Компания насчитывает 1700 сотрудников. В портфель Carlsberg в Украине входят пиво, алкогольные и безалкогольные напитки следующих торговых марок: «Львівське», «Балтика», Carlsberg, Tuborg, «Арсенал», «Славутич», «Жигулевское Запорожского Разлива», Holsten, Zatecky Gus, «Хмільне», «Квас Тарас», Somersby, Guinness, Kilkenny, Harp, Warsteiner, Grimbergen.

Киевский пивоваренный завод был официально открыт 7 июня 2004 года и на сегодня он является самым современным пивоваренным заводом в Украине. Общая сумма инвестиций, направленных на строительство завода, составила более 68 млн. долларов США. В нем воплотились самые передовые мировые инновации в пивоварении и строительстве. На заводе установлено новейшее оборудование пивной промышленности производства Бельгии, Германии и Швейцарии. А сам технологический процесс построен с учетом последних технологий энергосбережения, охраны здоровья и окружающей среды. Достоинством Киевского пивоваренного завода является удобная и функциональная планировка поме-

щения. Мощность производства Киевского пивоваренного завода составляет 470 млн литров пива в год.

Запорожский завод компании был создан на базе построенного в 1974 году Запорожского пивзавода № 2. С 1996 года, когда началось сотрудничество с ВВН Украина, завод носил название «Славутич». В 2012 году с переименованием компании в Carlsberg Ukraine предприятие также обрело новое название. Начиная с 1996 года, на заводе было установлено новое оборудование, изготовленное ведущими компаниями пивоваренной мировой промышленности. Благодаря этому завод стал передовым предприятием европейского типа с эффективным производством и высоким уровнем автоматизации технологических процессов. Мощность Запорожского пивоваренного завода на сегодняшний день составляет 450 млн. литров в год.

Львовская пивоварня была основана монахами в 1715 году по просьбе графа Станислава Потоцкого. И с того времени пивоварня

стала символом Львова и достойно представляла город на всех этапах его развития. Уже в середине 19 века пивоварня вошла в тройку лучших пивоварен Австро-Венгерской империи и стала самым большим предприятием пивоваренной отрасли в регионе. В советское время предприятие превратилось во Львовское государственное предприятие пищевой промышленности «Колос», объединявшее 5 пивоварен Западной Украины. В 1993 году предприятие было приватизировано, после чего пивоварня стала открытым акционерным обществом «Акционерная фирма «Колос». Сотрудничество с ВВН Украина началось в 1999 году. С этого момента Львовская пивоварня вышла на новый этап развития: в модернизацию завода было инвестировано более 35 млн долларов США. Учитывая все вышеизложенное, важно также отметить, что на протяжении всего времени на предприятии постоянно совершенствуется технология пивоварения, качество продукции приводится в соответствие с наивысшими мировыми стандартами. В целом, мощность Львовского пивоваренного завода составляет 297 млн литров в год.

Carlsberg Ukraine занимает позицию № 2 на рынке пива Украины с долей 27,9 %. На рынке кваса компания занимает долю 28 %.



Київський пивоварний завод

Ключевые события 2012-2013 гг.

1. В 2012 году Carlsberg Group уже в седьмой раз выступила официальным спонсором чемпионата Европы по футболу.
2. Компания Carlsberg Ukraine объявила о заключении спонсорского соглашения с украинским футбольным клубом «Заря» (г. Луганск), представив в качестве официального пивного партнера клуба бренд ТМ Holsten.
3. Компания Carlsberg Ukraine запустила новый проект под названием Stage («Этап»). Это инновационная программа, направленная на создание и развитие профессиональной команды будущих управленцев операционного направления компании.
4. Carlsberg Ukraine вошла в десятку компаний, которые являются наиболее открытыми и системными в сфере корпоративной социальной ответственности, по версии журнала «Гвардия».
5. Carlsberg Ukraine — один из крупнейших производителей пива и безалкогольных напитков на рынке Украины — за 2012–2013 год вторично использовала 560 млн стеклянных бутылок. Это позволило не только снизить расходы компании на закупку новой стеклянной тары, но также и существенно сократить количество твердых бытовых отходов, загрязняющих окружающую среду.
6. Для Carlsberg Ukraine очень важно эффективно использовать природные ресурсы — по 2013 год включительно потребление тепловой энергии сократилось на 33 %, электроэнергии — на 26 %, воды — на 27 %.
7. Львовская пивоварня вошла в экологический рейтинг Львовского региона, который был составлен Государственным управлением по охране окружающей природной среды во Львовской области, как социально ответственное предприятие, придерживающееся всех экологических требований.
8. ТМ «Квас Тарас» выступила партнером всеукраинской экологической акции «Сделаем Украину чистой», в рамках которой 28 апреля 2012 года около 100 тысяч украинцев из 100 населенных пунктов страны собрались вместе, чтобы собственными силами очистить от мусора улицы своих городов.
9. По итогам 2012–2013 гг. процент аварийности служебного автопарка компании Carlsberg Ukraine снизился на 75 %. Такого результата удалось достичь благодаря долгосрочной программе «Безопасность за рулем», которая действует в компании с 2008 года.
10. Завершена плановая реконструкция очистных сооружений Киевского завода Carlsberg Ukraine. Модернизация этих объектов позволила улучшить качество сточных вод, увеличить производство биогаза, а также усилить безопасность условий труда персонала компании.
11. Carlsberg Ukraine стала членом Всеукраинского Центра «Развитие корпоративной социальной ответственности». Данное сотрудничество позволило компании расширить практику в сфере социальной ответственности, а также обмениваться опытом с коллегами из других отраслей.



12. Компания Carlsberg Ukraine вошла в список самых крупных и добросовестных налогоплательщиков страны, составленный популярным всеукраинским еженедельником «Корреспондент».

13. В рамках VII Всеукраинского фестиваля кваса, который проходил в Киеве в августе 2012 года, ТМ «Квас Тарас» получила три высшие награды. Экспертное жюри высоко оценило качество кваса, производимого компанией Carlsberg Ukraine, и присудило бренду почетный кубок и 2 золотых медали.

14. ТМ «Арсенал Крепкое» признана украинскими потребителями № 1 крепким пивом в Украине. По итогам конкурсного отбора премии «Бренд года 2012» «Арсенал Крепкое» одержало победу в категории «Крепкое пиво» (номинация — «Безупречное качество»). Отбор торговых марок проходил по результатам масштабных всеукраинских опросов потребителей.

15. Carlsberg Group и Английская Премьер-Лига подписали трех-

летнее спонсорское соглашение, согласно которому Carlsberg стало официальным пивом футбольной Премьер-Лиги Barclays. Соглашение действует в течение трех сезонов, начиная с 2013/14 и до конца сезона 2015/16 гг.



16. Carlsberg Ukraine удалось комплексно улучшить систему доставки — ежедневно более 25 тысяч торговых точек своевременно получают продукцию предприятия. Успех логистики обеспечен комплексом Roadnet Transportation Suite.

17. Пивоваренная компания Carlsberg Ukraine получила почетное звание «Партнер украинского туризма» за реализацию рекламной кампании бренда «Львівське» — «На Різдво до Львова» в рамках церемонии награждения Hospitality Excellence Award.

18. Carlsberg Ukraine подарила молодым и амбициозным возможность начать свою карьеру еще студентами. Благодаря корпоративной оплачиваемой программе стажировок Grow Faster студенты 5 курсов и молодые специалисты могут приобрести не только бесценный опыт работы в крупной международной компании, но и профессиональные знания.

19. Компания Carlsberg Ukraine выступила партнером проекта «Пирани КРОКа 3», организованного Университетом экономики и права «КРОК». В рамках курса представители компании поделились своим опытом и знаниями в сфере управления персоналом со студентами ВУЗа.

20. Александр Говядин, Финансовый директор пивоваренной компании Carlsberg Ukraine, вошел в список лучших финансовых директоров Украины по версии «ИнвестГазеты». В рейтинг, составленный всеукраинским изданием, вошли 50 предста-



Запорожский пивоваренный завод

вителей всех сфер украинского бизнеса — от IT-компаний до ритейла, сталелитейного бизнеса и производства напитков.

- 21.** «Львовская пивоварня» признана лучшей среди всех пивоваренных заводов Carlsberg Group в Восточной Европе по уровню безопасности труда. Премию Health & Safety Awards, инициированную Carlsberg Group для компаний, входящих в состав Группы, предприятие получило 5 марта 2013 года.
- 22.** 23 марта 2013 года пивоваренная компания Carlsberg Ukraine в третий раз приняла участие в международной экологической инициативе «Час Земли». В этот день на территории Львовской пивоварни, а также Киевского пивоваренного завода с 20:30 до 21:30 было выключено освещение.
- 23.** 19 апреля 2013 года стартовал новый проект пивоваренной компании Carlsberg Ukraine — Beer Sommelier («Пивной сомелье»). Задача проекта — развитие пивной культуры в Украине благодаря интересному и

познавательному курсу лекций для всех желающих.

- 24.** Пивоваренная компания Carlsberg Ukraine стремится развивать сотрудничество с отечественными хмелепроизводителями. Предприятие закупает украинский гранулированный хмель горьких и ароматных сортов для производства национальных торговых марок пива. Общий объем закупаемого компанией хмеля украинского производства на данный момент составляет около 8% от общей потребности Carlsberg Ukraine в хмеле.
- 25.** ТМ «Арсенал Крепкое» стала лучшим крепким пивом 2013 года по мнению украинских потребителей. 24 ноября 2013 года в рамках церемонии награждения всеукраинского конкурса «Выбор года 2013» пиво «Арсенал Крепкое» получило награду в категории «Крепкое пиво».
- 26.** 29 ноября 2013 года в Киеве состоялась церемония награждения Effie Awards Ukraine 2013.

В этом году награды получили не только лучшие рекламные кампании года, но также впервые в Украине были названы самые эффективные рекламные агентства и компании-рекламодатели. Так, пивоваренная компания Carlsberg Ukraine удостоилась звания «Самый эффективный рекламодатель», а ее бренды получили три высших награды Effie Awards Ukraine 2013.



- 27.** 21 ноября 2013 года в Киеве состоялась церемония награждения четвертой ежегодной премии X-Ray Marketing Awards. В рамках конкурса маркетинговая команда ТМ «Львівське» одержала победу в номинации «Постоянство/последовательность».

Интеграция корпоративной социальной ответственности во все сферы бизнеса

«Общество и репутация» — один из основополагающих элементов стратегии Carlsberg Group. Именно поэтому корпоративная социальная ответственность компании является неотъемлемой частью ведения бизнеса.

Стратегическую работу по КСО Carlsberg Group начала еще в 2008 году.

