



EFES
MOLDOVA

RAPORTUL CONDUCERII
— 2018 —



MEREU ÎNTRE PRIETENI





CUPRINS:

MESAJUL DIRECTORULUI GENERAL	2
EVOLUȚIA COMPANIEI DE LA FONDARE PÎNĂ ÎN PREZENT	3
VIZIUNEA, MISIUNEA, SCOPUL ȘI VALORILE COMPANIEI	5
EVENIMENTE MEMORABILE.....	6
INDICATORI FINANCIARI DE PERFORMANȚĂ	11
ACTIVITATEA DE PRODUCERE ȘI COMERCIALĂ.....	12
PERSPECTIVE DE DEZVOLTARE ȘI RISCURI ALE ENTITĂȚII	13
GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ.....	14
MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE	15
RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ ÎN CONTEXTUL SUSTENABILITĂȚII ENTITĂȚII	16



MESAJUL DIRECTORULUI GENERAL

Raportul conducerii pe care îl prezentăm atenției Dumneavoastră este un sumar al realizărilor noastre din anul 2018 și o trecere în revistă a celor mai importante domenii asupra cărora ne focusăm eforturile noastre cotidiene.

Compania Efes Moldova a avut în 2018 motive serioase de celebrare, cele mai importante dintre care au fost: 145 de ani de berărit industrial în Republicii Moldova (iar noi suntem continuatorul istoric al primei berării moldovenești), 45 de ani de activitate a fabricii noastre de pe str. Uzinelor și 15 ani de activitate în componența Anadolu Efes.

Aceste date memorabile au fost sărbătorite în cadrul unui amplu eveniment organizat, pentru prima oară, în premisele fabricii și dedicat re-lansării brandului Chisinau cu o nouă poziționare – “Mereu între prieteni!”

Dar, așa cum festivitățile nu sunt decât o modestă parte a activității noastre, eforturile au fost concentrate pe menținerea și chiar creșterea ușoară a cotei de piață, pe care am realizat-o în a doua jumătate a anului 2018, lansarea de noi produse, care să-și ocupe locul atât pe rafturile magazinelor, cât și în inimile consumatorilor. Și noutățile anului 2018 – Chișinău Brună, Vitanta Aniversară și Kozel Bohaty Khmel – au reușit acest lucru cu brio.

Eforturile noastre manageriale și comerciale s-au materializat prin rezultatele financiare bune, pe care le puteți consulta în

Raportul financiar al Companiei dar și prin menținerea și fortificarea echipei noastre de profesioniști de înaltă calitate.

Deja de trei ani activăm în condițiile unei pieți a berii extrem de competitive, cu concurență dură, atât din partea producătorilor locali, din țările vecine, dar și importante branduri globale. Și totuși, în ciuda acestui fapt, Efes Vitanta Moldova Brewery, la fel ca și brandul nostru de suflet – Chișinău, rămân cele mai populare pe piață, câștigând în fața competiției și acest lucru ne face mândri de noi, de companie și de produsul nostru.

EVOLUȚIA COMPANIEI DE LA FONDARE PÂNĂ ÎN PREZENT



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



Istoria Producerii Berii și Date Generale

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

În timpul celui de-al II Război Mondial fabrica a fost distrusă, cu excepția pivniței. În 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, în 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 mil. 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.

2003

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

În urma încorporării a Efes Moldova în Efes Beverage Group, în perioada anilor 2003-2018 s-au suportat investiții semnificative, de cca 136.1 mil. USD în scopul procurării echipamentului necesar desfășurării activității, dar și pentru promovarea produselor atât pe piața locală cât și pe cea internațională. Astfel într-o ordine cronologică mai jos sunt prezentate cele mai remarcabile evenimente ce au contribuit la plasarea pe primul loc a Efes Moldova în industria de bere pe piața Republicii Moldova:

2004

– procurarea echipamentului pentru fermentarea berii prin instalarea a 4 CCT în valoare de 0.8 mil. USD;

2005

- lansarea primei extensii de brand Chișinău Aurie, o bere blondă și pură cu un gust catifelat și aromă florală obținută din hameiul destinat special pentru acest tip de bere;
- achiziționarea liniei de turnare a berii în sticle, în valoare 3,8 mil. USD, dar și implementarea unui sistem de tratare a apei cu o capacitate de 100 m³/h care a atras costuri în valoare de 0,5 mil. USD;

2006

- s-au procurat două vase cu capacitatea a câte 1 000 hl fiecare pentru filtrarea berei, în valoare de 0,6 mil. USD, s-a procurat linia de turnare a berii în PET (recipiente din plastic) în valoare de 3 mil. USD, în același an are loc achiziția a 5 sisteme de refrigerare cu freon cu o capacitate de 740 kw fiecare, în valoare totală de 1 mil USD;
- lansarea unei noi extensii de brand – Chișinău Draft – segmentul bere la halbă, cu o aromă și un gust catifelat obținut din ingrediente atent selectate;

2007

- lansarea a unei noi extensii de brand – Chișinău Specială Tare, pentru amatorii de bere tare cu un caracter floral condimentat;

- berea Chișinău Blondă a fost desemnată cu medalia de aur pentru calitate la concursul internațional European Beer Star de la Nurenberg, Germania;
- dotarea companiei cu linia de turnare a berii în doze (cutii), aceasta avînd o capacitate de 20 mii doze pe oră, și o valoare de 1,1 mil. USD;
- producerea conform licenței a brand-urilor Efes Pilsner, o bere blondă revigorantă cu un gust fin, echilibrat și Starый Мельник cu extensii: Svetloe, Zolotoe și Klassiceskoe;

2008

- berea Chișinău și-a reconfirmat statutul adevăratei beri a Moldovei și a fost desemnată cu Grand Prix și două Medalii de Aur pentru calitate la concursul internațional de bere, ediția a XI-a, organizată în or. Kiev, Ucraina;
- începe producerea conform licenței a berii Белый Медведь;
- modernizarea secției de fierbere, în urma căreia compania a suportat costuri în valoare de 5.3 mil. USD;
- construcția depozitului pentru producția finită în sumă de 1,5 mil. USD, totodată lucrările au devenit mai puțin complicate în urma procurării paletizatorului și a depaletizatorului în valoare de 1,3 mil. USD;

2009

- lansare noului produs Chișinău Draft Mild;

2010

- berea Chișinău a câștigat Medalia de Aur la Concursul Internațional Monde Selection, Bruxelles 2010;
- implementarea sistemului de epurare a apelor, care a fost un eveniment cu impact pozitiv nu doar asupra entității dar și a societății în ansamblu, investiția a fost în valoare de 3,4 mil. USD;

2011

- Efes Moldova își extinde activitatea, odată cu implementarea tehnologiei de producere a cvas-ului, ce a costat 0,5 mil. USD;
- reînnoirea sistemului de electricitate pentru reducerea riscului incendiar, în valoare de 0,6 mil USD.

2013

- lansarea produsului Chișinău fără Alcool, un gust excepțional și aromă de malt;
- lansarea Жигулевское Бочковое – o bere proaspătă cu un gust ușor și bine recunoscut. Creată după rețeta clasică în care fiecare ingredient este selectat cu grijă.
- lansarea Timișoreana – berea nr.1 în România, preparată după o rețetă tradițională, cu o limpezime deosebită, o spumă persistentă și gust echilibrat;
- lansarea Velkopopovicky Kozel Svetly este o bere excelentă, ușoară, cu mult hamei. Are un gust ușor amărui, o aromă fină și o culoare frumoasă galben-aurie;
- lansarea Velkopopovicky Kozel Cerny- cea mai populară bere brună din Cehia, produsă după o rețetă specială din 4 tipuri de malț;
- importul Pilsner Urquell, reprezintă punctul de referință, momentul de start al berilor blonde în toata lumea fiind, așa cum îi spune și numele, «berea pilsner de la sursa originală»;
- importul de bere Miller Genuine Draft – o bere aurie, rafinată și revigorantă produsă printr-o metodă unică de filtrare la rece, în 4 etape;
- importul de bere Grolsch – un gust distinct și accentuat de hamei, menținut pe parcursul a aproape patru secole de tradiție în ale berăritului;
- de asemenea importul de bere Bavaria – renumită bere europeană, produsă din ingrediente selectate cu mare grijă de către berarii bavarezi;

2014

- cunoscutul logo Chișinău renaște în 2014 – este mai echilibrat, mai puternic, inspiră stabilitate și încredere: calitățile unui adevărat lider;
- lansarea Chișinău Brună – o bere brună unică cu un gust bogat și catifelat, o combinație echilibrată de mai multe tipuri de malț și hamei care aduc o aromă bogată;
- compania Efes Vitanta a lansat băutura răcoritoare a verii: Chișinău Radler – o băutură gustoasă și răcoritoare, din bere și multă limonadă naturală;

- lansarea Herrenhauser, bere cu textură catifelată cu o aromă bogată și condimentată;
- modernizare în domeniul logisticii prin procurarea sistemului de scanare a butoaielor de bere (keg) în valoare de 0,1 mil. USD;

2015

- lansarea Chisinau Radler Grapefruit, băutura care îmbină savoarea berii cu gustul expresiv, răcoritor, al sucului natural de grapefruit;
- lansarea Chisinau Radler Zero- bere specială cu suc natural de lamâie, fără alcool, un gust mai ușor, uimitor de proaspăt;

2016

- un nou produs Radler Lime și Mentă, o bere specială ce îmbină gustul provocator al sucului de lime verde cu savoarea extractului de mentă;
- lansarea unei categorii absolut nouă pe piața băuturilor alcoolice din Moldova – cidrul de mere și pere GoldLeaf, o băutura slab alcoolică, ușor acidulată, cu gust proaspăt și răcoritor;

2017

- un nou produs Chișinău Red Ale, o nouă bere de origine britanică, prima în categorie în Moldova;
- lansarea în ediție limitată berea V.Kozel Rezany, fiind un amestec de V.Kozel Svetly și Cerny pregătit de berarii din Velke Popovice conform tradiției cehe;
- a fost lansată Oetinger Premium Pils, respectând stilul bavarez de producere a berii, cu gustul echilibrat de malț și hamei și culoarea perfect aurie cu final ușor amăru;
- lansarea a 2 extensii noi conform tendințelor europene: Festival Red Storm, cu un gust clasic dulce acrișor cu arome de merișoare, și Festival Gin Tonic Fusion, care combină perfect gustul clasic de tonic și aromă răcoritoare florală de soc.

