



Aldaris

Gada pārskats
Annual Report

2003

Saturs

Contents

Uzņēmuma politika un stratēģija Company Policy and Strategy	2
Valdes priekšsēdētāja (prezidenta) ziņojums Report of the Board Chairman (President)	4
Uzņēmuma vadība 2004. gada sākumā Company Management at the Start of 2004	7
Integrētās mārketinga komunikācijas Latvijas alus un bezalkoholisko dzērienu tirgū Integrated Marketing Communications in the Latvian Beer and Non-alcoholic Beverage Market	8
Ražotā produkcija un pārstāvētie produkti 2004. gada sākumā Products Produced and Represented at the Start of 2004	14
Piegādes ķēdes vadība Supply Chain Management	16
Integrētā vadības sistēma Integrated Management System	19
Korporatīvā sociālā atbildība Corporate Social Responsibility	22
Padomes vērtējums par a/s "Aldaris" darbību 2003. gadā The Council's Assessment of the Activities of a/s "Aldaris" in 2003	25
Auditoru atzinums Auditor's Report	26
Finanšu rezultāti Financial Results	27
"Aldara" balvu laureāti un akciju uzvarētāji 2003. gadā Winners of the Aldaris Awards and Competitions in 2003	31



Uzņēmuma politika un stratēģija Company Policy and Strategy

Vīzija

- Būt modernam, dinamiskam uzņēmumam, kas izprot un pilda patērētāju, klientu, akcionāru, darbinieku un partneru vēlmes un vajadzības.
- Veicināt savstarpēji izdevīgu sadarbību starp BBH grupas uzņēmumiem ar mērķi nostiprināt grupas pozīcijas pasaules vadošo dzērienu ražotāju vidū.
- Būt uzticamam biznesa partnerim!

Misija

- Veidot un attīstīt modernu uzņēmumu, kas cieši sadarbojas ar patērētājiem, klientiem, akcionāriem, partneriem un sabiedrību viņu vēlmju izzināšanai un apmierināšanai, pastāvīgi pievienotās vērtības radīšanai, uzņēmuma, BBH grupas un valsts uzplaukuma veicināšanai.
- Nostiprināt "Aldara" līderpozīcijas Latvijas alus tirgū, turot godā un izkopjot gadsimtiem senās nacionālās alus darīšanas tradīcijas, vienlaikus izmantojot visjaunākās iekārtas un efektīvākās vadības metodes. Kļūt par līderi dzērienu ražotāju vidū Baltijas valstīs, pastāvīgi attīstot ar mūsdienīgiem, patērētāju un klientu prasībām atbilstošiem dzērieniem bagātu produktu klāstu.
- Veidot un izkopt alus dzeršanas un bezalkoholisko dzērienu tradīcijas Latvijā.
- Veicināt sabiedrības veselību, ieviešot videi draudzīgas tehnoloģijas, izmantojot ekoloģiski tīras izejvielas un stimulējot bezalkoholisko dzērienu patēriņa palielināšanos.
- Pastāvīgi strādāt pie "Aldara" un citu BBH grupas uzņēmumu produkcijas popularizēšanas un izplatīšanas Baltijas un citu valstu tirgos, radot stabilu eksporta potenciālu un nostiprinot BBH pozīcijas starp pasaules vadošajiem dzērienu ražotājiem;
- Kļūt par atdarināšanas cienīgu paraugu Latvijas un BBH grupas uzņēmumiem.
- Panākt, ka vārds "Aldaris" personificē kvalitāti gan patērētājiem, klientiem un partneriem, gan arī sabiedrībai kopumā.

Kvalitātes politika

A/s "Aldaris" dara visu iespējamo, lai nodrošinātu savus klientus un patērētājus ar mūsdienīgiem, kvalitatīviem, viņu vajadzībām un vēlmēm atbilstošiem produktiem un pakalpojumiem, sasniedzot Eiropas Kvalitātes balvas ieguvēju līmenim atbilstošus rezultātus visās uzņēmuma darbības jomās, kā arī:

- identificē procesus, kas vērsti uz plānoto rezultātu sasniegšanu un visu uzņēmuma darbā ieinteresēto pušu – klientu un patērētāju, akcionāru, partneru, darbinieku un sabiedrības – vajadzību un vēlmju izzināšanu, līdzsvarošanu, apmierināšanu, un pastāvīgu pievienotās vērtības radīšanu;
- veido uz šiem procesiem balstītu integrētu uzņēmuma vadības sistēmu, atbilstoši ISO 9001, ISO 14001, HACCP, veselības un drošības standartu prasībām un Eiropas Izcilības modeļa kritērijiem;
- nosaka uzņēmuma ilgtermiņa stratēģiskās attīstības plānam un Izcilības modeļa kritērijiem atbilstošus mērķus;
- pastāvīgi paaugstina procesu efektivitāti un pilnīgu uzņēmuma vadības sistēmu kopumā, balstoties uz mērījumiem, salīdzinošiem datiem, vispusīgu apkārtējās vides analīzi un ciešu sadarbību ar partneriem un BBH;
- vada personālu tā, lai katrs darbinieks zinātu savu lomu un uzdevumus uzņēmuma mērķu sasniegšanā, justos

Vision

- To be a modern, dynamic company that understands and fulfils the desires and needs of consumers, clients, shareholders, employees and partners;
- To facilitate mutually beneficial cooperation between companies in the BBH group, with the goal of strengthening the group's position amongst the world's leading beverage producers;
- To be a faithful business partner!

Mission

- To create and develop a modern company that works closely with consumers, clients, shareholders, partners and society to find out and satisfy their needs, constantly create added value, and facilitate the growth of the company, the BBH group and the country;
- To strengthen the leading position of Aldaris in the Latvian beer market, respecting and furthering centuries-old national brewing traditions, while simultaneously utilising the latest equipment and efficient management methods. To become the leading beverage producer in the Baltic countries, consistently developing a rich product portfolio that is contemporary and suited to the demands of consumers and clients;
- To create and nurture beer drinking and non-alcoholic drink traditions in Latvia;
- To benefit the health of society by introducing environment-friendly technologies, using ecologically clean ingredients and stimulating increased consumption of non-alcoholic drinks;
- To consistently work towards popularising and distributing the products of Aldaris and other BBH-group companies in the Baltics and other markets, creating stable export potential and strengthening the position of BBH amongst the world's leading beverage producers;
- To become an example worthy of emulation for Latvian and BBH-group companies;
- For the Aldaris name to personify quality in the eyes of consumers, clients, partners and society as a whole.