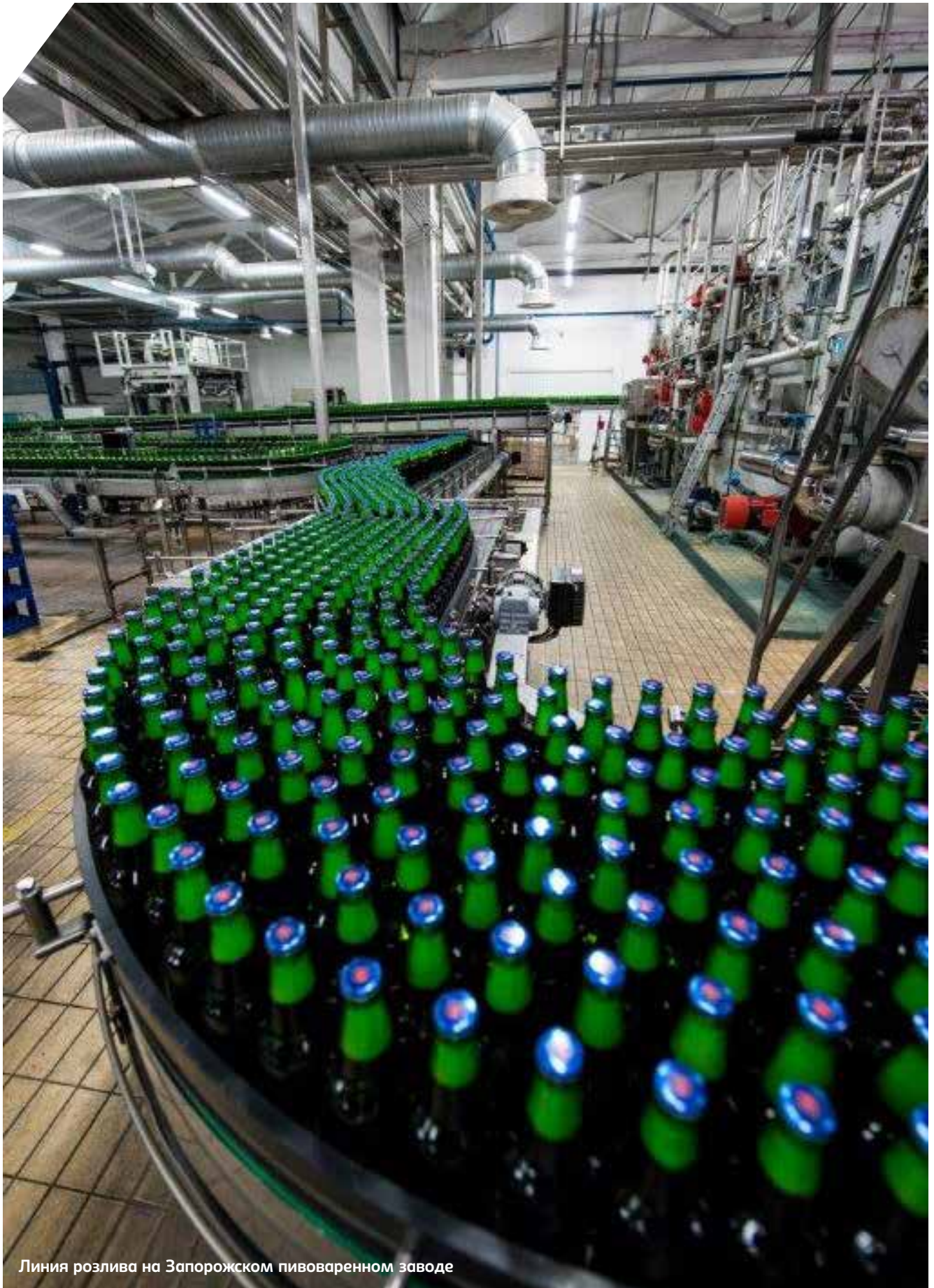
Перед компанией стояла цель разработать такой подход, который позволил бы Carlsberg Group не только расти по экономическим показателям, но и дополнять свой прогресс развитием социальной ответственности перед обществом. Решением стало интегрирование КСО во все сферы деятельности компании. С тех пор ведение ответственного бизнеса переросло в систематический и структурированный подход.

Сегодня мы продолжаем внедрять КСО во все сферы нашего бизнеса путём реализации главных принципов корпоративной социальной ответственности.

Наш интеграционный подход делает корпоративную социальную ответственность не только инструментом создания репутации, но и позволяет КСО быть ценностью как для нашего бизнеса, так и для общества в целом.

КСО во всех сферах деятельности Carlsberg Ukraine





Линия розлива на Запорожском пивоваренном заводе

КСО-стратегия развития компании

Стратегия развития компании Carlsberg Ukraine основана на общепринятых принципах успешного экономического существования компаний, одним из которых является корпоративная социальная ответственность (КСО).

Интеграция КСО в деятельность нашей компании позволяет уменьшать затраты, минимизировать риски и управлять ими, привлекать и удерживать сотрудников, а также укреплять наши бренды и бизнес в целом.

Компания ведет честный и прозрачный бизнес, строит лояльные отношения с обществом, проявляет заботу об окружающей среде. У истоков этой стратегии находится осознание того, что предприятие работает в современном открытом обществе, и гармонизация отношений с внешней социальной средой является залогом успешной и стабильной работы.

Carlsberg Ukraine, как и все предприятия входящие в Группу Carlsberg, использует высокие этические стандарты во взаимоотношениях с сотрудниками, потребителями, партнерами, акционерами и местными сообществами.

Интеграция КСО в деятельность нашей компании позволяет уменьшать затраты, минимизировать риски

и управлять ими, привлекать и удерживать сотрудников, а также укреплять наши бренды и бизнес в целом. КСО является компасом, который гарантирует, что мы развиваемся в правильном направлении.

Социально ответственный подход к бизнесу в нашей компании основывается на следующих принципах:

- соблюдение законодательства;
- качественное удовлетворение запросов потребителей;
- обеспечение самого высокого качества нашей продукции;
- обеспечение безопасности труда и инвестирование в развитие потенциала сотрудников;
- забота об окружающей среде;
- системный подход к построению добросовестных и взаимовыгодных партнерских отношений;
- открытость и прозрачность.

КСО является неотъемлемым элементом корпоративной системы бизнеса нашей компании, которая охватывает семь направлений: защита окружающей среды, деловая этика, охрана труда, трудовые права и права человека, маркетинговые коммуникации, обязательства перед обществом и ответственные закупки.

THIRST FOR GREAT (Жажда великих свершений). Лучшие люди, лучшие бренды, лучшие моменты. **▼ Руководствуясь девизом Semper Ardens** или «вечно горящий», мы никогда не останавливаемся на достигнутом и всегда стремимся к лучшему. **▼ Вместе мы сильнее**, потому что мы делимся друг с другом всем самым лучшим — опытом, идеями и успехами. У нас множество названий, но мы едины. **▼ Иметь смелость** бросить вызов, попытаться, рискнуть, мы постоянно поднимаем планку. Мы не останавливаемся на том, чтобы варить лучшее пиво. Мы создаем лучшее будущее — для наших потребителей и клиентов, для нашего общества и наших сотрудников. **▼ Этот огонь** всегда будет гореть в нас и наша жажда великих свершений никогда не утронет!

ПОТРЕБИТЕЛИ, БРЕНДЫ И ИННОВАЦИИ

- Сделать Carlsberg культовым брендом
- Победить конкурентов при помощи выигрышного портфеля международных и сильных местных брендов
- Внедрять масштабные и важные для потребителей инновации

КЛИЕНТЫ

- Сотрудничать с клиентами, чтобы развивать рост категории
- Выстраивать путь на рынок, приносящий максимальный результат
- Работать с лучшими клиентами в сегментах он-трейд и офф-трейд
- Быть эталоном отрасли в реализации стандартов в точках продаж



ЛЮДИ

- Развивать культуру высокой эффективности
- Развивать, удерживать и привлекать лучших в своей категории людей
- Наделять сотрудников полномочиями и повышать уровень их вовлеченности

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

- Создать эффективную организацию с фокусом на потребителях и клиентах
- Фокусировать цели и расставлять приоритеты, чтобы максимизировать отдачу от инвестиций
- Постоянно развивать и внедрять принятые в Carlsberg Group принципы работы и лучшие практики

ОБЩЕСТВО И РЕПУТАЦИЯ

- Улучшать нашу репутацию как ответственной пивоваренной компании мирового уровня
- Интегрировать Корпоративную Социальную Ответственность (КСО) во все сферы бизнеса
- Улучшать имидж пивной категории



ПРИНЦИПЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

Мы хотим победить



Вместе мы сильнее



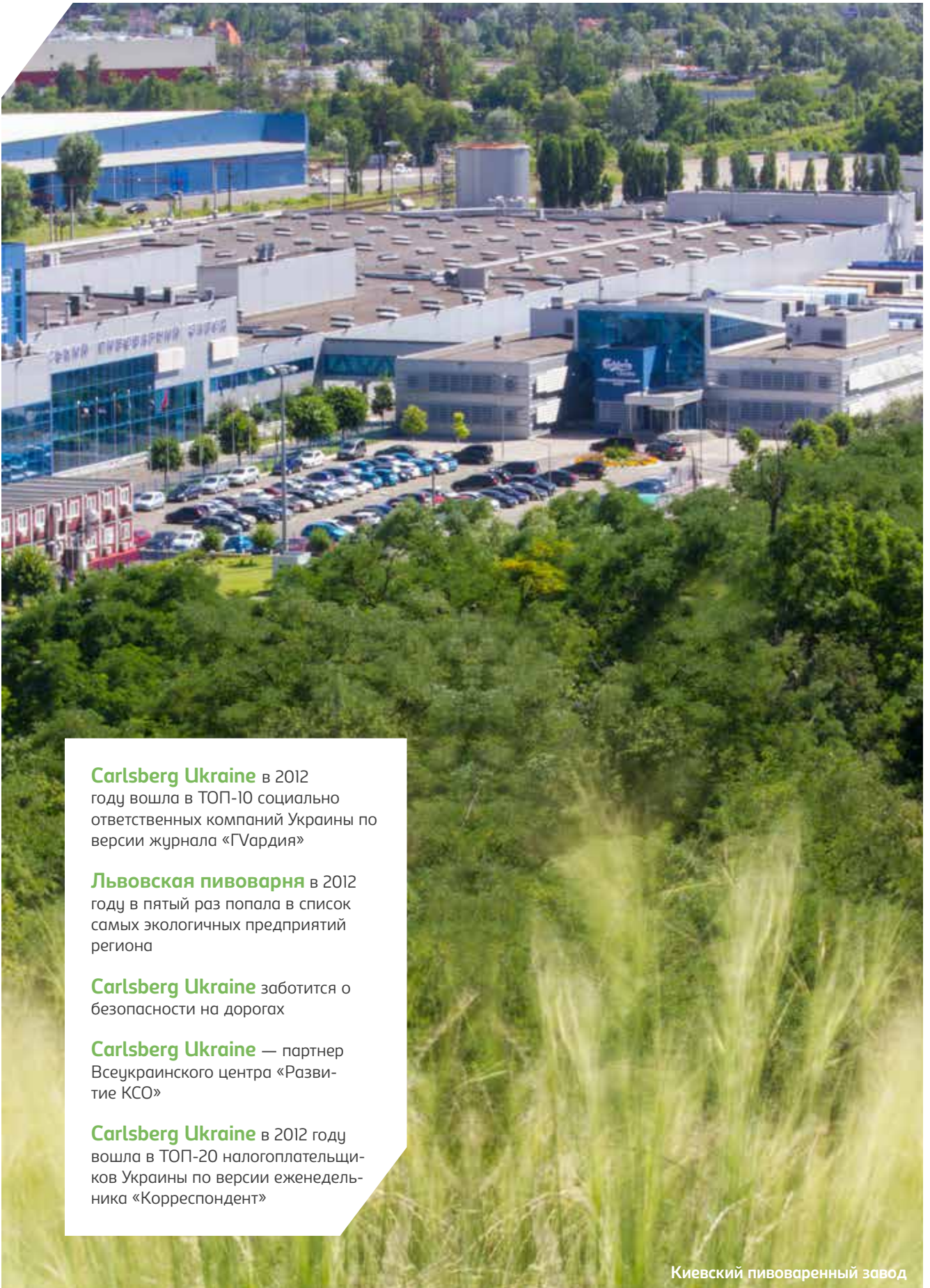
У каждого есть право внести свой вклад



Мы учитываем нужды наших потребителей и клиентов, принимая каждое решение



Мы заботимся об обществе



Carlsberg Ukraine в 2012 году вошла в ТОП-10 социально ответственных компаний Украины по версии журнала «Гвардия»

Львовская пивоварня в 2012 году в пятый раз попала в список самых экологичных предприятий региона

Carlsberg Ukraine заботится о безопасности на дорогах

Carlsberg Ukraine — партнер Всеукраинского центра «Развитие КСО»

Carlsberg Ukraine в 2012 году вошла в ТОП-20 налогоплательщиков Украины по версии еженедельника «Корреспондент»

Основные достижения 2012–2013 гг.



Благотворительность

На сегодняшний день Carlsberg Ukraine постоянно оказывает помощь 3 детским домам.

Влияние на экономику

Всего по итогам 2012–2013 гг. в бюджеты всех уровней уплачено 2,504 млрд грн. налогов и сборов.



Персонал

Carlsberg Ukraine является работодателем для более чем 1700 человек.

Энергоэффективность

За 2009-2013 год потребление тепловой энергии сократилось на 33 %, электроэнергии — на 26 %, потребление воды — на 27 %.



Охрана окружающей среды

Средний процент замещения природного газа биогазом в 2013 году на Запорожском заводе составил 6,27%, на Киевском заводе — 3,22%.



Бережное использование природных ресурсов

В 2012–2013 гг. компания Carlsberg Ukraine вторично использовала более 560 млн стеклянных бутылок.

Ответственное потребление

О компании, направленной на ответственное потребление, узнали 6,6 миллионов потребителей, посетивших фан-зоны Carlsberg на Евро 2012.



Тренинги и обучение сотрудников

В среднем за 2012 год на одного сотрудника было отведено более 12 часов обучения. В 2013 году среднее количество часов обучения на одного сотрудника увеличилось почти вдвое и составило 23 часа.

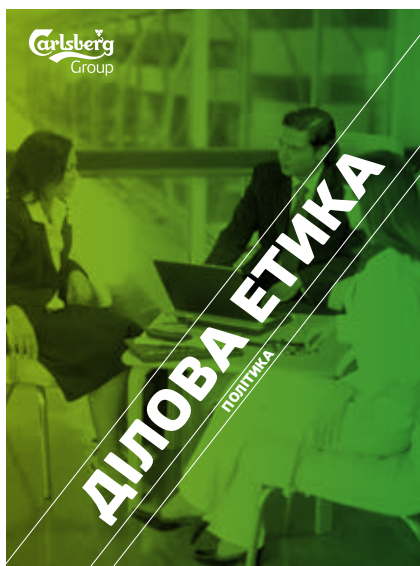
ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

Наша Политика по деловой этике помогает сотрудникам решать ежедневно возникающие этические дилеммы, например, ситуации, связанные с пожертвованиями и подарками, а также с потенциальным риском быть замешанным в коррупционной деятельности, нарушении конфиденциальности, использовании имущества компании в личных целях.



Наталья Бондаренко,
Вице-президент по правовым вопросам и по работе с органами власти:

«Один из главных принципов Carlsberg Ukraine быть ответственным бизнес-партнером и работодателем. Политика по деловой этике определяет основные стандарты деловых отношений, и наша задача интегрировать эти принципы во все процессы деятельности компании».



Брошюра «Политика по деловой этике»

Подход Carlsberg Ukraine

Для Carlsberg Ukraine этический подход к бизнесу — это залог долговременной и успешной работы. Поэтому компания уделяет много внимания повышению уровня этичности своих бизнес-практик, а также информированию сотрудников о международных стандартах ведения бизнеса.

Для внедрения в компании Политики по деловой этике мы вовлекаем в работу сотрудников юридического отдела и других компетентных лиц, которые помимо ответственности за соблюдение Политики, координируют усилия и ведут обмен опытом внутри компании. Юридическая служба нашей компании играет главную роль в разработке мер, направленных на борьбу с коррупцией и другими нарушениями деловой этики, а также в распространении информации об этих проблемах в компании.

Результаты за 2012–2013 гг.

Наши усилия были сосредоточены на внедрении Политики по деловой этике с упором на инициативы, которые помогают нашим сотрудникам ориентироваться и принять правильное решение в ситуациях, когда они сталкиваются с этической дилеммой.

В период 2012–2013 гг. в Carlsberg Ukraine были проведены 12 тренингов по деловой этике, в которых приняли участие 225 сотрудников компании.

С 2013 года Политика по деловой этике включена в Адаптационный курс, который обязательный для всех новых сотрудников.

Политика по деловой этике тщательно соблюдается и при оформлении на работу в нашу компанию. Нарушение принципов Политики может рассматриваться как основание для увольнения (в рамках, предусмотренных законодательством).

Кроме этого, соблюдение деловой этики было включено в систему и процедуру оценки эффективности менеджмента компании. В 2013 году Carlsberg Ukraine прошла аудит по деловой этике, инициированный штаб-квартирой Группы Carlsberg, по результатам которого получила позитивную оценку.

На всех 3-х производственных площадках компании размещены плакаты, которые дополнительно визуальным образом напоминают всем сотрудникам о необходимости придерживаться основных принципов деловой этики в ежедневной работе.

Противодействие коррупции

Коррупция — одна из главных проблем в мире, для предотвращения которой важно наличие эффективно работающей Политики по деловой этике. Для компании Carlsberg Ukraine очень важно быть честным производителем, налогоплательщиком, работодателем и членом общества. Именно поэтому в 2011 году в компании была разработана и введена в работу «Политика по конкурентному законодательству», цель которой обеспечить соблюдение компанией условий конкурентного законодательства Украины, в том числе развитие добросовестной конкуренции.

В 2012 году для ключевых сотрудников департамента продаж и маркетинга были проведены тренинги «Основы антимонопольного (конкурентного) законодательства».

Представительские расходы

В компании с 2011 года работает «Политика по расходам на представительские цели». Она регламентирует траты сотрудников компании на подарки для партнеров и контрагентов. Так, максимально разрешенный уровень трат на представительские расходы составляет не более 450 грн и не чаще двух раз в год. Сотрудники компании не должны принимать подарки от третьих лиц, но, если же это невозможно, всё подаренное должно пройти «Процедуру обязательной регистрации подарков».

Процедуры проверки третьих лиц

В 2012 году в компании была введена в действие «Процедура проверки контрагентов компании» на предмет соблюдения контрагентом компании антикоррупционного законодательства, законодательства в сфере борьбы с отмыванием денег, полученных незаконным путем, и со взяточничеством. Согласно процедуре, все договора компании с контрагентами на этапе их заключения проверяются на соблюдения последними вышеуказанных норм, а также во всех договорах компании дополнительно включено соответствующее положение. На этапе имплементации настоящей процедуры для ключевых сотрудников и тех сотрудников, которые работают с договорами, юристами компании были проведены тренинги.

Внедрение Процедур оценки третьих лиц во второй половине 2012 года стало еще одним крупным достижением в процессе обеспечения соблюдения принципов деловой этики и уменьшения рисков. Эти процедуры содержат список необходимых проверок в отношении третьих лиц, как, например, процедура проверки прямой или не прямой связи третьего лица с государственными органами. Проверки осуществляются в соответствии с рисковой матрицей, классифицирующей каждый отдельный случай по виду соглашения и стране.

Основные положения Политики по деловой этике:

- **Взяточничество** — сотрудники Carlsberg Ukraine не должны ни принимать, ни предлагать взятки в любом виде.
- **Платежи за упрощение формальностей** — Carlsberg Ukraine не одобряет практику проведения платежей для ускорения решения вопросов.
- **Подарки, угощения и развлечения** — должны быть уместными и не выходить за рамки бизнеса.
- **Пожертвования** — сотрудники компании не должны делать политические контрибуции или использовать пожертвования, чтобы получить недолжные деловые преимущества.
- **Конфликт интересов** — сотрудники Carlsberg Ukraine не должны заниматься видами деятельности, которые могли бы создать конфликт между их личными интересами и деловыми интересами.
- **Конфиденциальная информация** — сотрудники компании не должны разглашать конфиденциальную информацию.
- **Конкурентное право** — сотрудники компании должны обеспечить соответствие деловых практик Carlsberg Ukraine правилам честной конкуренции.
- **Мошенничество** — сотрудники не должны использовать активы или ресурсы компании в личных целях.

Проверка третьих лиц — крайне важная процедура, поскольку она дает возможность защитить репутацию компании в случае выявления коррупции или других противозаконных действий со стороны третьих лиц. Тщательно проверяя и изучая наших партнеров и проекты, мы делаем защиту от рисков частью стандартных рабочих процедур Carlsberg Ukraine. Благодаря Процедурам оценки третьих лиц мы можем исключить сделки с высокой степенью риска, либо принять соответствующие меры.

Система информирования о злоупотреблениях

Система информирования о нарушениях и злоупотреблениях в Carlsberg Ukraine позволяет сотрудникам сообщать о действиях, которые могут считаться противозаконными, а также о нарушениях правил и политик компании. Информация сообщается через веб-сайт или по телефону горячей линии, которые находятся в распоряжении независимой компании, для обеспечения максимального уровня безопасности и конфиденциальности. Сообщения о нарушениях и злоупотреблениях рассматриваются уполномоченными сотрудниками отдела внутреннего аудита Carlsberg Group.

