



МАРКЕТИНГТІК КОММУНИКАЦИЯЛАР ЖӨНІНДЕГІ САЯСАТ

КІРІСПЕ**CARLSBERG GROUP-ТЫҢ МАРКЕТИНГТІК КОММУНИКАЦИЯ САЯСАТЫ**

1 ҮНДЕУ: Ересек аудиторияға ұнайтын коммуникациялар жасаңыз.....	3
2 ОРНАЛАСТЫРУ: Рұқсат етілген жасқа толмағандарға алкогольдік сусындарды тұтынуға, біздің жарнамалық хабарламаларға қатысуға белсенді түрде тыйым салыңыз.....	4
3 МОДЕРАЦИЯ: Алкогольді жауапкершілікпен және орынды тұтынуды насихаттау.....	6
4 ҚАУІПСІЗДІК: Біздің өнімдерді тұтынуды ешқашан мас күйінде көлік жүргізумен, қызметтің әлеуетті қауіпті түрлерімен немесе қоғамға қарсы мінез-құлықпен байланыстырмаңыз	7
5 ӘСЕРЛЕР: Алкоголь жеке табысқа жетуге ықпал етеді, қабілеттіліктерді жақсартады немесе денсаулыққа пайда келтіреді деп деп ешқашан айтпаңыз	8
6 АШЫҚТЫҚ: Біздің өнімдер туралы ашық ақпараттар ұсыныңыз.....	9
7 ПРОГРЕСС: Әлеуметтік ықпалдастықты және экологиялық орнықтылықты сақтай отырып заңды, шынайы әрі құрметпен өзара әрекеттесіңіздер.....	10
8 АЛКОГОЛЬСІЗ: Таңдау үшін сыраның алкогольсіз сұрыптарын ұсыныңыз және оларды жауапкершілікпен ілгері жылжытыңыз	11

Carlsberg Group 170 жылдан астам уақыт сыра қайнатумен айналысады. Біз, тек өзіміз ғана емес, тұтас қоғам үшін талпынып жұмыс істейміз. Біз брендтерімізді мақтан тұтамыз, өйткені біздің барлық сусындар орынды тұтыну үшін дайындалған және бүкіл әлемдегі миллиондаған адамдарға арналған қоғамдық іс-шаралардың негізгі элементі болып табылады. Біздің өнімдерді жауапкершілікпен, тағайындауына сәйкес тұтынатын адамдарға қолдау көрсетуге тырысамыз және сол үшін өзіміздің жауапкершілігімізді сезінеміз. Маркетингтік коммуникациялар саясатымыз (MCP) біздің тұтынушыларымызбен өзара қарым-қатынасымызға қатысты сыра қайнатушы және сала ретінде белгілейтін жоғары стандарттарымызды анықтай отырып, аталған міндеттемелерді қолдайды. Бұл біздің брендтер арқылы немесе олардың атынан қатынасатын барлық қызметкерлер мен мердігерлерге де қатысты. Алайда, жергілікті ережелер қатаңырақ болған жағдайда саясатты өзгерту қажет. Біздің MCP шектеу үшін емес шешу үшін қызмет етеді. Біздің маркетингтік стратегия негізделетін, әр қайсысы бойынша нақты нұсқаулары бар сегіз қағидаттың арқасында, біз жауапты сыра қайнатушы ретіндегі мақсаттарымыз бен жоғары стандарттарымызға сәйкес келетініне сене отырып инновациялық, шығармашылық және ойын-сауықтық әлеуетімізді дамыта аламыз. **Жоао Абекасис Carlsberg Group-тың Коммерциялық директоры**

1. ҮНДЕУ**ЕРЕСЕК АУДИТОРИЯҒА АРНАЛҒАН КОММУНИКАЦИЯЛАРДЫ ӨЗІРЛЕУ**

Біздің сыра, сидр және басқа алкогольдік өнімдер кәмелет жасына толған тұлғаларға ғана тағайындалған. Сондықтан, біздің маркетингтік коммуникациялар тек ересек аудиторияға ғана бағдарланған болуы тиіс.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН

- ✓ Біздің жарнама тек ересек аудиторияға бағытталған (18+) және ұлттық немесе өңірлік заңнамаға сәйкес кәмелет жасына толмағандарға (мысалы, Исландияда 20 жас) алкогольдік сусындарды тұтынуға жол бермейді.
- ✓ 25 жасқа толған тұлғаларды жарнамаға қатыстыру.
- ✗ Маркетингтік материалдарға келесілердің ешқайсысын қоспаңыздар:

Адамдар, стильдер, жүріс-тұрыс: алкогольді тұтынудың заңмен рұқсат етілген жасына толмаған тұлғаларға, кәмелетке толмағандарға немесе жеткіншектерге бағытталған мультфильмдер мен анимациялық фильмдердің кейіпкерлерін, киім стильдерін, жүріс-тұрыс, музыка, әйгілі адамдар, актерлер, ықпалды тұлғалар және т.б.
Элементтер: заңды жағдайда тұрған тұлғаларға ерекше қызықты болуы мүмкін, ойыншықтар, ойын алаңдары, мектептер, хайуанаттар бағы, скейт-саябақтар, балалардың ойын галереясы, балаларға арналған қиял әлемдері, сексуалды бағыттағы әжуа немесе цифрлық маркетингтің элементтері (мысалы, линзалар, сүзгіштер)
Тақырыптар немесе рәсімдер: Балалар музыкасы, ертегілер, мектеп мұғалімдері немесе стилі, анық балаларға арналған белгілер мен суреттер (мысалы, балалардың шимай жазулары мен суреттер)
Жарнамалық өнім: Бірінші кезекте кәмелет жасына толмаған тұлғаларға арналған байқау сыйлықтары және т.б.

ІЛГЕРІ ЖЫЛЖЫТУ ЖӘНЕ ДЕМЕУШІЛІК

- ✓ Жарнамаға шығатын кез-келген тұлғаның жасы 25-тен асқан болуы тиіс, алкоголь тұтынудың заңмен рұқсат етілген минималды жасынан 25 жасқа дейінгі тұлғалар біздің брендке негізгі назар аударылмайтын серіктестердің басшылығымен өткізілетін демеушілік коммуникацияларда (мысалы Carlsberg матчтың ең үздік ойыншысы) немесе ақысыз PR-қызметке қатыса алады (мысалы, сыйлықтар табыстау).