Quality Policy

A/s Aldaris is doing everything possible to provide its clients and consumers with modern, qualitative products and services that suit their needs and desires, achieving results at the level of the European Quality Award in all areas of the company's activities by:

- identifying processes that are directed toward achieving planned results, and finding out, balancing, satisfying and constantly adding value to the needs and desires of all parties involved in the company's work – clients and consumers, shareholders, partners, employees and society;
- creating an integrated company management system based on processes in accordance with ISO 9001, ISO 14001, HACCP, health and safety standards and European Excellence Model criteria;
- setting goals fitting the criteria of the company's long term strategic development plan and the criteria of the Excellence Model;
- consistently raising process efficiency and improving the company management system as a whole based on measurements, comparative data, overall analysis of the

lidzatlīdzīgs par kopējo rezultātu un ieguldītu savas profesionālās zināšanas un radošo enerģiju uzņēmuma izaugsmes nodrošināšanai.

Vides, arodveselības un darba drošības politika

A/s "Aldaris" pievērš lielu uzmanību vides aizsardzībai, tās resursu saglabāšanai un ekonomiskai izmantošanai, drošas un veselībai nekaitīgas darba vides radīšanai saviem darbiniekiem, kā arī drošas apkārtējās vides veidošanai visiem cilvēkiem ne tikai a/s "Aldaris" teritorijā, bet tiktāl, ciktāl sniedzas uzņēmuma darbības ietekme.

Mūsu mērķis ir panākt, lai a/s "Aldaris" akcionāri, klienti, darbinieki un sabiedrība atzītu un novērtētu to, ka uzņēmums veic pastāvīgus vides, arodveselības un darba drošības uzlabojumus visās uzņēmuma darbības jomās, un iesaistītos šīs sistēmas attīstīšanā un pilnveidošanā.

- Mēs nosakām tādas mērķus un uzdevumus, kuru sasniegšanai mūsu uzņēmumā par darbības un lēmumu pieņemšanas procesa neatņemamu sastāvdaļu kļūst vides aizsardzības, veselības un darba drošības jautājumi.

- Mēs ievērojam visus likumdošanas un normatīvos aktus, kā arī citas prasības, par kuru izpildi uzņēmums ir uzņēmies saistības.

- Mēs nodrošinām tādu darba vidi, kas līdz minimumam samazina nelaimes gadījumus un slimību cēloņus, darbiniekiem skaidrojam un propagandējam veselību un darba drošību atbalstošu kultūru, veicinām darbinieku iesaistīšanos tās veidošanā, stimulējam viņu personisko atbildību.

- Mēs izstrādājam un izmantojam resursus taupošas darba metodes un procesus, plānveidīgi samazinot ražošanas atlikumus, organizējot to pārstrādi un otrreizēju izmantošanu.

- Mēs pievēršam lielu uzmanību darbinieku zināšanām un izpratnei par vidi, arodveselību un darba drošību.

- Mēs iesaistām vides un drošas darba vides sekmēšanā visus uzņēmuma darbiniekus, klientus, piegādātājus, sabiedrību un citus interesentus.

Produktu drošuma politika

A/s "Aldaris" atbild par ražoto produktu (alus, minerālūdens, bezalkoholisko dzērienu u.c.) **kvalitāti un drošumu** visā to ražošanas un lietošanas derīguma laikā. Tas tiek panākts, precīzi nodrošinot atbilstošu izejvielu izmantošanu, kā arī pastāvīgi pilnigojot

- ražošanas procesu,
- kontroles sistēmas,
- darbinieku apmācību.

surrounding environment, and close cooperation with our partners and BBH;

- Managing our personnel in such a way that every employee knows their role and tasks to help the company achieve its goals, feels responsible for the overall result, and gives their professional knowledge and creative energy to ensure the company's growth.

Environmental, Occupational Health and Work Safety Policy

A/s "Aldaris" pays great attention to environmental protection, conserving resources and using them economically, creating a safe and healthy work environment for all employees, and creating a safe environment for all people – not just within the territory of a/s Aldaris, but as far as the effects of the company's activities reach.

Our aim is that a/s Aldaris shareholders, clients, employees and society recognise and value the fact that the company implements constant improvements for the environment, employee health and work safety in all of the company's activities, and is involved in the development and further improvement of this system.

- We set goals and tasks so that environmental protection, health and work safety issues become integral to the company's activities and decision making process;

- We obey all legislative and normative acts and other requirements of obligations the company has undertaken;

- We provide a work environment in which accidents and the causes of illness are reduced to a minimum. We explain to employees and propagate a culture of health and work safety, and we encourage workers to get involved in this process. We stimulate their sense of personal responsibility;

- We develop and utilise work methods and processes that conserve resources and that systematically reduce production waste, organising its recycling and reuse;

- We place great importance on workers being knowledgeable and understanding about the environment, employee health and work safety;

- We involve all company employees, clients, suppliers, society and anyone else interested in finding solutions to environmental and work safety issues.

Product Safety Policy

A/s Aldaris is responsible for the quality and safety of all of its products (beer, mineral water, non-alcoholic drinks etc.) throughout the production and recommended shelf life period. This is achieved through meticulously ensuring that the correct ingredients are used, and also by constantly improving:

- the production process;
- control systems;
- employee training.

Valdes priekšsēdētāja (prezidenta) ziņojums Report of the Board Chairman (President)



2003. gadu akciju sabiedrība "Aldaris" aizvadīja kopā ar Latvijas sabiedrību gatavojoties vēsturiskajām pārmaiņām Latvijas valsts dzīvē – pievienošanās Eiropas Savienībai (ES). Latvijai ES nozīmē ne tikai būtiskas pārmaiņas valsts politiskā dzīvē, bet arī jaunus pasākumus valsts tautsaimniecības sakārtošanā. Gads ir atnesis daudz jauna arī vienai no senākām un tradicionālākām tautsaimniecības nozarēm Latvijā – alus darīšanai.