Цели на 2014-2015 гг.

- ◆ Обновить действующую Политику в соответствии с изменениями, инициированными Carlsberg Group в конце 2013 года.
- ◆ Провести тренинги по деловой этике для ключевых сотрудников компании на всех производственных площадках в Украине.
- ◆ Информировать ключевых сотрудников о возможности пройти онлайн-обучение принципам деловой этики на русском языке. В основе онлайн-курса лежит подробное объяснение Политики по деловой этике и последующий обязательный экзамен.

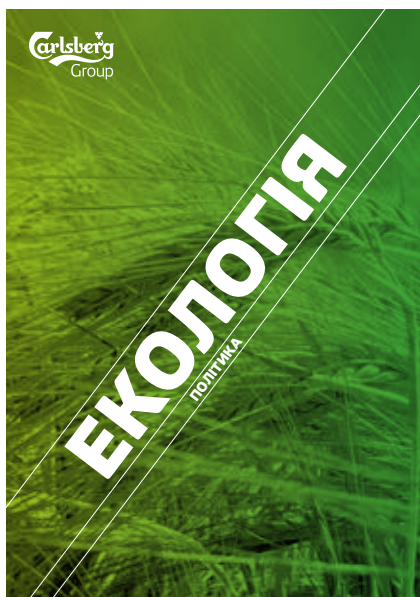
ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Внутренние Политики компании по защите окружающей среды помогают постоянно уменьшать наше влияние на окружающую среду. Мы осознаем, что стабильный успех нашего бизнеса непосредственно зависит от состояния экологии, поэтому активно направляем наши усилия на реализацию Политик во всех сферах деятельности компании.



Ячный Ярослав,
Ведущий инженер по
энергоресурсам, г. Киев:

«Большинство процессов на предприятии проходит с потреблением природных ресурсов. Повышая эффективность нашей работы, мы сможем и дальше уменьшать наше воздействие на окружающую среду».



Брошюра «Политика по защите окружающей среды»

Подход Carlsberg Ukraine

Ресурсы природы — очень ограничены, поэтому очень важно рационально и эффективно использовать их. Критично важен данный вопрос для компаний, работающих в пищевой промышленности — мы берем многое от природы, чтобы создать продукт для людей. В Carlsberg Ukraine на всех этапах создания продукта мы следуем этому принципу, начиная от исследований и разработок в области сырья, в оптимизации производственных процессов для электроэнергии, газа, воды, и заканчивая дистрибуцией и продажами, где особое внимание уделяется упаковке, способам хранения и транспортировке.

Наша Политика в области охраны окружающей среды лежит в основе стандартов организации производства.

В области охраны окружающей среды мы сосредоточены на таких областях:

- Энергия и контроль над выбросами углекислого газа;
- Бережливое производство;
- Рациональная упаковка;
- Энергоэффективность;
- Очистные сооружения и биогазовая установка;
- Обратная тара.

Результаты за 2012–2013 гг.

Энергия и контроль над выбросами углекислого газа

Мы постоянно ищем пути улучшения эффективности использования энергии на наших пивоварнях и ставим перед собой цели достичь определенных показателей на всех производствах Группы. Также мы работаем над логистическими операциями и использованием альтернативных источников энергии для уменьшения выброса углекислого газа.

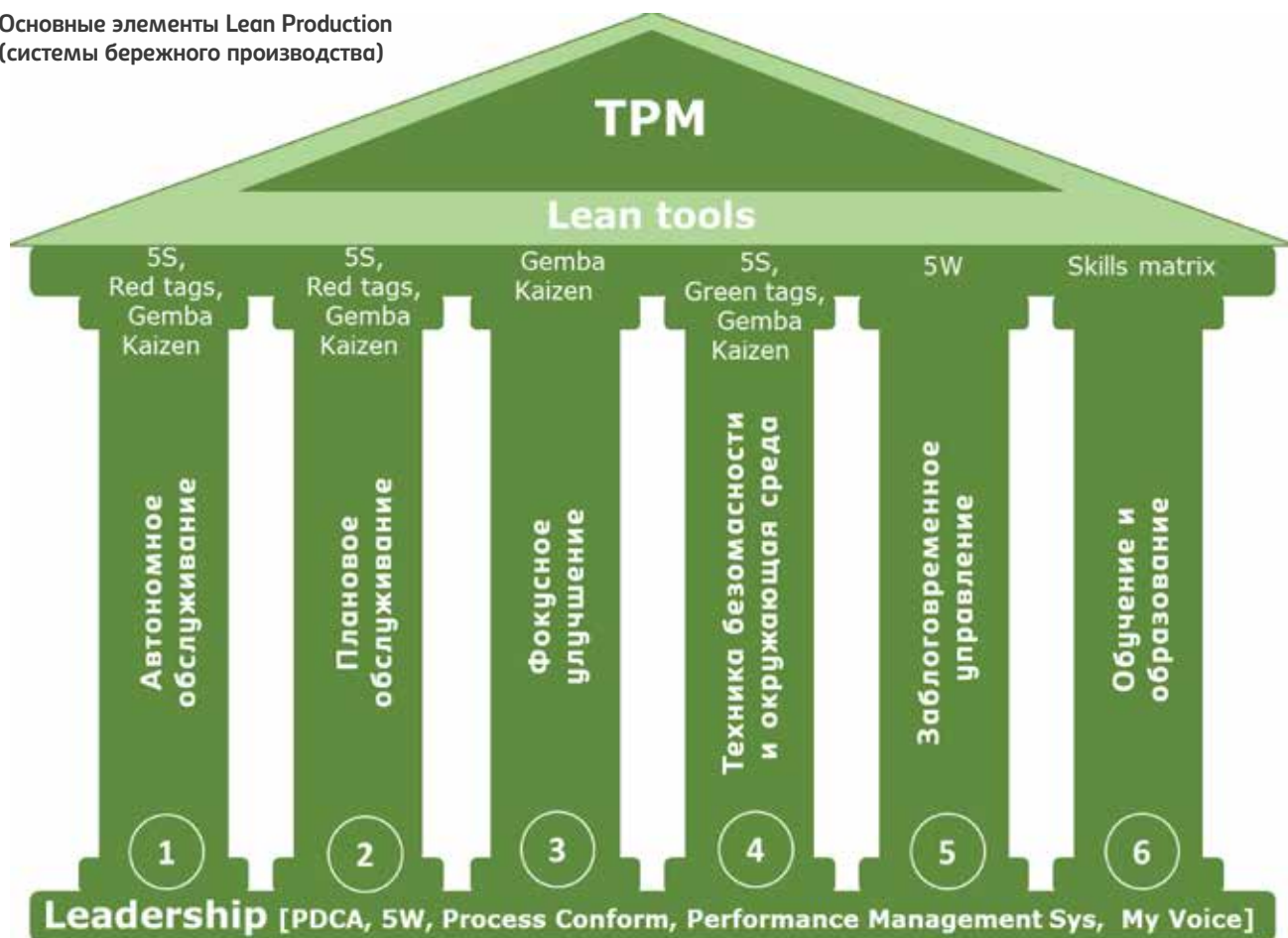
Бережливое производство

В нашей компании активно строится Lean Production (бережливое производство), важной частью которого является TPM (Total Productive Maintenance — эффективное обслуживание оборудования).

Задача данной программы — сделать работу оборудования более надежной и энергоэффективной, устранить возможность травматизма и постоянно развивать профессиональное мастерство персонала.

Мы строим шесть колонн TPM на прочной основе развития лидерства, ведь только с помощью лидерства и сильного командного духа можно постоянно совершенствовать полученные результаты. Данная система использует такие инструменты, как Red tags (устранение недостатков за счет визуализации их тагами), 5W анализ (выявление коренной причины поломки/проблемы с помощью пяти Почему), Process confirmation (процесс подтверждения), My Voice

Основные элементы Lean Production (системы бережного производства)



(опрос мнения сотрудников), Gemba Kaizen (совершенствование рабочего места), Performance Management System (система управления результативностью).

Каждая из шести колонн имеет свои цели/задачи и этапы внедрения, но все они преследуют единственную цель — сделать работу оборудования надежной и энергоэффективной, что позволит потреблять меньше природных ресурсов.

Рациональная упаковка

Мы работаем над созданием нового подхода к упаковке, уменьшая количество упаковочных материалов, и содействуя их повторному использованию и переработке.

В 2012 г. мы разработали стратегию по экологизации упаковки. Одной из составляющих частей этой стратегии являются стандарты по уменьшению выброса углекислого газа. Это позволяет нам находить области, где можно добиться большей эффективности.

Энергоэффективность

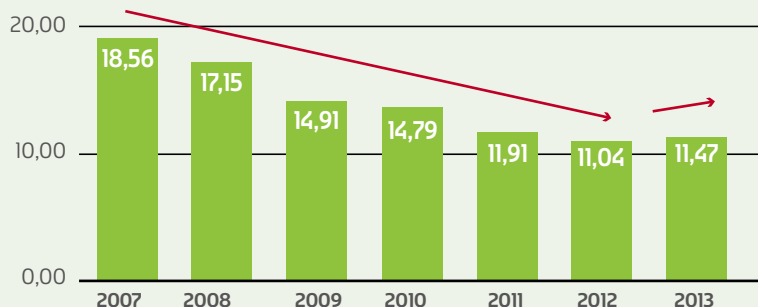
В компании Carlsberg Ukraine разработано и внедрено целый ряд проектов, которые объединяет общий подход: энергоэффективность. Такой подход позволяет создать самый лучший продукт при наименьших расходах воды и других ресурсов. Энергоэффективный и «зеленый» подход к деятельности стратегически важен для всех компаний, входящих в Carlsberg Group.

Для Carlsberg Ukraine очень важно эффективно использовать природные ресурсы, именно поэтому мы стремимся к оптимальному соотношению тепло-, электроэнергии и воды.

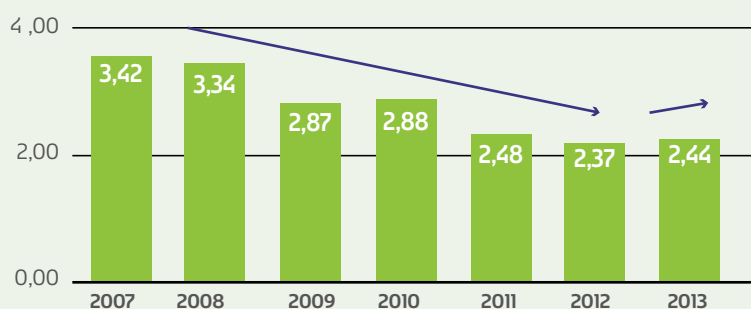
Несмотря на сокращение производства, в 2013 году Carlsberg Ukraine удалось снизить потребление электроэнергии на 3,6% по сравнению с 2012 годом. Стоит отметить, что значительный вклад был сделан Киевским производственным центром, который снизил данный показатель на 9,5%.