- ✗ Біздің алкогольдік брендтеріміздің профиліндегі 18-25 жас аралығындағы адамдар отыратын немесе олар жариялайтын әлеуметтік желілерде репост жасамаңыздар және хабарламамен де қатынаспаңыздар. Әлеуметтік желілерде алкогольді сыйлық алатын 18-25 жастағыларды ынталандырмаңыз.

ЖАРНАМА

- ✓ Дүкендер мен сауда нүктелеріндегі жарнамалық акцияларды тек кәмелет жасына толған тұлғаларға ғана таргеттеңіз.

ӨНІМДІ ӨЗІРЛЕУ ЖӘНЕ ОРАУ

- ☒ Жаңа алкогольдік өнімдерді немесе орамның дизайнын кәмелет жасына толмаған тұлғаларға ерекше назар қоя отырып әзірлемеу

ЗЕРТТЕУ

- ✓ Біздің алкогольдік брендтермен байланысты зерттеу өткізген кезде алкогольдік сусындарды тұтынудың заңмен белгіленген жасынан үлкен ересек адамдарды ғана зерттеу нысанасына қосыңыз. Қосымша ақпаратты біздің ішкі Зерттеу және талдау саласындағы жүріс-тұрыс кодексінен қараңыз.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ**Келесі сұрақтарға жауап бере отырып дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:**

- ✓ Менің хабарламам ересек аудиторияға есептелгенін растай аламын ба?
- ✓ Менің хабарламамды 25 жастан асқан тұлғалар ғана пайдаланатынын растай аламын ба?
- ✓ Менің хабарламамда жойылған элементтер, адамдар, тақырыптар немесе жарнамалық материалдар жоқ екендігін тексердім ба?

БАЙЛАНЫСҚАН КОДЕКСТЕР

- WFA жауапкершілікті маркетинг туралы пакт
- Carlsberg Group Research & Analytics жүріс-тұрыс кодексі

2.ОРНАЛАСТЫРУ**РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН ЖАСҚА ТОЛМАҒАНДАРҒА АЛКОГОЛЬДІК СУСЫНДАРДЫ ТҰТЫНУҒА, БІЗДІҢ ЖАРНАМАЛЫҚ ХАБАРЛАМАЛАРҒА ҚАТЫСУҒА БЕЛСЕНДІ ТҮРДЕ ТЫЙЫМ САЛЫҢЫЗ**

Біздің маркетинг бірінші кезекте алкогольді тұтынудың заңмен белгіленген жасынан асқан адамдарға бағытталған ортада жариялануы тиіс. Мүмкін болатын жерлерде алкогольді сусындарды тұтынудың заңмен рұқсат етілген жасына толмаған тұлғаларға біздің маркетингтік коммуникацияларымызды көруге мүмкіндік бермейтін шектеу шараларын қолдану керек.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН**МЕДИА ЖӘНЕ ОРНАЛАСТЫРУ**

- ✓ Жасты растайтын механизмдер (жас шектері) қолжетімді болған кезде оларды әрқашан іске қосыңыз.
- ✓ Брендтерді демографиялық деректер негізінде аудиторияның кемінде 70 %-і алкогольді тұтынудың рұқсат етілген жасынан асқан бұқаралық ақпарат құралдарында (цифрлықтарын қоса алғанда), іс-шаралар мен бағдарламаларда – жасты растау механизмдері қолжетімсіз барлық арналарда үгіттеңіз.
- ✓ Жоғарыда айтылғандарға қосымша ретінде жарнаманың жасты растау механизмдері қолжетімсіз цифрлық арналарға дұрыс бағытталғанына кепілдік беру үшін деректерді пайдаланыңыз. Демографиялық деректерді, сондай-ақ жас туралы деректерді елемей үшін мүмкіндігінше мүдделерге негізделген факторларды ғана пайдаланыңыз. Брендтің контенті көмелет жасына толмағандарға арналған контенттің жанында жарияланбауы үшін әрқашан брендтің қауіпсіздік тізімін жасаңыз.
- ✓ Біздің брендтерге тиесілі цифрлық арналарға, соның ішінде әлеуметтік желілер мен веб-сайтқа әрқашан бес басшылық қағидаттарын қолданыңыз:

Жастық шектеулер: Көмелетке толмағандардың қолжетімділігін шектеу үшін қолжетімді болған кезде жасты растау механизмін (жас шектеулерін) әрқашан пайдаланыңыз. Егер қолжетімді болмаса, контенттің тек алкогольдік сусындарды тұтынудың заңмен белгіленген жасынан асқан пайдаланушыларға ғана тағайындалғанын көрсете отырып жауапкершіліктен бас тарту туралы мәлімдемені қосыңыз.

Қайта жіберу туралы хабарландыру (FAN): Контентпен алмасу функциясы қолжетімді есеп жазбасының сипаттамасына әрқашан алдын ала хабарландыруды қосыңыз – контентпен тек көмелет жасына толған тұлғалармен бөлісу керек екендігін анық көрсетіңіз.

Алкогольді тұтынудың жауапкершілігі туралы хабарлама: Аккаунттың сипаттамасына алкогольді тұтынудың жауапкершілігі туралы анық көрінетін хабарламаны әрқашан қосыңыз.

Ашықтық/ресми нұсқағыш: «✓» сияқты ресми тексеру белгісінің немесе «Бұл <брендтің атауы> ресми арнасы» сияқты жазбаша мәлімдеменің көмегімен

пайдаланушылар ресми ретінде сәйкестендірулеріне көмектесу үшін әрқашан цифрлық платформаларды тексеріңіз.

Пайдаланушыларға жасалған контент бойынша ұсынымдар: Алкогольді жауапсыз тұтынуды үгіттейтін немесе өзге жолмен аталған саясаттың басқарушы қағидаттарын бұзатын кез-келген пайдаланушылар контентімен (UGC) өзара әрекет жасамаңыз және UGC саясатына сәйкес жауапкершілігі жоқ контент өшірілетіні туралы пайдаланушыларға хабар беріңіз.

