

***Социальный проект
«Пивной дозор»:
нет 18- нет пива!***

Мы против продажи пива несовершеннолетним!



**Мы убеждены, что пиво – это напиток для
взрослых людей,
поэтому считаем принципиальной позицию
запрета продажи пива несовершеннолетним**

ЕСТЬ  – ПОДТВЕРДИ!

**ПИВНОЙ 
ДОЗОР**

НЕТ  – НЕТ ПИВА!



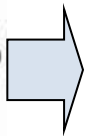
Пивоваренная компания «Балтика» с 2004 года реализует инициативы, нацеленные на запрет продажи пива несовершеннолетним

В составе Союза российских пивоваров «Балтика» выступала за принятие закона, запрещающего продажу пива несовершеннолетним. Такой закон вступил в силу в апреле 2005 г.

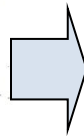
С 2006 г. ежегодно распространяем более 200 тыс. знаков-стикеров «Продажа пива несовершеннолетним запрещена» в розничных торговых точках.

С 2008 г. «Балтика» организует «Пивной дозор» - общественный контроль за продажей пива. Патрули проходят на всех массовых мероприятиях компании.

Сейчас акция поддержана общественными организациями и молодежными движениями, органами власти.



ПИВНОЙ
ДОЗОР



ПИВНОЙ
ДОЗОР



Наша цель – формирование механизмов общественного контроля!



- **Штрафные санкции**
- **Социальные акции**
- **Общественный контроль**



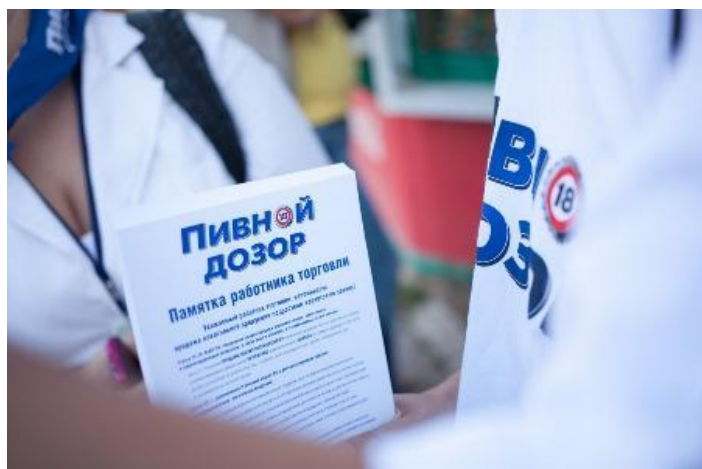
- *Законом предусмотрена уголовная ответственность за продажу пива лицам до 18.*
- *Проведение социальных акций позволяет привлечь внимание к проблеме.*
- *Общественный контроль – гарантия соблюдения запрета*

Рейды общественного контроля



«Пивной дозор» - рейды по торговым точкам.

«Дозорные» информируют продавцов о нормах закона, запрещающего продажу пива несовершеннолетним



«Дозорные» проводят беседы с покупателями торговых точек – с целью сформировать ответственное, неравнодушное отношение к соблюдению норм закона

«Дозорные» по стране



«Пивной дозор» - это более 500 рейдов более чем в 30 городах России – от Санкт Петербурга и Сочи до Хабаровска и Красноярска.

«Дозоры» проходят на массовых мероприятиях, перед Днем знаний, усиливаются в дни праздников и летних каникул



Нас поддерживают общественные организации



«Пивной дозор» поддержан общественными организациями и молодежными движениями

- *«Гражданский дозор» в Самаре;*
- *Молодежный парламент Самарской области;*
- *«Народный контроль» в Ростове-на-Дону;*
- *«Народный патруль» в Москве;*
- *«Общественный контроль» в Екатеринбурге*



**Пивной
Дозор**

«Пивной дозор» поддержан инициативами региональных властей



**ПИВНОЙ
ДОЗОР**

в Самаре в рейдах принимали активное участие:

- **представители департамента потребительского рынка и департамент семьи, опеки и попечительства;**
- **сотрудники департамента по делам молодежи Министерства спорта, туризма и молодежной политики Самарской области;**
- **сотрудники администраций городских поселений Самарской области**

Пивовары против продажи пива несовершеннолетним!