Несмотря на сокращение производства, в 2013 году Carlsberg Ukraine удалось снизить потребление электроэнергии на 3,6% по сравнению с 2012 годом.

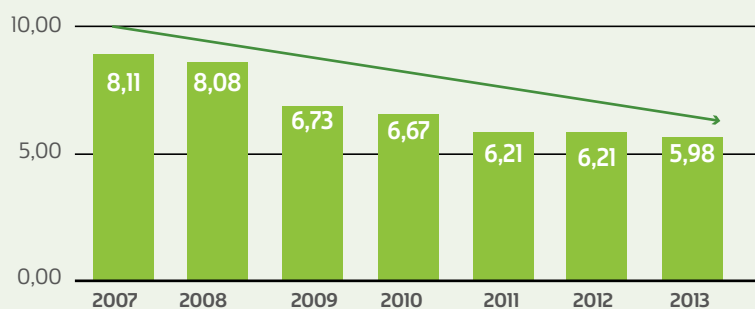
Потребление тепла, кВт/Гл



Потребление воды, Гл/Гл



Потребление электроэнергии, кВтч/Гл



Отметим, что курс на сохранение природных ресурсов компания взяла еще в 2009 году, когда интегрировала задачи по энергоэффективности во все операционные процессы.

За пять лет существования проекта удалось добиться внушительных результатов. С 2009 по 2013 год включительно потребление тепловой энергии сократилось на 33 %, электроэнергии — на 26 %, воды — на 27 %.

Несмотря на то, что в 2013 году Carlsberg Ukraine незначительно увеличила потребление воды на 2,6 % и тепла на 3,9 %, компания неизменно остается в числе лидеров по энергоэффективности в отрасли пивоварения.

Очистные сооружения и биогазовая установка

Вода — базовое сырье для производства пива, кваса и сидра — напитков, которые производит Carlsberg Ukraine. Важно, что среди украинских пивоваров, Carlsberg Ukraine находится в числе лидеров в вопросе экономии водных ресурсов! На сегодняшний день мы являемся одной из самых эффективных международных пивоваренных компаний с точки зрения потребления воды (в среднем 2,4 литра воды для производства 1 литра пива), электроэнергии (6 кВтч для производства 1 Гл пива) и тепла (11,4 кВт для производства 1 Гл пива).

Помимо рационального использования воды компания уделяет много внимания очистке сточных вод. Стоки — это вода, которая образуется в результате прохождения производственных процессов (мойки оборудования и тары, процессов охлаждения оборудования, а также очистки рециркулированного CO₂).

Очистные сооружения, которые работают по принципу механической и биологической очистки, помимо очистки воды, позволяют производить биогаз. Биогаз — это продукт жизнедеятельности органических веществ (которые поступают в метан реактор вместе со стоками) и активного ила (совокупности биологически активных микроорганизмов, перерабатывающих загрязняющие вещества). По технологии компании биогаз собирается в колпаках метан реактора, а далее направляется в котельную, где смешиваясь с природным газом, поступает в горелку — что позволяет избежать загрязнения окружающей среды метаном.

Благодаря биогазовым установкам, на Запорожском заводе в 2013 году компании удалось сократить потребление природного газа, заменив



Линия розлива на Киевском пивоваренном заводе

его биогазом в количестве 396 тыс. куб. метров, что в денежном эквиваленте составляет 1,67 млн грн. На Киевском заводе этот показатель был равен 145 тыс. куб. метров, что равно 609 тыс. грн. В результате, экологический подход к очистке стоков улучшает и бизнес-показатели деятельности компании. Отметим, что средний процент замещения природного газа биогазом в 2013 году на Запорожском заводе составил 6,27%, на Киевском заводе — 3,2%.

Оборотная тара

Фактический показатель возврата бутылки, достигнутый компанией по результатам 2012 года, составил 61,9% от объема вторичных продаж пива в стеклянной упаковке на рынке Украины. В 2013 году этот показатель составил 55,6%. Стоит отметить, что в Украине оборотная тара не является залоговой, а средний показатель оборачиваемости тары по Восточной Европе находится на уровне 15-25%.

В 2012–2013 гг. компания вторично использовала более 560 млн стеклянных бутылок. Это позволило не только снизить расходы компании на закупку новой стеклянной тары, но также существенно сократить количество твердых бытовых отходов, загрязняющих окружающую среду.

Целевую программу по использованию оборотной тары компания Carlsberg Ukraine разработала и внедрила еще в 2008 году. С момента старта совместного с тарными операторами проекта, компании удалось сохранить лидирующие позиции в сравнении с другими пивоваренными компаниями Украины по обеспечению высокого уровня оборачиваемости бутылки.

За счет уменьшения потребностей в поставках новой стеклянной тары более чем на половину, компания способствует существенному снижению уровня эмиссии CO₂ в окружающую среду, который, как известно, вырабатывается в больших количествах при производстве новых бутылок.

Существенному снижению выброса CO₂ способствует также проект возврата стеклобоя компаниям-производителям нового стекла.

Еще одним преимуществом данной политики по работе со стеклотарой является ежегодное сокращение на 80 тысяч тонн объемов образования твердых бытовых отходов (ТБО). Как известно, для полного распада стекла в почве необходимо более 1 млн лет, а система станций по сортировке ТБО и современных мусороперерабатывающих заводов практически отсутствуют на сегодня в Украине.

С 2009 по 2013 год сократилось потребление...

... тепловой энергии на

33 %

... электроэнергии на

26 %

... воды на

27 %

Цели на 2014-2015 гг.

Снижение показателей потребления ресурсов до следующих цифр:

- ◆ Потребление воды
2,43 — 2,4 Гл/Гл
- ◆ Потребление электроэнергии
5,94 — 5,8 кВт*час/Гл
- ◆ Потребление тепловой энергии
11,66–11,4 кВт*час/Гл

ОХРАНА ТРУДА

Цель Политики по охране труда заключается в том, чтобы ко всем сотрудникам компании и подрядчикам на всех заводах Carlsberg Ukraine применялись единые стандарты охраны труда, независимо от того, где они работают. Внедряя стандарты охраны труда, мы стремимся контролировать потенциальные риски для безопасности наших сотрудников и подрядчиков.



Вадим Турянчик,
Менеджер системы качества:

«Одним из основополагающих пунктов Политики компании является внедрение, функционирование и постоянное усовершенствование системы управления охраной труда. Данная система — часть интегрированной системы управления Carlsberg Ukraine направлена на предупреждение несчастных случаев, профессиональных заболеваний и обеспечение безопасности третьих лиц. На данный момент реализовано не мало проектов, но мы понимаем, что еще многое предстоит сделать для нашей основной цели — отсутствия производственного травматизма».

Подход Carlsberg Ukraine

Мы всегда будем стремиться к тому, чтобы полностью исключить несчастные случаи. Большая часть происшествий — более 80% — случается на производственных объектах и в логистике. Следовательно, именно в этих сферах мы в первую очередь намерены улучшить показатели по обеспечению безопасности.

Мы разработали внутренние стандарты и обязательные требования по охране труда, которые соответствуют требованиям законодательства Украины и требованиям международных стандартов, таких как OHSAS 18001. В то же время мы понимаем, что безопасность зависит не только от наличия правил, правильных процедур и техниче-

ского оснащения предприятий, но и от образа мышления и поведения людей. В связи с этим мы работаем над созданием надлежащих навыков и культуры среди наших сотрудников.

При возникновении несчастного случая в срочном порядке проводится расследование, а все обстоятельства немедленно доводятся до сведения сотрудников на предприятиях с целью предупреждения возникновения подобных случаев в дальнейшем.

Добросовестное внедрение Политики по охране труда — залог того, что для каждого сотрудника будет создано безопасное и здоровое рабочее место.

Результаты за 2012–2013 гг.

На заводах Carlsberg Ukraine работает более 1700 штатных сотрудников, большая половина которых задействованы на производстве. Как компания-производитель пищевой продукции, Carlsberg Ukraine уделяет особое внимание вопросам безопасности труда. Люди — главный капитал компании, поэтому мы стремимся обеспечить самые высокие стандарты в области охраны здоровья и безопасности труда.

В 2013 году на всех заводах Carlsberg Ukraine было проведено обучение внешней компанией сотрудников по вопросам оценки рисков и требованиям стандарта OHSAS 18001 «Система менеджмента профессиональной безо-



Брошюра «Политика по охране труда»



Погрузчик на складе Киевского пивоваренного завода с дополнительной визуализацией на борту

пасности и здоровья. Требования». Первым заводом компании, который принял участие в проекте по внедрению Системы управления профессиональной безопасностью и здоровья в соответствии требованиям Группы и стандарта OHSAS 18001, стала Львовская пивоварня. В декабре 2013 года на пивоварне была проведена оценка рисков на производстве, а также установлены цели и программы по их уменьшению и достижению необходимых результатов в области охраны труда. Основной целью является достижение нулевого уровня травматизма к 2020 году. В апреле 2014 года, на заводе планируется проведение диагностического аудита по готовности Львовской пивоварни к сертификации в августе 2014 года.



В рамках Группы в 2013 году стартовала программа «Health & Safety improvement in Logistic/Customer SC» (Улучшение состояния охраны труда

в направлениях логистики и поставок). Проект направлен на внедрение передовых практик, разработки программ по обучению персонала, постоянное улучшение рабочей среды, модернизацию системы безопасности транспортных средств (установка дополнительных сигнальных огней, ремней безопасности, средств регулирования скорости передвижения) на заводах компании в подразделениях логистики и поставок. Конечной целью проекта к 2017 году является снижение и последующее устранение травматизма как в данных подразделениях, так и в целом по компании.

Near Miss

Near miss — инцидент или небезопасная ситуация, которая могла бы привести к случаю травматизма или порчи имущества.

Данный проект нацелен на снижение потенциальных угроз, путем их идентификации и устранения, а также последующего предупреждения возникновения угроз. Проект был внедрен и функционирует на Львовской пивоварне с 2012 года, поскольку одной из основных целей

Основной целью компании в области охраны труда является достижение нулевого уровня травматизма к 2020 году.



Пешеходная галерея на складе Львовской пивоварни

Carlsberg Ukraine является созданием и поддержкой безопасных условий труда.

На производственных площадках компании распространен процесс «тагирования», который предусматривает обозначение опасных участков в производственных цехах завода, обнаруженных во время выполнения работ. В свою очередь «таг» — специальный бланк, который заполняется сотрудником компании или подрядной организацией в момент обнаружения угрозы. Заполненные ярлыки собираются ответственными лицами, а информация заносится в общую базу регистрации тагов, где указывается описание угрозы, необходимые для ее устранения действия и ответственные за это лица. Устранение замечаний контролируется во время обхода ответственными специалистами, во время внутренних аудитов, а также на еженедельных совещаниях, где, в случае необходимости, также рассматриваются альтернативные замечания и пожелания по оптимизации состояния охраны труда в каждом подразделении.