Uzņēmums lepojas ar sasniegto Latvijas alus un bezalkoholisko dzērienu tirgū, pašmājās un starptautiski gūto atzinību, kā arī stabiliem finanšu un ekonomiskiem rādītājiem. Par panākumiem pateicamies "Aldara" sadarbības partneriem, klientiem un piegādātājiem, jo tikai viņu atbalsts ļāva īstenot patērētāju vēlmēs, piedāvāt kvalitatīvus un drošus produktus, augstvērtīgus pakalpojumus, sniegt nepieciešamo informāciju par uzņēmuma darbību. Panākumu pamatā ir arī 2003. gadā aizsāktā ciešā sadarbība Baltijas valstu vadošo aldaru vidū, kas deva iespēju vērtēt un apgūt labāko pieredzi tirgzinībās, pārdošanas sistēmu un piegādes ķēdes vadībā.

2003. gadā Latvijā pieauga alus patēriņš, notika labvēlīgas pārmaiņas alkoholisko dzērienu patēriņa struktūrā, kaut arī atšķirībā no citām ES valstīm Latvijā vēl arvien dominē stiprie alkoholiskie dzērieni. Alus patēriņš uz vienu iedzīvotāju sasniedzis 61 litru gadā. Mūsu kaimiņvalstīs Igaunijā un Lietuvā tas attiecīgi ir 71 un 76 litri. Latvijas tirgū alus pārdošana palielinājās līdz 145,3 miljoniem litru, kas ir par 9,5% vairāk nekā iepriekšējā gadā.

Kaut arī stipro alkoholisko dzērienu patēriņa īpatsvars būtiski pārsniedz alus patēriņu, varam konstatēt, ka "Aldara" un viss alus darīšanas nozarē paveiktais, nostiprinot un atjaunojot alus patēriņa kultūru Latvijā, ir nesis pirmos panākumus. Esam guvuši atbalstu un veiksmīgu pieredzi sadarbībā ar Eiropas Alus darītāju savienību un ES Pārtikas un dzērienu rūpniecības konfederāciju.

Along with the rest of Latvia, Aldaris spent 2003 preparing for historic changes in the life of the country – joining the European Union (EU). For Latvia, the EU means not just significant political changes, but also new measures for putting the national economy in order. This year has brought many new developments to one of the oldest and most traditional business sectors in Latvia – beer brewing.

The company is proud of its achievements in the Latvian beer and non-alcoholic drinks market, of the recognition it has earned at home and abroad, and of its stable financial-economic indicators. For these achievements we are grateful to the cooperation partners, customers and suppliers of Aldaris, because it was only with their assistance that we were able to meet the wishes of consumers, offer qualitative and safe products and services, and provide necessary information about the company's activities. Another cornerstone of these achievements is the cooperation intensively begun in 2003 between the leading brewers in the Baltic countries, facilitating the evaluation and absorbing of best practice in marketing, sales systems and supply chain management.

Beer consumption grew in Latvia in 2003 and there were positive changes in the structure of alcohol consumption, although unlike in other EU countries strong alcoholic drinks are still dominant in Latvia. Beer consumption reached 61 litres per capita for the year. In our neighbouring countries Estonia and Lithuania the figures were 71 and 76 litres respectively. In the Latvian beer market sales increased to 145.3 million litres, a rise of 9.5 percent over the previous year.

Although the share of strong alcoholic drinks in total consumption significantly exceeds beer consumption, we must note that the achievement of Aldaris and the entire brewing sector in strengthening and renewing a culture of beer consumption in Latvia has brought its first results. We have received support and gained valuable experience





Par spīti alus darītājiem nelabvēlīgām pārmaiņām likumdošanā un pieaugošai nodokļu nastai, pērn esam sasnieguši uzņēmuma vēsturē lielāko ražošanas apjomu – 92,4 miljonus litru alus, minerālūdens un bezalkoholisko dzērienu. Vietējā tirgū tika pārdoti 63,5 miljoni litru alus – tātad, salīdzinot ar 2002. gadu, pārdošanas apjoms palielinājās par vairāk nekā 20%. Minerālūdens pārdošana šajā laikā palielinājās par 5%.

Uzskatu, ka šodien esam gandarīti, zinot, ka "Aldaris" ir mūsdienīgākā alus un bezalkoholisko dzērienu ražotne Baltijā. Cauri gadsimtiem saglabātas senās alus darīšanas tradīcijas, kas balstās uz dabiskām izejvielām, klasiskām alus šķirņu receptēm un sava aroda mīlestību. "Aldaris" jau sen ir gatavs darboties Eiropas Savienībā, uzņēmuma ražotne un produkti visā pilnībā atbilst ES pārtikas drošības un nekaitīguma prasībām.

"Aldara" neto apgrozījums aizvadītajā gadā bija 21,3 miljoni latu. Uzņēmuma un tirgus attīstībā veiktas investīcijas 1,4 miljoni latu apmērā. Peļņa pirms nodokļiem bija 2,1 miljons latu, kas ir par 2,4% lielāka nekā 2002. gadā, bet tīrā peļņa ir 1,7 miljoni latu. Nodokļos par 2003. gadu aprēķinātā nodokļu summa ir 8,4 miljoni latu. Tas ir par 51% vairāk nekā 2002.gadā, galvenokārt palielinoties akcīzes nodoklim par 132%. Uzņēmuma peļņu nelabvēlīgi ietekmēja eiro valūtas kursa pārmaiņas. Latvijas alus tirgū joprojām turpinājās arī cenu kritums – vispirms jau stikla iepakojuma segmentā.

Uzņēmuma panākumi nenoliedzami ir saistīti ar alus patēriņa stikla iepakojumā pieaugumu, kā arī ar tirgzinības un tirdzniecības pasākumu efektivitāti. Pērn "Aldaris" pārdeva 64% no visa stikla pudelēs pārdotā alus Latvijā. Rezultātā a/s "Aldaris" tirgus daļa 2003.gadā Latvijas tirgū pieauga līdz 43,7%, bet Latvijā ražotā alus daļa "Aldarim" bija vēl lielāka – 47,6%.

