

EFES

MOLDOVA

EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY S.A.

Raportul Conducerii 2014

CUPRINS

1. VIZIUNEA. MISIUNEA. VALORILE COMPANIEI	3
2. MESAJUL DIRECTORULUI GENERAL	5
3. ISTORIA ȘI PROFILUL COMPANIEI	6
4. SUMAR 2014	8
5. PREZENTAREA PERFORMANȚELOR COMPANIEI	15
6. GUVERNAREA CORPORATIVĂ	18
7. ACTIVITATEA DE PRODUCERE ȘI COMERCIALĂ.....	21
8. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE.....	23
9. MANAGEMENTUL RISCURILOR	25
10. SUSTENABILITATE ȘI ANGAJAMENT ECOLOGIC	28

1. VIZIUNEA ȘI MISIUNEA

VIZIUNEA:

Să devenim cea mai admirată companie de producere a băuturilor pe piață.

MISIUNEA:

Să aducem oamenii împreună pentru a împărtăși momente frumoase, savurînd responsabil brandurile noastre.

VALORILE NOASTRE:

Pasiune și mândrie: *Ne mândrim cu brandurile și tradițiile noastre; abordăm provocările cu atitudine pozitivă și în spiritul “pot face”.*

Profesionalism: *Apreciem integritatea, transparență și profesionalismul.*

Abordare antreprenorială: *Promovăm abordările progresiste, inovația și perfecționarea continuă.*

Colaborare: *Ne asumăm responsabilitatea deciziilor și împreună înaintăm spre succes.*

Sustenabilitate: *Contribuim la dezvoltarea comunităților și respectăm mediul ambiant.*



2. MESAJUL DIRECTORULUI GENERAL



2014 a fost un an important pentru Republica Moldova, țara a trasat perspective clare de asociere cu UE, prin ratificarea ACFTA, dar și prin obținerea a Regimului de călătorii fără vize în spațiu Shengen. Această Alegere strategică a Guvernului a fost susținută și de către cetățenii Moldovei prin votul acordat partidelor pro-europene la alegerile din 30 noiembrie.

Totodată, 2014 a fost un an dificil sub aspect economic, când Moldova s-a confruntat cu efectele conflictului armat din Ucraina, cu embargoul economic impus de Rusia și cu o scădere a potenței valutei naționale la final de an.

Totuși, aceste evenimente au demonstrat încă o dată necesitatea excelării tuturor producătorilor locali în domeniul calității și conformității, precum și necesitatea imperativă de a păși cu curaj pe piețele europene, pentru găsirea de noi parteneriate și noi piețe de desfacere.

Pentru Efes Moldova anul 2014 a fost un an al lansărilor prin tradiție și inovație.

În 2014 am fost martori al re-brandingului de succes al berii noastre-flagman Chișinău. Acum, cea mai populară bere a moldovenilor, produsă din apă, malț și hamei, la care se adaugă și pasiunea noastră pentru calitate și excelență. Are un aspect și un conținut cu adevărat premium. Vara lui 2014 s-a memorat prin lansarea Chișinău Radler, primul mix de bere și suc natural de lămâie nu doar în Moldova ci și în întreg grupul de berării Efes. Ulterior au urmat Chișinău Brună, Jiguleovskoye Avtorskoe și Herrenhauser – o bere, produsă în conformitate cu Legea Germană a Purității Berii.

2014 a fost și anul în care am dat o luptă decisivă cu zvonurile despre așa-numita bere din praf. Astfel, am declarat Vinătoarea de Fantome, oferind tuturor celor care mai cred în mituri, ocazia să se convingă că berea noastră este produsă exact din ingredientele menționate pe etichete. Compania a anunțat un premiu în valoare de 1 000 000 lei pentru cel care va reuși să demonstreze imposibilul – că noi am produce berea din alte ingrediente decât cele de pe etichete și am deschis larg ușile pentru vizitatori în cadrul programului - Vino să vezi adevărul. Astfel, procesul de producere a fost verificat vara trecută de peste 3000 de vizitatori. Totodată, fabrica a fost vizitată și de renumitul critic de bere Jeff Evans, care a confirmat, că berea noastră este produsă în conformitate cu cele mai înalte standarde europene, din ingrediente naturale.

În 2014 am continuat programul nostru de localizare a producției de orz. Planul nostru de a produce bere din din orz moldovenesc în an. 2017 în exclusivitate devine tot mai realist.

Tot în 2014 am demonstrat încă o dată angajamentul nostru pentru ecologie, punând în funcție propria stație de epurare a apelor tehnice și pluviale, un proiect unic pentru Republica Moldova.

Toate aceste acțiuni, alături de angajamentele noastre ferme față de propriii angajați, comunitate, respectul față de ecologie precum și rolul important în economia națională, constituie o demonstrație clară a responsabilității noastre corporative și a atitudinii corespunzătoare statutului nostru de lider al pieței de băuturi din Moldova.

Gokce Yanasmayan

Director General

3. ISTORIA ȘI PROFILUL COMPANIEI

3.1 Istoria Producției Berii și Date Generale

Începutul producerii berii în orașul Chișinău datează cu anul 1873, când un cetățean neamț cu numele Raaps a pus pe piața orașului prima halba de bere de producție autohtonă.

În anul 1903 a început să funcționeze o Fabrică de bere, în prezent situată în centrul orașului Chișinău pe str. Sfântul Tării nr. 23 cu un fel de manufactură, unde toate lucrările erau efectuate manual. Capacitatea de producere inițială era de 100 mii decalitre (dal) pe an.

În timpul celui de-al II Război Mondial fabrica a fost distrusă completamente cu excepția pivniței. În anul 1945 a fost proiectată o nouă fabrică de bere cu o capacitate de 250 mii dal bere anual, care ulterior a fost modificată, capacitatea fiind sporită până la 640 mii dal anual. După efectuarea a două reconstrucții capacitatea fabricii către anul 1974 a ajuns la 1250 mii dal pe an.

În noiembrie 1974 a fost dată în exploatare actuala fabrică de bere cu capacitatea de 5,1 mln dal bere pe an. În decembrie 1975 a fost dată în exploatare secția de producere a malțului cu o capacitate de 10 mii tone malț pe an.

În anul 1995 Fabrica de Bere din Chișinău a fost reorganizată în societate pe acțiuni, denumită Vitanta-Intravest S.A.

În 2003, Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. devine companie subsidiară a Efes Beverage Group, parte a grupului Anadolu Efes.

Anadolu Efes

Anadolu Efes este o companie care produce și comercializează bere și băuturi non-alcoolice la scară mondială, desfășurându-și activitatea în țări ca: Rusia, Turcia, Ucraina, Asia Centrală și Orientul Mijlociu.