Безопасное движение

Безопасное передвижение сотрудников компании, подрядных организаций, посетителей в подразделениях производства и логистики является важным вопросом в предотвращении травматизма. Как результат оценки рисков и применения положительного опыта Группы, на Львовской пивоварне были построены дополнительные крытые безопасные переходы на тарной площадке и пешеходные галереи в складах готовой продукции.

В подразделениях логистики на всех заводах были установлены дополнительные сигнальные огни, а также зеркала для безопасного движения транспорта и персонала в зонах минимального обзора. Кроме того, нанесена разметка пешеходных зон и установлены дополнительные ограждения, добавлена дополнительная визуализация на транспорт погрузчиков для их лучшей видимости, а также внедрен ряд других инициатив, направленных на безопасное движение сотрудников.

Для предотвращения посещения сотрудниками компании и работниками подрядных организаций производственных площадок без средств индивидуальной защиты (СИЗ) и специальных светоотражающих жилетов, а также без сопровождения ответственного лица, что является обязательным условием, на всех заводах был установлен четкий перечень доступов на производство.

Для напоминания правил, касающихся формы одежды для сотрудников производства, на каждом заводе Carlsberg Ukraine у входа в цеха размещены примеры правильного ношения и внешнего вида СИЗ при выполнении работ в конкретном подразделении.

Сертификация системы по Охране труда (на соответствие требованиям стандарта OHSAS 18001)



Средства индивидуальной защиты на производственных площадках

OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Advisory Services (OHSAS)) — «Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья». Данная система была внедрена на Львовской пивоварне в декабре 2013 года. Целью внедрения требований стандарта в рамках организации является:

- Разработка, внедрение, поддержка и улучшение системы управления охраны труда;
- Минимизация рисков возникновения несчастных случаев, аварий и аварийных ситуаций на заводах компании;
- Внедрение процедуры, обеспечивающей сокращение рис-



Крытый безопасный переход на складе Львовской пивоварни

ков для здоровья и безопасности работников, компаний подрядных организаций, клиентов и общественности;

- Подтверждение соответствия установленной Политике в области охраны труда;
- Сертификация системы менеджмента охраны труда внешними организациями;
- Регулярная самооценка и декларация соответствия настоящим требованиям стандарта;
- Коммуникация своего соответствия требованиям стандарта для заинтересованных сторон.

После прохождения сертификационного аудита на Львовской пивоварне планируется применить этот опыт и на других заводах: так в Киеве планируется сертифицировать систему управления охраны труда к концу 2015 года, а в Запорожье — к 2016.

Обучение по охране труда

Существенное место в улучшении системы охраны труда занимает процесс обучения сотрудников. Надлежащая квалификация и осведомленность сотрудников по вопросам охраны труда уменьшает риск получить травмы или профессиональное заболевание. Поэтому одним из

приоритетов в уменьшении травматизма является повышение уровня осведомленности сотрудников в вопросах охраны труда.

Для всех работников Carlsberg Ukraine проводится плановое обучение по охране труда, которое предусмотрено требованиями законодательства. Объем обучения зависит от уровня ответственности и должности, занимаемой сотрудником.

Проведение оценки рисков сотрудниками компании — один из этапов принятия компанией стандарта OHSAS 18001 «Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья». Поэтому в 2013 году внешними сертифицированными специалистами был проведен тренинг для сотрудников компании, которые в 2014 году будут выступать оценщиками рисков, согласно требованиям стандарта OHSAS 18001. Стоит отметить, что оценщиками рисков являются специалисты всех департаментов компании.

Все практики и проекты, которые внедряются на заводах компании, направлены на создание безопасных условий труда и уменьшение травматизма. Как результат правильного внедрения инициатив, а также лучших практик, Львовская пивоварня заняла первое место в Восточной Европе в ежегодном конкурсе Health & Safety Awards 2012, который ежегодно проводит главный офис Carlsberg Group.

В 2012 году Львовская пивоварня одержала победу в конкурсе Health & Safety Awards 2012, который ежегодно проводит главный офис Carlsberg Group.

Цели на 2014–2015 гг.

Снижение показателей потребления ресурсов до следующих цифр:

- ◆ Разработка и внедрение процедуры, регистрации и расследования небезопасных ситуаций на всех заводах.
- ◆ Внедрение программы «Ноль несчастных случаев» в деятельность компании.
- ◆ Оценка рисков в соответствии с требованиями Carlsberg Group и стандарта OHSAS 18001 в департаментах пивопроизводства, розлива и логистики.
- ◆ Разработка системы контроля над работой подрядных организаций на территории предприятий Carlsberg Ukraine.
- ◆ Сертификация системы на соответствие требованиям стандарта OHSAS 18001 «Система менеджмента профессиональной безопасности и здоровья».

ТРУДОВЫЕ ПРАВА И ПРАВА ЧЕЛОВЕКА

Политика по персоналу и правам человека Carlsberg Ukraine гарантирует единые условия труда для всех сотрудников компании независимо от региона. Мы стремимся обеспечить справедливое и уважительное отношение к сотрудникам, чтобы каждый мог реализовать свой потенциал на безопасном рабочем месте. Кроме того, мы считаем, что это делает компанию более привлекательной как работодателя и бизнес-партнера.



Юлия Заболотная,
и. о. Заместителя директора
по персоналу:

«Наши сотрудники — большая ценность для нас и ключевой фактор успеха компании. Carlsberg Ukraine стремится создать такую среду, где все наши сотрудники смогут раскрыть свой потенциал в открытом и благоприятном рабочем окружении».



Брошюра «Политика по трудовым правам и правам человека»

Подход Carlsberg Ukraine

В Carlsberg Ukraine работает 1700 сотрудников, и мы верим, что успех компании зависит от каждого. Это видение нашло свое отражение в бизнес-стратегии, где люди являются одним из пяти стратегических элементов. Компания придерживается высоких стандартов, базирующихся на принципах справедливости, порядочности и безопасности, а также стремится развивать культуру эффективности и лидерства, привлекать и удерживать таланты, постоянно развивать компетенции сотрудников.

Стандарты Политики по трудовым правам и правам человека включают в себя следующие принципы:

- **Отсутствие дискриминации.**

Любые формы дискриминации сотрудников компании в зависимости от расы, цвета кожи, пола, языка, религии, политических либо других убеждений, собственности, национального либо социального происхождения, рождения, участия в объединениях, сексуальной ориентации, состояния здоровья, возраста, инвалидности либо других характеристик являются неприемлемыми. Все решения относительно персонала, от найма до увольнения, а также выхода на пенсию, базируются исключительно на соответствующих и объективных критериях.

- **Запрет какой-либо принудительной работы.**

В компании запрещается какая-либо форма принудительного труда, в т. ч. труд в счет погашения долговых обязательств, а также в счет оплаты профессиональ-

ного обучения, рабский труд или торговля людьми.

- **Запрет на использование детского труда.**

В компании ни при каких обстоятельствах не допускается использование детского труда. Минимальный возраст для работы в компании на условиях полного рабочего дня составляет 18 лет.

- **Свобода объединений и коллективного вознаграждения.**

Компания уважает право сотрудников создавать, вступать или не вступать в профсоюз либо другую организацию, деятельность которой направлена на защиту профессиональных интересов. В Carlsberg Ukraine действует Профсоюз, который нацелен не только на защиту прав, оказание юридической и финансовой поддержки сотрудникам, но и на организацию оздоровительно-развлекательных мероприятий.

- **Отсутствие домогательств.** Компания защищает своих сотрудников от какого-либо физического, словесного, сексуального или психологического домогательства, насилия или угроз на рабочем месте как со стороны коллег, так и со стороны руководителей.

- Компания соблюдает **нормы рабочего времени** и сверхурочных работ согласно действующего законодательства Украины.

- **Гарантия отдыха.**

Carlsberg Ukraine гарантирует всем сотрудникам право на оформление больничного листа, ежегодного отпуска, а также отпуска, который гарантируется законом, в т. ч. по уходу за новорожденным или

усыновленным ребенком. В случае оформления отпуска сотрудникам не грозит увольнение, сотрудник имеет возможность вернуться на прежние условия труда, оплаты и компенсаций.

Результаты за 2012–2013 гг.

В 2012–2013 гг. основные усилия были направлены на то, чтобы обеспечить соблюдение положений Политики по трудовым правам и правам человека в компании. Результаты работы показали, что внедрение Политики соответствовало плану: уровень осведомленности сотрудников о правах человека вырос, а соответствующие процессы и процедуры были успешно внедрены в работу компании.

Количество менеджеров, имеющих сотрудников в прямом подчинении, которые прошли тренинг по Трудовым правам и правам человека в 2013 году, составило 65 %.

Льготы и компенсации

В 2013 году между администрацией Carlsberg Ukraine и трудовым коллективом предприятия был перезаключен коллективный договор. В данном документе большое внимание отводится вопросу льгот и компенсаций в компании, посредством которых реализуется поддержка сотрудников как в трудные, так и радостные моменты.

В первую очередь Carlsberg Ukraine обеспечивает бесплатной добровольной медицинской страховкой (ДМС) всех штатных сотрудников, прошедших испытательный срок. Стандартный пакет ДМС включает также и опцию «ведение беременности и родов» — полный пакет необходимой медицинской помощи будущим матерям.

Питание сотрудников — еще одна важная сфера деятельности предприятия. Компания заботится о качестве обедов, для чего на каждом заводе организована столовая. Также предусмотрена доплата на питание рабочим и специалистам, которая в зависимости от грейда, позволяет компенсировать 80-90 % от стоимости обеда.

Carlsberg Ukraine приветствует желание сотрудников обучаться, проявлять инициативу и вследствие этого

продвигаться по карьерной лестнице. Каждый сотрудник компании имеет возможность принимать участие в конкурсе на открывающиеся вакансии в разных городах Украины, где компания ведет бизнес. В связи с этим у многих сотрудников возникает необходимость переезда в другой город, что связано с дополнительными затратами и необходимостью арендовать жилье. Чтобы поддержать сотрудника, компания выплачивает единовременную денежную компенсацию в размере 1,5 оклада, а также в течении 3-х лет доплачивает за аренду жилья.

Развитие персонала

Обучение и продвижение персонала как в рамках Carlsberg Ukraine, так и в пределах Группы — общепринятая практика компании. Перед предприятием поставлены амбициозные цели, требующие постоянного развития компании и, соответственно, сотрудников. Основные направления, которые поощряются в развитии — лидерские и коммуникативные качества, личностная эффективность, а также профессиональные навыки. По каждому из этих направлений в компании разработан пакет тренингов и обучающих программ — как внутренних, когда тренерами выступают сами сотрудники, так и внешних — с привлечением лучших тренинговых агентств Европы. В среднем за 2012 год на одного сотрудника было отведено более 12 часов обучения. В 2013 году среднее количество часов обучения на одного сотрудника увеличилось почти вдвое и составило 23 часа.