"Aldaris" kopā ar valsts un nevalstiskām organizācijām iesaistījās LR Veselības ministrijā izstrādātās "Alkohola patēriņa mazināšanas un alkoholisma ierobežošanas programmas 2004.–2008. gadam" apspriešanā un pilnīgošanā. Uzņēmums uzsvēra nepieciešamību izstrādāt vienotu alkohola politiku valstī, izvīzot konkrētus uzdevumus tās īstenošanā iesaistītajām pusēm. Programmas izstrāde apliecina, ka valsts un sabiedrības interesēs ir samazināt absolūtā alkohola reālo patēriņu, kā arī līdz minimumam samazināt šobrīd ļoti lielo nelegālā alkohola tirdzniecību un patēriņu. Šādas pārmaiņas panākamas, mainot alkoholisko dzērienu patēriņa struktūru par labu viegliem alkoholiskiem dzērieniem, ierobežojot alkohola lietošanas izraisīto kaitīgo ietekmi uz indivīdu un

through cooperation with the Brewers of Europe and Confederation of the Food and Drink Industries of the EU.

Despite legislative changes negatively affecting brewers and a growing tax burden, last year we reached the biggest production volumes in the company's history – 92.4 million litres of beer, mineral water and non-alcoholic drinks. 63.5 million litres of beer were sold in the domestic market – this means that compared with 2002 sales volumes rose by over 20 percent. Over this period mineral water sales rose by 5 percent

I believe that today we can be proud that Aldaris is the most modern producer of beer and non-alcoholic drinks in the Baltic countries. Brewing traditions preserved over the centuries based on natural ingredients, classic beer recipes and our love of our trade – Aldaris has been ready to operate in the European Union for a long time, and the company's factory and products fully meet all EU food safety requirements.

Last year Aldaris' net turnover was 21.3 million lats. Investments made in company and market development totalled 1.4 million lats. Pre-tax profits were 2.1 million lats, 2.4 percent greater than in 2002. Net profit was 1.7 million lats. Calculated tax payments for 2003 totalled 8.4 million lats, a 51 percent increase over 2002 caused mainly by a rise of 132 percent in the excise tax rate. The company's profit indicators were negatively affected by fluctuations in the value of the euro. Price falls continued in the Latvian beer market, most notably in the glass packaging sector.

The company's achievements are undoubtedly linked to the increase in the consumption of beer from glass packaging as well as to the effectiveness of marketing and sales activities. Last year Aldaris sold 64 percent of all beer sold in glass bottles in Latvia. As a result, the market share held by Aldaris in the Latvian market increased to 43.7 percent in 2003, while Aldaris' share of beer produced in Latvia was even greater – 47.6 percent.

In conjunction with state and non-governmental organisations, Aldaris was involved in discussions of and improvements made to the RL Ministry of Health's "Alcohol consumption reduction and alcoholism limitation program 2004-2008." The company emphasised the need to develop a unified state alcohol policy by giving specific tasks to the parties involved in its implementation. The development of the program testifies that it is in the interests of the state and society to reduce the real consumption of absolute alcohol in the country, and to reduce to a minimum the currently very widespread consumption and sale of illegal alcohol. Such changes can be brought about by

sabiedrību kopumā. Uzmanība tiek pievērsta kvalitātes un drošuma kontroles pastiprināšanai, sabalansētai nodokļu politikai un starptautiski atzītai komerciālo komunikāciju praksei. Nepieciešama būtisku resursu piesaistīšana profilaksei un izglītībai kā mācību iestādēs, tā darba vietās.

Uzņēmums īsteno Apvienoto Nāciju Organizācijas Globālā līguma principus, ievēro cilvēktiesības, darba tiesības un saudzīgi izturas pret apkārtējo vidi. To apliecina uzņēmuma īstenotā korporatīvās sociālās atbildības programmas un integrētā kvalitātes vadības sistēmas ieviešana. Sadarbībā ar nevalstiskajām organizācijām "Aldaris" iesaistās uzņēmējdarbības vides attīstībā.

"Aldaris" ar savu piemēru aicināja Latvijas alus darītājus ieviest pašregulācijas principus, tā demonstrējot savu izpratni par sociālo atbildību. Uzņēmums pirmās Latvijā vienojās ar savu sadarbības partneri, reklāmas aģentūru "McCann Erickson Riga" par ētisku un atbildīgu komerciālo komunikāciju nodrošinājumu.

Kultūras, izglītības un sporta dzīves norišu atbalstīšana gadu desmitiem ir bijusi uzņēmuma sociālās atbildības pamatos. Arī 2003. gadā "Aldaris" piešķīra ievērojamus līdzekļus Latvijas kultūrai un sportam. Apzinoties, ka valstij ne vienmēr pietiek līdzekļu šo nozīmīgo sfēru pilnvērtīgai finansēšanai, uzņēmēju un it sevišķi nozaru līderu atbalsts pašlaik ir īpaši svarīgs. Kā spēcīgs uzņēmums "Aldaris" brīvprātīgi apliecināja savu atbalstu sabiedrībai nozīmīgās norisēs.

Apvienojot "Aldari" paaudžu paaudzēs mantotās zināšanas ar Baltijas sadarbības partneru pieredzi un akcionāru atbalstu, uzņēmums arī turpmāk ražos pašu labāko alu, minerālūdeni un citus bezalkoholiskos dzērienus savu produktu cienītājiem Latvijā un jaunajā Eiropas Savienībā. Es ticu, ka "Aldara" panākumi arī turpmāk sniegs gandarījumu gan patērētājiem, gan sadarbības partneriem, gan uzņēmuma darbiniekiem un akcionāriem, veicinot visas Latvijas tautsaimniecības augšupeju.

Pateicībā par atbalstu,

Vitālijs Gavrilovs

A/s "Aldaris" prezidents

changing the consumption pattern for alcoholic drinks in favour of light alcoholic drinks, and reducing the negative impact caused by alcohol usage on individuals and society as a whole. Attention is being paid to strengthening quality and safety controls, and balancing taxation policy with internationally accepted commercial communications practice. It is necessary to direct significant resources to prevention and education both in educational institutions and at work places.