2018

- produsul flagman al companiei – Bere Chișinău, împlinește 145 Ani de la fondare. Pentru a celebra această vârstă frumoasă, a fost schimbată poziționarea brand-ului: "Mereu între Prieteni" și design-ul în unul modern și stilat;
- fabrica Vitanta aniversează 45 de ani și cu această ocazie a fost creată o ediție limitată a berii clasice și mult îndrăgită în acea perioadă – Vitanta Aniversară;
- lărgirea gamei Kozel în portofoliul de produse EVMB, cu produsul nou Kozel Bohaty Chmeli. O bere cu gust plin, proaspăt și cu o aromă dublă de hamei.

BEER OPERATIONS

TURKEY



RUSSIA



KAZAKHSTAN



MOLDOVA



GEORGIA



UKRAINE



Anadolu Efes



EFES BEER GROUP AT A GLANCE

- Since 1969
- 15th largest in the World
- 5th largest in Europe
- #1 in our markets
- ~80 Brands, ~300m consumer
- 80+ Export countries
- 9.700+ Employers
- 6 Operation countries: Turkey, Russia, Kazakhstan, Moldova, Georgia, Ukraine
- 21 Breweries: Russia & Ukraine to be optimized
- Turkey, Kazakhstan, Moldova, Georgia (Russia #2)

Anadolu Efes fondată în 1969, 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 mln hl pe an, în scurt timp a devenit lider pe piața locală și în același timp continuând să caute modalități de a-și extinde portofoliul cu produse noi, de calitate, care ar aduce valoare și calitate pe piața berii.

Anadolu Efes își desfășoară operațiunile internaționale prin intermediul companiei

Efes Breweries International NV, care își are sediul în Olanda și o deține integral.

Datorită investițiilor strategice efectuate și a experienței acumulate de-a lungul anilor pe piața din Turcia a devenit posibilă aplicarea acestor cunoștințe și pe piețele cu potențial mare de dezvoltare și creștere economică. Compania mizează atât pe piețele unde populația medie are o vârstă destul de tânără cât și pe consumul scăzut de băuturi slab alcoolice per locuitor ceea ce oferă un avantaj competitiv pentru dezvoltarea afacerii față de piețele care au deja un nivel înalt de saturare și o oportunitate redusă de a genera profituri la un nivel mai sporit.

În același timp pe piețele în care își desfășoară activitatea, compania promovează branduri puternice care au câștigat simpatia și încrederea consumatorilor de-a lungul anilor.

În anul 2012 pentru a-și intensifica prezența pe piețele străine, Anadolu Efes a încheiat un acord strategic cu SABMiller, care i-a permis să devină al 2-lea cel mai mare producător de bere din Rusia. În urma tranzacției istorice privind procurarea SABMiller de către liderul producător de bere AB InBev, acesta a devenit deținător a 24 % acțiuni din Anadolu Efes Group.

Anadolu Efes face parte din Anadolu Group și 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 6 în Europa și locul 11 la nivel mondial după volumul de bere produs în cele 15 fabrici de bere și 6 malțerii având circa 8 mii de angajați.

În afară de produsele Efes consumate de circa 300 mil. de consumatori în peste 70 de țări, Grupul produce încă peste 40 de brand-uri. Mai multe detalii despre AnadoluEfes pot fi accesate pe pagina web www.anadoluefes.com.

Profilul Efes Moldova



Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. (în continuare EVMB) 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.

Efes Moldova are o capacitate de producție de 150 milioane litri anual. Numărul mediu al angajaților, în cadrul companiei, constituie 354 de persoane, iar berea noastră este prezentă pe întreg teritoriul țării datorită celor 14 distribuitori. EVMB este unul dintre

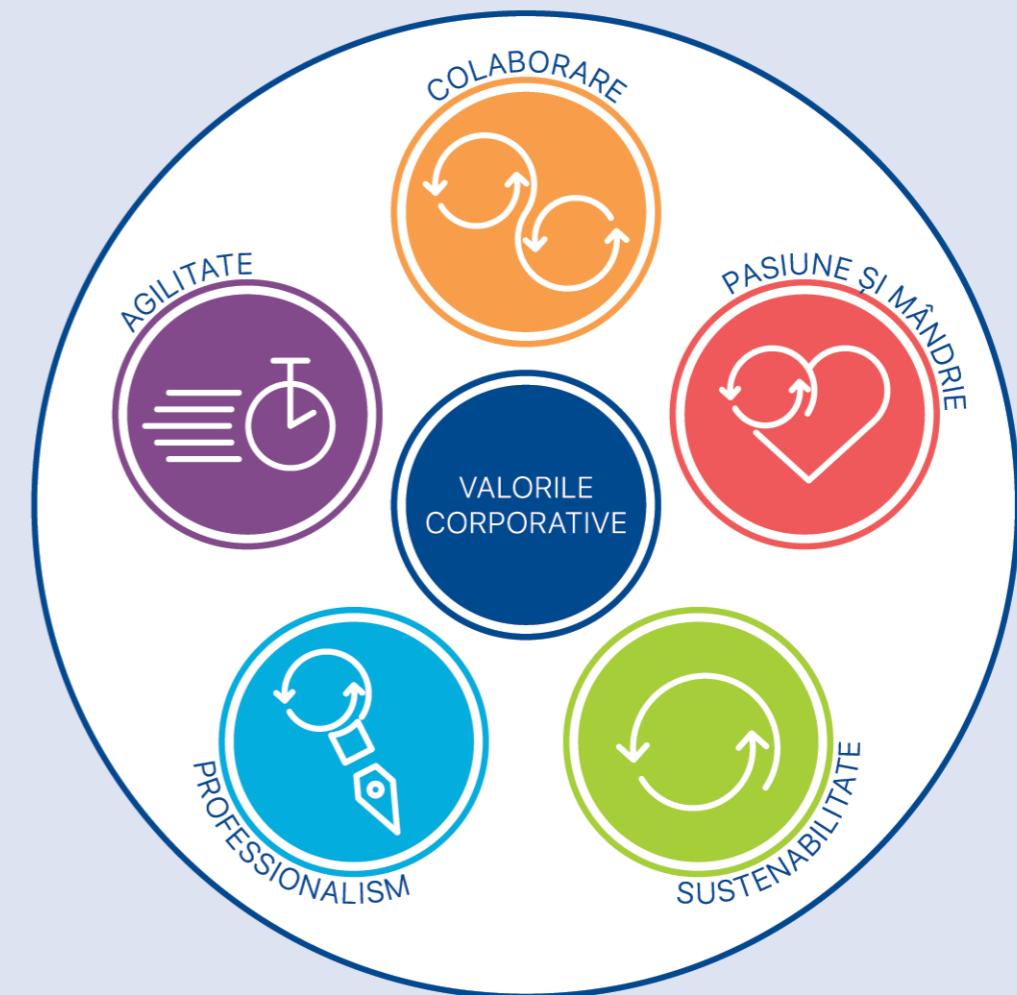
cei mai mari contribuabili la bugetul de stat al Republicii Moldova, defalcările la bugetul național în anul 2018 fiind de peste 288.3 mil. lei.

Portofoliul de branduri al EVMB include mărcile locale de bere: Chișinău (cu extensiile Blondă, Brună Clasică, Draft, Specială Tare, Fără Alcool), Radler (cu extensiile Radler Natural și Radler Zero), Camarad, ediție limitată de bere Vitanta Aniversară, băuturi slab alcoolice Festival, cvas Kvassica, cidrul Goldleaf; și mărcile

internaționale: Timisoreana, V.Kozel, Oettinger, Efes Pilsener, Grolsch, Pilsner Urquell, Bavaria, Jiguleovskoe, Starii Melnik, Belii Medvedi, Corona Hoegaarden, Leffe, Franziskaner.

Compania Efes Moldova deține cel mai mare portofoliu de produse de bere din țară, suntem pionierii în segmente noi- radler și cidru. Rețeaua de distribuție Efes acoperă 100% din teritoriul țării. Fiecare 6 beri din 10 consumate în Moldova sunt produse la uzina.

VALORILE NE UNESC



VIZIUNEA

SĂ DEVENIM CEA MAI ADMIRATĂ COMPANIE DE PRODUCERE A BĂUTURILOR PE PIAȚA REPUBLICII MOLDOVA

MISIUNEA

SĂ ADUCEM OAMENII ÎMPREUNĂ PENTRU A ÎMPĂRTĂȘI MOMENTE FRUMOASE, SAVURÂND RESPONSABIL BRANDURILE NOASTRE

EVENIMENTE MEMORABILE

Cel mai mare festival al anului – Chișinău Summer Fest 2018

Cel mai grandios festival Chișinău Summer Fest, a revenit și în 2018 cu cea de a 2-a ediție. Pe 31 August și 1 Septembrie, în parcul Dendrariu a fost cu adevărat cel mai tare festival din vara aceasta.

Bere Chișinău a invitat toată lumea de pretutindeni să descopere o lume a distracției și buneii dispoziții, cu zone amenajate pe placul fiecăruia și diverse activități pentru toate vârstele.

Ca fiecare vizitator al festivalului să își răcorească oricând spiritul aprins de muzică și dans, au fost puse la rece zeci de tone de diferite beri. Hangiile și Hangițele îi întâmpinau cu cântece și voie bună. În cele 10 zone de bar a fost savurată orice bere care e pe placul fiecăruia, fără să piardă prea mult timp în rânduri. Iar pentru cei care au vrut să afle și mai multe despre produsele din Familia Chișinău, s-au oprit la o degustare ghidată și sigur nu au regretat. Ca zâmbetul să nu dispară nici pe o secundă de pe fața summerfest-erului, zeci de animatori și influencer-i de pe piața autohtonă au avut grijă de ei, să poată gusta nu doar din bere și bucate, dar și din buna dispoziție.



Memorabil!
Așa a fost Chișinău
Summer Fest 2018!

Pentru cei care au dorit să răsfețe gurmandul din ei cu cele mai delicioase bucate din bucătăria noastră tradițională sau cea internațională, au trecut prin Zona Food unde cele 25 de restaurante prezente la eveniment au întins o masă plină cu bunătăți, pentru toate gusturile. Pofa de mâncare a fost potolită printr-o adevărată excursie gastronomică, vizitatorii alintându-și papilele gustative cu sandwich-uri, burghere, crenvurști vienezii savuroși și gogoși. Iar pentru cei care au dorit să se relaxeze la iarbă verde, i-a așteptat o surpriză faină și anume zonele noastre de picnic gata amenajate. Surpriza festivalului din partea Bere Chișinău a fost berea rece nefiltrată, ediție limitată – care a putut fi savurată doar la Summer Fest.