- ✓ Жарнаманы негізінен көмелетке толмағандар жүретін орындарға, соның ішінде мектептерге, хайуанаттар бағы мен балалар алаңына тура жақын (100 метр немесе одан аз) орналасуын адын алу үшін саналы шараларды қолға алыңыз. Сондай-ақ, діни ғимараттарды немесе алкогольдік брендтерге аса сезімтал жерлерді назарға алған жөн.
- ✓ Ойындарға қатысты кез-келген жарнаманы бастамас бұрын Group Commercial медиа-командасының мақұлдауына ие болыңыз.

ИНФЛЮИНСЕРЛЕР

- ✓ Инфлюинсерлердің ақылы, ынталандырылатын немесе тегін контентіне қатысты келесі қағидаттарды қолданыңыз, егер бізде шарттық немесе өзге де материалдық қатынастар болса:

Таңдау: Көмелет жасына толмағандар біздің алкогольдік брендтермен байланысты контентімізді көре алмауы үшін ықпалды тұлғалардың ақылы контентіне арналған цифрлық платформаларда әрқашан жасты растау механизмдерін пайдаланыңыз. Бұл механизмдер әлі қолжетімсіз платформаларды пайдаланған кезде ақша төленетін инфлюинсерлер 25 жастан асқандарына және олар бірінші кезекте ересек аудиторияны тартатынына көз жеткізіңіз

Аталған саясатқа сәйкес келмейтін хабарламалар жариялайтын немесе біздің брендтердің беделіне нұқсан келтіруі мүмкін зиянды әдеттерге немесе мінез-құлықпен байланысты абырай ассоциациясына ие инфлюинсерлермен ешқашан байланыспаңыз

Өзара әрекеттесу: Ақы төленетін инфлюинсерлер үшін бізбен немесе біздің агенттікпен қол қойылған жазбаша келісімге ие болыңыз, келесілерді қоса алғанда: жергілікті заңнамалық талаптарға қатысы бар ақпарат, олардың біздің брендпен қатынасын анық ашып көрсететін басқарушы қағидаттар, жауапкершілікті маркетингтің басқарушы қағидаттары (осы саясатта баяндалғандай), сондай-ақ

алдыңғы қатарлы тәжірибенің кеңестері мен мысалдары

Мониторинг: Сәйкессіз жарияланымдарды 72 сағаттың ішінде өшіруге тырыса отырып, инфлюйенсерлердің ақылы контенті осы саясатты сақтауын әрқашан қадағалап отырыңыз

САТУ ОРЫНДАРЫ ЖӘНЕ ІС-ШАРАЛАР

- ✓ Алкогольді ішудің заңмен рұқсат етілген жасына жеткен тұлғаларға ғана алкогольдік сусындардан дәм татуына рұқсат беру
- ✓ Біздің брендтердің эксперименттік маркетингіне алкогольді сусындарды тұтыну үшін заңмен рұқсат етілген жастан үлкен тұлғаларды ғана тартыңыз

2. ОРНАЛАСТЫРУ

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН ЖАСҚА ТОЛМАҒАНДАРҒА АЛКОГОЛЬДІК СУСЫНДАРДЫ ТҰТЫНУҒА, БІЗДІҢ ЖАРНАМАЛЫҚ ХАБАРЛАМАЛАРҒА ҚАТЫСУҒА БЕЛСЕНДІ ТҮРДЕ ТЫЙЫМ САЛЫҢЫЗ

КЕЛІСУШЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға нақты жауап бере отырып, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

- ✓ Жасты растау механизмдері қолжетімді болса, онда олар алкогольді тұтынудың заңмен белгіленген жасына толмаған тұлғалардың контентке қолжеткізбеуі үшін белсендірілді ма?
- ✓ Егер жасты растау механизмдері қолжетімсіз болса, кем дегенде аудиторияның 70%-і заңмен рұқсат етілген алкогольді тұтыну жасына толғанын растайтын барлық арналар бойынша аудитория туралы деректер бар ма? Бұдан бөлек, аудиторияның алкогольді тұтынудың заңмен рұқсат етілген жасынан қаншалықты үлкен екендігіне көз жеткізу үшін деректер (мүдделерге негізделген факторларды қоса алғанда) пайдаланылды ма?
- ✓ Брендтерге тиесілі әлеуметтік желілердегі арналар жас бойынша шектеуді, қайта жіберу туралы хабарландыруды, алкогольді жауапкершілікпен тұтыну туралы хабарламаны, пайдаланушы контентінің саясаты және оны тексеруді (ашықтық/ресми нұсқағыш) енгізу жолымен цифрлық технологияларға қатысты Басқарушы қағидаттарға сәйкес келеді ма?
- ✓ Инфлюйенсерлердің науқаны біздің іріктеу, әрекеттесу және мониторинг саласындағы қағидаттарына сәйкес келеді ма?
- ✓ Біз ұйымдастыратын және бақылау жасайтын іс-шараларда біздің өнімдерге алкогольді сусындарды тұтыну үшін заңмен бекітілген жасқа толмаған тұлғалардың қолжетімділігін алдын алу үшін шаралар қабылданды ма?

БАЙЛАНЫСҚАН КОДЕКСТЕР

- Цифрлық технологиялар саласындағы IARD басқарушы қағидаттары
- Carlsberg Group-тың Іс-шаралар қауіпсіздігінің ережелері

3. МОДЕРАЦИЯ**АЛКОГОЛЬДІ ЖАУАПКЕРШІЛІКПЕН ЖӘНЕ ОРЫНДЫ ТҰТЫНУДЫ НАСИХАТТАУ**

Біздің маркетингтік коммуникациялар әрқашан алкогольді жауапкершілікпен тұтынуды, біздің өнімдерден ләззат алуды салауатты өмір салтының бір бөлігі ретінде насихаттауы тиіс.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН ЖАРНАМА

