

## CARLSBERG SRBIJA GROUP NASTAVLJA SA INVESTICIJAMA U SVIM ASPEKTIMA POSLOVANJA

**Poslovna 2009. godina završena sa uspehom, kompanija planira  
kontinuirana ulaganja i tokom 2010. godine**

### **OSTVARENI REZULTATI U 2009. GODINI**

---

Sledeći trend konstantnog rasta i sve boljeg pozicioniranja na tržištu Srbije, kompanija Carlsberg Srbija Group je iza sebe ostavila još jednu uspešnu poslovnu godinu. Kao i do sada kompanija je u 2009. godini ostvarila rezultate u proizvodnji, plasmanu i prodaji kvalitetnih piva, što predstavlja najevidentnije pokazatelje razvoja, uz istovremene rezultate i na tržištima gde kompanija izvozi.

Za nepunih šest godina poslovanja, na sve konkurentnijem tržištu Srbije, kompanija stabilno posluje među vodećim proizvođačima piva držeći značajan deo tržišta. Izuzetan položaj kompanije svedoči o napretku na svim poljima, te su svi predviđeni planovi za 2009. godinu, uprkos ekonomskim izazovima i sveopštem slabljenju poslovne klime, uspešno realizovani.

Tokom protekle godine kompanija se pozicionirala sa **ukupno 24,3 odsto udela na pivarskom tržištu Srbije**, što predstavlja ostvarenje godišnjeg poslovnog plana i potvrdu **čvrste druge pozicije**. U 2009. godini kompanija je proizvela i distribuirala ukupno je **1.556.000 hektolitara najkvalitetnijeg piva**.

Povodom predstavljanja godišnjih rezultata generalni direktor kompanije Aleksandar Radosavljević, izjavio je da je, kao i za sve druge kompanije, poslovanje u godini svetske ekonomske krize predstavljalo poseban izazov. „**Imajući u vidu kompletnu poslovnu klimu u protekloj godini naš primarni zadatak bio je da bez kompromisa održimo vrhunski kvalitet proizvoda i usluga po pristupačnim cenama, uz nameru da i dalje radimo na poboljšanju uslova u cilju daljeg unapređenja tržišnog udela za dolazeći period. Uprkos ukupnom slabljenju ekonomske klime krajnji rezultat je bio sasvim zadovoljavajući. Kao i proteklih godina oslonili smo se na bogata iskustva koja Carlsberg ima na drugim tržištima širom sveta. Uvereni smo da nas čeka godina puna novih iskustava i izazova. O našim poslovnim ciljevima svedoče i planovi da, u cilju što boljeg pozicioniranja na tržištu, nastavimo dalja finansijska ulaganja u svim aspektima poslovanja, koja će ove godine dostići 14 miliona evra**“, istakao je Aleksandar Radosavljević.

## **UKUPAN IZVOZ U 2009. GODINI, ZEMLJE GDE SE IZVOZI, PLAN ZA 2010.**

Da podsetimo, Carlsberg Srbija Group uspešno posluje u regionu prostirući se sa svojim poslovnim operacijama i na tržišta Bosne i Hercegovine i Crne Gore. Tokom 2009. godine kompanija je uspela da plasira ukupno oko 10% svojih najkvalitetnijih piva na tržišta **BiH, Crna Gore, Mađarske, Hrvatske, Bugarske, Izraela, Grčke, Slovačke, Češke.**

Što se tiče izvoza, prema planu za **2010. godinu, kompanija planira** da, na pomenuta tržišta, **poveća izvoz za 5%.**

### **FINANSIJSKI PRESEK**

Za proteklih šest godina od početka poslovanja u Srbiji tj. **od 2004. godine** i od momenta preuzimanja pivare u Čelarevu, **Carlsberg je uložio 160 miliona evra, a investicije još uvek nisu finalizirane.**

Odgovorno poslovanje kompanije ogleda se i u činjenici da je tokom 2009. godine, **na ime poreza, doprinosa, taksu i drugih dažbina,** kompanija **prema državi odvojila 2.83 milijardi dinara što predstavlja uvećanje za 17 odsto odnosu na prethodnu 2008. godinu (2.417 mlrd RSD).**