Chișinău Summer Fest a devenit locul fiecăruia de distracție, chiar și pentru familiile care au venit cu cei mici. Pentru copii am amenajat cel mai mare teren de joacă în aer liber, unde cei mici au avut parte de caruseluri, tunuri cu baloane de săpun, jocuri și activități pentru toate vârstele.

În Zona Radler Lounge, summerfest-erii s-au desfășurat simțurile într-o atmosferă relaxantă, pe o adevărată plajă Hawaiană, cu nisip, palmieri și hamace. Bere Chișinău a făcut tot ce le stă în puteri ca să teleporteze imaginar fiecare vizitator în Honolulu, unde să se simtă relaxat ca pe malul oceanului. Șezlonguri, masaj, tatuaj cu henna – toate au oferit o experiență de neuitat în compania unui Radler răcoritor, mereu la îndemână.

La cel mai mare Festival muzical al anului – Chișinău Summer Fest, a pregătit 35 de ore de muzică bună. Pe cele 2 scene din parcul Dendrariu au evoluat cei mai tari artiști ai momentului. Pe 31 august ne-am încântat:

- SunStroke Project
- Zdob si Zdub
- Mot
- Sunnery James & Ryan Marciano
- Maurice West
- Tujamo

Iar în prima zi de toamnă ne-am distrat împreună cu:

- Tharmis
- LUPII (Alex Calancea & Guz)
- Vanotek feat. Lory
- Mahmut Orhan
- Timati
- David Gravel
- Sander van Doorn

Memorabil! Așa a fost Chișinău Summer Fest 2018! Vă mulțumim tuturor pentru energia debordantă și pentru zilele și nopțile de vară petrecute împreună în parcul Dendrariu!

Ne vedem la anul, la următoarea ediție a festivalului Chișinău Summer Fest!





145 Ani cu Bere Chișinău

În primăvară anului 2018, Berea Chișinău (produsul flagman al companiei Efes Vitanța Moldova Brewery) a împlinit frumoasa vârstă de 145 ani, iar 145 nu este doar o cifră – este un rezultat frumos a mai multor generații de berari și simbol al recunoștinței consumatorilor pentru berea ce poartă cu mândrie numele celui mai important oraș al Moldovei, orașul Chișinău. Consumatorii devin tot mai pretențioși și rafinați, iar berea care le-a devenit prietenă trebuie să țină pasul cu ei. Printr-un mix perfect dintre modern și tradițional, Chișinău a venit cu o nouă imagine, care trezește pasiune. Consumatorii decid gustul, ce haină să poarte și ce mesaj să transmită brandul Chișinău. Statutul de cel mai mare brand de bere din Moldova este confirmat și de cifre relevante:

- Cea mai recunoscută bere din Moldova cu 100% notorietate printre cei care au împlinit 18 ani.
- Cea mai consumată bere din țară: fiecare a treia bere consumată în Moldova este Bere Chișinău

Cea mai recomandată bere pentru oaspeții țării: când îți vine un prieten din străinătate cu siguranță îi vei recomanda Berea Chișinău ca fiind adevărata Bere a Moldovei.

- Cu o istorie mai lungă decât cea a vinului – 145 de ani
- Cel mai robust brand în indicatori de performanță: el a demonstrat înțâietate, că poate face față oricărui provocări, situații de criză, momente de ascensiune sau regres.
- Brand cu cea mai mare distribuție-suntem prezenți în fiecare sat, oraș, raion, regiune, 365 zile/an
- Bere Chișinău ne duce faima peste mări și țări. Ea se exportă în Polonia, România, Ucraina, Germania, Italia, Norvegia, Finlanda, Marea Britanie, Albania, Ungaria, Bosnia și Herțegovina.

MEREU ÎNTRE PRIETENI reprezintă noua poziționare a brandului. Cu Berea Chișinău te simți așa cum ești tu însuși atunci când ești cu prietenii.

Odată cu acest mesaj prietenos, Bere Chișinău a venit în primăvara acestui an cu un nou design – modern și stilat. E un mix perfect între tradiția folosită decenii la rând și modernul care vine să satisfacă așteptările consumatorilor Bere Chișinău. Noul font autentic este dezvoltat în întregime în mod manual.

Pentru realizarea acestui design stilat am lucrat cu una dintre cele mai renumite agenții de design din Lume: Brown&Co. Aceeași agenție a dezvoltat designuri pentru branduri de bere globale, cu renume internațional.



Toate astea ar fi în zadar, dacă Berea Chișinău nu ar fi păstrat de-a lungul anilor rețeta clasică de preparare- doar apa din cele mai pure surse de apă arteziană, 2 feluri de malț select și 2 feluri de hamei premial din Germania. Chișinău are o aromă proaspăt plăcută, un gust consistent, dar ușor de consumat.

Noul ambalaj al întregii familii Chișinău dezvăluie în continuare naturalețea ingredientelor stilate în ornament moldovenesc. Ea propune să descoperim tehnologia unică de fierbere, numită Merlin.

Secretul acesteia constă în fierberea lentă, ce asigură păstrarea proprietăților naturale ale malțului, distribuindu-le uniform într-un gust plin și autentic.

Chișinău e ca un prieten ADEVĂRAT, el a fost mereu aici, și la bine și la rău, împreună am facut istoria berii din Moldova, si acolo unde e bere Chisinau – e adevarata prietenie.

Și o prietenie adevărată întotdeauna cere și o bere adevărată, așa cum este Berea Chisinau.

Pentru prima dată în cei 145 ani de istorie, noua bere Chișinau a dat o petrecere de

zile mari chiar în inima uzinei Efes Moldova. Peste 800 de invitați (angajați, distribuitori, parteneri) au avut parte de un show extraordinar în stil warehouse party: zeci de kw de sunet, sute de lumini, mii de sticle de bere și tone de emoții inedite.

Consumatorii de acasă și peste hotare pot servi acum berea preferată cu un aspect îmbunătățit, creat din pasiunea celor 380 angajați ai Berii Chișinău!

Împarte-o cu prietenii adevărați!

Bere Chișinău – Mereu Între Prieteni.

Lansările anului 2018



În 1973, odată cu construcția unei noi fabrici de bere în Chișinău, își ia începutul istoria contemporană a berii moldovenești. Noua fabrică cu echipamente moderne și o capacitate de milioane decaltri pe an, a stat la baza creării companiei Vitanta, devenind în scurt timp Lider al pieței de bere din Moldova.

De atunci multe s-au schimbat. Fabrica a fost reconstruită și totalmente reutilată, si-a schimbat proprietarul, dar tradiția în arta berii și rețetele clasice au fost păstrate cu multă grijă de către maeștrii berari.

Suntem mândri de tradițiile noastre și pentru a celebra cei 45 de ani ai fabricii Vitanta, am creat cu mare drag ediția aniversară a berii Vitanta după o rețetă clasică, îmbogățită cu trei tipuri de hamei și aroma unică de sărbătoare.

Vitanta Aniversara! 45 ani de dedicare și perfecționare în arta berii!

De peste 140 de ani, Kozel i-a unit pe oameni la o bere bună în spiritul celor mai bune tradiții. După un mix echilibrat dulce amărui dintre Blondă și Brună, cei mai experimentați berari cehi prezintă Kozel Bohaty Chmel – berea cu aromă intensă și gust irezistibil de hamei.

Istoria ei pornește tot din Velke Popovice, acolo unde, în ajunul unei sărbători de vară, berarii sătucului au decis să-și bucure oaspeții. Berea creată de ei a fost o bere Kozel cu o bogată aromă de hamei și un gust care i-a încântat pe toți.

Specificul Kozel Bohaty Chmel constă în hameiul suplimentar adăugat în bere atunci când ea este deja fermentată. Berea produsă prin această metodă folosind tehnologia modernă și tradițiile vechi se distinge prin note bogate de hamei, păstrând în același timp toate caracteristicile mărcii Velkopopovický Kozel. Hameiul ceh cu aromă deosebită o transformă într-o bere unică.

Kozel Bohaty Chmel – berea cu aromă intensă și gust irezistibil de hamei

Savoarea, corpolența și plinătatea berii sunt medii, dar în echilibru perfect cu finisajul răcoritor conferit de hamei.

Această bere deosebită poate fi savurată acum și în Moldova fiind disponibilă în toate rețelele de comerț modern, dar și în locații selectate la nivel național.

Kozel Bohaty Chmel este produsă cu atenție și grijă pentru detalii, iar consumatorii o pot savura pentru gustul și aroma de hamei. Este o dovadă a faptului că suntem deschiși să producem bere luând în considerație opiniile consumatorilor noștri.

Ediția limitată a acestui tip de bere îți aduce o porție dublă de hamei pentru plinătatea gustului și aroma intensă, care te va cuceri.

Kozel are de oferit ceva pe gustul fiecăruia: blondă Kozel Světlý cu gust intens de hamei sau Kozel Černý, brună și ușor dulce, mix-ul acestora Kozel Rezany sau mai nou – Bohaty Chmel, cu gust plin, proaspăt și cu aromă dublă de hamei.



Brewery Tour



Brewery Tour a continuat a fi un proiect pe care s-a pus accent în ultimii ani. S-au efectuat excursii la fabrică pentru barmeni și chelneri din localuri selecte, membre ale proiectului CROWN. Am găzduit de asemenea distribuitori și parteneri, noi angajați Efes, clienți ai companiei și consumatorii finali.

Chiar dacă excursiile sunt gratuite, oaspeților li s-au oferit un șir complex de activități: prezentarea produselor în pub-ul improvizat de la parterul companiei, rularea noului film animat despre procesul de producție, ingrediente, generalități din cultura de consum a berii, bucate și ocazii de bere, degustări și tur complet al fabricii pe un itinerar nou.

Prin chestionarea vizitatorilor am concluzionat că aceștia și-au îmbunătățit percepția despre bere și Efes ca companie, iar sugestiile primite au fost luate în considerație pentru anul 2019.

Gradul de satisfacție al oaspeților a ajuns la 100 %, indicator care vrem să-l menținem de acum încolo. Pe durata întregului an au fost organizate 260 excursii la care au participat peste 4 mii de vizitatori.