După construcția a două fabrici de bere în Turcia, cu o capacitate de producție de 0,3 mil hl pe an, în scurt timp a devenit lider pe piața locală.

Anadolu Efes își desfășoară operațiunile internaționale prin intermediul companiei Efes Breweries International NV, o companie subsidiară deținută integral în Olanda.

Anadolu Efes este producătorul brandului Efes Pilsener care se găsește în top 10 a brandurilor de bere consumate în Europa. Grupul operează în Rusia, Kazahstan, Ucraina, Moldova și Georgia, ocupând locul 5 în Europa și locul 12 la nivel mondial după volumul de bere produs în cele 16 fabrici de bere și 7 malțerii. În afară de produsele Efes consumate în peste 50 de țări, Grupul produce încă peste 40 de branduri.

Scopul Anadolu Efes este de a deveni cea mai puternică companie de bere din regiunea cuprinsă între oceanul Atlantic și cel Pacific, prin acordul strategic încheiat cu SABMiller, care totodată va consolida și poziția grupului în Rusia și Ucraina, precum și în alte țări din regiune.

3.2 Profilul Efes Moldova

Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. este cel mai mare producător de bere și băuturi slab alcoolice din Republica Moldova. Compania este parte componentă a Efes Beer Group (EBG) din anul 2003.

În anul 2013 Efes Vitanta Moldova Brewery a sărbătorit 10 ani de apartenență la Grupul EBG, ca în 2014 să celebreze 40 de ani de la darea în exploatare a fabricii de bere existente.

Efes Moldova are o capacitate de producție de 150 mil. litri anual. Compania enumără 381 angajați și este prezentă pe întreg teritoriul țării prin intermediul a 15 distribuitori. EVMB este unul dintre cei mai mari contribuabili la bugetul de stat al Republicii Moldova, defalcările la bugetul național în anul 2014 fiind de peste 267 mil. lei.

Portofoliul de branduri al EVMB include mărcile locale **Chișinău** (cu extensiile Blondă, Bruna, Aurie Originală, Draft, Specială Tare, Nefiltrată, Fără alcool), **Festival**, **Kvassica** și mărcile internaționale **Efes**, **Bavaria**, **Miller Genuine Draft**, **Pilsner Urquell**, **Grolsch**, **Старый Мельник**, **Белый Медведь**, **Жигулевское Бочковое**, **Жигулевское Мягкий Хмель** („Жигулевское Авторское”), **V.Kozel** și **Timișoreana**. Începând cu 2014, compania produce și comercializează brandul **Herrenhauser**.



4. SUMAR 2014

4.1 Situația macroeconomică și socială

După creșterea robustă înregistrată în anul 2013, economia Republicii Moldova în 2014 a înregistrat creștere cu un ritm mai descelerat. Rezultatele activității economiei naționale fiind următoarele:

Produsul Intern Brut (PIB) a crescut în anul 2014 în termeni reali cu 4,6% însumând 111 501 mil. lei. Valoarea adăugată brută în sectorul de bunuri s-a majorat în 2014 cu 7,7% care a contribuit la creșterea cu 2% a PIB-ului. În agricultura creșterea a fost de 8,2% cu o contribuție de circa 1% la creșterea PIB.

Cea mai mare contribuție la formarea PIB-ului o au serviciile de circa 60%, sectorului de bunuri și agriculturii revin 26,9% și respectiv 12,8%.

Prețurile de consum (IPC) au crescut moderat, inflația medie anuală fiind de 4,7%, cu evoluția neuniformă a prețurilor pe parcursul anului. Prețurile la produsele alimentare s-au majorat în medie cu 6,5 la sută, la mărfurile nealimentare înregistrând o creștere de 5,5 la sută. Majorarea prețurilor la mărfurile alimentare precum și a celor nealimentare a fost determinată în mare parte de deprecierea monedei naționale.

Leul moldovenesc s-a depreciat esențial, astfel a marcat o devalorizare cu 19,6% în termeni nominali față de USD, precum și de 5,7% față de Euro. Principalii factori care au determinat modificarea cursului de schimb au fost situația economică pe piețele externe, embargoul impus de Federația Rusă precum și dependența majoră de importuri.

În 2014 volumul total al transferurilor bancare de mijloace bănești din străinătate în favoarea persoanelor fizice a constituit 1,612 mil., care reprezintă o creștere nesemnificativă comparativ cu remiterile din anul 2013.

Balanța comercială în anul 2014 a fost negativă exporturile s-au diminuat cu 3,7% și importurile – cu 3,4%. Soldul negativ al balanței comerciale a constituit 2977,5 mil. USD în scădere cu 2,8% față de anul precedent.

Consumul de bunuri și servicii de către gospodăriile populației a sporit cu 2,9% ceea ce a dus la o creștere de 2,4% a consumului final și creșterea PIB-ului cu 2,8%.

Situația demografică. Numărul populației ocupate în Republica Moldova potrivit situației din 2014 a constituit 1153,4 mii locuitori, în scădere cu circa 13% față de aceeași perioadă a anului 2013. În 2014 s-a înregistrat o majorare a numărului nou născuților cu 2,0% iar mortalitatea generală s-a majorat comparativ cu anul trecut cu 3,8%. Pe parcursul anului 2014 și-au schimbat domiciliu permanent 2374 persoane, cele mai populare destinații fiind Rusia și Ucraina.

Veniturile disponibile ale populației în trimestrul III 2014 au constituit 1787,4 lei pe lună, în medie pe o persoană, fiind în creștere cu 1,8% față de aceeași perioadă a anului precedent. În termeni reali veniturile populației au înregistrat o descreștere de 3,1%.

4.2 Realizarile în 2014

Anul 2014 a fost un an al provocărilor în care compania Efes Vitanta Moldova Brewery SA și-a reconfirmat poziția de lider incontestabil pe piață și a rămas una dintre cele mai respectate companii din Republica Moldova, cu cele mai importante evenimente ale anului:

1. Relansarea berii Chisinau:

În luna de aprilie a avut loc relansarea brandului Chisinau. Chisinau renaste în 2014 pentru ca toți prietenii noștri să se poată bucura de gustul unei beri mai bune. Ce e nou în noul Chisinau?:

- Aceleași 3 ingrediente simple - apă, malt, hamei - plus multă pasiune!
- Produsă conform Legii Germane de Puritate a Berii din 1516
- Gust plin, mult mai rafinat și mai aromat
- Plus de prospețime în fiecare sticlă
- Ambalaj mult mai modern

Un produs premium, cu cele mai bune caracteristici, nu poate fi oferit consumatorilor decât într-un ambalaj corespunzător. Noile ambalaje Chisinau au fost îmbunătățite în toate privințele.

Binecunoscutul logo Chisinau a devenit acum mai echilibrat, mai puternic, inspiră stabilitate și încredere, momente dezvăluite de imaginea impunătoare a coroanei aurii. Simbolul coroanei spune de la sine că noul produs știe cine este, știe care-i este trecutul cu care se mândrește.