- ✓ Біздің өнімдер теңдестірілген және салауатты өмір салтының бір бөлігі ретінде орынды мөлшерде пайдалануда екендігін әрқашан көрсетіңіз.
- ☒ Алкогольдің шамадан тыс немесе жауапсыз ішілуін ешқашан ынталандырмаңыз, масайғаныңызды көрсетпеңіз және мас болу қалыпты әрі қолайлы деп ешқашан насихаттамаңыз.
- ☒ Ішуден бас тартқандарға ешқашан кері пиғыл көрсетпеңіз, оның орнына алкогольді ішуден бас тартқан адамға құрметіңізді білдіріңіз.
- ✓ Біздің алкогольдік өнімдермен жанасатын барлық нүктелерге (Интернетті, әлеуметтік желілер мен бейне жарнаманы қоса алғанда) арналған маркетинг пен бренд жөніндегі барлық ақпараттық бюлетендерге алкогольдің жауапкершілікпен тұтынылуы туралы хабарламаларды әрқашан қосып отырыңыз. Қаріптің өлшемі жақсы оқылатын болуы тиіс

САТУ ОРЫНДАРЫ ЖӘНЕ ІС-ШАРАЛАР

- ✓ Дәм сынауға кәмелет жасына толмағандардың, алкогольдік масаю күйіндегі немесе автомобиль жүргізіп жүрген тұлғаның қатысуын алдын алу үшін қауіпсіздік пен хаттамалардың қажетті шараларын сақтай отырып өткізілуін қадағалаңыз. Адамдарға біздің өнімдерді тұтынуды мәжбүрлемеңіз.
- ☒ Алкогольдің жылдам немесе шамадан тыс ішілуін ынталандыратын «ішу ойындары» сияқты іс-шараларына ешқашан демеуші болмаңыз
- ✓ Барлық іс-шараларда әрқашан алкогольсіз сыраны, алкоголь тұтынбайтындар үшін су немесе газдалған алкогольсіз сусындарды қолжетімді етіңіз.

МЕДИА& ОРНАЛАСТЫРУ

- ✓ Әрқашан жеке фирмалық веб-сайттар мен әлеуметтік желілердегі парақшаларды белсенді түрде бақылап отырыңыз және пайдаланушылардың алкогольдің жауапсыз ішілуін насихаттайтын немесе көрсететін контентін мүмкіндігінше өшіріп отырыңыз.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға нақты жауап беріп, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

... мен сенімдімін

- ✓ менің өзара әрекеттесуім алкогольдің шамадан тыс ішілуін ынталандырмайды және қалыпты етпейтіндігіме?
- ✓ менің әрекеттестігім теріс мағынадағы өзін өзі ұстау немесе орындылық болып табылмайтындығына?
- ✓ менің әрекеттестігімде алкогольді тұтыну жауапкершілігі туралы анық оқылатын хабарлама бар екендігіме?
- ✓ менің сауданы жүргізу және/немесе дәмін сынау қызметім алкогольдің шамадан тыс ішілуіне ықпал етпейтіндігіме?

4. ҚАУІПСІЗДІК**БІЗДІҢ ӨНІМДЕРДІ ТҰТЫНУДЫ ЕШҚАШАН МАС КҮЙІНДЕ КӨЛІК ЖҮРГІЗУМЕН, ҚЫЗМЕТТІҢ ӘЛЕУЕТТІ ҚАУІПТІ ТҮРЛЕРІМЕН НЕМЕСЕ ҚОҒАМҒА ҚАРСЫ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚПЕН БАЙЛАНЫСТЫРМАҢЫЗ**

Алкогольді тұтыну тыйым салулар мен шешім қабылдауларға ықпал ете алады, ол дегеніміз белгілі бір жағдайларда мысалы көлік жүргізгенде немесе қауіпті механизмдермен жұмыс істегенде ішу қауіпті екенін білдіреді деген сөз. Сондықтан, біз өнімдеріміздің тұтынылуын қауіпті әрі қисынсыз көрінетін қызметтің әлеуетті қауіпті түрлерімен немесе басқа жағдайлармен байланыстырмауымыз керек.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН**ЖАРНАМА**

- ☒ Қауіпті немесе қисынсыз болатын жағдайларда ешқашан алкоголь тұтынбаңыз, мысалы жартас немесе судың шеттері сияқты қауіпті жағдайларда кез-келген көлік құралын немесе жұмыс істеп тұрған механизмдерді жүргізгенде не болмаса экстремалды спорт түрлерімен айналысқан кезде (мысалы, парашютпен секіру)
- ☒ Біздің өнімдерді тұтынуды ешқашан озбыр, қауіпті немесе қоғамға қарсы мінез-құлықпен байланыстырмаңыз.
- ☒ Біздің өнімдерді тұтынуды ешқашан құмар ойындармен, қару-жарақпен, темекі немесе заңсыз әрекеттермен, соның ішінде есірткімен немесе есірткі мәдениетімен байланыстырмаңыз. Байланысқан проблемаларды ешқашан әсірелеп әрі жеңілдетпеңіз.
- ☒ Біздің өнімдерді тұтынуды ешқашан спорттың агрессиялық түрлерімен (мысалы, бокс, жауынгерлік өнер) немесе спорттың қанды түрлерімен (мысалы корридалармен) байланыстырмаңыз.
- ☒ Біздің өнімдерді спортпен белсенді түрде айналысатын адамдардың тұтынатынын ешқашан көрсетпеңіз (әйтсе де, осы саясатқа қарама-қайшы келмеген жағдайда жарысқа қатысқаннан кейін біздің алкогольдік сусындарды көрсетуге жол беріледі)

ІЛГЕРІ ЖЫЛЖЫТУ & ДЕМЕУШІЛІК

- ☒ Құмар ойындармен, спорттың қатал түрлерімен, спорттың экстремалды түрлерімен, темекімен, тыйым салынған есірткілермен, жануарларға зиян келтіретін спорт түрлерімен немесе балалар үшін ерекше қызық болуы мүмкін спорт түрлерімен (мысалы, скейтбординг) байланысты іс-шараларды немесе тұлғаларға демеушілік жасамаңыз.