Помимо этого, в компании созданы условия и для самостоятельного обучения. Для этого в общем доступе находится библиотека бизнес-литературы, 35 электронных курсов и English Speaking Club — разговорный клуб для всех желающих.

Большое внимание в компании уделяется вопросам мотивации и обучению. Важно, что Carlsberg Ukraine стремится развивать внутренний кадровый резерв и при возникновении новых вакансий, сотрудники компании имеют преимущество перед внешними кандидатами и рассматриваются в первую очередь.

В 2011 году в Carlsberg Ukraine стартовала оплачиваемая корпоративная программа стажировок Grow Faster, благодаря которой студенты 4-5 курсов и молодые специалисты могут приобрести не только бесценный опыт работы в крупной международной компании, но и профессиональные знания. За 2012–2013 гг. стажировку в компании прошли 18 студентов, часть из которых продолжила работу в компании на позиции специалистов.

В компании проходит программа обучения STAGE— Show Talent and Get Employed «Прояви талант и сделай карьеру», которая направлена на развитие профессиональной команды будущих управленцев функций производства и логистики. В рамках программы сотрудники имеют возможность получить необходимые для карьерного роста знания и опыт, а самые лучшие участники проекта — занять места управленцев среднего уровня.

В 2013 году был запущен стипендиальный проект Young Talents. Цель проекта состоит в предоставлении возможности лучшим студентам ведущих вузов Киева, Запорожья и Львова пройти отборочные конкурсы и собеседования и стать обладателем стипендии от компании. По результатам 2013 года на данный момент 5 студентов ежемесячно получают финансовую помощь от компании, а также имеют возможность быть привлеченными к реализации проектов внутри Carlsberg Ukraine.

Цели на 2014–2015 гг.

- ◆ Расширение библиотеки электронных курсов.
- ◆ Организация международной стажировки руководителей подразделений.
- ◆ Продолжение программы развития профессиональной команды будущих управленцев функций производства и логистики STAGE.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Политика по маркетинговым коммуникациям устанавливает стандарты и направления для всех сотрудников коммерческой функции, которые имеют отношение к коммуникациям с потребителями. Мы хотим гарантировать соблюдение принципов ответственности во всех взаимодействиях с потребителем, а сама коммуникация должна ориентироваться исключительно на совершеннолетних.



” Андрей Отрощенко,
Вице-президент по маркетингу:

«Производство Carlsberg Ukraine покупают миллионы, и мы осознаем нашу ответственность за влияние брендов на потребителей. Именно поэтому философия «Наслаждение пивом с ответственностью» была интегрирована в стратегию компании. Carlsberg Ukraine серьезно относится к социальной ответственности и призывает другие компании развивать свой бизнес также основываясь на социально-ответственных подходах».

Подход Carlsberg Ukraine

Соответствие этическим и общепринятым нормам приличия, умеренное потребление алкогольных и безалкогольных напитков и направленность только на совершеннолетних потребителей — именно таковы принципы всех маркетинговых коммуникаций Carlsberg Ukraine. Философия маркетинга компании звучит как «Наслаждение пивом с ответственностью».

Политика по маркетинговым коммуникациям описывает стандарты взаимодействия компании с потребителем через все виды медиа, включая спонсорские мероприятия и социальные медиа. Маркетинговые активности Carlsberg Ukraine должны быть направлены исключительно на взрослых людей и никогда не должны

ассоциировать потребление пива с потенциально опасными видами деятельности либо неподобающими ситуациями.

В Carlsberg Ukraine положения Политики по маркетинговым коммуникациям используются в ходе брифингов и при заключении контрактов с рекламными и креативными агентствами. Более того, в соответствии с Политикой поставщики маркетинговых коммуникаций также должны соблюдать принципы Политики при разработке рекламных кампаний и коммуникационных материалов для компании. Таким образом, Carlsberg Ukraine стремится уменьшить до минимума риск нарушения поставщиками или маркетологами правил ответственной коммуникации нашей компании.

В наших маркетинговых коммуникациях МЫ ВСЕГДА:

- Нацелены исключительно на взрослых людей (18+).
- Приглашаем к участию в наших маркетинговых коммуникациях людей (героев рекламных роликов), которые старше 25 лет и выглядят не моложе 25 лет.

Мы выступаем ПРОТИВ:

- Оправдания или поощрения чрезмерного или безответственного потребления.
- Придания умеренному потреблению негативного оттенка.



Брошюра «Политика по маркетинговым коммуникациям»

- Представления алкогольного опьянения как обычного, нормального явления.
- Введения в заблуждение людей относительно крепости либо свойств алкогольных напитков.
- Представления наших продуктов как способа избавления от проблем и психологических барьеров или физических болезней.

Социальная ответственность компании по направлению маркетинга сосредоточена на соответствии принципам ответственного потребления. Хорошо понимая существующую проблему безответственного потребления алкоголя, Carlsberg Ukraine внедрила в свою работу Политику по маркетинговым коммуникациям. Согласно данной политике планируются и реализовываются все рекламные кампании.

- **Умеренное потребление.** Потребление алкоголя только в рамках, рекомендованных организациями по здравоохранению. В частности, 0,5 л пива для мужчин и 0,33 л для женщин в сутки или меньше в зависимости от индивидуальных особенностей каждого человека!
- **Потребление несовершеннолетними.** Мы выступаем против потребления пива людьми, не достигшими 18 лет. Пиво и другие алкогольные напитки предназначены только для взрослых!
- **За рулем.** Мы категорически выступаем против потребления пива и других алкогольных напитков за рулем, и наши коммуникации должны быть нацелены на борьбу с этим!
- **Ответственный маркетинг.** У нас строгие правила относительно рекламирования и продвижения пива!

Результаты за 2012–2013 гг.

Для внедрения Политики по маркетинговым коммуникациям в 2012 году начали проводить специальные онлайн-тренинги. За этот год процентное соотношение сотрудников, имеющих отношение к коммуникациям с

потребителями и прошедших обучение по Политике маркетинговых коммуникаций составило 72 %, в 2013 году этот показатель вырос до 94 %.

Все подрядчики компании, участвующие в разработке рекламных материалов, знакомятся с требованиями Политики по маркетинговым коммуникациям. Кроме того, все контракты, заключенные с такими подрядчиками в обязательном порядке содержат требование о соблюдении Политики по маркетинговым коммуникациям Carlsberg Group.

Все маркетинговые коммуникации и активности компании проходят тщательную проверку на предмет соответствия Политике.

Чтобы понять интересы и поведение аудитории, специалисты компании постоянно анализируют коммуникации в социальных медиа через призму корпоративной социальной ответственности.

«Потребляй ответственно» — ЕВРО инициатива официального спонсора Чемпионата

В 2012 году Украина впервые принимала чемпионат Европы по футболу.

В 2012 году процентное соотношение сотрудников, имеющих отношение к коммуникациям с потребителями и прошедших обучение по Политике маркетинговых коммуникаций составило 72 %, в 2013 году этот показатель вырос до 94 %.



Фан-зона УЕФА ЕВРО 2012 в г. Харьков



Пивные стаканчики Carlsberg с надписью «Enjoy Responsibly»



Светлана Веселовская,
Вице-президент по коммуникациям:

«Мы хотели, чтобы в фан-зонах принимающих городов болельщики наслаждались футболом и пивом, но делали это ответственно и культурно. Для достижения этой цели мы инициировали информационную кампанию, которая охватила всех заинтересованных лиц — продавцов и покупателей пива, украинских и иностранных болельщиков».

Это событие имело огромное политическое, экономическое и, конечно, социальное значение для государства. Учитывая свой опыт, Carlsberg как официальный спонсор осознавал ответственность за культуру потребления пива в фан-зонах и на стадионах Чемпионата. Именно поэтому, как ответственный производитель пива, безалкогольных и слабоалкогольных напитков, Carlsberg Ukraine сосредоточила свои усилия на активностях, способствующих культуре ответственного потребления пива во время УЕФА ЕВРО 2012 ТМ. Программа получила название «Потребляй ответственно» (Drink responsibly).

Результаты программы:

- Около 2000 работников фан-зон и стадионов, а также 150 промоутеров прошли тренинг по этике продажи пива.



- Было роздано 150 000 фирменных браслетов Carlsberg с надписями «Drink Responsibly» в официальных фан-зонах украинских принимающих городов УЕФА ЕВРО 2012 ТМ за все время Чемпионата.

- Предупредительные надписи «Потребляй ответственно» были нанесены на форму более 300 сотрудников компании и на 4 000 000 пластиковых стаканчиков, в которых продавалось официальное пиво Чемпионата — ТМ Carlsberg.
- Напоминание о важности ответственного потребления демонстрировалось на рекламных щитах по периметру футбольного поля стадионов во время матчей.

Подводя итоги, отметим, что социальные инициативы компании стали важной частью спонсорской поддержки Чемпионата Европы по футболу 2012. Благодаря ему мы как компания убедились в необходимости и важности подобных инициатив для Украины, а особенно — во время массовых мероприятий. Ведь развитие культуры потребления — длинный и тернистый путь, на котором необходимо ежедневно делать определенные шаги.

«Балтика 0» за безопасность на дорогах

В 2012-2013 гг. году ТМ «Балтика» провела рекламную кампанию, направленную на развитие культуры вождения на дорогах. Нестандартная наружная реклама, привлекающая внимание автомобилистов, была размещена в крупнейших городах Украины. В рамках кампании на рекламных щитах и троллях ТМ «Балтика № 0 Безалкогольное» напоминала водителям, как важно знать и соблюдать правила дорожного движения и «трезво мыслить» за рулем.