2.Lansarea produsului nou în familia Chisinău: Radler Natural

O bere speciala răcoritoare cu suc natural de lămaie, cu o savoare și aromă de citrice foarte distinsă – care a fost o senzație pe piață din Republica Moldova. În luna iunie lansat în ambalaj de sticle 0,33 Lt, după un răspuns foarte pozitiv din partea consumatorilor, acesta a fost prezentat și în alt ambalaj doza de 0,5 Lt.



3. Lansarea Chisinău Brună:

Creată din 3 tipuri de hamei și 4 tipuri de malț, Chisinău Brună este o bere cu gust bogat și echilibrat. Această lansare a fost susținută prin: spot TV, gamă completă de POSM și un sales marathon. Iubitorii din Moldova ai acestui tip special de bere au acum garanția că pot bea o bere brună proaspătă!



**LA FEL DE BUNĂ,
DAR**

Brună

3 tipuri de hamei, malț caramel

Chisinău

INIMA MOLDOVEI

4. Lansarea Herrenhauser Premium Pilsener:

O adevarata bere germana. Născută la 1868 în Hanovra. O rețetă simplă, ingrediente naturale și măiestria berarilor germani transmisă din generație în generație: nou lansată în Moldova, această bere germană te invită să savurezi gustul tradiției!.



5. Jiguleovskoe Avtorskoe

In luna august a avut loc lansarea produsului nou Jiguleovskoe Avtorskoe - **GUSTUL LEGENDAR DUPĂ REȚETĂ DE AUTOR.**

Berea "Jiguleovskoe Avtorskoe", produsă conform tradiției berii legendare "Venskoe", are un gust atât de savuros pe care l-ar invidia chiar și Vacano. Această bere este destinată cunoscătorilor adevărați – ea se cere a fi nu doar servită dar și savurată, bucurându-ne de gustul și aroma unică. "Jiguleovskoe Avtorskoe" completează armonios gama "Jiguleovskoe Bocikovoe".

6. Vânzările în comerțul modern au crescut cu 7% în 2014.

Echipa de vânzări a efectuat rebrandingul tuturor rețelelor KA și acum dispunem de peste 200 de locații de plasare suplimentară.

La capitolul "Restaurante, baruri, cafenele" au fost deschise încă 2 pub-uri: Draft Timișoreana și Old Bus Chișinău.

7. Marele Premiu si titlul de Marca Consacrata oferite de către Camera de Comerț și Industrie in colaborare cu AGEPI pentru marcele care au la activ minim cinci premii anterioare.



8. Premiul cea mai bună companie din categoria bunurilor de larg consum oferită de revista economică Business Class.



Inițierea Acordului de Asociere cu UE. Noi urmărim foarte atent parcursul acestui proces, analizând diferite scenarii pentru economia moldovenească. Desigur, suntem încântați de perspectivele macroeconomice pe termen mediu și lung. Un lucru este cert: producătorii locali, inclusiv Efes Moldova, trebuie să se pregătească pentru liberalizare, să fie parte activă a acesteia.

Toate aceste rezultate ne permit să evaluăm cu încredere perspectivele pentru anul 2015. Vom continua să lucrăm cu administrația centrală pentru a crea un cadru de reglementare modern și pro-european în producerea berii. Intenționăm să ne consolidăm poziția înainte de liberalizarea iminentă a pieței, să continuăm să creăm noi soiuri și să menținem calitatea înaltă a produselor de bere existente. Efes Moldova a fost declarată cea mai bună companie din domeniu FMCG din Republica Moldova în anul 2014.

5. PREZENTAREA PERFORMANȚELOR COMPANIEI

5.1 Indicatori cheie

La 17 Martie 2015 compania Efes Vitanta Moldova Brewery a publicat Situațiile financiare pentru 2014. Situațiile financiare au fost auditate de catre auditorul independent PricewaterhouseCoopers, in opinia caruia situațiile financiare prezinta o imagine corecta si fidela a pozitiei financiare a Companiei, precum si a performantelor financiare si fluxului de trezorerie ale Companiei pentru exercitiul financiar incheiat la 31.12.2014, intocmite in corespundere cu Standardele Internationale de Raportare Financiare (IFRS)

Conform situatiilor finanicare pot fi mentionate urmatoarele performante:

- Volumul vinzarilor au totalizat 86.6 mil. Lt in 2014, in scadere cu 5% fata de anul precedent;
- Volumul vinzarilor pe piata locala au scazut cu 9%, mai puțin decât contractarea pietii berii;
- Vinzarile nete au insumat 673.5 mil. MDL, in diminuare cu 1,3%, dar totodata scadzere atestata e mai mica decit scaderea volumului datorita politicii de preț si imbunatarii continue a mixului de produse.
- Profitul operationl (EBIT) a constituit 56.3 mil. MDL in crestere cu 1,8% fata de perioada precedent, marja profitabilitatii la fel fiind in crestere pina la 8,4%.
- Devalorizarea valutei nationale a condus la pierderi din diferente de curs valutar in marime de 6 mil. MDL, insa pierderile au scazut comparative cu anul precedent cu 8 mil. MDL datorita rambursarii creditului in USD catre BERD in anul 2014 a managementul efecient al trezoreriei.
- In rezultat, profitul net al companiei in 2014 a constituit 42.9 mil. MDL, in crestere cu 18% fata de anul 2013, ceea ce reprezinta 26,80 MDL pe actiune.
- Fluxul net de numerar din activitatea operationala a insumat 164.8 mil. MDL in creștere cu 1,2% fata de perioada similara anterioara.
- Suma impozitelor, taxelor si contributiilor achitate in 2014 la bugetul de stat constituie 267.6 mil. MDL, din care accize 158.8 mil. MDL, TVA 73.2 mil MDL, impozit pe venitul intreprinderii 5.8 mil MDL.