- ☒ Біздің өнімдерді тұтынуды кез-келген автоспортпен, көлік жүргізумен немесе қызметтің осыларға ұқсас басқа түрлерімен ешқашан байланыстырмаңыз (мас күйінде көлік жүргізуден қауіптенуден), егер біздің алкогольсіз брендтерімізбен байланысты алкогольді жауапкершілікпен ішуді арнайы насихаттамайтын болса (мысалы, көлік жүргізу кезінде ішпеуді)*.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға жауап беріп, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз
Менің әрекетім біздің алкогольдік өнімді тұтыну байланыстырмайтынына
сенімдімін

- ✓ зорлық-зомбылықпен, озбырлық және қоғамға қарсы мінез-құлықпен?
- ✓ құмар ойындармен, қару-жарақпен, темекі немесе есірткілермен?
- ✓ автомобиль жүргізу немесе спорттың экстремалды түрлері сияқты әлеуетті қауіп бар істермен?
- ✓ желікпе және өрескел жүріс-тұрыспен?

**Алкогольсіз сыра жөніндегі нұсқаулықты 11-12 беттердегі 8 қағидаттан қараңыз*

БАЙЛАНЫСТЫ КОДЕКСТЕР

- Carlsberg Group брендинің ілгері жылжыту жөніндегі нұсқаулық

5. ӘСЕРЛЕР

АЛКОГОЛЬ ЖЕКЕ ТАБЫСҚА ЖЕТУГЕ ЫҚПАЛ ЕТЕДІ, ҚАБІЛЕТТІЛІКТЕРДІ ЖАҚСАРТАДЫ НЕМЕСЕ ДЕНСАУЛЫҚҚА ПАЙДА КЕЛТІРЕДІ ДЕП ДЕП ЕШҚАШАН АЙТПАҢЫЗ

Әйтсе де, біздің өнімдер қоғамдық өмірдің жағымды бөлігі ретінде ұсынылған болса да, біздің маркетингтік коммуникациялар алкоголь тұтыну жеке табысқа немесе мойындауға ықпал етеді деп топшыламауы тиіс. Біз әлеуметтік іс-шараның сәттілігі алкогольдік сусындарды ішумен байланысты немесе алкогольдік сусындар денсаулық пен өнімділікке пайда әкеледі деп топшыламауымыз қажет.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН ЖАРНАМА

- ☒ Алкогольдік сусындарды тұтыну жеке әлеуметтік табысқа, мойындауға, танымалдылыққа немесе сенімділікке немесе әлеуметтік іс-шараның сәттілігіне ықпал етеді деп ешқашан топшыламаңыз
- ☒ Біздің өнімдер сексуалды белсенділіктің артуына немесе адамның сексуалды тартымдылығының көтерілуіне ықпал етеді деп топшыламаңыздар.
- ☒ Алкогольді тұтыну көңіл күйдің бірден өзгеруінің катализаторы бола алады және оны жеке проблемаларды шешу үшін пайдалануға болады немесе ол әлеуметтік үрейді басуға немесе жалғыздық пен зерігуді жеңуге ықпал ете алады деп ешқашан бағамдамаңыз.
- ☒ Біздің өнімдер жеке тыйымдардан аттап өтуге ықпал етеді деп ешқашан топшыламаңыз.
- ☒ Алкогольдік өнімдер ақыл ой қабілеті мен физикалық жұмыс істеу қабілеттілігін жақсартады деген ойға ешқашан келмеңіз. Егер әңгіме спорт туралы болса онда ішу спорттық қызмет аяқталғаннан кейін орын алу керектігі айдан анық.
- ☒ Алкогольдік сусынның сипаты мен күштілігін, оның күштілігін дұрыс бағаламауға немесе күштілігінен ұтымдырақ екенін ешқашан жасыруға тырыспаңыз. Алайда, біздің алкогольсіз сырамыздың күштілігі төмен екенін көрсетуге жол беріледі*.
- ☒ Алкогольді тұтыну денсаулық пен тамақтануға пайдасын тигізеді деп ешқашан мәлімдемеңіз**. Алкоголь адамның кез-келген ауруын емдейді немесе алдын алады деген нанымдарға ешқашан сілтеме жасамаңыз және олай мәлімдемеңіз

- ☒ Жүкті әйелдерге қатысты таргетинг қолданбаңыз және біздің өнімдерді тұтынып тұрған жүкті әйелдердің суретін салмаңыз.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға ия деп жауап беріп дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

Менің әрекетімде ... пайда болмағанын растай аламын ба

- ✓ алкогольді тұтыну салдарынан көңіл-күй мен жағдайымның едәуір өзгерісі?
- ✓ жеке проблемаларды шешу немесе әлеуметтік үрейді басу үшін катализатор ретінде алкогольді қолдану?
- ✓ алкогольді тұтынғаннан кейін әлеуметтік немесе сексуалды тұрғыда табыс пен тартымдылықты көрсету?
- ✓ алкогольді тұтынғаннан кейін ақыл ой қабілеті немесе физикалық жұмыс қабілетінің артуы?

Менің әрекетімрастай аламын ба

- ✓ алкоголь денсаулыққа немесе тамақтануға пайдасын әкеледі деп топшыламайтынын?
- ✓ сусынның сипатын немесе күштілігін жасыруға немесе оның күштілігіне қате екіпін беруге тырыспағанымды?

* Алкогольсіз сыра туралы нұсқаулықтарды 11-12 беттердегі 8 қағидаттан қараңыз

** Ол тамақтану туралы ақпарат пен деректерді жіберуді шектемейді.

Нұсқаулықтарды алу үшін 9 бетті қараңыз. Күдік туындаған жағдайда заң және корпоративтік мәселелер жөніндегі жергілікті бөлімнен кеңес алыңыз.

6. АШЫҚТЫҚ**БІЗДІҢ ӨНІМДЕР ТУРАЛЫ АШЫҚ АҚПАРАТТАР ҰСЫНЫҒЫЗ**

Тұтынушылар біздің өнімнің құрамы туралы барлық ақпаратты білуге құқылы, сондықтан біздің сусындарымыздың тағамдық құндылығы, ингредиенттері мен алкогольдің мөлшері туралы ашық ақпаратты орамдарда және Интернетте әрқашан ұсынамыз.

**РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН
ОРАМЫ**

- ✓ Тұтынушыға бағытталған бастапқы орамда және біздің сыра, сидр және дайын сусындар сияқты брендтеріміздің веб-сайттарында (RTD) 100 мл-гі ингредиенттер пен құнарлылықты әрқашан көрсетіңіз. Орамда немесе Интернетте тағамданудың барлық жеті көрсеткішінің (құнарлылық, майлар, қаныққан майлар, көмірсулар, қант, ақуыз, тұз) бар болуын қамтамасыз етіңіз.
- ✓ Тұтынушыға бағытталған бастапқы орамда алкогольді жауапты тұтыну туралы хабарлама (мысалы жуапкершілікпен тұтыныңыз) және алкогольді тұтынудың заңмен рұқсат етілген жасын белгілеу үшін жас бойынша шектеудің анық символын немесе балама сөздерді орналастырыңыз. Брендтер жүктілік кезінде алкоголь ішуге немесе мас күйінде көлік жүргізуге болмайтындығы туралы алкогольді жауапкершілікпен тұтынудың екінші символын қамти алады.
- ✓ Тұтынушыға бағытталған бастапқы орамда өнімнің ингредиенттері және тағамдық құндылықтары, сондай-ақ алкогольді шамадан тыс тұтынумен байланысты қатерлер туралы ақпаратты қамтитын веб-сайттың URL-мекенжайын әрқашан көрсетіңіз.

МЕДИА & ЖАРИЯЛАУ

- ✓ Біздің брендтердің веб-сайттарында бір басқанда көрінетіндей етіп алкогольді жауапкершілікпен пайдалану және алкогольді шамадан тыс пайдаланумен байланысты қатерлер туралы ақпаратты әрқашан жариялаңыз

ӨНІМДІ ӨЗІРЛЕУ

- ☒ Құрамында шамдан тыс стимуляторлары бар алкогольдік сусындарды ешқашан жасамаңыз және оны жарнамаламаңыз. Кез-келген сұрақтар бойынша Даму және корпоративтік мәселелер тобына жүгініңіз.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға нақты жауап бере отырып, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

- ✓ Менің сырамның, сидрымның негізгі орамында немесе RTD-да 100 мл есептелген ингредиенттер мен тағамдық құндылықтар туралы ақпарат көрсетіледі ма?
- ✓ Сыраның, сидрдың бастапқы орамында немесе RTD-да алкогольді тұтыну жуапкершілігі туралы хабарлама және жас бойынша шектейтін анық символдың немесе алкогольді тұтынудың заңмен рұқсат етілген жасын белгілеуге арналған балама сөздер бар ма?

7. ПРОГРЕСС**ӘЛЕУМЕТТІК БЫҚПАЛДАСТЫҚТЫ ЖӘНЕ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ОРНЫҚТЫЛЫҚТЫ САҚТАЙ ОТЫРЫП ЗАҢДЫ, ШЫНАЙЫ ӘРІ ҚҰРМЕТПЕН ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСІҢІЗДЕР**

Біздің сыра бүкіл әлем бойынша қоғамдық іс-шаралардың ортасында жүреді. Бүгінгі күн мен болашақ үшін ең үздігін жасау атты мақсатымызды басшылыққа ала отырып, біз коммуникацияларымызда заңды, шынайы, парасатты болуға ғана емес, сондай-ақ орнықтылық шекараларын кеңейтуге және инклюзивті әлемнің сақталуына жауапкершілікті өзімізге аламыз.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН

- ✓ Біздің хабарламалардың әдепті, ашық, шынайы және жаңылыстырмайтын болуына әрқашан қадағалап отырыңыз.
- ✓ Хабарламалардың мақсаты аудитория мен тұтас қоғам үшін қисынды, талғамы жоғары және парасатты болуын әрқашан бағалаңыз. Бір нарықта зияны жоқ болып көрінетін тақырыптар Carlsberg Group жұмыс істейтін басқа нарықтарда қорлық немесе мәдени жат ретінде көрінбейді ма деп ойланыңыз.
- ✓ Нәсіл, жыныс, сексуалды бағдарлығына, дініне, терінің түсіне, этникалық шығу тегіне, ұлттық шығу тегіне, мүгедектігіне, байлық немесе кәсібіне қатысты әртүрлілікке құрмет пен кішіпейілділік танытыңыз. Қисынсыз немесе әлеуетті зиянды стереотиптерден сақтаныңыз. Маркетингтік нақандар, кастинг пен материалдарға әртүрлілік пен құштарлықты белсенді түрде ілгері жылжыту үшін әрқашан күш салыңыз.
- ✓ Алкогольмен байланысы болғысы келмейтін топтарға немесе жекелеген тұлғаларға әрқашан кішіпейілділік пен құрмет танытыңыз.
- ✓ Хабарламалар және олармен байланысты жарнамалық акциялар әрқашан жергілікті заңдарға сәйке келуін әрқашан тексеріңіз. Жергілікті заңдар қаталдау болған жағдайда, олар әрқашан осы саясаттан жоғары тұруы қажет.
- ✓ Жүріс-тұрыстары экологиялық орнықты болып табылатын, мысалы орамды екінші қайтара өңдеу ағынына тастайтын тұтынушыларды көтермелеуге және оларды көрсетуде абай болыңыз.

- ✓ Орнықты экологиялық артықшылықтар туралы мәлімдемелердің қарапайым ауыз-екі тілмен тұжырымдалғанын және олардың бұлтартпас дәлелдермен немесе ғылыми деректермен, мысалы өмірлік циклді (LCA) немесе сертификаттаудың мойындалған сұлбасын (мысалы, Cradle to Cradle (C2C)) пайдалану арқылы растала алуын қамтамасыз етіңіз

БАЙЛАНЫСҚАН КОДЕКСТЕР

- • Carlsberg Group-тың әртүрлілік пен инклюзивтік саласындағы саясаты
- • Carlsberg Group-тың экологиялық саясаты

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға нақты жауап беріп, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

- ✓ Менің алкогольді насихаттаудағы жергілікті заңмен қатынасым және жарнама туралы жалпы заңнамаға сәйкес келеді ма?
- ✓ Мен өзімнің қатынасымды қисындылық, жақсы талғам және парасаттылық тұрғысынан мақсатты аудитория және тұтас қоғам үшін бағаладым ба?
- ✓ Менің қатынасым біздің қоғамдағы үлкен еліктірушілікті оятудағы талпынысымызды алға итереді ма, жылжытады ма немесе көшбасшылық рөлге ие ма?
- ✓ Біз өзіміздің экологиялық мәлімдемелерімізді негізді дәлелдермен растай аламыз ба?