The company is implementing the principles of the United Nations "Global Compact," is observing human rights and workers' rights and is treating the surrounding environment with respect. This is demonstrated by the implementation of the company's social responsibility program and its integrated quality management system. In conjunction with non-governmental organisations, Aldaris is involved in developing the business environment.

Through its own example, Aldaris invited Latvia's breweries to introduce self-regulation principles, thereby demonstrating its understanding of social responsibility. The company was the first in Latvia to agree with its cooperation partner, the advertising agency McCann Erickson Riga, on ensuring ethical and responsible commercial communications.

Support for cultural, educational and sporting events has been the foundation of the company's social responsibility for decades. In 2003, Aldaris once again gave significant resources to Latvian culture and sport. With the awareness that the state does not always have sufficient resources to fund these important spheres, the support of businesses and especially sector leaders is currently very important. As a strong company, Aldaris voluntarily affirmed its support for socially important events.

Bringing together the knowledge passed down from generation to generation within Aldaris with the experience of our Baltic cooperation partners and the support of our shareholders, the company will continue to produce the very best beer, mineral water and other non-alcoholic drinks for our customers in Latvia and the new European Union. I believe that the achievements of Aldaris will continue to bring joy to consumers, cooperation partners, and company employers and shareholders, assisting the whole economy of Latvia to rise.

Thanking you for your support,

Vitālijs Gavrilovs

A/s Aldaris President

Uzņēmuma vadība 2004. gada sākumā Company Management at the Start of 2004



Pirmā rinda, pirmais no kreisās:

Andis Ločmelis, Valdes loceklis, Finanšu un informācijas tehnoloģiju departamenta direktors, Ināra Šure, Valdes locekle, Ražošanas un tehniskās attīstības departamenta direktore, Vitālijs Gavrilovs, Valdes priekšsēdētājs, Prezidents un Renata Mozuraite, Valdes locekle, Integrētā marketinga departamenta direktore

Otrā rinda, pirmā no kreisās:

Elina Egle, Sabiedrisko attiecību vadītāja, Ēriks Milčs, Iepirkšanas departamenta vadītājs, Ausma Ilguna, Personāla vadības departamenta vadītāja, Ziedonis Kaulakalns, Loģistikas departamenta direktors, Dace Titmane, Kvalitātes vadītāja un Mihails Fedunovs, Administrācijas un sociālo jautājumu dienesta vadītājs

First row, from left:

Andis Ločmelis, Member of Board and Director of Finance and Information Technology, Ināra Šure, Member of Board and Director of Production and Technical Development Department, Vitālijs Gavrilovs, Chairman of Board and President, and Renata Mozuraite, Member of Board and Director of Integrated Marketing Department

Second row, from left:

Elina Egle, Head of Public Relations, Ēriks Milčs, Head of Purchasing Department, Ausma Ilguna, Head of Human Resources Department, Ziedonis Kaulakalns, Director of Logistics Department, Dace Titmane, Head of Quality, and Mihails Fedunovs, Head of Social Service Division

Integrētās mārketinga komunikācijas Latvijas alus un bezalkoholisko dzērienu tirgū

Integrated Marketing Communications in the Latvian Beer and Non-alcoholic Beverage Market

"Aldaris" 2003. gadā kvalitatīvi īstenojot integrēto mārketinga komunikāciju principus, veicināja patērētāju, sadarbības partneru un sabiedrības izpratni par uzņēmuma darbību un guva atzinību uzņēmumā ražotiem un izplatītiem produktiem. "Aldaris" uzlabojis savus rādītājus Latvijas alus tirgū un sasniedzis 78,36 miljonus litru kopējo alus, minerālūdens un bezalkoholisko dzērienu pārdošanas apjomu.

Alus

Latvijas alus tirgus salīdzinājumā ar 2002. gadu palielinājās par 9,5%, par spīti dubultai akcīzes nodokļa likmei alum, sprāigai konkurencei aldaru vidū un mazākam alus patēriņam litros uz vienu iedzīvotāju Baltijā. Tirgus pieaugumu sekmēja alus darītāju īstenotās mārketinga kampaņas un tirdzniecību veicinošās aktivitātes.

Izprotot nepieciešamību savlaicīgi izveidot un īstenot alkohola politiku, kā arī sakārtot mazumtirdzniecību, "Aldaris" apliecināja gatavību iesaistīties šo sabiedrībai tik

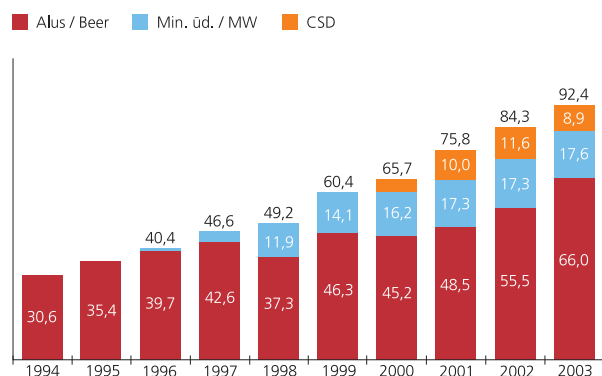
By qualitatively implementing the principles of integrated marketing communications in 2003, Aldaris furthered the understanding by consumers, cooperation partners and the public about the company's activities, and earned recognition for the company's production plants and distributed products. Aldaris improved its indicators in the Latvian beer market and reached a total sales volume of 78.36 million litres for its beer, mineral water and non-alcoholic drinks.

Beer

The Latvian beer market grew by 9.5 percent compared with 2002 despite a doubling of excise tax on beer, fierce competition amongst brewers and the lowest per capita consumption in litres in the Baltics. Marketing campaigns and other activities facilitating sales that were organised by the brewers helped market growth.