Principalii indicatori-cheie 2014

Indicatori	Situația rezultatului global	u.m.	2014	2013	Δ, %
Volum vinzari bere		000 LT	83.827	88.670	-5,5%
Volum vinzari non bere		000 LT	2.805	2.782	0,8%
Vinzari nete		000 MDL	673.537	682.633	-1,3%
Vinzari nete per Lt		MDL	7,8	7,5	4,2%
Profit din exploatare (EBIT)		000 MDL	56.308	55.304	1,8%
Marja profit din exploatare		%	8,4%	8,1%	0,26
Deprecierea si amortizarea		000 MDL	118.767	119.768	-0,8%
Profit net		000 MDL	42.866	36.324	18,0%
Marja profit net		%	6,4%	5,3%	1,04
Flux numerar net din activ. de exploatare		000 MDL	164.839	162.903	1,2%

Indicatori	Situația poziției financiare	u.m.	2014	2013	Δ, %
Numerar și echivalente de numerar		000 MDL	46.503	52.893	-12,1%
Total active		000 MDL	753.120	753.872	-0,1%
Capital propriu		000 MDL	632.179	587.873	7,5%
Total datorii financiare		000 MDL	-	65.948	-100,0%
Investitii capitale		000 MDL	122.658	121.433	1,0%
Numarul de actiuni			1.599.922	1.599.922	0,0%
Rentabilitatea capitalului investit		%	8,90%	9,26%	-0,36
Profit net pe acțiune		MDL	26,8	22,7	18,0%
Nr. Angajatilor la sfirsitul perioadei			373	389	-16

5.2 Evenimente ulterioare perioadei de raportare

Din momentul prezentării raportului financiar pentru 2014, nu au avut loc evenimente importante în activitatea companiei, care ar avea impact asupra situațiilor financiare prezentate, decât doar cele aferente activității normale.

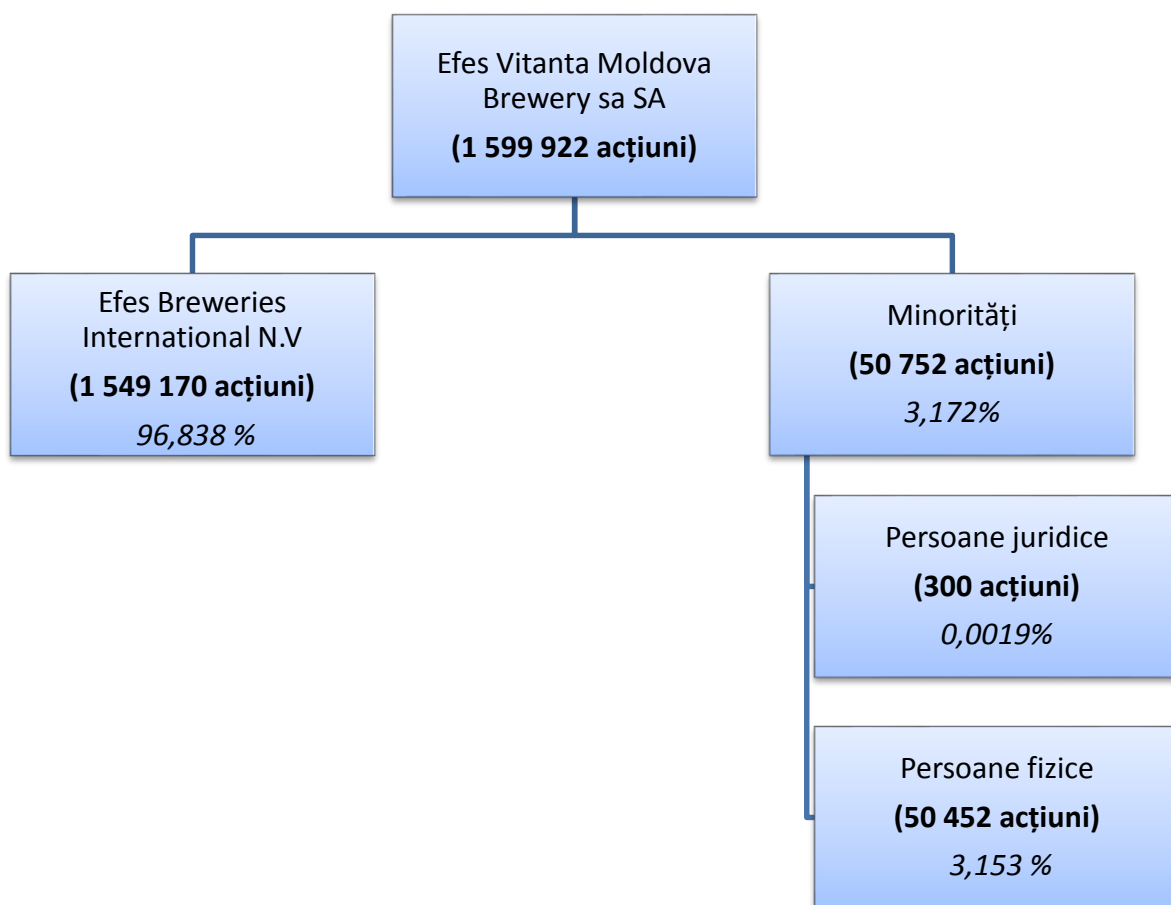
5.3 Informații privind acțiunile proprii și răscumpărarea lor

Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. este cotate la Bursa de Valori din Moldova (MD14VEST1003), în Listing (Nivelul I), fiind unica întreprindere industrială listată în această categorie.

Acțiunile ordinare în număr de 1 599 922 cu valoarea nominală de 25 lei, sunt emise și clasificate drept capital propriu.

Pe parcursul anului 2014 Compania nu a răscumpărat acțiuni proprii.

Structura acționarilor:



6. GUVERNAREA CORPORATIVĂ

6.1 Codul de Guvernare Corporativă al Companiei

La Adunarea Generală a Acționarilor din 30.05.2014, a fost aprobat Codul de Guvernare Corporativă al companiei. Pe parcursul anilor 2013-2014 Codul de Guvernare Corporativă a fost implementat și aplicat în măsură deplină în cadrul Societății, asigurând astfel un instrument în plus în facilitarea exercitării de către acționari a drepturilor sale garantate și protejate de lege și conducerea societății. Prin adoptarea și implementarea Codului de Guvernare Corporativă, conducerea societății și-a reconfirmat obligațiile asumate față de acționari, demonstrând în continuare maximum de transparență în activitatea sa, oferind tuturor asociaților acces la informații depline despre companie și activitatea acesteia, oferind posibilitatea acționarilor controlul și supravegherea exercitării unui management corporativ solid și monitorizarea consiliului societății, menită să sporească valoarea și siguranța investițiilor sale.

6.2 Principiile Guvernării Corporative și Gradul de Conformare

Transparență financiară și decizională – Implementarea Codului Guvernării Corporative a reconfirmat practica anterioară de transparență, legalitate și onestitate în activitatea societății. Consiliul Societății, Organul executiv dar și Comisia de Censori au demonstrat responsabilitatea, calitatea și completitudinea dărilor de seamă, a rezultatelor verificărilor și constatările efectuate de-a lungul anului, toate informațiile fiind dezvăluite public în conformitate cu cerințele actelor normative în vigoare.

Independența – Atât prevederile Legislației, cât și normele stabilite de Codul de Guvernare Corporativă asigură și garantează în continuu o realizare deplină, independentă și responsabilă a atribuțiilor sale de către toate organele de conducere ale societății. Unul dintre principiile fundamentale pe care este întemeiată activitatea companiei, constituie independența organelor componente ale societății, cât și a fiecărui membru în parte, unul față de altul și de organul executiv.