În continuare o atenție deosebită se acordă și colegilor din departamentul vânzări. Toți agenții noi și existenți, iau cunoștință cu procesul de producere a berii, primesc răspuns la întrebările întâlnite în piață, devin mai pregătiți și livrează răspunsuri complete

și argumentate în dialogurile cu clienții. Pentru asigurarea menținerii calității produselor în piață, se efectuează regulat vizite, unde se verifică igienizarea instalațiilor de turnare, condițiile de păstrare a berii, temperatura berii la turnare, servirea corectă a berii, termenul de valabilitate a stocului de bere, mercantizarea corectă a frigiderilor. În total s-au efectuat peste 8 mii vizite.

Pe parcursul anului 2018 au fost efectuate lucrări de îmbunătățire a proiectului Brewery Tour. În această direcție au fost efectuate lucrări de reparatie a coridoarelor, pereților, secțiilor de producere etc. Acest proces va aduce o plus valoare imaginii companiei noastre pentru toți oaspeții.

Proiectul „Dezvoltarea capabilităților senzoriale”

Proiectul „Dezvoltarea capabilităților senzoriale” se referă la instruirea internă al echipei de degustători, conform sistemului GTS (Global Taste System) – un sistem de evaluare senzorială a berii conform profi- lului stabilit. Un degustator instruit conform acestui sistem are performanta de a aprecia calitatea senzorială a berii și contribuie la monitorizarea profilului organoleptic al asortimentului de bere la fiecare lot. Un proiect important pentru companie, care necesită un efort considerabil din partea angajaților implicați în mai multe etape de instruire cu evaluarea performanțelor la sfârșitul fiecărei etape de instruire.

Instruirea echipei de degustători are 2 etape pentru un anumit nivel de capabilitate de

apreciere organoleptică: nivelul intermediar și avansat.

Nivelul intermediar oferă cunoștințe pentru recunoașterea unui set de 29 arome :11 arome nivel de bază + 18 arome nivel intermediar, după care urmează instruirea degustătorilor de nivelul avansat – în total 50 arome: 29 arome nivel intermediar + 21 arome nivel avansat. Un degustător trebuie să cunoască foarte bine tehnicile de degustare, metodele de evaluare senzorială, să posede abilitățile de descriere al profilului berii, de identificare a aromelor și apreciere a intensității sau concentrației aromelor, să cunoască terminologia sau limbajul comun al berii – Roata aromei și gustului, care include 122 de termeni utilizați de producătorii din întreaga lume

la evaluarea senzorială a berii. Pentru a realiza acest nivel de performanță e nevoie de multă pregătire, cunoștințe privind tehnologia de fabricare a berii și de caracteristicile fiecărui tip de bere.

Au fost instruiți 32 de degustători nivel de bază din diferite departamente:

- Departamentul Operațional – 15;
- Departamentul Marketing – 5;
- Departamentul Resurse Umane – 5;
- Departamentul Vânzări – 4;
- Departamentul Financiar – 2;
- Departamentul General Management – 1.



Evenimente corporative interne



Pe 24 iulie, Efes Moldova a organizat Ziua Familiei, unul din preferatele evenimente corporative interne ale angajaților companiei. Ca și în anii precedenți, Skyland Camping & Resort a fost gazda a circa 600 de oaspeți.

Ziua a fost plină de diverse activități interesante. Pe lângă înotul în piscine, oaspeții au avut posibilitatea să participe la Starturi Vesele, campionatul de fotbal,

tenis de masă și badminton. După ce au făcut poze la Selfy Box, oaspeții își luau imediat fotografiile amuzante ca amintire. Animatorii împreună cu oaspeții mai mici au desenat și s-au antrenat în diverse jocuri special pregătite pentru ei. De asemenea, special pentru ei a fost instalat un tobogan și o trambulină pe teritoriul Skyland. "Laboratorul chimic" a aprins curiozitatea în ochii tuturor copiilor adunați pe scenă. Sărbătoarea a avut loc într-o

atmosferă prietenoasă și caldă, pe fonul muzicii bune.

Proiectul inovativ An Idea, se bucură de un succes remarcabil. Toți angajații sunt invitați să ofere sugestii de îmbunătățire, inovații ce țin de procesele și condițiile de muncă din cadrul companiei. Cele mai bune proiecte ale anului au fost prezentate în cadrul festivalului An-Idea 2018 care a avut loc la 26 Septembrie în sala de conferințe

Autor Idee	Echipe	Membrii echipei	Denumire Proiect	Locul ocupat în cadrul Festivalului
Valeriu Volosciuc	Success	Victor Chisseev, Andrei Ionascu, Valeriu Volosciuc	Mărirea productivității la filler SIDEL	Locul I
Sergiu Gavrilă, Vitalie Moraru	Beer Code	Mihail Butnaru, Sergiu Gavrilă, Lilian Brean, Vitalie Moraru	Motivarea și loializarea consumatorilor finali față de produsele companiei EFES prin aplicație de telefon.	Locul II
Iurie Ceaușu, Victor Dubălaru	Meteor	Melnic Ilie, Nicolae Chiorăscu, Vitalie Istrate, Iurie Ceaușu, Victor Dubălaru	Substituirea sodei caustice solide cu cea lichidă care va alimenta două secții din producere	Locul III

a companiei. Opt echipe și-au prezentat proiectele colegilor și managementului companiei care jurizau proiectele. În finală au ieșit echipele menționate în tabel.

Finaliștii care au ocupat locul I și-au prezentat proiectul la Semifinala și Finala Festivalului An Idea din Istanbul, Turcia.

Sărbătoarea de Revelion reprezintă un eveniment important în cadrul companiei. Anul acesta evenimentul dat a fost cu totul deosebit, având loc chiar în incinta companiei.

Tema principală a evenimentului a fost călătoria prin țările lumii asortată cu gastronomia acestor țări.

Fiecare departament a venit cu un o scenetă, dans, sau urare reprezentând o anumită zonă geografică.

Astfel, departamentul Marketing a reprezentat Africa, Financiar – Moldova, Operațional – Japonia, Vânzările au venit să reprezinte tradiții din Germania, departamentul RU și Administrație – Spania, iar Unitatea Directorului General a încununat petrecerea cu Turcia.

Angajații companii s-au implicat în organizarea acestui eveniment prin participarea sa activă.

Directorii de departamente au fost Moși Crăciunii Evenimentului, care împreună cu Crăciunița, Directorul Afaceri Corporative, le-au urat un An Nou Prosper tuturor angajaților întreprinderii.



INDICATORI FINANCIARI DE PERFORMANȚĂ

Indicatori cheie

Compania Efes Vitanta Moldova Brewery SA a publicat Situațiile financiare pentru perioada de gestiune încheiată la 31 decembrie 2018. Situațiile financiare au fost auditate de către auditorul independent Deloitte & Touche S.R.L., în opinia căruia situațiile financiare prezintă o imagine fidelă a poziției financiare, performanțelor financiare precum și fluxului de trezorerie ale Companiei pentru perioada de gestiune încheiată la 31.12.2018. Situațiile financiare au fost întocmite în corespundere cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS).

Conform situațiilor financiare pentru perioada de gestiune 2018 și comentariile managementului pot fi menționate următoarele performanțe:

Volumul vânzărilor a totalizat 69.8 mil. Lt în 2018, cu o diminuare de 3.6% față de anul precedent, datorită reducerii volumului de export cu 17%.

– Volumul vânzărilor pe piața locală a scăzut cu 3.2%, sau 2.3 mil. Lt, inclusiv bere, cît și produse non-bere, factorul dominant fiind scăderea pieței de bere și competiția agresivă existentă pe piață;

– Veniturile din vânzări au însumat 634,2 mil. MDL, au crescut cu 0,3% față de 2017 ca urmare a îmbunătățirii mixului de produs și creșterii prețurilor ca urmare a inflației;

– Rezultatul din activitatea operațională a constituit 94.7 mil. MDL în creștere cu 11.6% sau cu 9.9 mil. MDL față de perioada precedentă. Marja rezultatului din activitatea operațională în 2018 constituie 15.3%, cu 1,9 pp mai mare față de 2018, majorare condiționată de diminuarea cheltuielilor operaționale.

– Astfel, rezultatul global al perioadei de gestiune în 2018 a constituit 84.4 mil. MDL, în creștere cu 47.1% față de anul 2017, ceea ce reprezintă 54,5 MDL pe acțiune.

– Fluxul de trezorerie net din activitatea operațională a însumat 189,4 mil. MDL în descreștere cu 8.5% față de perioada

similară al anului precedent, datorită diminuării capitalului circulant cu 27,1%.

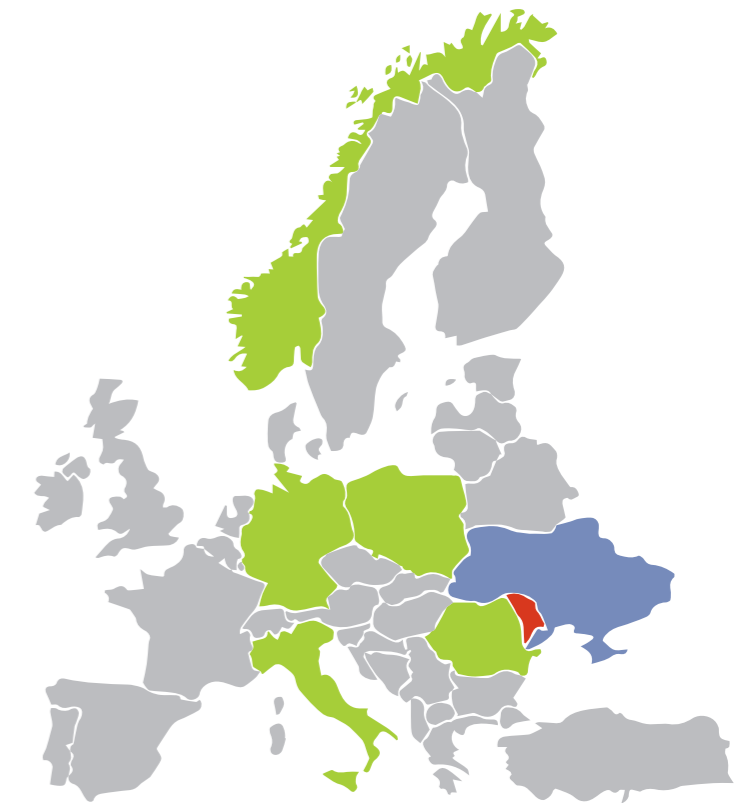
– Mărirea activelor a însumat 572,0 mil. MDL, în descreștere cu 14,0% față de sfârșitul anului precedent, ca urmare a diminuării numerarului și echivalente de numerar cu 59,6%, reprezentînd 77,6 mil. MDL.