В рейдах «Пивного дозора»
принимают участие сотрудники
пивоваренного завода «Балтика-
Самара»

Пивовары объясняют:
пиво-напиток для взрослых людей!

ПИВНОЙ
ДОЗОР



Основная идея проекта 2014



Идея

Основная идея 2014 года – проведение рейдов сотрудниками пивоваренной компании «Балтика» совместно с игроками и ветеранами ПФК «Крылья Советов», а также представителями фанатского движения и самарского молодежного правительства.

Совместное мероприятие позволит подчеркнуть приверженность ценностям ответственного потребления пива и призвать представителей торговли соблюдать запрет на продажу пива несовершеннолетним.

Совместные рейды позволят подчеркнуть, пиво – напиток для взрослых любителей футбола и не предназначено для подростков!



Описание проекта 2014



Описание:

Накануне рейдов (**15-17 сентября**) в пресс-центре ПФК «Крылья Советов» проводится **пресс-конференция** с участием игроков клуба, представителей власти и руководства завода «Балтика-Самара» и ПФК «Крылья Советов» в присутствии СМИ.

Рейды проводятся в преддверии матча в районе стадиона «Металлург», 1 день (**18 или 19 сентября**).

В день рейда активисты проходят по торговым точкам в районе стадиона «Металлург». По итогам готовится и рассылается пресс-релиз, выходят публикации в СМИ.

Механика акции:

Участники рейдов проходят по торговым точкам, беседуя с продавцами и покупателями и вручая им **памятку**, которая информирует о необходимости уточнить возраст молодого покупателя.

Атрибутика:

Майки, монетницы, банданы с символикой проекта



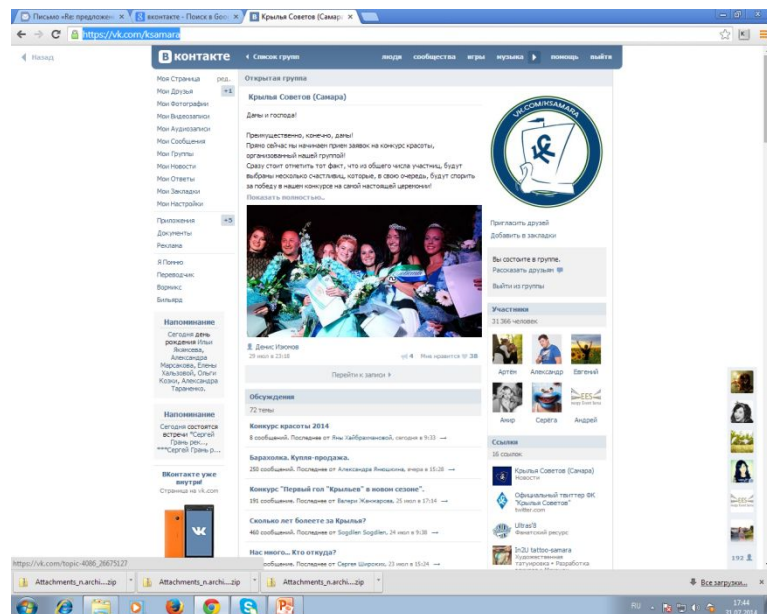
Приглашение в рейды: работа в социальных сетях



Анонсирование и приглашение широкой общественности принять участие в рейдах может вестись на двух площадках:

- «Клуб любителей и ценителей пива» (<https://vk.com/clubbeerlovers>) – 6 956 человек
- Официальная группа ФК «Крылья советов» в ВК (<https://vk.com/ksamara>).- 31 321 человек

По итогам каждого рейда в этих группах будет выложен фотоотчет.





СПАСИБО!