Cooperare eficientă între părțile asociate – este în interesul societății să promoveze o cooperare pe termen lung între părțile asociate (angajații, creditorii, investitorii și furnizorii), care să ducă la crearea de valori. Protejarea drepturilor părților asociate și crearea unor relații cu acestea, care să încurajeze crearea de valori, este în beneficiul societății și a acționarilor. Aceste principii au fost transpuse în Cod și putem să afirmăm cu mândrie că în cadrul activității societății fiecare organ de conducere, cât și fiecare angajat în parte le respectă și le promovează.

Excluderea oricărui conflict de interese – Orice conflict de interese între societate și membrii consiliului societății sau al organului executiv este categoric exclus. Astfel, prin adoptarea și

implementarea Codului de Guvernare Corporativă am reconfirmat prevalarea intereselor societății asupra oricăror interese personale, astfel încât orice acord sau convenție, ce implică careva interese, directe sau indirecte, este exclus, iar respectarea acestui principiu este supravegheată cu strictețe de organele de conducere ale societății.

Eficiența și necesitatea Codului de Guvernare Corporativă – După implimentarea și aplicarea eficientă pe parcursul la aproape 2 ani a Codului de Guvernare Corporativă, constatăm că acesta nu s-a transformat într-un document declarativ, ci a devenit un fundament legal solid, susținut în mod integral de un mecanism de aplicare. Respectarea cerințelor de guvernare corporativă, prevăzute în actele normative în vigoare și prezentul Cod, reprezintă cel mai bun mecanism de protejare a drepturilor acționarilor.

6.3 Sistemele de control intern

În scopul asigurării unui control eficient al activității companiei și diminuării riscurilor, au fost implementate următoarele tipuri de control intern:

- Controlul administrativ intern
- Controlul financiar de gestiune
- Controlul financiar preventiv propriu
- Controlul reciproc exercitat între departamentele entității ca urmare a separării sarcinilor
- Autocontrolul angajaților pentru activitățile pe care le desfășoară;
- Auditul intern;

6.4 Împuternicirile și Drepturile Organelor de Conducere

În activitatea sa, organele de Conducere ale companiei se ghidează de prevederile legislației în vigoare și ale Statutului companiei.

6.5 Componența, modul de funcționare și structura Organelor de conducere

În conformitate cu prevederile legislației în vigoare și ale Statutului Companiei, structura Organelor de Conducere a Companiei este următoarea:

- **Adunarea Generală a Acționarilor** – alcătuită din toți deținătorii de acțiuni al Companiei;
- **Consiliul Societății**, ales de către Adunarea Generala a Acționarilor pentru o perioada de 1 an.

La moment, Consiliul Societății este compus din 6 membri:

Damian Gammell – președinte,

Onur Cevikel – secretar;

Tuğrul Ağırbaş;

Kenan Ozcelik;

Alper Cem Guner;

Yuksel Gokbulut.

- **Organul Executiv al Societății;** Directorul General, ales de către Consiliul Societății.
La moment, funcția de Director General este deținută de către D-l **Gokce Yanasmayan**.
- **Comisia de Cenzori**, formată din 3 membri, care sunt aleși de către Adunarea generală a acționarilor pe o perioadă de 2 ani.

Structura Companiei Ș Compañia este formata din următoarele 7 departamente :

- Departamentul Directorului General (Director: Gokce Yanasmayan);
- Departamentul Financiar (Director: Artur Vîrtosu);
- Departamentul Resurse Umane și Administrație (Director: Oleg Calin);
- Departamentul Tehnic (Director: Halil Ozcelik);
- Departamentul Aprovizionare și Logistică (Director: Alexandru Pasat);
- Departamentul Vânzări (Director: Vasile Roșca);
- Departamentul Marketing (Director: Daniel Bărbulescu);
- Departamentul Afaceri Corporative (Director: Ludmila Andronic);

Fiecare Departament este responsabil pentru domeniul său de activitate.
Directorii Departamentelor se supun Directorului General al Companiei.

7. ACTIVITATEA DE PRODUCERE ȘI COMERCIALĂ

7.1 Activitatea de producere

În anul 2014 am produs 86 449 mii litri de băuturi, dintre care bere 83 651 mii litri, băuturi slab alcoolice 1 961 mii litri și cvas 837 mii litri.

Produsele noastre sunt comercializate pe întreg teritoriul Republicii Moldova prin intermediul a 15 distribuitori, dintre care: 4 distribuitori în regiunea de Nord, 4 distribuitori regiunea Centru, la Sud 6 distribuitori și 1 distribuitor – ne asigură prezența produselor pe teritoriul Transnistriei.

Anul acesta am lansat produse noi:

Produsul nou în familia Chișinău: Radler Natural. O bere speciala răcoritoare cu suc natural de lamaie, cu o savoare și aromă de citrice foarte distinsă – care a fost o senzație pe piața din Republica Moldova. Lansat în ambalaj 0,33 L sticlă în luna iunie, după un răspuns pozitiv din partea consumatorilor, acesta a fost prezentat și în alt ambalaj – CAN 0,5 L. Campania de lansare a fost susținută de materiale promoționale și publicitate TV.

Lansarea Herrenhauser Premium Pilsener

O băutura catifelată cu o aromă bogată și condimentată, produsă în conformitate cu Legea Germană a Purității Berii, din an. 1516.

Producerea berii Herrenhauser, V.Kozel, Timișoreana și Jiguleovskoe a demonstrat că tehnologia și echipa de berari de clasă mondială de la Efes Moldova ne permit să producem în baza licenței orice brand din lume, fiind capabili să facem față cerințelor înalte de calitate și naturalețe.

Pe parcursul 2014 compania a întreprins acțiuni de îmbunătățire a calității proceselor și producției, de creștere a capacității de producere la anumite segmente de producere și de sporire a eficienței și productivității. Investițiile realizate în 2014 au constituit 9,8 mil. USD, dintre care în jur de 20% au fost direcționate în producere, în special pentru creșterea controlului calității și eficienței. Actualmente procesul de fabricare a berii este supus controlului 1500 de parametri ai calității. Acești pași ne-au permis să îmbunătățim calitatea produselor, să creștem capacitățile de producere și să reducem consumul de energie și apă.