– Investițiile capitale au constituit 84,2 mil. MDL în creștere cu 7,6% față de 2017, din care 7,8 mil. MDL investiții în echipamentul tehnic, 35,6 mil. MDL – în instalații frigorifice, mobilier, umbrele și parasolare dislocate în punctele de vânzare.

– Suma impozitelor, taxelor și contribuțiilor achitate în 2018 la bugetul de stat a constituit 288,3 mil. MDL, din care accize 156,8 mil. MDL, TVA 83,3 mil. MDL, impozitul pe venit al entității 11,9 mil. MDL. Taxele și impozitele către bugetul de stat au scăzut față de anul 2017 cu 7,4 mil. MDL.

În anul 2018 volumul exportului s-a diminuat comparativ cu anul precedent cu 365.5 mii litri, acesta fiind un factor cu influență negativă asupra activității entității în ansamblu. Cu toate că volumul exportului s-a diminuat, în 2018 compania a reușit să-și lanseze produsele pe piața Statelor Unite ale Americii.

■ Tranzacții din cadrul Grupului
■ Tranzacții cu terții



Indicatori privind performanța financiară

Tabelul 1

Indicatori	u.m.	2017	2018	Δ	%
Volum vânzări	000 Lt	72,478	69,839	-2639	-3,6%
<i>local</i>	000 Lt	70,276	68,001	-2275	-3,2%
<i>export</i>	000 Lt	2,202	1,838	-364	-16,5%
Venituri din vânzări	000 MDL	632,045	634,215	2,170	0,3%
Venituri din vânzări per Lt	MDL	8,7	9,1	0,4	4,1%
Rezultatul din activitatea operațională	000 MDL	84,776	94,743	9,967	11,8%
Marja rezultatului din activitatea operațională	%	13,4%	14,9%	1,5%	11,4%
Deprecierea și amortizarea	000 MDL	97,706	85,962	-11,745	-12,0%
Rezultatul global al perioadei de gestiune	000 MDL	57,367	83,402	26,036	45,4%
Marja rezultatului global al perioadei de gestiune	%	9,1%	13,2%	4,1%	44,9%
Rezultatul global pe acțiune ordinară	MDL	35,9	52,1	16,3	45,4%
Numerar net din activitatea operațională	000 MDL	206,858	189,376	-17,482	-8,5%

Indicatori privind poziția financiară

Tabelul 2

Indicatori	u.m.	2017	2018	Δ	%
Numerar și echivalente de numerar	000 MDL	192,198	128,986	-63,212	-32,9%
Total active	000 MDL	665,498	572,068	-93,430	-14,0%
Investiții capitale	000 MDL	78,306	80,236	1,930	2,5%
Capitalul propriu	000 MDL	570,727	473,123	-97,604	-17,1%
Total datorii financiare	000 MDL	-	-	-	0,0%
Numărul de acțiuni	unit,	1,599,922	1,599,922	0	0,0%
Rentabilitatea activelor	%	8,6%	14,6%	0	69,1%
Nr.angajaților la sfârșitul perioadei	pers,	342	341	-1	-0,3%

Volumul vânzărilor pe segmente de desfacere, mii Lt.

Tabelul 3

Țara	2017	Structura	2018	Structura	Δ
Piața locală	70,276	97%	68,001	97%	-2275
Export	2,202	3%	1,838	3%	-364
România	1,255	57%	882	48%	-373
Belorusia	0	0%	0	0%	0
Ungaria	21,384	1%	0	0%	-21
Ucraina	614	28%	823	45%	209
Turcia	0	0%	0	0%	0
Polonia	71	3%	55	3%	-17
Marea Britanie	58	3%	0	0%	-58
Germania	84	4%	46	3%	-38
Austria	0	0%	0	0%	0
Italia	35	2%	18	1%	-17
Norvegia	9	0%	9	1%	0
Albania	6	0%	0	0%	-6
Finlanda	6	0%	0	0%	-6
Statele Unite ale Americii	0	0%	5	0%	5
Franța	0	0%	0	0%	0
Bosnia	19	1%	0	0%	-19
China	22	1%	0	0%	-22
Total	72,478	100%	69,839	100%	-2639

ACTIVITATEA DE PRODUCERE ȘI COMERCIALĂ

Producerea berii constă din patru subdiviziuni. Depozitul de malț, fierberea, fermentarea și filtrarea berii.

Secția de fierbere poate fi numită pe bună dreptate inima fabricii de bere. Anume aici se pun bazele viitoarei beri și datorită specialiștilor noștri foarte bine pregătiți reușim să facem față tuturor cerințelor mereu în creștere care sunt puse în fața noastră. Fermentarea este procesul care modelează berea și necesită o muncă asiduă din partea celor implicați în acest proces. Filtrarea berii este ultimul proces din acest lanț și aici se depun eforturi mari în vederea realizării sarcinilor trasate.

Pe parcursul anului 2018 angajații secției producere bere au muncit mult și am obținut rezultate îmbucurătoare. Pe lângă multe altele în fața noastră a fost pusă acut problema reducerii pierderilor în extract pe parcursul întregului proces de producere. Pentru aceasta au fost implementate un șir de măsuri. Printre acestea putem menționa optimizarea procesului de transportare a malțului începând cu descărcarea vagoanelor și terminând cu transferul malțului la fierbere, am purces la utilizarea deșeurilor grosiere de malț în procesul de fierbere, și dacă anterior astfel de deșeuri se colectau doar la linia a doua de fierbere, apoi acum, drept rezultat al modernizării mașinii de curățare a malțului predat la măcinare, se colectează și se utilizează deșeurile grosiere obținute și la linia de fierbere numărul unu.



În anul 2018 am reușit să reducem pierderile în extract per ansamblu cu 0,3%, având și rezultate excepționale în privința asigurării calității produselor noastre.

La fermentare a fost optimizat procesul de evacuare a trubului în faza inițială de fermentare, a fost implementat procesul de dislocuire a berii în procesul de transferare la filtrare cu apă dezaerată și a fost instituit un control riguros al procesului de colectare a drojdiilor pentru reciclare sau nimicire a acestora înainte de a fi trecute în rețeaua de canalizare.

La filtrare de asemenea a fost implementat procesul de dislocuire a berii cu apă dezaerată atât a celei primite de la fermentare cât și a celei trecute la liniile de îmbuteliere. În afară de aceasta au fost ajustate dispozitivele de despumare a berii

pe traseele spre liniile de îmbuteliere în vederea excluderii pierderilor de bere în aceste procese.

În felul acesta în anul 2018 am reușit să reducem pierderile în extract per ansamblu cu 0,3%, având și rezultate excepționale în privința asigurării calității produselor noastre.

Secția de Îmbuteliere este o verigă a Lanțului Operațional (Supply Chain Department) cu cel mai mare colectiv. Rolul Secției de Îmbuteliere este de a asigura îmbutelierea berii produse în Secția de Producere. Un lucru important de

menționat este faptul că dacă în procesul de producere a berii este nevoie de timp îndelungat pentru ca să decurgă normal procesul de fierbere a mustului, fermentare și filtrare a berii, atunci în procesul de îmbuteliere berea trebuie să fie îmbuteliată, pasteurizată, etichetată, ambalată și transmisă în depozitul companiei cu o atenție sporită și într-o atmosfera de campionat FORMULA 1. Mai succint vorbind, dacă pentru producerea berii este nevoie de săptămâni, atunci pentru îmbuteliere vorbim de minute. Un alt lucru important este faptul că berea proaspătă primită de la filtrare trebuie îmbuteliată cu atenție sporită, fără să fie modificată calitatea

asupra căreia s-a muncit săptămâni întregi în Secția de Producere. Secția de Îmbuteliere are 3 funcții principale: asigurarea cantitativă cu producție finită conform planului de îmbuteliere; asigurarea și controlul indicatorilor de eficiență la etapa de îmbuteliere și asigurarea calității producției finite prin respectarea cerințelor și standardelor de calitate. Ca să fie asigurate lucrurile sus-menționate, pentru echipa de management și pentru echipele de operatori, sunt stabiliți indicatori de performanță la început de an. De regulă, acești indicatori (KPI's) sunt ridicați an de an, așa cum compania noastră se află într-un proces continuu de îmbunătățire și perfecționare. Așa cum compania trebuie să vină în fața consumatorului cu toate tipurile de ambalaje clasice pentru bere, în Secția de Îmbuteliere sunt organizate: îmbutelierea berii la PET, îmbutelierea berii la sticlă, îmbutelierea berii la KEG și îmbutelierea berii la doze. Corespunzător, secția este dotată cu linii tehnologice pentru fiecare tip de ambalaj în parte.

Ca provocări pentru anul acesta putem să menționăm acele lansări de produse noi, care au venit la început de sezon. Vorbim de lansare a Chișinău Nepasteurizată, Chișinău Brună Clasică, Vitanta Aniversară, Kozel Bohaty Chmel, Jiguliovskoe Osoboe. Toate aceste produse noi au necesitat o atenție sporită pentru că dacă pentru produsele care le îmbuteliem de mult timp este deja acumulată destulă experiență, pentru acestea noi experiența se acumulează în proces de la primele îmbuteliere. Plus la toate, îmbutelierea produselor noi pentru lansare s-a făcut de rând cu programul nostru obișnuit de îmbuteliere. Aceasta a

implicat necesitate de mai mult timp pentru supraveghere și verificare a proceselor de către personalul din secție.

Ca realizări, putem să menționăm mai multe lucruri care la nivel de fabrică sunt realizări mici dar cu siguranță toate au venit să îmbunătățească procesul de lucru sau să genereze economii. Pentru anul acesta avem o realizare remarcată ce ține de lucrul liniei PET. Datorită unei mici idei, care a venit de la un grup de operatori, am reușit să creștem productivitatea liniei cu 20 % comparativ cu perioada de până la implementare.