**Za protekli period od ukupno 6 godina kompanija je na ime pomenutih dažbina, odvojila ukupno 10,64 milijarde dinara (oko 126 miliona evra).**

### **FINANSIJSKI PLANOV I ZA 2010. GODINU**

---

Kompanija Carlsberg Srbija Group namerava da svoje poslovne planove sprovede prema strategiji predviđenoj za 2010. godinu. Na kreiranje plana su svakako uticale ekonomska atmosfera i kretanja u okruženju. I pored toga, kompanija je čvrsto rešena da ostvari postojeće projekte i da nastavi strateško unapređenje poslovanja. U planu su nove investicije u proizvodnju, prodaju i razvoj logistike, kako bi se što efikasnije realizovala planirana prodaja za ovu godinu, a koju svakako diktira tržište.

**Planirano je povećanje ukupnog učešća na domaćem tržištu** sa svim brendovima kompanije.

**Na ukupan pomenuti iznos ulaganja od 160 miliona evra** Carlsberg Srbija, samo u ovoj godini, **planira da uloži dodatnih 14 miliona evra** od čega:

- **U razvoj prodaje – 3 miliona evra**
- **U unapređenje proizvodnje i logistike - 11 miliona evra**  
(najveća ulaganja usmerena su na proizvodnu liniju za novu LAV flašu–ukupno **10 miliona evra**)

## **ZAPOŠLJAVANJE, ULAGANJA U KADROVE, 2009/2010 I PROJEKTI**

**Godina 2009. je za sektor Ljudskih resursa** kompanije predstavljala veliki izazov i zahtevala izvesne transformacije. Godina je zaključena sa **492 zaposlena, 33 izvršena procesa selekcije** za sve nivoe pozicija i preko **7.500 prijavljenih kandidata**. Kompanija je interno **promovisala 20 zaposlenih**, a izvestan broj je imao priliku i da se okuša na drugim pozicijama unutar svog ili nekog drugog sektora.

**U 2010. godini planiramo povećanje broja zaposlenih** uz jačanje interne mreže trenera i programa, razvoj coaching-a, posvećivanje veće pažnje na talentovane zaposlene, ali i strogu selekciju eksternih ponuda.

### **Projekat "Otvoreni Carlsberg" (Open Carlsberg)**

**Praksa za studente** - Carlsberg Srbija Group od 2006. godine izlazi u susret studentima kad su prakse u pitanju. Cilj je da se ljudima bez iskustva pruži prilika da se upoznaju sa kompanijom i sa najboljom praksom kroz dobar mentorski program.

U toku 2009. godine u našoj kompaniji su na praktičnom osposobljavanju **boravila 22 studenta** kojima je bila ponuđena i **mogućnost zaposlenja kompaniji**. U toku 2009. godine i početkom ove **četvoro studenata je dobilo zaposlenje u kompaniji** u Sektoru Proizvodnje i Sektoru komunikacija.

Radi kvalitetnije i bolje saradnje sa određenim fakultetima u toku 2009. kompanija je potpisala sporazume o saradnji i organizovanju stručne prakse sa **Univerzitetom u Novom Sadu (Studentska asocijacija UNS/EESTEC LC Novi Sad); Filozofskim fakultetom**, Univerzitet u Novom Sadu (Odeljenje Akademskih studija **psihologije**) i **Beogradskom poslovnom školom**.

**Podrška studentskim organizacijama** - kompanija podržava dve studentske organizacije u njihovim projektima:

- ✓ Opšte udruženje studenata za Evropu, AEGEE Novi Sad - projekti "Zelena energija Balkana" i "Reciklaža nije blamaža"
- ✓ "Evropska nedelja mladih u Novom Sadu", eYouwins 2009

**Sajmovi zapošljavanja** – tokom 2009. godine kompanija je učestvovala na **tri Sajma zapošljavanja** u Bačkoj Palanci i Novom Sadu. Krajem novembra 2009. pored 60 velikih preduzeća kompanija Carlsberg Srbija **je učestvovala i na Sajmu praksi**, koji predstavlja **prvi sajam ovog tipa u Srbiji**. Uz pomenute projekte kompanija realizuje i **edukativne obilaske pivare za studente** u okviru programa koje podržavaju organizacije ESTIEM i AEGEE, Američke privredne komore, brojni fakulteti iz Republike Srbije itd.