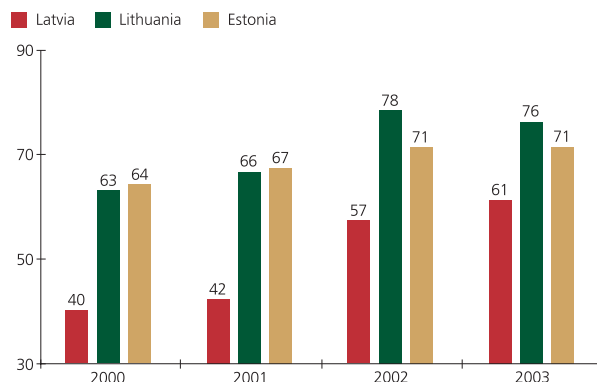
Understanding the timely development of the Alcohol Policy and the necessity for its introduction, as well as the

Aldara kopējā dzērienu ražošanas apjoma attīstība (ML)
Aldaris Total Beverages Volume Development (ML)



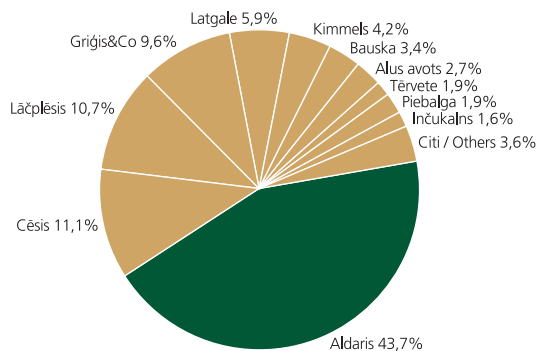
Avots/ Source: Aldaris

Alus patēriņš Baltijas valstīs (L/iedz.)
Per Capita Consumption of Beer in Baltic States (L/inha)



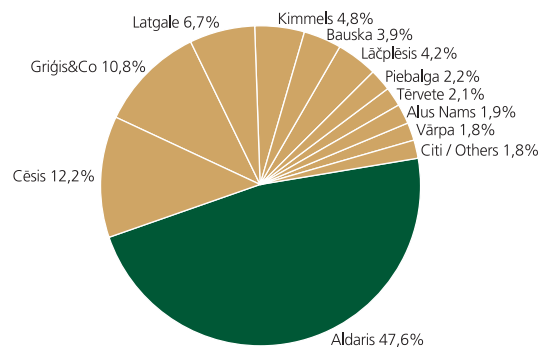
Avots/ Source: Aldaris

Tirgus daļas Latvijas alus tirgū (%)
Market Shares in Latvian Beer Market (%)



Avots/ Source: Latvijas Alus darītāju savienība

Tirgus daļas Latvijas alus tirgū Latvijā ražotam alum (%)
Market Shares in Latvian Beer Market, Beer Produced in Latvia (%)



Avots/ Source: Latvijas Alus darītāju savienība



sāpīgo jautājumu risināšanā. "Aldara" ilggadējie centieni, kas vērsti uz alus patēriņa tradīciju kopšanu un atjaunošanu, ir guvuši patērētāju atsaucību un klientu atbalstu. Uzņēmuma panākumi, palielinot savu Latvijas alus tirgus daļu no turpat 39,9% 2002. gadā līdz 43,7% 2003. gadā, ir saistāmi ar alus patēriņa pieaugumu stikla iepakojumā, kā arī tirdzniecības un mārketinga pasākumu efektivitāti visa gada garumā. Stikla segmenta tirgus daļa Latvijas alus tirgū 2003. gadā, pateicoties "Aldara" aktivitātēm, ir stabilizējusies 36 procentu robežās. "Aldara" tirgus daļa stikla iepakojumā ir 64%. Ievērojami pārkāps vēl joprojām ir alus patēriņš plastmasas (PET) segmentā, tomēr šis segments saruka līdz 52% no kopējā Latvijas alus tirgus.

Jaunumiem bagāts 2003. gads bija "Aldara" piedāvāto produktu klāstā. Tuvojoties "Zelta" alus desmitgadei, maijā veikalu plauktos parādījās jaunais "Zelta" alus. Jaunā "Zelta" alus garša tika panākta, veicot rūpīgu patērētāju vēlmju izpēti.

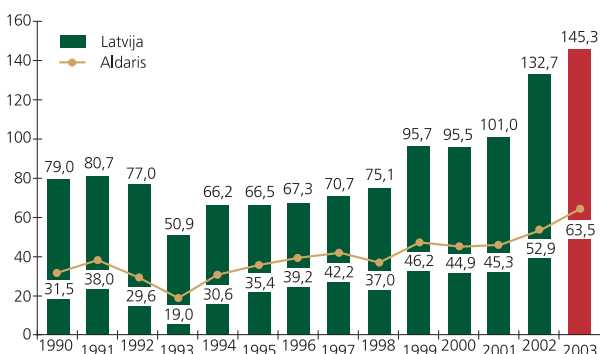
"Zelta" alus guva atzinību jau 1995. un 1997. gadā ar zelta medaļām Sočos, 1998. gadā gūtas zelta medaļas izstādēs "Agro Balt" Viļņā un "Rīga Beer" Rīgā. Tādēļ "Aldaris" ir īpaši gandarīts, ka jaunā alus šķirne 2003. gadā saņēma visaugstāko Dānijas laboratorijas "Alfred Jorgensen Laboratories" (AJL) novērtējumu "Baltic Beverages Holding" (BBH) alus darītavu grupā. Pētījumā vērtēta alus darītavu ražoto produktu kvalitāte un atbilstība pasaulē visaugstākajiem alus darīšanas nozares standartiem gan garšas, gan iepakojuma ziņā.

putting in order of the retail issue, Aldaris showed its readiness to get involved in resolving such a painful issue for society. The efforts over many years by Aldaris to maintain and renew the tradition of beer consumption have drawn a response from consumers and support from clients. The company's raising of its share of the Latvian beer market from 39.9 percent in 2002 to 43.7 percent in 2003 is linked to increased consumption of beer from glass packaging as well as the effectiveness of trading and marketing activities throughout the year. Thanks to the efforts of Aldaris, the share of the glass sector in the Latvian beer market has stabilised around the 36 percent mark. Aldaris' share of the glass sector is 64 percent. There is still a considerable dominance by the plastic (PET) sector, however this sector shrank to 52 percent of the total Latvian beer market.