8. АЛКОГОЛЬСІЗ

ТАҢДАУ ҮШІН СЫРАНЫҢ АЛКОГОЛЬСІЗ СҰРЫПТАРЫН ҰСЫНЫҢЫЗ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖАУАПКЕРШІЛІКПЕН ІЛГЕРІ ЖЫЛЖЫТЫҢЫЗ

Сыраның алкогольсіз сұрыптарын жасай отырып, біз тұтынушылар алкогольсіз сергітетін сусынның дәмінен ләззат алғылары келгенде оларға оңды таңдау ұсынуға талпынамыз. Біздің қатынас ересектерге бағытталған болуы тиіс және алкогольсіз сыраны алкоголь бар нұсқалардан анық ажырата білген жөн.

ҚОЛДАНЫЛАТЫН БРЕНДТЕР

АЛКОГОЛЬСІЗ СЫРА (AFBs)

Аталған саясаттың мақсаттары үшін «алкогольсіз сыра» (AFB) термині кез-келген сыраны, сидрды не болмаса құрамында алкоголь бар және көлемі бойынша алкогольдің мөлшері 0,5%-тен аспайтын (мысалы Carlsberg 0,0) брендтің желісінің кеңеюі болып табылатын радлерді қамтиды, егер жергілікті ережелер одан төменін белгілемесе. Осы критерийлерге жауап беретін брендтер, осы тарауда көрсетілген ерекшеліктер немесе қосымша талаптармен бірге тұтас саясатқа жүгінуі тиіс.

Алкогольдік брендтермен байланысты емес алкогольсіз сусындарға қатысты хабарламалар жергілікті ережелерге және алкогольсіз сусындардың салалық стандарттарына сәйкес келуі тиіс.

РҰҚСАТ ЕТІЛГЕН & ТЫЙЫМ САЛЫНҒАН

- ✓ Осы саясатта баяндалған сатнадарттарды әрқашан ұстаныңыз, соның ішінде біздің хабарламалардың көмегімен, төменде көрсетілген жағдайлардан басқа кезде алкогольді тұтынудың заңмен белгіленген жасынан үлкен тұлғаларды тартуға (№1 қағидат) және тартуға (№2 қағидат) тырысыңыз.

ЖАРНАМА

- ✓ Біздің алкогольсіз өнімдерді сататынымыз туралы әрқашан анық әрі ашық хабар беріңіз. Кез-келген қарым қатынас біздің AFB мен біздің алкогольді брендтеріміздің арасында түсінбестік болмайтынына кепілдік беруі тиіс.
- ✓ Егер бізде негізделген ғылыми дәлелдер болған жағдайда ғана денсаулыққа немесе өнімділікке тигізетін пайдасы туралы фактілерді хабарлаңыз. Бұл фактілерді, корпоративтік мәселелер тобымен топты дамыту және жергілікті заң бөлімдерімен кеңескеннен кейін пайдаланған жөн.

- ✓ AFB келесілермен байланысты болуы мүмкін:
 - **Көлік жүргізу:** Біз AFB-ны рөлде отырғандар үшін жауапты таңдау ретінде ұсына аламыз. Алайда, алкогольсіз сусындар жүргізу кезінде емес, жүргізуге дейін немесе кейін ғана тұтынылады деп көрсетуге тыйым салынады. Әрқашан көлік жүргізу туралы жергілікті заңдарды ескерген жөн. Жергілікті заң және корпоративтік бөлімдердің мақұлдауын әрқашан алыңыз.
 - **Спорт:** Біз AFB-ны жүгіру, велосипед тебу сияқты зорлық-зомбылық жоқ және экстремалды емес спорт түрлері үшін қолайлы сергітетін нұсқа ретінде ұсына аламыз. Оларды өнімділікті арттыратын есебінде қарауға болмайды. Жергілікті заң және корпоративтік бөлімдердің мақұлдауын әрқашан алыңыз.
- ☒ Біздің AFB өнімдеріміз келесілермен байланысты немесе оларға бағытталған болмауы тиіс:
 - **Жүкті әйелдер:** Жүкті әйелдерге жүгінбеніз және біздің AFB өнімдерімізді ішіп жатқан жүкті әйелдерді бейнелемеңіз
 - **Аса қауіпті жағдайлар:** Біздің AFB өнімдерімізді өзінің табиғаты бойынша анық түрде қауіпті немесе зорлық-зомбылығы бар жағдайларда, мысалы спорттың экстремалды түрлері немесе ауыр техникамен жұмыс істеу жағдайларымен байланыстырмаңыз.

ОРАМЫ ЖӘНЕ ЖАРНАМА

- ✓ Біздің AFB өнімдеріміздің орамындағы алкогольді жауапкершілікпен тұтыну туралы хабарламаны қосу үшін жарамды болғанына қарамастан біз ондай хабарламаны орамда жзауға міндетті емеспіз.
- ✓ Тұтынушыға қаратылған бастапқы орамда жас бойынша шектеудің анық символын немесе алкоголь ішу рұқсат етілген жасты көрсететін балама сөздерді әрқашан қосыңыз.

8. АЛКОГОЛЬСІЗ

ТАҢДАУ ҮШІН СЫРАНЫҢ АЛКОГОЛЬСІЗ СҰРЫПТАРЫН ҰСЫНЫҢЫЗ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖАУАПКЕРШІЛІКПЕН ІЛГЕРІ ЖЫЛЖЫТЫҢЫЗ

САТУ ОРЫНДАРЫ ЖӘНЕ ІС-ШАРАЛАР

- ✓ Алкогольсыз сыра үлгілерінің дәмін сынауды алкоголь тұтыну үшін заңмен рұқсат етілген жас мөлшерінен асқан тұлғалардың арасында жүргізіңіз.
- ☒ Балалар немесе жастар мекемелерінде не болмаса жас мөлшері заңмен белгіленген алкоголь тұтыну жасына жетпеген тұлғаларға арналған басқа үй-жайларда (мысалы: мектептерде) ешқашан алкогольсіз сусындарды сатпаңыз.
- ☒ Арнайы алкоголь тұтынудың заңмен бекітілген жасына толмаған тұлғаларға қаратылып жасақталған бөлшектеп сауда жасау аймақтарында, мысалы тәттілер немесе ойыншықтардың жанында ешқашан AFB сатумен айналыспаңыз.