## **ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE**

Rukovodeći se načelom da je zaštita životne sredine **jedan od osnovnih uslova uspešnog poslovanja**, jer najkvalitetnije sirovine jedino mogu poteći iz dobro očuvane sredine, kompanija tokom ove godine realizuje jedan od svojih najznačajnijih projekata u oblasti društvene odgovornosti. U pitanju je projekat izgradnje **Sistema za preradu otpadnih voda** koji je podrazumevao znatna ulaganja.

**Sistem za preradu otpadnih voda** je izgrađen u krugu pivare u Člarevu, blizu obale Dunava, sa ciljem da sve vode koje izlaze iz pivare budu u potpunosti sa standardima propisanim od strane nacionalnih institucija koje se bave pitanjima zaštite životne sredine. **Ukupna vrednost ovog značajnog projekta iznosi oko 5 miliona evra**, što upućuje na ozbiljnost poslovnog poduhvata i potvrđuje činjenicu da je Carlsberg Srbija sebi postavila dugoročne ciljeve u okviru kojih je prioritet očuvanja sredine i briga o lokalnoj zajednici u kojoj posluje. Ovim projektom izgradnje i puštanja u rad Sistema za preradu otpadnih voda **Carlsberg Srbija će postati jedina pivara u Srbiji** koje uvodi ovaj sistem. Novoizgrađeni pogon je u proteklih godinu dana **prošao sva potrebna testiranja i provere od strane zvaničnih institucija i biće zvanično pušten u rad tokom ove godine.**

Kada je Carlsberg Srbija u pitanju, finansijski uspeh ne može biti jedini cilj poslovanja, dok je stabilan razvoj moguć samo u prosperitetnoj zajednici. Vođena ovim razlozima kompanija veliki značaj pridaje i aktivnostima vezanim za zaštitu životne sredine i društvenu odgovornost.

## **BRENDOVI U 2009/2010. GODINI**

---

### **▪ LAV**

#### **Lansiranje nove Lav flaše - Vodeći brend projekat u 2010. godini**

Poštujući tradicionalne vrednosti, **LAV je oduvek nastojao da pruži samo najbolje i najkvalitetnije svojim potrošačima.** Naročiti uspon na pivarskoj sceni kod nas Lav je doživeo poslednjih nekoliko godina. U ovom periodu LAV je svojim ljubiteljima **doneo nekoliko inovacija**, uspeo da opravda svoje ime i uz to **da očuva svoj prepoznatljiv kvalitet te da se uvrsti u sam vrh među najpopularnije brandove na tržištu Srbije.** **Lansiranje nove LAV flaše je trenutno najveći brend projekat kompanije i predstavlja jednu od najvećih investija u regionu, u iznosu od 10 miliona evra.** **Cilj** ovako velikog projekta kompanije **je važan korak u ostvarenju većeg udela na tržištu i ujedno korak ka ostvarenju čvrste vizije Lav brenda.**



**Specijalno dizajnirana Lav flaša je apsolutni novitet** u ovom segmentu piva, koja je "došla" kao rezultat najsveobuhvatnijeg istraživanja ikada izvršenog na ovom tržištu.

Tokom istraživanja svoje preference dalo je **više desetina hiljada muškaraca** u našoj zemlji, a ocenjivani su **različiti oblici, boje flaše, prepoznatljivost na polici, vidljivost etikete i lava na etiketi, reljefna rešenja na flaši, percepcija o kvalitetu, svežini, kao i interesantnost i originalnost flaše.**

**Novi, pažljivo odabrani, specijalni dizajn LAV flaše** uradila je renomirana britanska agencija „**Design Bridge**“. **Zelena boja LAV flaše** ima funkciju očuvanja kvaliteta i svežine, dok reljef oslikava prirodu u njoj i na njoj.

Kompanija će jaku marketinšku kampanju realizovati kroz: TV, Print, Outdoor, Internet, BTL i PR aktivnosti.