Ideea a fost simplă și nu a necesitat investiții serioase pentru implementare. Este vorba despre o modalitate de a folosi mai multe valve de turnare comparativ cu schema livrată de furnizorul de utilaj. Până la implementare era folosită capacitatea blocului de turnare în proporție de 50%, adică era utilizată fiecare a 2-a valvă. După implementare, prin confecționarea unei noi steluțe de alimentare, putem folosi 75% din capacitatea blocului de turnare. Din momentul când a apărut ideea, am susținut-o și am acordat suportul necesar ca aceasta să fie implementată cât mai rapid. Datorită implementării proiectului dat, am reușit să facem față necesităților de vânzare, care pentru luna august au fost în creștere, dacă ne referim la îmbutelierea PET, și dacă ne referim la lunile iulie, august comparativ cu anul trecut. În afară de beneficiile financiare, trebuie să menționez că acest proiect implementat poate să vină ca un imbold pentru apariția altor idei și proiecte care, sperăm, să le implementăm anul viitor.



PERSPECTIVE DE DEZVOLTARE ȘI RISCURI ALE ENTITĂȚII



Orice întreprindere matură și conștientă rolul pe care îl joacă în viața angajaților, acționarilor și consumatorilor săi, de poziția pe care o ocupă pe piață, precum și responsabilă față de țara și societatea în care activează, poartă obligația morală și etică de a înțelege, evalua și programa perspectivele sale de dezvoltare pe un termen lung, mediu și scurt, dar și de a înțelege, preveni și de a se pregăti de riscurile cu care se confruntă, sau poate să se confrunte pe viitor.

O funcție deosebit de importantă pe care o realizează administrația companiei Efes, constituie – gestiunea riscurilor.

Gestiunea riscurilor înglobează în sine un proces complex de dezvoltare și

implementare a unui sistem solid de administrare a riscurilor, care să asigure identificarea, evaluarea, monitorizarea, controlul sau diminuarea și raportarea acestora.

Riscul reprezintă posibilitatea de nerealizare a câștigului scontat sau de apariție a unei pierderi în tranzacțiile economice și în activitățile operaționale, ca urmare a producerii unor evenimente sau fenomene cu impact asupra activităților desfășurate în cadrul companiei.

Cadrul de administrare a riscurilor include reglementări interne, limite și controale care asigură identificarea, evaluarea, monitorizarea/controlul și raportarea

riscurilor aferente activităților companiei.

Administrarea riscurilor se efectuează permanent și presupune următoarele etape de bază:

- Identificarea;
- Evaluarea;
- Monitorizarea și controlul;
- Raportarea.

Identificarea și evaluarea riscurilor se realizează pe baza analizei factorilor interni și externi care pot afecta negativ sau pot pune în pericol realizarea obiectivelor strategice ale companiei.

Identificarea riscurilor

Identificarea riscurilor implică două componente, respectiv identificarea inițială a riscurilor pe obiective, dar și o activitate de identificare continuă a riscurilor noi, a celor datorate schimbărilor intervenite în companii sau a celor care apar datorită modificării legislației ș.a.

Identificarea riscurilor poate avea loc în rezultatul controalelor efectuate de funcțiile de control, dar și de fiecare angajat din cadrul companiei care gestionează procese.

Identificarea riscurilor nu se limitează la nivelul specialiștilor în domeniul administrării riscurilor sau al funcțiilor de conformitate, de audit, ci ține de fiecare subdiviziune și fiecare angajat al companiei.

Unele riscuri sunt evidente, altele nu pot fi identificate, indiferent de măsurile de precauție luate, până la declanșarea lor și provocarea de pierderi în activitățile respective. Activitatea eficientă a companiei prevede acțiuni în scopul identificării tuturor riscurilor asumate.

Pentru identificarea riscurilor aferente activității sale, compania combină următoarele abordări/metode:

- Autoapreciere – autoevaluarea riscurilor de către persoanele implicate în realizarea obiectivelor/activităților respective, pe nivele ierarhice prin diagnosticarea riscurilor cu care se confruntă zilnic;
- Analiza scenariilor – elaborarea diferitor scenarii de risc;
- Brain-storming – o tehnică de lucru în grup la care participă specialiști din domeniul riscurilor. Aceștia aduc idei în scopul identificării riscurilor urmând ca acestea să fie analizate și selecționate.

Evaluarea riscurilor

Compania realizează o evaluare a riscurilor identificate prin metode de calcul specifice, utilizând indicatori, limite, nivele pentru fiecare tip de risc aparte. Datele colectate sunt introduse în sistem, care face o analiză și structurare a riscurilor identificate.

Evaluarea riscurilor este efectuată la nivel local, de către Companie, precum și la nivel de HQ, unde riscurile de la toate operațiunile, din toate țările sunt sintetizate, analizate și evaluate, în final fiind generat și comunicat un raport, prin care toate operațiunile sunt informate despre situația și nivelul riscurilor din fiecare operațiune în parte, fiind prezentată viziunea globală asupra riscurilor cu care

se confruntă toate operațiunile, la nivel mondial.

Monitorizarea și controlul riscurilor

Politica și procedurile implementate pentru un management eficient al riscului au capacitatea de a tempera riscurile inerente modelului de afaceri și activităților desfășurate de companie.

În scopul monitorizării și minimalizării riscurilor, compania a implementat proceduri de supraveghere și aprobare a limitelor de decizie și tranzacționare pe persoană/ subdiviziune/ produs etc. Aceste limite sunt monitorizate în mod permanent – în funcție de specificul și derularea operațiunilor.

Monitorizarea și controlul riscurilor se realizează cu scopul de a transforma incertitudinile într-un avantaj pentru companie, limitând nivelul amenințărilor.

În procesul luării deciziilor compania utilizează următoarele metode de control a riscurilor:

a. Tolerarea riscurilor

Riscurile pot fi acceptate fără să fie necesară luarea vreunei măsuri. În cazul unor riscuri, chiar dacă cu greu sunt tolerate, nu întotdeauna avem posibilitatea să acționăm datorită, spre exemplu, costului măsurilor respective, care pot să fie disproporționate. Opțiunea aceasta poate fi completată de „un plan pentru situații neprevăzute” care să atenueze posibilul impact care ar putea fi resimțit în situația materializării riscurilor.

b. Tratarea riscurilor

Marea majoritate a riscurilor sunt controlate cu scopul de a fi tratate. Astfel, în timp ce compania își desfășoară activitățile care au generat riscurile, se instalează un instrument de control care menține efectele riscului în limite acceptabile.

În practică, pentru tratarea riscurilor compania utilizează următoarele categorii de instrumente de control:

Instrumente de control preventiv:

- separarea funcțiilor și a obligațiilor pentru a reduce riscul manipulării intenționate, al infrațiunilor sau al erorilor și a spori eficiența controlului asupra tranzacțiilor și operațiunilor companiei;

- stabilirea limitelor în funcție de împuternicirile deținute și condițiile acordării de către conducerea companiei a unei autorizări/aprobări;

Instrumente de control corectiv;

- includerea unor clauze în contract care permit recuperarea pierderilor;
- asigurarea, care facilitează recuperarea financiară a unor sume în cazul materializării unor riscuri;
- planurile pentru situațiile neprevăzute reprezintă un mijloc prin care o companie își planifică și asigură continuitatea în cazuri de criză, pe care nu le poate controla.

Scopul instrumentelor de control corectiv este de a corecta rezultatele nedorite care s-au materializat și reprezintă o modalitate de recuperare a daunelor sau a pierderilor.

c. Transferarea riscurilor

Există riscuri pentru care cea mai bună soluție este transferarea lor. Transferul riscurilor altor contrapărți – acoperirea parțială sau completă a pierderilor parvenite sau care pot parveni în viitor de la factorii negativi din contul contrapărților, ceea ce în majoritatea cazurilor va necesita achitarea primei pentru asigurare. Transferul riscului se efectuează în cadrul asigurării activităților și tranzacțiilor expuse riscului de către părțile terțe, utilizarea instrumentelor derivate, atragerea surselor externe de finanțare a riscurilor.

d. Încetarea activităților

Anumite riscuri pot fi eliminate sau menținute în limite rezonabile numai prin reducerea activităților sau prin desființarea acestora.

e. Micșorarea sau eliminarea riscului

Diminuarea nivelului pierderilor potențiale (așteptate și neașteptate) prin utilizarea instrumentelor speciale de administrare a riscurilor.

Raportarea riscului

Pentru categoriile de riscuri semnificative, compania a stabilit mecanisme de raportare periodică și transparentă, astfel încât organele de conducere și toate unitățile relevante să beneficieze în timp util de rapoarte precise, concise și semnificative care ar permite efectuarea schimbului de informații relevante privind identificarea, evaluarea și monitorizarea riscurilor.

GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

Guvernarea Corporativă al Companiei

Guvernarea corporativă reprezintă un cadru creat din principii, reguli și norme interne, ce asigură administrarea responsabilă, eficientă și transparentă de către organele de conducere ale unei companii, a activității acesteia în interesul stakeholder-ilor săi (acționari, personal, clienți, comunitate). O bună structură a guvernantei corporative înseamnă un sistem eficient de stabilire a obiectivelor, de luare a deciziilor, precum și gestionarea adecvată, prin control și monitorizare continuă, a executării deciziilor luate în scopul atingerii obiectivelor propuse.

O guvernare corporativă sustenabilă a fost și continuă să reprezinte o condiție fundamentală pentru asigurarea stabilității și eficienței ÎM "Efes Vitanta Moldova Brewery" SA.

Compania conștientizează acel grad major de responsabilitate pe care îl are față de acționari, față de membrii organelor de conducere, angajați, clienți și partenerii săi de afaceri, organele de supraveghere și societatea per ansamblu, urmărind în acest sens în permanență formarea și menținerea încrederii în modul de administrare a activității companiei, controlul și reducerea riscurilor, menținerea sporirii constante a indicatorilor financiari.

Codul de Guvernare Corporativă al Companiei

Codul de Guvernare Corporativă al companiei Efes a fost aprobat la Adunarea Generală a Acționarilor din 30.05.2014. Pe parcursul anilor 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.

Principiile Guvernării Corporative și Gradul de Conformare

Integritatea și onestitatea constituie baza unei afaceri durabile, succesului și reputației excelente ale companiei Efes.

Compania Efes depune un mare efort întru respectare legilor și reglementărilor normative aplicabile. În plus, politicile companiei, strategiile și procesele de afaceri sunt elaborate cu atenție, în conformitate cu normele acceptate la nivel internațional, iar administrația companiei asigură ca angajații săi să se conformeze acestora.

După ce a implementat conceptul de guvernare corporativă, compania Efes a dezvoltat structuri și principii care să servească în mod optim intereselor acționarilor săi elaborând și adoptând un "Cod de conduită și etică în afaceri".

Codul de Etică cuprinde un set de norme care se bazează inclusiv și pe principiile guvernantei corporative.