7.2 Managementul Calității

Compania EFES Moldova, este lider pe piață în producerea de bere iar produsele slab alcoolice și nealcoolice sunt mereu prezente pe rafturile tuturor punctelor de vânzare. Aceasta se datorează atitudinii companiei îndreptate spre satisfacerea tuturor necesităților consumatorului finit, a unei rețele de distribuție bine organizate și nu în ultimul rând a calității produselor livrate. În scopul

îmbunătățirii permanente compania a implementat și confirmat de mai multe ori următoarele standarde de calitate, care ne permit să menținem la un nivel înalt calitatea produselor noastre:

ISO 9001 – Calitatea sistemelor de management, implementat din anul 2007

ISO 22000 – Sistemul de management al calității produselor alimentare, implementat din 2010

ISO14001 – Sistemul de management al mediului, implementat din 2012

OHSAS18001 – Sănătatea și securitate locurilor de muncă, implementat din 2012

Respectarea și validarea periodică a acestor standarde, ne garantează o activitate operațională foarte calitativă, bine organizată și riguros verificată. În același timp produsul nostru demonstrează că este competitiv la nivel mondial, iar consumatorului îi va fi mereu servită berea de cea mai înaltă calitate, măiestrită de cei mai calificați specialiști la locuri de muncă sigure, cu echipament performant, cu utilizarea materiilor prime de cea mai înaltă calitate și nu în ultimul rând, având o activitate prietenoasă la adresa mediului înconjurător.

8. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

8.1 Informații generale

Pornind de la premisa că resursele umane calificate reprezintă baza succesului pe termen lung, compania are drept scop formarea și susținerea unei echipe de buni profesioniști, ce dispun de înalte principii morale și etice, de aceea este preocupată permanent de formarea profesională, ridicarea calificării angajaților, motivarea, protecția socială și dezvoltarea devotamentului acestora față de valorile corporative ale companiei.

Politica și activitatea în domeniul resurselor umane este strâns corelată cu strategia companiei în ansamblu.

Majorarea numărului de proiecte implementate, îmbunătățirea indicatorilor cantitativi și calitativi, în mare măsură, se datorează echipei de profesioniști care activează în companie, efectivul căreia la finele anului 2014 a constituit 373 persoane.

8.2 Oportunitățile de dezvoltare a Resurselor Umane

Formarea de calitate a resurselor umane este o precondiție a unei performanțe competitive pe piața muncii. O forță de muncă înalt calificată este esențială pentru o companie bazată pe cunoaștere, competitivă și durabilă.

Investiția constantă în individ pe parcursul întregii activități permite crearea/dezvoltarea unor resurse umane performante, de înaltă competență, capabilă să susțină procesul de creștere durabilă a companiei.

Pentru acoperirea necesarului de personal se perfecționează în continuu procesul de angajare, care oferă posibilitatea să fie selectați cei mai buni profesioniști.

Compania oferă teren propice pentru dezvoltarea profesională a angajaților talentați și un mediu sănătos și respectuos de muncă, ceea ce crește considerabil loialitatea angajaților față de companie.

Dezvoltarea talentelor și planificarea succesiunii devine o prioritate majoră pentru companie în 2014. A fost marcată o activitate viguroasă în domeniul managementului talentelor, a planificării continuității, dezvoltarea potențialului și competențelor profesionale în diverse domenii.

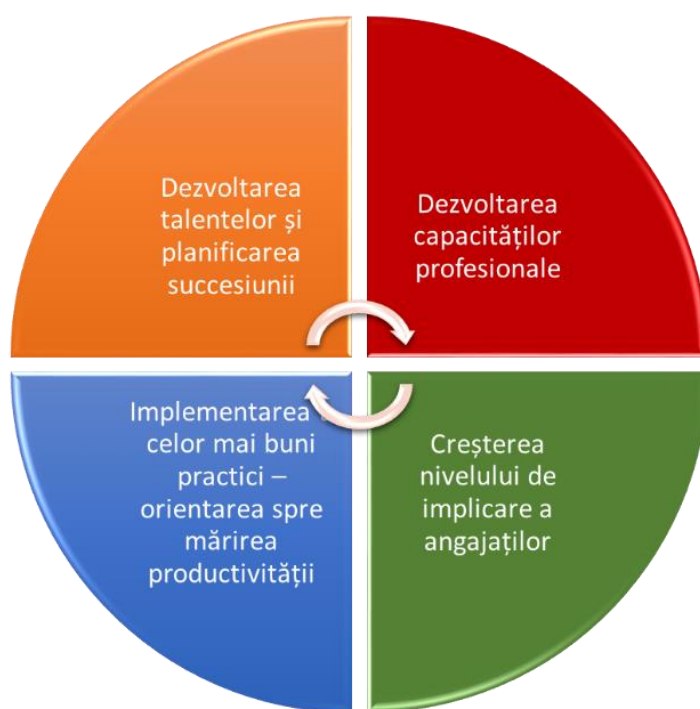
Au fost organizate diferite evenimente, care au adus la creșterea nivelului de dezvoltare a personalului. Evenimentele acestea pot fi categorizate în următoarele sesiuni de formare:

- *Formări pentru îmbunătățirea competențelor*
- *Formări pentru îmbunătățirea abilităților de lider*
- *Proiecte de dezvoltare personală*
- *Activitățile de crearea a echipelor și dezvoltare a culturii corporative.*

În departamentul Vânzări și Marketing au fost petrecute programe de formare internă în vederea creșterii potențialului angajaților în următoarele domenii cheie: managementul categoriilor și marketingul alternativ.

Împreună cu dezvoltarea talentelor existente, compania depune eforturi și în căutarea/selecția altor persoane talentate. Compania a lansat anul acesta o nouă inițiativă în domeniul Responsabilității Sociale Corporative, adresată studenților care-și fac studiile la universitățile din țară. În vizor sunt cei care au rezultate foarte bune la învățătură și își doresc o carieră ascendentă într-o companie de succes.

Pentru a deveni cea mai admirabilă și respectabilă companie și pentru a atinge viziunea strategică a companiei, în 2014 au fost definite 4 domenii de importanță majoră în resurse umane:



9. MANAGEMENTUL RISCURILOR

9.1 Principii generale de management al riscurilor

În activitatea sa compania este supusă unui șir de riscuri, administrarea cărora se consideră parte integrantă a dezvoltării companiei. Conducerea companiei are drept scop gestionarea amenințărilor și fructificarea oportunităților în beneficiul companiei. Echipa de management a abordat un comportament pro-activ, care permite utilizarea managementului preventiv al riscurilor, pentru evitarea pericolelor și diminuarea a manifestărilor deja existente.

Totodată, managementul riscurilor facilitează realizarea eficientă a obiectivelor companiei. Cunoașterea amenințărilor permite o ierarhizare a acestora în funcție de: probabilitatea materializării lor, de amploarea impactului asupra obiectivelor și de costurile pe care le presupun acțiunile menite să reducă șansele de apariție sau să limiteze efectele nedorite.

Totodată, revizuirea periodică a riscurilor, conform standardelor, conduce la realocări de resurse, în concordanță cu modificarea ierarhiilor și implicit a priorităților.