The Aldaris product range had many new elements in 2003. As the tenth anniversary of "Zelta" (Gold) beer approached, in May the new "Zelta" beer appeared on store shelves. The flavour of this new beer was developed following careful studies of consumer desires.

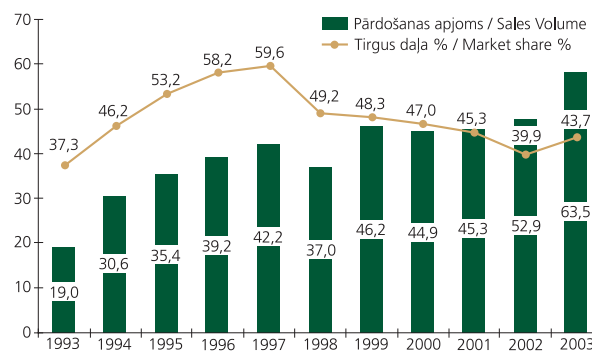
"Zelta" beer gained recognition by winning gold medals at Sochi in 1995 and 1997 and in 1998 at the festivals "Rīga Beer" and "Agro Balt" in Vilnius. So Aldaris was very proud when the Danish laboratory "Alfred Jorgensen Laboratories" (AJL) gave the new beer the highest evaluation amongst the "Baltic Beverages Holding" (BBH) group. The study evaluated the products of the breweries accord-

Latvijas/Aldara kopējā alus tirgus attīstība (ML) Development of Total Latvian Beer Market Volumes (ML)



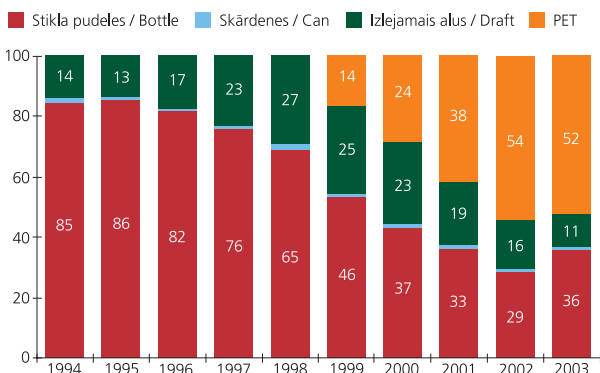
Avots/ Source: Aldaris; Latvijas Alus darītāju savienība

Aldara alus pārdošanas apjoms (ML) un tirgus daļas attīstība (%) Aldaris Beer Sales (ML) and Development of Market Share (%)



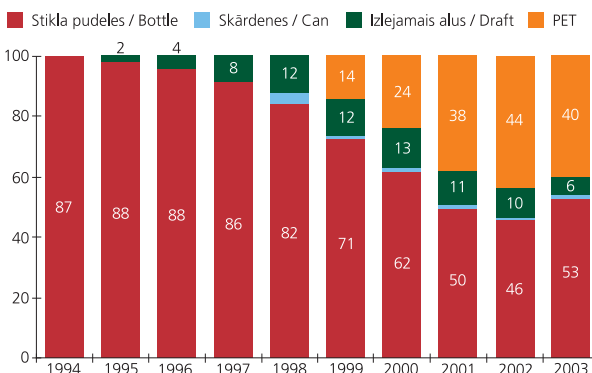
Avots/ Source: Aldaris; Latvijas Alus darītāju savienība

Latvijas alus tirgus sadalījums pa iepakojuma veidiem (%) Latvian Beer Market Volumes Split by Packaging (%)



Avots/ Source: Latvijas Alus darītāju savienība

Aldara alus šķirņu sadalījums pa iepakojuma veidiem (%) Aldaris Beer Volumes Split by Packaging (%)



Avots/ Source: Aldaris



"Zelta" alus pie patērētājiem devās ar jaunu komerciālo reklāmu un azartiskām loterijām – "Nņemam Zzzzelta!"

Latvijas alus tirgū ievērojamākā un atpazītākā ir "Aldara alus" tirdzniecības marka. Šīs trīs šķirnes – "Aldara Gaišais", "Aldara Tumšais" un "Aldara Stiprais" arī 2003.gadā ir panākumiem bagātas Latvijas alus tirgū. Latvijas Alus darītāju savienības rīkotajā alus degustācijā "Aldara Stiprais" alus atzīmēts kā labākais gaišais alus Latvijā. Savu produkciju vērtējumam degustācijā iesniedza 11 lielākie Latvijas alus darītāji.

ing to their quality and compatibility with the world's highest brewing standards in terms of both taste and packaging.

"Zelta" beer was presented to consumers with a new advertisement and lotteries under the slogan "Ttttake Zzzzelta!"

The "Aldara alus" (Aldaris Beer) trademark is the most recognised in the Latvian beer market. The three brands under this label – "Aldara Gaišais" (Aldaris Light), "Aldara Tumšais" (Aldaris Dark) and "Aldara Stiprais" (Aldaris



"Tradicionālais latviešu alus" ir nostiprinājis savas pozīcijas, pateicoties patērētāju uzrunājušām komunikācijām un tirdzniecības aktivitātēm. "Aldara alus" var lepoties ar ģenerālsponsora atbalstu tautā iemīļotajiem un starptautisko atzinību guvušajiem XXIII Vispārējiem latviešu dziesmu svētkiem. Dziesmu svētku laikā, noslēdzot alus kampaņu "Latvieši mil savu zemi", "Aldaris" ziedoja līdzekļus 1841.gadā būvētā Priedes kroga atjaunošanai Brīvdabas muzejā, bet kampaņas uzvarētājs ieguva 10 000 latu savas zemes iegādei.

2003. gadā "Aldara alus" kļuva par Latvijas Hokeja federācijas ģenerālsponsoru, paredzot ieguldīt 200 000 latu jaunatnes sporta attīstībā un nacionālās izlases sagatavošanā Pasaules hokeja čempionātam Rīgā 2006.gadā.