Codul de Etică pune în primul rând accentul pe următoarele principii inerente activității companiei:

- Respectarea drepturilor omului, prevenirea și combaterea discriminării de orice natură și a hărțuirii la locul de muncă.
- Responsabilitatea față de Mediu. Fiecare angajat își asumă responsabilitatea de a reduce semnificativ impactul activității sale asupra mediului prin utilizarea eficientă a resurselor, reducerea deșeurilor și prin manipularea cu atenție a materialelor periculoase.

- Sănătatea și Siguranța Profesională. Scopul nostru comun este de a beneficia de un loc de muncă sigur, sănătos și liber de incidente. Fiecare angajat trebuie să contribuie la aceasta cunoscând și respectând regulile securității în muncă.

- Consumul Responsabil de Alcool. Toți angajații companiei trebuie să susțină consumul responsabil de alcool, să respecte legile și regulamentele privind alcoolul și să nu consume alcool în timpul orelor de muncă sau la volan.

- Bunurile Companiei. Noi suntem cu toții responsabili de protecția bunurilor Companiei și de asigurarea utilizării lor eficiente. Este necesar să utilizăm resursele în mod rezonabil și profesionist și doar în scopul de serviciu.

- Informații Confidențiale și Date Personale. Dezvăluirea neautorizată a informațiilor confidențiale sau a datelor cu caracter personal este interzisă. Toți angajații sunt obligați să protejeze asemenea informații și să le utilizeze doar în scopurile de serviciu.

- Conflicte de Interes. Interesele și relațiile noastre personale nu trebuie să se răsfrângă asupra capacității noastre de a lua decizii în exercitarea atribuțiilor de serviciu. Dacă un membru al familiei sau o rudă apropiată lucrează pentru un client, furnizor sau concurent, angajații trebuie să-l pună la curent cu aceasta pe managerul lor. Un conflict de interese, nu constituie în sine o încălcare a Codului, în schimb nedeazăluirea existenței acestuia – da.

- Anti-Mituire și Anti-Corupție. Compania Efes promovează politica zero toleranță față de mituire și corupție. Darea sau luarea de mită sunt categoric interzise, constituind atât încălcare a Codului de etică, cât și încălcare a Codului Penal. Orice caz de corupție în cadrul companiei trebuie raportat.

- Cadouri, Divertisment și Ospitalitate. Angajații nu trebuie să solicite, să accepte, să ofere cadouri sau semne de ospitalitate, menite să influențeze, să susțină sau să recompenseze conduita nepotrivită. Angajații nu trebuie să solicite sau să ceară orice formă de divertisment sau cadou de la oricare altă persoană sau organizație.

- Contribuții Politice. Propaganda sau activități similare acesteia în limitele Companiei nu sunt permise. Bunurile Companiei nu pot fi utilizate sau alocate pentru activități politice.
- Respectarea Concurenței. Compania Efes deține o cotă semnificativă pe piața berii din Republica Moldova, motiv pentru care toți angajații trebuie să manifeste o atitudine serioasă față de orice activitate ce ar putea duce la încălcare legislației concurenței, inclusiv în ceea ce ține de comunicare internă și externă. Nici o formă de încălcare a legislației concurenței nu este admisă.

Doar prin asigurarea respectării tuturor principiilor expuse mai sus putem obține un înalt grad de încredere din partea acționarilor, partenerilor, clienților și consumatorilor noștri.

Sistemele de control intern

Sistemul de control intern are la bază determinarea și diminuarea sau eliminarea efectelor negative care pot afecta compania în atingerea obiectivelor propuse. Din acest motiv managementul a stabilit politici și proceduri de control intern aliniate la cele mai bune practici internaționale care permit companiei să-și îndeplinească eficient și efectiv activitatea conform legislației în vigoare, politicii și viziunii stabilite în cadrul Grupului. În același timp controlul intern are ca scop menținerea viabilă a activității, credibilității rapoartelor financiare, a reputației, protejarea valorii activelor, asigurarea profitabilității.

Sunt 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.

Gestiunea riscurilor

Gestiunea riscurilor are rolul de a coordona dezvoltarea și implementarea unui sistem solid de administrare a riscurilor, care să asigure identificarea, evaluarea, monitorizarea, controlul sau diminuarea și raportarea acestora.

Riscul reprezintă posibilitatea de nerealizare a câștigului scontat sau de apariție a unei pierderi în tranzacțiile economice, ca urmare a producerii unor evenimente sau fenomene cu impact asupra activităților desfășurate în cadrul companiei.

Cadrul de administrare a riscurilor include reglementari interne, limite și controale care asigură identificarea, evaluarea, monitorizarea/controlul și raportarea riscurilor aferente activităților companiei.

Administrarea riscurilor se efectuează permanent și presupune următoarele etape de bază:

- Identificarea;
- Evaluarea;
- Monitorizarea și controlul;
- Raportarea.

Gestiunea riscurilor constituie un proces continuu, realizat atât la nivelul companiei, cât și la nivelul HQ, unde riscurile de la toate operațiunile naționale sunt atent cercetate, sistematizate și generalizate, elaborându-se în final un sistem global de gestionare a riscurilor, definitivându-se principiile, procedurile și mecanismele de prevenire și minimalizare a riscurilor, care într-un final sunt implementate la nivelul local al companiei.

Componența, modul de funcționare și structura Organelor de conducere

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

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 ale Companiei;
- **Consiliul Societății** este ales de către Adunarea Generală a Acționarilor pentru perioada de 1 an.

La moment, Consiliul Societății este compus din 6 membri:

- John Gavin Hudson – Președintele Consiliului
- Artur Virtosu – Membrul Consiliului
- Tuğrul Ağırbaş – Membrul Consiliului
- Onur Çevikel – Membrul Consiliului
- Çiçek Uşaklıgil Özgüneş – Membrul Consiliului
- Yıldırım Efil – Membrul Consiliului

- **Organul Executiv al Societății;** Directorul General, ales de către Consiliul Societății. La moment, funcția de Director General este deținută de către D-I **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: Compania este formata din următoarele 7 departamente :

- Departamentul Directorului General (Director: Gökçe Yanasmayan);
- Departamentul Financiar (Director: Artur Virtosu);
- Departamentul Resurse Umane și Administrație (Director: Serghei Baziuc);
- Departamentul Operațional (Director: Ruslan Țărnă);
- Departamentul Vânzări (Director: Alexandru Pasat);
- Departamentul Marketing (Director: Valeriu Bălănel);
- Departamentul Afaceri Corporative (Director: Ludmila Andronic);

Fiecare Departament este responsabil pentru domeniul său de activitate.

Directorii Departamentelor se subordonează Directorului General al Companiei.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

În 2018 implicarea angajaților și dezvoltarea capacităților profesionale a constituit o prioritate majoră pentru companie. A fost dezvoltat potențialul și competențele profesionale pe diverse domenii. Proiectul de traininguri interne Academia Efes Moldova, lansat în 2017, a continuat și în 2018. Acest program urmărește recunoașterea valorilor demonstrate de formatorii noștri interni, angajați voluntari care își asumă rolul de a transmite, familiariza colegii cu cunoștințele pe care le au. Echipa de formatori interni au beneficiat de un training "Train to train" la începutul anului, prin intermediul căruia au dobândit, consolidat abilitățile de planificare și desfășurare de traininguri.

Astfel, am încheiat cu succes al doilea an al programului Academiei Efes cu rezultate mult mai bune decât anul precedent. Ca rezultat în 2018, mai mult de 37 traininguri/instruiri interne au fost organizate cu succes de către 20 formatori interni. Au participat 915 de angajați ai companiei, care au totalizat cu 2300 ore de instruire. Printre cele mai interesante și utile traininguri menționăm: Dezvoltarea capacității senzoriale, Valorile companiei, Un brand puternic- o echipă de succes, Producerea brandurilor licențiate, Finance for non-finance, Ghidul utilizării Sap, Public Speaking Tips, etc.

Anul acesta a fost lansată o nouă inițiativă în învățare – proiectul Inspiring Break, unde rolul de formatori interni l-au asumat directorii. Specificul acestor instruirii constă în vizionarea unor filmulețe video Ted Talks, temele discutate fiind utile pentru lideri și nu numai. Sesiunile, de regulă, au loc a treia săptămână a fiecărei luni. Astfel, avem 2 sesiuni desfășurate cu succes și 78 participanți.

În aprilie 2018 a fost lansată o platformă electronică de instruire pentru colegii din vânzări – Sales Academy. 107 colegi au trecut cursurile încărcate pe platformă.

Astfel, am identificat competențe noi bazate pe valorile companiei pentru a asigura eficiența proceselor de lucru: valorile Pasiune și Mândrie au generat tendința spre autodezvoltare, eficiență personală, comunicare deschisă, etc. deoarece abordăm provocările cu atitudine pozitivă și în spiritul "pot face".



Integritatea, transparența și profesionalismul angajatului o tratăm prin valoarea Profesionalism.

Asumarea responsabilității deciziilor și obținerea succesului se datorează valorii Colaborare. Contribuția la dezvoltarea comunităților și respectarea mediului ambiant, cât și îmbunătățirea continuă și inovația ce derivă din valoarea Sustenabilitate.

În 2018 o nouă valoare a luat locul valorii Abordare Antreprenorială. Valoarea se numește Agilitate, semnificând

adaptabilitatea rapidă la schimbarea mediului și acțiunea în spirit proactiv, inovativ și orientat spre viitor pentru realizarea obiectivelor noastre.

Astfel, pentru a consolida tot ce știm despre valori, continuăm să manifestăm recunoștința și prin proiectul "Spune Mulțumesc", care vizează sprijinirea și recunoașterea colegilor care reprezintă valorile corporative ale companiei. Persoanelor care li se arată recunoștința prin prisma valorilor, cât și cele care știu să fie recunoscătoare, sunt menționate semestrial.

Întrucât securitatea și protecția în muncă este o prioritate a companiei, pentru angajații întreprinderii au fost organizate un șir de cursuri de specialitate în domeniu pe parcursul anului, care au fost audiate de 125 persoane, iar numărul total al orelor reprezintă 2846. Printre cele mai utile și interesante traininguri de menționat trainingul Managementul Deșeurilor desfășurat în luna februarie, Primul ajutor pre-medical, SSM pentru conducătorii locurilor de muncă, etc.

Compania încurajează constant și motivează tinerii lideri prin participarea acestora la Programul Young Leadership Program.

