



**СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПИВО-БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Кодекс Чести Российских пивоваров

**05 апреля 2007г.
г. Москва**

Саморегулирование

Регулирование бизнес-процессов самим бизнес-сообществом

- Оптимизация государственного регулирования отрасли
- Укрепление репутации отрасли
- Консолидация профессионального сообщества
- Развитие взаимодействия с заинтересованными общественными группами



Кодекс Чести Российских пивоваров

Соглашение компаний-членов Союза
о правилах профессиональной деятельности
и стандартах деловой этики

- Принят Третьей Всероссийской конференцией РППБП ноябрь 2003 г.
- Внесены поправки на Пятой Всероссийской конференцией РППБП март 2005 г.



Принципы Кодекса

- Инструмент саморегулирования отрасли
- Безусловное соблюдение действующего законодательства
- Дополнительные самоограничения
- Поддержание высоких стандартов производства и рекламных коммуникаций
- Уважение потребителей
- Этическое ведение бизнеса



Содержание Кодекса

- Производство и качество
- Отношения с потребителями
- Реклама и продвижение на рынке
- Спонсорство и меценатство
- Корпоративная деятельность и отношения с конкурентами
- Ответственность участников соглашения



Необходимость поправок

- Отобразить изменения законодательства
- Создать эффективный инструмент саморегулирования
- Демонстрировать ответственный подход отрасли
- Повышение престижа отрасли



Производство и качество

Существующая редакция	Новая редакция
	Мы обязуемся... Не использовать в производстве пива генетически модифицированное сырье



Отношения с потребителями

Существующая редакция	Новая редакция
<p>Мы гарантируем...</p> <p>Доведение до сведения потребителя информации о свойствах пива, в том числе о возможных негативных последствиях его неумеренного потребления</p>	<p>Мы гарантируем...</p> <p>В рамках коммуникации с потребителем популяризировать умеренное потребление пива и недопущение его чрезмерного потребления</p>
<p>Мы гарантируем...</p> <p>Размещение на упаковке (этикетке) однозначно понимаемой информации (специального знака) о том, что пиво не предназначено для потребления лицами, не достигшими возраста 18 лет</p>	<p>Мы гарантируем...</p> <p>В средствах коммуникации нашей продукции с потребителем размещать информацию о запрете продажи пива несовершеннолетним</p>
<p>Мы обязуемся поддерживать требования по ограничению розничной продажи пива лицам, не достигшим возраста 18 лет, а также, содействовать созданию эффективных механизмов общественного контроля за его соблюдением</p>	<p>Мы поддерживаем меры государства и общества, направленные на запрет продажи пива несовершеннолетним и потребление пива несовершеннолетними. Кроме того, в рамках развития социального партнерства, мы демонстрируем нашу общественную позицию по предотвращению продажи пива несовершеннолетним</p>



Реклама и продвижение на рынке

Существующая редакция	Новая редакция
	Мы гарантируем, что в нашей рекламе... Содержится предупреждающий знак «Продажа пива несовершеннолетним запрещена»
Мы гарантируем, что в нашей рекламе... Не допускается непосредственное обращение к лицам моложе 18 лет	Мы гарантируем, что в нашей рекламе... Не допускается непосредственное обращение к лицам моложе 18 лет, лицам, управляющим транспортными средствами, женщинам в период беременности
Мы гарантируем, что в нашей рекламе... используется предупреждение о возможном вреде здоровью человека вследствие чрезмерного потребления пива следующего содержания: «Чрезмерное употребление пива может вредить Вашему здоровью»	Мы гарантируем, что в нашей рекламе... Используется предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива следующего содержания: «Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива»



Реклама и продвижение на рынке

Существующая редакция	Новая редакция
	<p>Мы гарантируем...</p> <ul style="list-style-type: none">...- не проводить акций, направленных на стимулирование продаж пива в детских, образовательных, медицинских учреждениях, а также ближе ста метров от таких учреждений;- не проводить акций, соревнований, конкурсов, направленных на поощрение чрезмерного потребления пива



Об ответственности участников соглашения

Существующая редакция	Новая редакция
Наименование раздела «Об ответственности участников соглашения»	Наименование раздела «Ответственность участников соглашения»
В случае несоблюдения Кодекса одним из участников соглашения к нему могут быть применены следующие меры воздействия: <ul style="list-style-type: none">• официальное порицание;• официальное порицание с сообщением о нем в средствах массовой информации• приостановка участия в работе Союза (для членов Союза);• Исключение из членов Союза (для членов союза)	В случае несоблюдения Кодекса участником Соглашения к нему могут быть применены различные меры воздействия вплоть до исключения из Членов российских пивоваров



Об ответственности участников соглашения

Существующая редакция	Новая редакция
<p>Наблюдением за исполнением требований Кодекса и применением соответствующих мер воздействия занимаются Комитет по этике и Дисциплинарная комиссия. Комитет по этике - независимый орган, состоящий из представителей общественности. В работе Комитета не принимают участие представители пивоваренной отрасли или лица, связанные с данным сектором экономики. Решения Комитета носят рекомендательный характер и должны доводиться до сведения всех членов Союза и участников настоящего соглашения. Решения Комитета направляются в Дисциплинарную комиссию</p>	<p>Контроль за исполнением требований Кодекса осуществляет Комиссия Союза по этике. При выявлении случаев нарушений положений данного Кодекса его участниками, Комиссия доводит факт нарушения до сведения Совета Союза</p>



Общие поправки

- Оптимизация структурирования документа и его восприятия
 - Ввести нумерацию
 - статья
 - пункт
 - подпункт



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