Managementul riscurilor asigură condițiile de bază pentru un control intern sănătos. Prin controlul intern presupunem ansamblul măsurilor stabilite de conducere pentru obținerea asigurării rezonabile că obiectivele stabilite de companie vor fi atinse. Putem afirma că managementul riscurilor este unul dintre mijloacele importante prin care se realizează activitatea continuă și prosperă.

9.2 Riscul operațional

Riscul operațional este riscul cauzat de factorul uman și tehnic, fraude, nefuncționarea sau caracterul inadecvat al proceselor interne și al evenimentelor externe, inclusiv riscul juridic; riscul fraudei, riscul de personal; riscul proceselor interne; riscul sistemelor interne.

Sistemul estimării riscului operațional este parte componentă a procesului administrării riscurilor companiei, iar pentru funcționarea sa, compania efectuează colectarea și analiza datelor referitor la pierderile financiare și materiale pentru direcțiile de activitate de bază. Datele cu privire la pierderile cauzate de riscul operațional sunt aduse în permanență la cunoștința conducerii subdiviziunilor și top-managementului companiei.

Riscul operațional reprezintă un risc complex, estimarea cantitativă a căruia prezintă o anumită dificultate. Compania rezolvă această problemă reieșind din două sarcini ale estimării riscului operațional:

- Estimarea pierderilor neașteptate aferente riscului operațional;
- Formarea bazei de date electronice pentru acumularea datelor statistice privind riscurile operaționale.

Riscul juridic reprezintă o parte componentă a riscului operațional asupra căruia compania atrage o deosebită atenție. Astfel, în continuu sunt implementate un șir de acțiuni menite să prevină și să

minimalizeze riscul juridic printr-un control riguros asupra tuturor modificărilor normative realizate pe plan național și internațional, care ar putea impacta direct sau indirect activitatea companiei, prin consultarea juridică acordată tuturor departamentelor ale companiei, prin examinarea minuțioasă a tuturor acordurilor, contractelor și altor documente juridice, la negocierea și semnarea cărora este implicată compania.

- În cadrul companiei sarcinile de control juridic sunt implementate și realizate în primul rând de către secția juridică, al cărei principala sarcină este prevenirea și combaterea oricăror condiții sau situații ce ar putea afecta activitatea companiei, la fel sunt întreprinse un șir de acțiuni și luate un ansamblu de măsuri, inclusiv pe cale judiciară și cu implicarea autorităților publice, pentru înlăturarea oricăror obstacole în cadrul desfășurării activității legale și eficiente a companiei. Ca urmare, ansamblul de măsuri eficient aplicate și combinate, duc la minimalizarea riscului juridic și confruntarea oricăror provocări survenite.

9.3 Riscul de lichiditate

Riscul de lichiditate presupune riscul pierderilor în rezultatul incapacității companiei de a-și onora obligațiunile la maturitatea lor. Compania monitorizează zilnic indicatorii de lichiditate și infomația privind creanțele clienților.

Procesul de gestionare a riscului lichidității presupune analiza activelor și pasivelor pe maturități, analiza bazei de resurse, analiza indicatorilor de concentrare și stabilitate a resurselor atrase, construirea modelelor stării activelor și pasivelor, a lichidității, efectuarea stress - testelor riscului de lichiditate cu scopul elaborării deciziilor în privința gestionării lichidității curente, a poziției monetare curente, etc.

9.4 Riscul valutar

Riscul valutar este riscul pierderilor potențiale în rezultatul reevaluării conturilor bilanțiere și extrabilanțiere, exprimate în valută străină în legătură cu schimbarea cursului valutar.

Compania efectuează gestiunea riscului valutar prin intermediul poziției valutare deschise. Permanent este efectuată analiza poziției valutare deschise și cu regularitate este evaluată structura activelor și a obligațiunilor pe valute. Indicatorul principal al riscurilor valutare este volumul și structura poziției valutare deschise. Gestiunea curentă a riscului valutar este efectuată zilnic.

9.5 Sistemul de gestionare a riscurilor

Politica de gestiune a riscului stabilește și descrie totalitatea aprecierilor privind apariția riscurilor de pierderi în termenii stabiliți. Zilnic, de către departamentele corespunzătoare este efectuată monitorizarea riscurilor în baza politicii de gestiune a riscurilor, stabilită în companie.

Sistemul de gestiune a riscurilor vizează următoarele tipuri de risc: riscul operațional, riscul de piață, riscul lichidității, riscul ratei dobânzii, riscul valutar și altele.

Controlul riscului reprezintă metode și proceduri utilizate pentru diminuarea pierderilor din cauza factorilor negativi:

- Acceptarea (tolerarea) riscurilor.
- Monitorizarea permanentă a riscurilor.
- Evitarea riscurilor.
- Transferarea (externalizarea) riscurilor.
- Tratarea (atenuarea) riscurilor.
- Instrumente/dispozitive de control intern preventiv.
- Instrumente/dispozitive de control intern cu caracter corectiv.
- Instrumente/dispozitive de control intern detective.

Procesul de gestionare a riscurilor cuprinde următoarele etape:

- Monitorizare și analiză;
- Evaluarea riscurilor;
- Elaborarea metodelor de gestionare a riscului;
- Aplicarea metodelor de gestionare a riscurilor și controlul rezultatelor.

10. SUSTENABILITATE ȘI ANGAJAMENT ECOLOGIC

A fi sustenabili pentru compania Efes Moldova înseamnă a crea o viață mai bună pentru și împreună cu comunitatea în care activăm.

Poziția noastră de lider, atât pe piața berii, cât și pe dimensiunea investițiilor străine în Republica Moldova, ne determină să planificăm și să realizăm operațiunile noastre astfel, încât să asigurăm o creștere sustenabilă a afacerii noastre, dar și să valorificăm toate oportunitățile capabile să atenueze riscurile posibile pentru noi și țară în general din orice domeniu: social, economic sau de mediu.

La baza acțiunilor noastre stă Planul Efes de Impact Pozitiv, dezvoltat de Anadolu Efes. Grație eforturilor pe care le-am depus, Anadolu Efes, a cărui parte este și Efes Moldova, a devenit unica companie de origine turcă listată în Dow Jones Sustainability Index (DJSI) în categoria Piețelor Emergente. Includerea noastră în acest Index reprezintă, de fapt, cea mai mare recunoaștere a eforturilor noastre din domeniul sustenabilității.