**LAVovska podrška fudbalskoj reprezentaciji Srbije i FSS-u** - Kompanija Carlsberg Srbija i Lav pivo su u proteklim godinama **potpisivanjem sponzorskog ugovora sa Fudbalskim Savezom Srbije i sponzorstvom nacionalne fudbalske reprezentacije** pokazali da podstiču domaću strast i odanost prema fudbalu. I tokom 2010. godine **LAV poziva na ponos, snagu i jačanje nacionalnog duha i osećaja pripadnosti pobedničkom timu.**

**Svetsko prvenstvo u fudbalu - Južna Afrika 2010** - Carlsberg Srbija sa svojim brendom Lav, svim pasioniranim ljubiteljima fudbala i celom nacijom sa nestrpljenjem očekuje početak priprema fudbalera Reprezentacije Srbije koje počinju u Austriji. LAV će našim reprezentativcima biti podrška i tokom odigravanja tri prijateljske utakmice u okviru pomenutih priprema. Potvrđeno je da će protivnici Srbije na zelenom terenu biti reprezentacije Novog Zelanda i Poljske. Veliko je iznenađenje da će treća prijateljska utakmica biti održana u subotu, 5. juna u Beogradu.

Lav i fudbalski reprezentativci Srbije sa članovima stručnog štaba kreću put Johanezburga u ponedeljak, 7. juna. Svi LAVovi su više nego dobrodošli da zajedno pružimo podršku za što bolji uspeh Reprezentacije na Svetskom prvenstvu u ostvarenju LAVovskog podviga!

**LAV Kup** – LAV ulazi u 2010. godinu spreman za još jednu sezonu najmasovnijeg srpskog fudbalskog takmičenja. Očekuju se mnogo golova, kvalitetne i fer igre ali i odličnih fudbalskih majstorija uz vatrenu podršku sa stadiona.

## ▪ TUBORG GREEN

**Green Spot** – Već treću godinu za redom kompanija organizuje veliki Green Spot karavan po gradovima. **Green Spot će u 2010. godini posetiti 16 gradova:** Niš, Vranje, Čačak, Jagodina, Subotica, Paraćin, Pančevo, Leskovac, Kragujevac, Kruševac, Vršac, Užice, Kraljevo, Zrenjanin, Šabac i Rumu, a naročito iznenađenje će biti i **redizajnirani šator** za održavanje žurki. Svojim inovativnim konceptom za dobru i kvalitetnu zabavu, koji se po prvi put organizuje u našoj zemlji, Tuborg tim želi da svim mladim ljudima u Srbiji pruži jedinstveni i neponovljivi provod.

Da podsetimo, **Green Spot** je pokretna diskoteka **kapaciteta 2500 ljudi, 1000m<sup>2</sup>**, koja sadrži **kompletnu rasvetu, audio tehniku, šankove, DJ binu**, i druge prateće elemente. U susret ovogodišnjem festivalu EXIT 2010 Tuborg će za svoje fanove **organizovati tri žurke u Beogradu** i još **pet PreExit Open Air događaja**. Kao zagrevanje za Exit festival održaće se **žurke u Beogradu, Nišu, Novom Sadu, Subotici, Kragujevcu**, ali i tri dodatna „XL Clubbinga“ tokom godine u Beogradu.

**EXIT** – predstavlja najveći muzički festival u Jugoistočnoj Evropi, čiji je Tuborg Green sponzor i oficijelno pivo od 2004. godine. **Tuborg Green nastavlja tradiciju** odlične saradnje te će ove godine biti **generalni sponzor po sedmi put za redom** i još jednom dati sve od sebe da zabavu, provod i dobri muzički ugođaj učini neponovljivim. Tuborg Green svim ljubiteljima festivala, kao i svake godine, priprema brojna iznenađenja.

**Muzički Web Magazin - Beat'n'Sound** – **Beat'n'Sound je nešto sasvim novo kod nas** - muzički web magazin. Ovaj specijalizovani web magazin namenjen je onima koji uvek žele da budu na licu mesta, da pogledaju svaki koncert, da poslušaju svakog DJ-a. Za one kojima su muzika i clubbing bitan deo života, Beat'n'Sound je web pomoćnik koji je uvek tu kada je potrebna pravovremena informacija ili dobra muzika.

Pored Srbije na regionalnom nivou muzički web magazin izlazi u Bugarskoj i Hrvatskoj.