КЕЛІСУШІЛІКТІ ТЕКСЕРУ

Келесі сұрақтарға нақты жауап беріп, дұрыс жолда екендігіңізге көз жеткізіңіз:

- ✓ Менің хабарламам ересектерге бағытталған ба?
- ✓ Менің хабарламамда өнімде алкоголь жоқ екендігі тікелей көрсетілген ба?
- ✓ Осы тарауда қарастырылған ерекшеліктерді қоспағанда, жалпы менің қатынасым осы саясатқа сәйкес келеді ма?

СӘЙКЕСТІК ЖӘНЕ ҚОЛДАНУСАЛАСЫ

СӘЙКЕСТІК ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ САЛАСЫ

СӘЙКЕСТІК

Аталған саясат Carlsberg Group-тың барлық брендтері мен ұйымдарына арналған минималды стандарттарды қамтиды. Нормативтік талаптарды сақтау міндетті болып табылады және біздің брендтер арқылы немесе олардың атынан қарым-қатынас құрайтын барлық мердігерлер мен қызметкерлер жауапкершілік көтереді. Оның әріпке де және оның жалпы мағынасына да қатысы бар

Көптеген жағдайларда біздің саясат жергілікті заңнама талап ететін стандарттардан қатал стандарттарды қамтиды. Алайда жергілікті ережелер қаталдау болса олар осы саясатты алмастыруы тиіс

ТРЕНИНГ

Маркетинг жөніндегі барлық жұмыскерлер мен маркетингтік агенттіктер Carlsberg Group-тағы жұмыстарын бастар алдында осы саясат бойынша онлайн-оқыту тәртіптемесінде немесе жеке оқуы тиіс. Бұл оқуды жыл сайын қайталаған жөн. Бұл саясат барлық тиісті агенттік келісімдерге қосымша ретінде болуы тиіс, бұл ретте оның талаптары міндетті болып табылады

ҚОЛДАУ

Заң және корпоративтік мәселелер жөніндегі жергілікті топтар саясат пен жергілікті заңнаманы түсіндіруде қолдау көрсете алады. Маркетингтік коммуникацияларды әзірлеген кезде олармен барынша ертерек кеңескен жөн. Талаптардың орындалуында күдік немесе күмән болған жағдайда сұрақтарды коммерциялық бөлімге және корпоративтік қатынастар бөліміне қойған жөн.

ҚОЛДАНУ САЛАСЫ

Аталған саясаттың келесілерге күші бар:

- құрамында алкоголь бар барлық тауарлар мен брендтер.
- 11-12 беттерде сипатталғандай алкогольсіз сыраның қолданымды сұрыптары (AFB).

Жоғарыда көрсетілген санаттардағы брендтердің атынан арналармен болатын кез-келген қатынасқа қолданылады, келесілерді қоса ала отырып, бірақ олармен шектелмей:

- Медиа: цифрлық, тарату, жазба, кино, сыртқы жарнама, жарнама қалқандары мен продакт плейсмент.
- Сауда нүктелеріне арналған материалдар: сусындарға арналған ыдыс, сервистік материалдар / тауарлар, электрондық сауда және киім, коммуникация және дисплеи құралдары.
- Демеушілік және PR: спорттық командалар, стадиондар, музыкалық фестивальдер, ықпалды тұлғалар (соның ішінде жекелеген спортшылар, әртістер) Және БАҚ-пен жұмыс.
- Акциялар: дүкендерде ұсынылған тұтынушылар байқауы, электрондық коммерция ұсыныстары, сауда акциялары, эксперименттік белсендірулер, өнімдерді орналастыру және іс-шаралар.
- Брендтің инновациясы және өнімді әзірлеу: орамы, таңбалау және атауы.
- Сыртқы арналар: біздің брендтер үшін клиенттермен/жеткізушілермен қатынасу.

РӨЛДЕРІ МЕН МІНДЕТТЕРІ

Орган/функциялары/тұлғалар	Рөлдері мен міндеттері
ExCom	Саясаттың бекітілуіне жауап береді
Коммерциялық топ (ССО)	Атқарушы комитеттің алдында Carlsberg Group-тағы маркетингтік коммуникациялар мәселелері бойынша және Топтағы маркетингтік коммуникациялардың айтарлықтай тәуекелдері тиісті жолмен ескеріліп, қажет болса Атқарушы комитеттің/аудит жөніндегі комитеттің/бақылаушы кеңестің назарына жетуін қамтамасыз ету үшін жалпы жауапкершілік көтеретін саясаттың иесі
Жаһандық/жергілікті маркетинг жөніндегі директор	Осы саясаттың іске асырылуына және сақталуына, сондай-ақ барлық қызметкерлер саясат және оның талаптары туралы хабардар болуына жауапкершілік артады.
Жергілікті брендтердің иелері	Маркетингтік материалдардың саясатқа сәйкестігін тексеруді және растауға жауап береді.
Жергілікті заң кеңесшісі және корпоративтік қатынастар	Маркетингтік материалдардың заңнамалық талаптарға/мүдделі тараптардың пікірлеріне/салалық

	стандарттарға сәйкестігін тексеруге жауап береді
Корпоративтік мәселелер жөніндегі вице-президент	Ушығу жағдайында бірлескен ақырғы шешімді қабылдау
Заң тобының вице-президенті	Ушығу жағдайында бірлескен ақырғы шешімді қабылдау
Carlsberg Group-тың барлық бөлімшелерінің басшылары, қызметкерлері мен келісім-шарт бойынша жұмыс істейтін жұмыскерлері	Аталған саясаттың сақталуына жауапкершілік көтереді

КАЗАК ТІЛІНДЕГІ НҰСҚА



Наурыз 2021
2019 жылғы қыркүйектегі нұсқасының ауыстырылымы

Carlsberg Breweries A/S
100 Ny Carlsberg Vej

1799 Copenhagen

V Denmark