Stația de epurare - un proiect ecologic de milioane și o investiție sustenabilă - adevărata mândrie a companiei Efes Moldova este stația de epurare a apei tehnice și pluviale – prima în sectorul privat al Republicii Moldova, construcția și amenajarea căreia a necesitat o investiție de peste 4 milioane USD. Stația a fost construită la inițiativa companiei și este un proiect socio-ecologic exemplar. Grație stației de epurare apa tehnică utilizată este curățată până la parametri sanitari care chiar depășesc normativele standard ale Apă-Canal, astfel, fiind redusă simțitor presiunea asupra rețelelor de canalizare orășenești. Zilnic stația filtrează circa 1600 metri cubi de apă, într-un proces care include curățare aerobă și anaerobă și garantează evacuarea unei ape absolut neutre în sistemul orășenesc. Efes Moldova – partener al Galei Moldova Eco-Energetică

Din 2013 Efes Moldova a devenit partenerul Galei Moldova Eco-Energetică – cel mai important eveniment de susținere a eficienței energetice și a energiilor alternative din Moldova. Utilizarea judicioasă a resurselor, inclusiv a energiei, împreună cu respectul pentru mediu și societate este parte a strategiei corporative de dezvoltare durabilă Efes, care este cunoscut ca un program în susținerea unei vieți mai bune.

Responsabilitatea față de produs

La începutul lui 2014 în capitală au apărut panouri publicitare semnate de compania Efes Moldova, care îndeamnă cetățenii să nu bea la volan. Există mai multe motive care stau la baza acestei acțiuni. În primul rând, comunicarea social responsabilă este parte a filosofiei grupului Efes Beverage Group și o practică pe care o desfășură în toate țările în care este prezentă. Efes Moldova o numește autoreglementare. Publicitatea socială este doar o parte a acesteia. Deja de mult timp, compania plasează benevol pe produsele și publicitatea sa avertismente cu privire la consumul responsabil și consumul destinat în exclusivitate maturilor.

Campania “VINO SĂ AFLI ADEVĂRUL”

“Produsul nostru este onoarea noastră!”, am zis noi și am oferit o oportunitate inimaginabilă tuturor victimelor zvonului precum că berea noastră ar fi produsă din praf, anunțând sezonul “Vînătorii de fantome”. Metafora fantomei nu a fost aleasă întâmplător – ea reprezintă cel mai exact miticul praf de bere, despre care vorbește o mulțime de oameni, dar nimeni nu l-a văzut vreodată.

Toți iubitorii de bere și simplii curioși, cei care, desigur, au mai mult de 18 ani, au fost invitați să vadă cu propriii ochi cum se face berea lor preferată și să învețe adevărul, beneficiind de excursii și degustări gratuite în cadrul programului “Ușilor Deschise”. Concomitent, am pus la bătaie 1 000 000 lei premiu pentru cei care ar fi capabili să demonstreze că Efes Moldova ar produce bere din praf.

Doar pe parcursul verii fabrica a fost vizitată de mai bine de 3000 de oameni, 80% dintre care au părăsit compania fiind convinși că berea noastră este produsă exact și exclusiv din ingredientele care sunt menționate pe etichete. În iulie Efes Moldova a fost vizitată de cel mai renumit expert în ale berii din Europa – Dl. Jeff Evans. Dînsul a făcut o vizită la fabrică, a urmărit procesul de producere și a oferit o lecție publică de degustare a berii. Verdictul a fost unul fără echivoc: Efes Moldova produce o bere de clasă mondială, combinînd tradițiile și tehnologiile moderne, iar unele dintre varietățile noastre de bere ar putea trezi invidia multor berari europeni.

Efes Moldova oferă noi perspective fermierilor moldoveni.

Un alt proiect de proporții implementat de compania Efes Moldova este îndreptat spre agricultură și țintește localizarea producției de orz pentru malțul de bere. Astfel, în foarte scurt timp berea preferată a moldovenilor va fi produsă exclusiv din orz recoltat pe câmpurile moldovenești. Proiectul-pilot lansat de compania Efes Moldova în urmă cu doi ani, este în continuă dezvoltare. După calculele companiei, în cel mult doi ani, Efes va produce bere doar din orz local.

Dacă acum compania folosește orzul local în proporție de 5%, restul fiind importat din Cehia, Slovacia, Germania și Ucraina, în 2015 cantitatea necesară pentru producerea berii va fi acoperită în jur de 20% din producție locală. Totodată, pentru anul 2016 compania prevede să folosească orzul local în proporție de 50%, iar peste 2 ani, în 2017 - 100%.

Managementul ambalajelor - pentru a utiliza cât mai eficient resursele, compania are pus la punct și un sistem de colectare a ambalajului de sticlă, deoarece toată berea produsă de Efes Moldova este ambalată în sticlă reciclabilă, ceea ce reprezintă un caz unic în țara noastră. Vrem să-i îndemnăm pe toți cei, care cumpără berile produse de Efes Moldova, să nu ezite să returneze sticlele la magazine. Este adevărat, deocamdată acest lucru poate fi făcut doar la alimentarele de cartier, deoarece supermarketele încă nu s-au alăturat acestui proces, dar, credem, în cel mai scurt timp vom reuși să le facem parte a inițiativei noastre. Vrem să menționăm că returnarea sticlelor este dublu avantajoasă, deoarece cosumatorii nu doar sunt antrenați într-un important proces cu conotație ecologică, ci și obțin astfel un discount permanent – fiecare sticlă returnată înseamnă 1 leu, ceea ce este egal, practic, cu 10% din costul produselor noastre.

Efes Moldova a susținut editarea primei povești terapeutice antiadicție - cartea „În căutarea fericirii pierdute” a fost editată și urmează să fie tipărită într-un tiraj de 50.000 de exemplare cu sprijinul

companiei Efes Moldova, în cadrul parteneriatului cu Centrul Internațional de Prevenire și Informare în Domeniul Adicțiilor (CIPIDA). Aceasta va fi distribuită gratuit în grădinițe, școli, organizații care asistă copii și tineri, în tabere și în bisericile din Republica Moldova.

Am susținut cu mare bucurie editarea acestei cărți, deoarece se încadrează în spiritul valorilor noastre de responsabilitate corporativă și anume contribuirea la educarea tinerei generații în spiritul abținerii de la practicile nesănătoase, inclusiv consumul de alcool. Efes Moldova s-a exprimat în nenumărate rânduri asupra necesității realizării unor ample programe educaționale în acest sens, realizând unele anterior, cum ar fi programul dedicat liceenilor «Alcoolul nu te face matur». Insistăm ca educația să fie făcută de către profesioniști, nu de amatori, iar proiectul propus de CIPIDA este prețios anume prin implicarea profesioniștilor.

Contacte

Pentru a afla mai multe detalii sau pentru a ne comunica sugestii referitor la Raportul Conducerii 2014 nu ezitați să ne contactați:

Ludmila Andronic

Corporate Affairs Director

EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY SA

167, Uzinelor St, Chisinau, Moldova, MD-2023

T: (+373) 22 88 52 61

F: (+373) 22 42 81 03

M:(+373) 79 70 46 22

e-mail: ludmila.andronic@md.anadoluefes.com

www.berechisinau.md