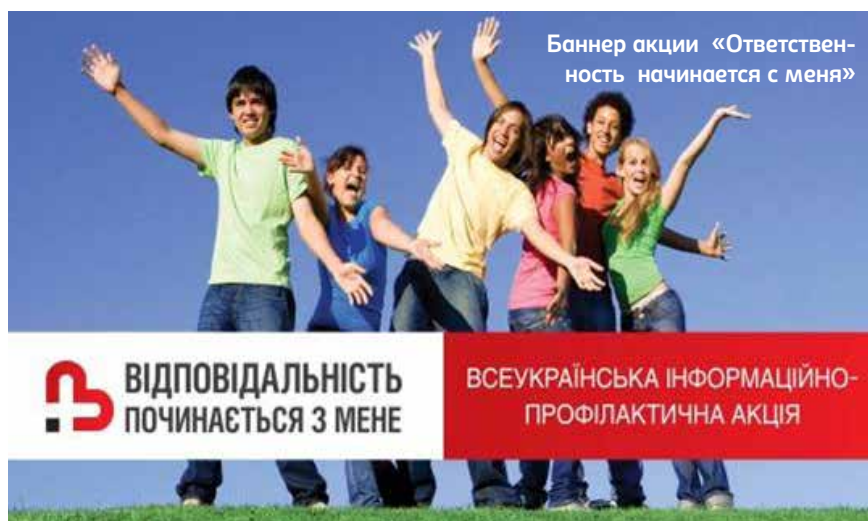
Совместные проекты с ПрАТ «Укрпиво»

В 2012–2013 гг. совместно с Министерством молодежи и спорта и Украинской отраслевой компанией по производству пива, безалкогольных напитков и минеральных вод «Укрпиво» с целью предотвращения продаж алкогольных напитков и пива несовершеннолетним и отмены локальных инициатив местных властей по ограничению торговли пивом реализован проект «Ответственность начинается с меня». Проект направлен на про-

паганду и утверждение здорового образа жизни, формирование социально активного населения, которому не безразлично будущее Украины и своего региона. В реализации целей и задач акции приняли участие АР Крым, 24 области Украины и города Киев и Севастополь.

Результаты проекта «Ответственность начинается с меня»:

- С целью недопущения продажи алкогольных напитков несовершеннолетним и пропаганды социальной ответственности при управлении автомобилем было размещено около 800 билбордов и более 1 000 афиш социальной рекламы: «Я защищаю подростков от алкоголя!», «Я сажусь за руль только трезвым!», «Я не продаю алкоголь несовершеннолетним!».
- Изготовлено и размещено в торговых объектах более 48 тыс. информационных стикеров: «Продают алкоголь несовершеннолетним? Звони!» и «Совершеннолетний? Докажи!»
- С целью оперативного реагирования на нарушения действующего законодательства Украины о продаже алкогольной и табачной продукции в 18 регионах были созданы оперативные «Горячие линии».
- Проведено 3 883 рейдов и проверено 17 373 торговых объектов, которые реализуют алкогольные и табачные изделия, на соблюдение требований законодательства Украины относительно запрета продажи вышеуказанной продукции лицам, не достигшим совершеннолетия.
- Обследовано 2 024 объекта на предмет соответствия наружной рекламы требованиям действующего законодательства.
- Проведено 2 108 мероприятий по благоустройству территорий «Мой город — моя ответственность!».



- С целью пропаганды здорового образа жизни и занятий спортом проводились соревнования по Street Workout, турниры по пауэрлифтингу, 322 флеш-моба за здоровый образ жизни, марафоны (в Черновицкой области к забегу присоединились лучший спортсмен Украины 2006 года Иван Гешко и участник Чемпионата мира по легкой атлетике 2013 года Эмиль Ибрагимов).

В 2013 году по инициативе пивоваренных компаний в эфире популярных украинских телеканалов появились ролики об умеренном и ответственном употреблении алкоголя, запрете употребления пива несовершеннолетними и действующих штрафах за продажу алкоголя лицам младше 18 лет.

С целью популяризации культуры потребления пива в Украине совместно с «Укрпиво» был создан и активно развивается портал независимых новостей на пивную тематику www.beercomments.com.ua, а также реализован проект «Пивной дегустатор». В рамках проекта были организованы мастер-классы по наливу пива, обучение дегустации и ознакомление потребителей с пивной культурой.

В целом, за 2012–2013 гг. Carlsberg Ukraine инвестировала в совместные социальные проекты с «Укрпиво» 1,2 млн грн.

В целом, за 2012–2013 гг. Carlsberg Ukraine инвестировала в совместные социальные проекты с «Укрпиво» 1,2 млн грн.

Цели на 2014–2015 гг.

- ◆ Обеспечить безусловное соблюдение нашей Политики по маркетинговым коммуникациям.
- ◆ Усилить программу по ответственному потреблению пива.
- ◆ Эффективное продолжение сотрудничества Carlsberg Ukraine с «Укрпиво» в рамках проекта «Ответственность начинается с меня».

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД СООБЩЕСТВОМ

Важная часть социальной ответственности Carlsberg Ukraine заключается в проектах, направленных на улучшение взаимоотношений с местными сообществами. Данное направление деятельности компании регламентируется Политикой обязательств перед сообществом.



” Светлана Веселовская,
Вице-президент по коммуникациям:

«Во всех сферах деятельности мы стремимся следовать принципам корпоративной социальной ответственности. Совместно с нашими партнерами мы определяем, разрабатываем и внедряем проекты, которые служат нашим общим интересам и благоприятно воздействуют на окружающую среду и общество».



Брошюра «Политика по обязательствам перед обществом»

Подход Carlsberg Ukraine

Наша компания на протяжении многих лет сотрудничает с местными организациями, опираясь на задачи и потребности общественности в каждом отдельном случае. Так как репутация является одним из пяти основополагающих элементов бизнес-стратегии Carlsberg Ukraine, взаимодействие компании с местными сообществами с каждым годом приобретает все более стратегический характер.

Результаты за 2012–2013 гг.

В 2012–2013 гг. при поддержке Carlsberg Ukraine было реализовано более 50 проектов разного масштаба в сферах защиты окружающей среды, образования, спорта, культуры и благотворительности. Общий объем средств, направленных на социальную сферу, за этот период составляет более 2 миллионов гривен, включая материальные и денежные пожертвования, а также расходы на социальную рекламу.

Отношения с заинтересованными сторонами

Компания приветствует развитие и поддержание отношений с локальными общественными организациями с целью реализации совместных проектов. Среди компаний, с которыми сотрудничает Carlsberg Ukraine: Американская торговая палата в Украине, Европейская бизнес ассоциация, Общество Красного Креста Украины, благотворительная организация «Клуб Львов города Киева», Центр «Развитие корпоративной социальной ответственности» и другие.

Инвестиции в сообщество

Компания не принимает участие и не инвестирует деньги в те

общественные виды деятельности, которые каким-либо образом относятся к вооруженным конфликтам, наркотикам, насильственным и экстремальным видам спорта, политическим партиям. А также очень осторожно относится к тем видам деятельности, которые касаются вождения автомобиля — исключения составляют мероприятия, где проявляет себя безалкогольная продукция компании («Балтика № 0», «Квас Тарас»).

Спонсорство

При выборе направлений для спонсорства компания всегда старается обеспечить их связь с желаемой репутацией, делая акцент на образовательных, научных, музыкальных или спортивных мероприятиях. В 2012–2013 гг. компания поддержала множество таких событий, самым масштабным из которых стал Чемпионат Европы по футболу 2012 года, официальным спонсором которого выступила Carlsberg Group.

Влияние на экономику

Компании, входящие в состав Carlsberg Group, ответственно подходят к вопросу воздействия их деятельности на экономику страны и экономическое развитие местных сообществ. Компания Carlsberg Ukraine в 2012 году признана одним из лучших налогоплательщиков в стране по версии всеукраинского еженедельника «Корреспондент». Всего по итогам 2012–2013 гг. в бюджеты всех уровней было уплачено 2,504 млрд грн. налогов и сборов (с учетом филиалов и представительств по Украине). Отметим также, что Carlsberg Ukraine является одним из лучших работодате-

лей для более чем 1700 сотрудников, занятых в компании.

Помощь детским домам

Carlsberg Ukraine заботится о воспитанниках из таких детских домов Киевской, Запорожской, а также Сумской области, как:

- Вольнянская специальная общеобразовательная школа-интернат для детей-сирот и детей, оставшихся без опеки родителей, Запорожская область.
- Областной дом ребенка, г. Сумы.
- Школа-интернат № 11 для детей с проблемами зрения, г. Киев.

Вольнянской школе-интернату за 2012–2013 гг. компания помогла провести ремонт учебных классов — были отремонтированы стены и окна. Также Carlsberg Ukraine закупила новые гардины, доски, шкафы для учебников и книги для 1-4 классов. Компания помогла обустроить детские спальни и закупить современную технику для обучения детей.



Воспитанники Школы-интерната № 11 для детей с проблемами зрения, г. Киев.

Для **Киевской школы-интерната № 11** в 2013 году Carlsberg Ukraine закупила мебель и инвентарь для классов к новому учебному году — тут появилось 50 современных парт и новые доски для разных форм обучения, способствующие развитию детей. Также был проведен ремонт пищеблока интерната и трех спален.

В октябре 2012 года более 50 сотрудников отдела маркетинга и продаж посетили Интернат № 11 в Киеве с целью провести ремонт помещения. С помощью волонтеров были

поклеены обои в детских спальнях, утеплены окна на зиму в коридорах, спортзале, комнате-студии и игровой, а также убрана территория школы и покрашены стеллажи.

Для **Сумского дома ребенка**, где находятся дети в возрасте до 4,5 лет, на протяжении 2013 года компания закупила витаминные соки, детское питание, одежду, подгузники и другие средства личной гигиены для малышей.

Помимо этого компания регулярно закупает канц. товары, хозяйственные принадлежности и одежду для детей всех подшефных детских домов.

Каждую зиму перед новогодними праздниками сотрудники компании участвуют в благотворительных сборах вещей для передачи детским домам, которым помогает Carlsberg Ukraine. Сотрудники принимают активное участие в таких инициативах и собирают большое количество одежды, игрушек, лекарств, детского питания, канцелярии, предметов личной гигиены и других товаров.

Развитие пивной культуры

Мы постоянно стремимся информировать наших потребителей о культуре потребления пива, его истории и технологии производства, о правильном сочетании пива и еды. С этой целью в 2013 году Carlsberg Ukraine запустила познавательную онлайн-игру «Пивные послы». Приложение помогает в интересной и необычной форме узнать больше о пиве и поделиться своими знаниями с друзьями, коллегами и близкими людьми.

Кроме этого, в 2013 году по инициативе Carlsberg Ukraine прошли образовательные лекции «Пивной сомелье» с привлечением спикеров-экспертов в сфере пива, на которых посетители могли узнать об истории пивоварения, процессе производства и культуре потребления пива. В качестве пивных экспертов на лекциях «Пивной сомелье» выступили такие специалисты в области пивоварения, как Пит Браун, известный английский писатель и журналист, а также специально приглашенный из Германии пивной эксперт компании Warsteiner Group Томас Неснер.



Ирина Кулеша,
Директор Школы-интерната № 11 для детей с проблемами зрения, г. Киев:

«Несмотря на проливной дождь и холодную погоду, атмосфера во время ремонта помещений в интернате была чудесная. Большое спасибо и ребятам и девушкам — все сделали с любовью, с душой и очень профессионально».

Более 2 000 000 гривен составляет общий объем средств, направленных на социальную сферу.

Цели на 2014-2015 гг.

- ◆ Усилить поддержку детских домов.
- ◆ Усилить систему корпоративного управления КСО.
- ◆ Вовлечь стейкхолдеров в создание эффективных совместных инициатив.

Carlsberg
Ukraine