La nivel de companie, numărul mediu de programe educaționale/cursuri/trening-uri per angajat în anul 2018, a fost de 23,5 ore. 315 de angajați ai companiei au trecut prin cel puțin un curs în 2018. Numărul total de ore furnizate în 2018 este de 8041 ore. 186 de angajați au trecut prin programe de formare locală, 3 persoane – au trecut instruiți în străinătate.

Anul acesta, în scopul sporirii implicării angajaților, am lansat un proiect nou "Discuții la o bere", care implică întâlniri cu Directorul General într-o atmosferă neformală. Pentru noi, aceasta este o ocazie

unică de a pune întrebări interesante, de a împărtăși idei și sugestii, probleme și experiențe. Întâlnirile au loc în berăria situată la primul etaj al companiei, în grupuri mici a câte 15-16 angajați dintr-un departament.

Sporirea implicării angajaților se face și prin implicarea lor în diferite competiții sportive pe care le desfășurăm atât în cadrul companiei cât și anafara ei. În cadrul companiei desfășurăm Spartachiada de toamnă și primăvară la așa probe cum ar fi sah, dame, tenis de masa badminton, darts, etc Fiecare departament își crează echipa care reprezintă departamentul în cadrul competițiilor. Colegii care au o pregătire mai bună în acest sens, participă la competiții naționale la badminton care au avut loc la începutul anului în cadrul Universității de Medicină. Toți participanții au luat locuri de frunte în categoria B și C.

De asemenea, anul acesta am încurajat participarea colegilor în cadrul Chișinau Maraton 2018. Pentru toți 13 participanți au fost pregătite tricouri cu logoul companiei. Astfel în finală au fost și reprezentanții companiei Efes Moldova.

În octombrie în cadrul Universității de medicină a avut loc Cupa Presei-2018 unde fotbalistii companiei au participat și au ocupat locuri de frunte în competiții.

Pe lângă dezvoltarea angajaților din cadrul companiei, s-a depus efort esențial în cultivarea spiritului corporativ prin atragerea în special a lucrătorilor în așa proiecte cum este "An Idea 2018". Acest gen de proiecte ne ajută să identificăm specialiștii cu potențial. Proiectul "An idea" are drept scop susținerea inovațiilor elaborate de angajații întreprinderii, care au reușit să genereze proiecte fezabile ce aduc beneficii economice esențiale. În cadrul festivalului An Idea 2018 au participat cu proiecte 8 echipe. Locul I a fost acordat unui proiect implementat cu succes, care constă în ridicarea productivității la linia PET 3, pentru a asigura cererea ridicată de producție finită în perioada estivală. Astfel, a fost sporită productivitatea cu 20% compartiv cu valorile obținute până la implementare.

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ ÎN CONTEXTUL SUSTENABILITĂȚII ENTITĂȚII

Pentru Efes Moldova este foarte important să fie nu doar lider incontestabil al pieței autohtone, ci și un model de companie-cetățean, care se manifestă pro-activ în domeniul susținerii proiectelor sociale, precum și în activități legate de conserarea și îmbunătățirea mediului înconjurător.

La nivel de grup, aceste eforturi se încadrează în ceea ce noi numim "Planul de impact pozitiv Efes". Acesta este focusat spre câteva domenii proirotare, cum ar fi Consumul de apă și energie, Managementul ambalajelor, Responsabilitatea față de produs, Consolidarea lanțului valoric, Managementul talentelor, Fiabilitate operațională și Dezvoltarea comunității.

Ca și companie, avem sarcina să construim politicile, sistemele și procesele noastre astfel, încât rezultatele economice, care rezultă din activitatea noastră cotidiană, să ne asigure sustenabilitatea, investițiile în personal și în calitatea produselor să ne asigure o continuitate și o stabilitate în relația cu cei mai importanți stakeholderi – angajații și consumatorii. Deaseneama,



suntem chemați să investim permanent în susținerea și dezvoltarea inițiativelor sociale, care oferă comunității o perspectivă de dezvoltare pozitivă.

Așa, de exemplu, compania de mai mulți ani susține proiecte dedicate creșterii rolului femeilor în societatea moldovenească. Noi am fost printre partenerii proiectului "Din inimă", activitatea căruia a venit în suportul a mai bine de 26 000 de femei care activează în domeniul industriei ușoare. Drept rezultat, această ramură cunoaște astăzi o dezvoltare vertiginosă. Ulterior am devenit partenerii "Social Media Bootcamp", o inițiativă feminină, care s-a transformat într-o frumoasă tradiție pentru întreaga comunitate de bloggeri și specialiști din domeniul marketingului digital. În 2018 am fost partenerii "Generator iHub, Women Entrepreneurial Initiative" – un



eveniment dedicat, cu precădere, femeilor care doresc să se lanseze în afaceri".

Concomitent, am rămas unul dintre partenerii de încredere ai culturii moldovenești, continuând tradiția noastră de parteneriate teatrale. Astfel, la ora actuală Efes Moldova este lider în domeniul susținerii teatrelor dramatice și putem să afirmăm cu mândrie că grație nouă în ultimii ani au avut loc o ediție a Festivalului Internațional de Teatru "Bienala Teatrului Eugene Ionesco", precum și un șir de premiere teatrale răsunătoare: "O aventură tomatică" la TNME, "Falstaf" la TNEI, iar anul 2018 ne-a oferit posibilitatea să fim partenerii premierei spectacolului "Livada de vișini" la TNME dar și a evenimentelor legate de aniversarea a XXV a celui mai popular spectacol autohton – "Chirița în provincie" la TNEI



Această campanie nu se oprește aici, ea va continua cu alte elemente, menite să transmită către consumatorii noștri și nu numai, mesajul de protecție a mediului înconjurător, lansat de către Efes Vitanta Moldova Brewery.



După cum am menționat, unul dintre domeniile pe care ne focusăm în mod deosebit este managementul ambalajelor, deoarece noi suntem conștienți de impactul pe care îl are acesta asupra mediului ambiant. Din acest considerent, Efes Moldova investește în permanență în ambalajul reutilizabil – sticla returnabilă, care are multiple avantaje ecologice – generează mai puține deșeuri, chiar și deșeurile generate sunt reciclabile și, foarte important, utilizarea sticlei returnabile, micșorează considerabil volumul de energie consumată, ceea ce în condițiile Republicii Moldova – țară dependentă din punct de vedere energetic – este un lucru extrem de important.

Provocarea anului 2018 în acest domeniu a ținut de sporirea conștientizării acestor beneficii de către consumatorii noștri, care sunt parte integrantă a sistemului de re-utilizare. Pentru a mări gradul de conștientizare, compania Efes Moldova a lansat o campanie dedicată, care a avut un important impact asupra consumatorilor.

Această campanie nu se oprește aici, ea va continua cu alte elemente, menite să transmită către consumatorii noștri și nu numai, mesajul de protecție a mediului înconjurător, lansat de către Efes Vitanta Moldova Brewery.

Bere Chisinau
July 18 · 🌐

De azi noi produse anual 2/1,7 kg de deșeu. În fiecare secundă 9000 de plastic ajung la gunoaste. Sticla returnabilă pentru un mediu mai curat!

Sticla returnabilă!

Posted by **EFES Moldova** · Commented and Shared
Boosted this post for \$20 to reach up to 14,000 people.

Performance for Your Post		
446,894 People Reached		
353,813 Video Views		
7,494 Reactions, Comments & Shares 🗨️		
5,092 Like	4,266 On Post	837 On Share
72 Love	61 On Post	11 On Share
7 Haha	7 On Post	0 On Share
136 Wow	117 On Post	19 On Share
53 Sad	34 On Post	19 On Share
31 Angry	26 On Post	5 On Share
200 Comments	125 On Post	75 On Share
1,907 Shares	1,889 On Post	18 On Share
16,390 Post Clicks		
9,548 Clicks to Play 🎬	12 Link Clicks 📄	6,730 Other Clicks

4.3K Reached · 23,884 Engagements · Boost Post

4.3K · 82 Comments · 1,889 Shares

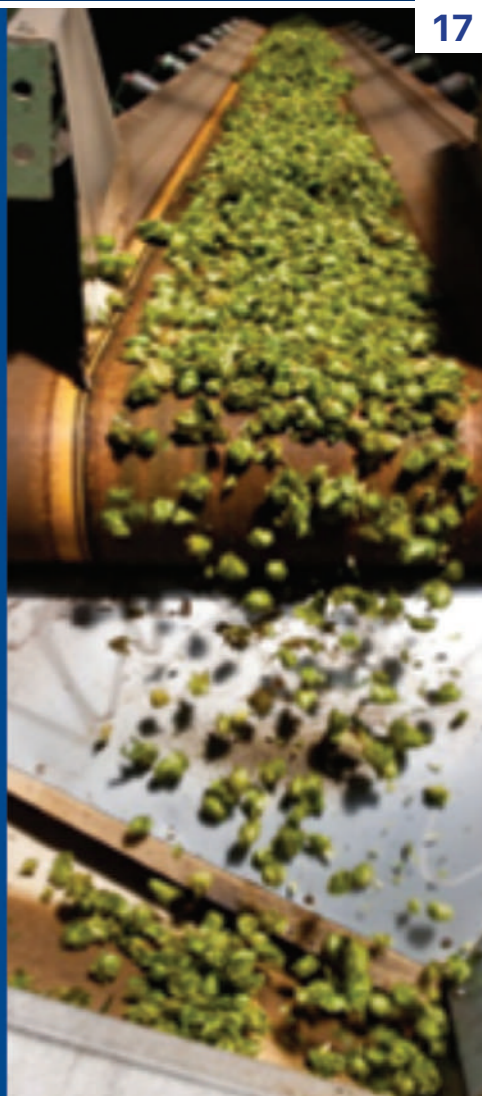
Like · Comment · Share · ...

NEGATIVE FEEDBACK
Hide Post · Hide All Posts

**ÎNTOARCE STICLA
—
ACHITĂ DOAR BEREA**

COMMITMENT TO ENVIRONMENT

- ENERGY AND EMISSIONS MANAGEMENT**
15% + 14%
- OPERATIONAL RELIABILITY**
50 THOUSAND PERSON HOURS
- WATER MANAGEMENT**
36% DECREASE IN TOTAL WATER CONSUMPTION
- PACKAGING MANAGEMENT**
98% WASTE RECOVERY





Pentru a afla mai multe detalii
sau pentru a ne comunica sugestii referitor la
Raportul Conducerii 2018 nu ezitați sa 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.efesmolova.md

