

Пресс-релиз

06.06.2019

На ПМЭФ обсудили роль бизнеса в достижении национальных целей в области общественного здоровья

6 июня, в первый день Петербургского международного экономического форума состоялась дискуссия «Курс на здоровый образ жизни: начало координат на пути к национальным целям» с участием представителей АСИ и компаний-членов Консультативного совета по иностранным инвестициям (КСИИ), в том числе Carlsberg Group. Панелисты обсудили тренды потребительского поведения, участие бизнеса в повестке по формированию здорового образа жизни, лучшие практики и взаимодействие бизнеса и государства в этом направлении. Мероприятие прошло в зоне презентаций ПМЭФ при поддержке ЕУ и КСИИ.

В 2019 году начата реализация национальных проектов, которые задают вектор развития страны и призваны ускорить социально-экономический рост благодаря увеличению инвестиций и производительности труда. На достижение целей по увеличению продолжительности жизни населения направлены национальные проекты «Здравоохранение» и «Демография», частью последнего является федеральный проект «Укрепление общественного здоровья». Особое значение придается реализации программ общественного здоровья по обеспечению безопасных условий труда, борьбе с неинфекционными заболеваниями, популяризации активного долголетия и здорового образа жизни.

Агентство стратегических инициатив (АСИ) принимает участие в реализации национальных проектов через внедрение лучших практик и технологий во всех областях социально-экономического развития. **Александр Пироженко, заместитель генерального директора АСИ**, начиная дискуссию отметил: *«Мы начали и будем продолжать работу по сбору лучших практик российских регионов, муниципалитетов по стимулированию жителей страны к ведению здорового образа жизни. Есть ряд субъектов Российской Федерации, которые уже давно вне зависимости от национальных проектов, национальных целей стали реализовывать программы и решения, которые способствуют здоровому образу жизни. Например, в Пермском крае проведён анализ микро- и макронутриентной обеспеченности жителей. Даны рекомендации для использования продуктов, обогащённых соответствующими макронутриентами. Их добавление в хлеб и молоко, уже давно является международным стандартом, который в России используется впервые.*

Для достижения успеха нужен комплексный подход и совместные действия различных заинтересованных сторон. В этом аспекте сотрудничество бизнеса и государства открывает дополнительные возможности.

«Мы говорим о том, что есть стимулирующие меры, есть меры, которые просвещают людей в том, что полезно и что не полезно для здоровья. И есть ограничивающие меры. Это тот самый болезненный фактор, который волнует корпорации в любой стране. Мы видим, что в последние годы интерес к здоровому образу жизни - это естественный процесс, который необходимо реализовывать вместе. И обществу, и государству, и корпорациям», - продолжил Александр Пироженко.

Андерс Беринг, вице-президент по корпоративным отношениям Carlsberg Group, рассказал о том, как повестка в области общественного здоровья интегрирована в бизнес-стратегию Группы и об инициативах компании по снижению вредного потребления алкоголя, которое определено одной из задач федерального проекта «Укрепление общественного здоровья».

«Две стратегические цели программы устойчивого развития Carlsberg Group связаны с сохранением здоровья и поддержанием благополучия наших сотрудников и потребителей – [НУЛЬ несчастных случаев](#) и [НУЛЬ безответственного потребления](#). Мы стремимся привести наши инициативы в соответствие с национальными целями разных стран, где работает компания, и сотрудничаем с группой международных экспертов, которые помогают в формировании программ по снижению факторов риска, связанных с безответственным потреблением алкоголя», – отметил **Андерс Беринг**.

«Одновременно мы поддерживаем растущий интерес потребителей к здоровому образу жизни и намерены к 2022 обеспечить 100% доступность безалкогольного пива, которое приобретает все большую популярность в разных странах, включая Россию, – продолжил **г-н Беринг**. – Убежден, что бизнес, стремящийся к устойчивому развитию, и государство, заинтересованное в здоровье своих граждан и экономическом росте, идут в одном направлении. Поэтому важно, чтобы формирование мер для достижения национальных целей в сфере общественного здоровья базировалось на принципах «умного регулирования» и диалоге государства с бизнесом. Такой подход принесет наилучшие результаты и для общества, и экономики».

