



**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 позицией  
запрета продажи пива несовершеннолетним**

**ЕСТЬ  – ПОДТВЕРДИ!**

**ПИВНОЙ   
ДОЗОР**

**НЕТ  – НЕТ ПИВА!**



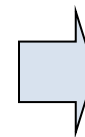
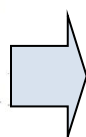
## Пивоваренная компания «Балтика» с 2004 года реализует инициативы, нацеленные на запрет продажи пива несовершеннолетним

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.



# Наша цель – формирование механизмов общественного контроля!



- Штрафные санкции
- Социальные акции
- Общественный контроль



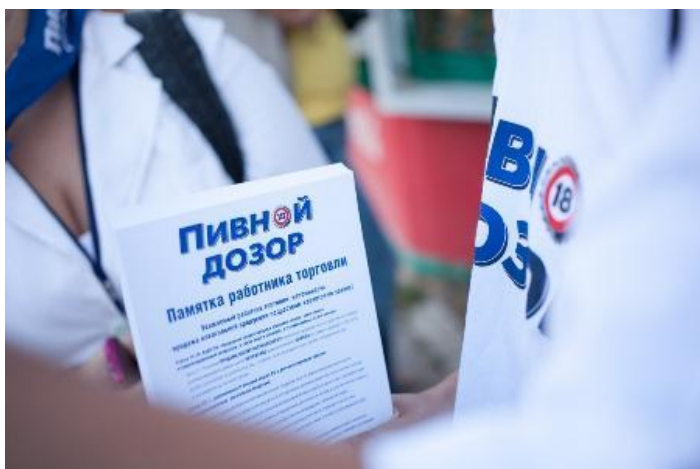
- *Законом предусмотрена уголовная ответственность за продажу пива лицам до 18.*
- *Проведение социальных акций позволяет привлечь внимание к проблеме.*
- *Общественный контроль – гарантия соблюдения запрета*

# 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 18 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!***