В 2019 году «Балтика», часть Carlsberg Group, расширила количество площадок, производящих безалкогольные сорта пива, с 4 до 6. Суммарные инвестиции в установку двух безалкогольных линий в Ярославле и Новосибирске составили 80 млн рублей.

Алексей Григорьев, глава Московского представительства «МЕТРО АГ», Директор по корпоративной внешней политике «МЕТРО» в России отметил: «Мелкооптовая торговля играет значимую роль как партнер государства по продвижению здорового образа жизни. У МЕТРО есть уникальная возможность привлекать к активной совместной работе как своих поставщиков, так и профессиональных клиентов из малой и средней розничной торговли и гостинично-ресторанного бизнеса. Вместе мы можем задавать высокие стандарты качества, контролировать их соблюдение на всех этапах, продвигать «здоровые» продукты, создавать и популяризировать ЗОЖ-меню и, в целом, обеспечивать доступ потребителей к широкому ассортименту товаров для сбалансированного питания».

Дополнительная информация о работе компании «Балтика», часть Carlsberg Group

По итогам прошлого года в России компания «Балтика», часть Carlsberg Group, заняла более 50% сегмента безалкогольного пива России, развитие которого является стратегически важной бизнес-задачей для компании. В течение последних 10 лет компания инвестировала 1,15 млрд рублей в оборудование и маркетинговую поддержку безалкогольного пива.

Безалкогольное пиво идеально сочетается со здоровым образом жизни. К примеру, бренд «Балтика 0» на протяжении многих лет поддерживает спортивные марафоны в России. Так, в 2018 году безалкогольное пиво компании было представлено на 11 марафонах и 1 велогонке.

Компании Carlsberg Group предпринимают меры, чтобы предотвратить злоупотребление алкоголем, не допустить продажу алкоголя несовершеннолетним и вождение в нетрезвом виде. Всемирный день ответственного потребления пива – это инициатива Carlsberg Group и других глобальных пивоваренных компаний, которая ежегодно проходит в сентябре. Акция носит профилактический характер и призвана объединить участников рынка (пивоваров, представителей торговли, потребителей), чтобы предотвратить продажу алкоголя несовершеннолетним. В 2018 году в России волонтеры проекта, большая часть которых это сотрудники пивоваренных компаний, в том числе «Балтики», проинформировали продавцов более 90 000 точек продаж в 120 городах о законодательстве (какие документы

вправе требовать продавец для подтверждения возраста покупателя, штрафы, предусмотренные за нарушение закона), расклеили наклейки, призывающие проверять возраст покупателей.

Помимо этого «Балтика» активно развивает корпоративные программы, обеспечивающие безопасные условия труда, чтобы снизить число несчетных случаев на рабочем месте и уровень неинфекционных заболеваний. В 2018 году объем инвестиций компании в России на промышленную безопасность и здоровье сотрудников составил более 100 млн рублей. В 2019 году «Балтика» запустила программу для сотрудников «Забота о главном», цель которой обеспечить физическое и ментальное благополучие сотрудников через формирование здоровой и вдохновляющей рабочей среды.

***Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group** — лидер российского рынка пива, один из крупнейших производителей товаров народного потребления России. «Балтике» принадлежат 8 заводов в России, широкий портфель брендов. Компания является значительной частью Carlsberg Group, и ее региона Восточная Европа, к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украина. Пивоваренная компания «Балтика» — ведущий экспортер российского пива: продукция компании представлена в более чем 75 странах мира. Благодаря высокому качеству бренды «Балтики» являются обладателями более 670 российских и международных наград профессиональных и потребительских конкурсов. Узнать больше о компании можно [на сайте](#) или на [официальной странице](#) компании ВКонтакте.*

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Пивоваренная компания «Балтика»

Привалов Евгений

+7-906-226-02-96

www.baltika.ru

baltika_company@baltika.com