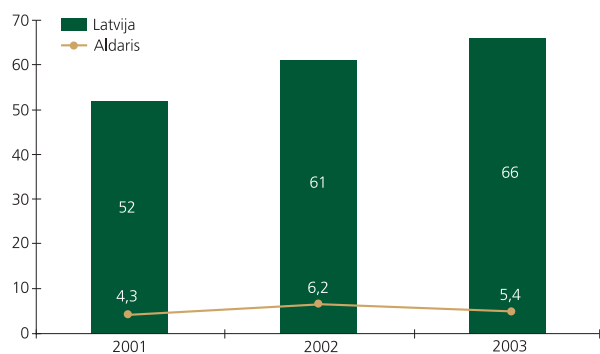
Tirdzniecības markai starptautisku skanējumu un reklāmas speciālistu atzinību nesusi "Aldara" alus reklāmas "Auis" uzvara 4. starptautiskajā reklāmas festivālā "Golden Hammer". Zelta āmuru mūsu reklāmas veidotāji ieguva 557 reklāmu konkurencē starp 200 pretendentiem no 18 valstīm.

Strong) – were very successful in the Latvian beer market in 2003. "Aldara Stiprais" was named as the best light beer in Latvia at a tasting held by the Latvian Brewers Association. Latvia's eleven biggest breweries submitted their products for evaluation at this tasting.

"Traditional Latvian beer" has strengthened its position thanks to communications that speak to consumers and trading activities. "Aldara alus" was the proud general sponsor of an event beloved by the nation and recognised internationally – the XXIII All-Latvian Song Festival. During the festival, as the culmination of its beer campaign "Latvians love their country," Aldaris donated funds to restore the "Priedes" Pub, dating from 1841 and located in the Open Air Museum. The winner of the campaign won 10,000 lats towards the purchase of their own land.

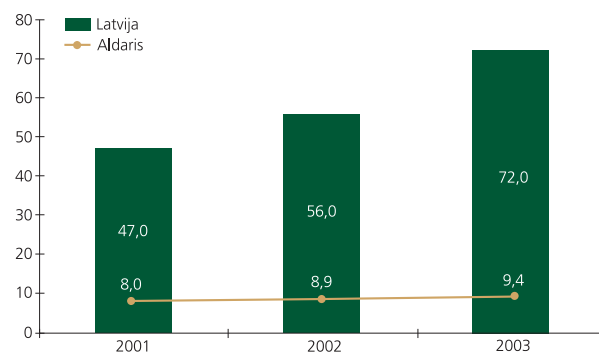
In 2003 "Aldara alus" became the general sponsor of the Latvian Hockey Federation and plans to invest 200,000 lats in youth development and preparing the national squad for the World Hockey Championships to be held in Riga in 2006.

Latvijas/ Aldara bezalkoholisko dzērienu kopējā tirgus attīstība (ML) Latvian/ Aldaris CSD Market Development (ML)



Avots/ Source: AC Nielsen, Aldaris

Latvijas/ Aldara minerālūdens kopējā tirgus attīstība (ML) Latvian/Aldaris Mineral Water Market Development (ML)



Avots/ Source: AC Nielsen, Aldaris



2003. gadā ievērojami palielinājās arī pasaulē slavenās alus šķirnes "Carlsberg" pārdošana. "Carlsberg" ritmus svilpoja gan UEFA Eiropas čempionāta atlases spēļu skatītāji, gan kalnu slēpošanas piekritēji Latvijā. Vieni savā īpašumā vēlējās iegūt "Carlsberg" glāžu komplektu ar UEFA Eiropas čempionāta uzvarētājiem, citi "Carlsberg" mūzikas kolekciju. Tie, kuri ielūkojās "Carlsberg" Latvijas interneta lapā, iepazīna "Carlsberg" tradīcijas un devās jauno gadu sagaidīt Žagarkalnā vai arī gatavojās 2. Latvijas Amatieru kausa izcīņas sacensībām kalnu slēpošanā Kaķiškalnā. Ar

The Aldaris beer advertisement "Auis" (Ears) earned international airplay and the recognition of advertising specialists when it won the 4th international advertising festival "The Golden Hammer." The creators of our advertisement won the "golden hammer" out of a field of 557 advertisements submitted by 200 contenders from 18 countries.

Sales of the world famous beer Carlsberg also increased significantly in 2003. The rhythms of Carlsberg were whistled both by viewers of the UEFA European



"Carlsberg" alu mēs tiksimies arī Eiropas 2004. gada futbola čempionāta finālturnīrā.

"Aldara Pilzenes" alus lutinājis savus cienītājus ar vērienīgu stikla pudeļu uzvaras gājienu gada sākumā, vienlaikus saglabājot ievērojamas pozīcijas plastmasas iepakojumā.

Vasaras karstumā Latvijas alus tirgū ienāca "Aldaris Ice Beer" ar tekilas garšu. "Aldaris" ir ledus alus pionieris Latvijā kopš 2001. gada, tāpēc bija istais laiks sākt jaunas šķirnes ražošanu. "Aldara" ledus alus vēl joprojām ir vienīgā alus šķirne, kas tiek gatavota pēc klasiskās ledus alus tehnoloģijas, iegūstot unikālu, maigu garšu. Jauno produktu eksotisku darīja tekilas kaktusa garša.

Vēl joprojām Latvijas alus tirgū, atšķirībā no mūsu kaimiņvalstīm un ES, dominē PET pudeļu segments – 52%. PET segmenta ievērojamā ietekme uz Latvijas alus tirgu nedaudz saruka, tomēr patērētāju atsaucība saglabājās zemās cenas un mārketinga kampaņu dēļ. Jāatzīmē, ka PET alus patērētāji būtiski ietekmēja alus tirdzniecības kritumu bāros un restorānos.

Championship and fans of alpine skiing in Latvia. Some wanted to win an assortment of glasses with the UEFA champions, while others hoped for a Carlsberg music collection. Viewers of the Carlsberg Web site in Latvia learned about the traditions of Carlsberg and headed off to greet the New Year at Žagarkalns or prepared for the 2nd Latvian Amateur Cup alpine skiing competition at Kaķiškals. We will meet again with Carlsberg beer at the 2004 European Football Championship finals.

"Aldara Pilzenes" beer spoiled its fans with a triumphant entry into glass bottles at the start of the year, but simultaneously managed to preserve its impressive position in the plastic packaging sector.

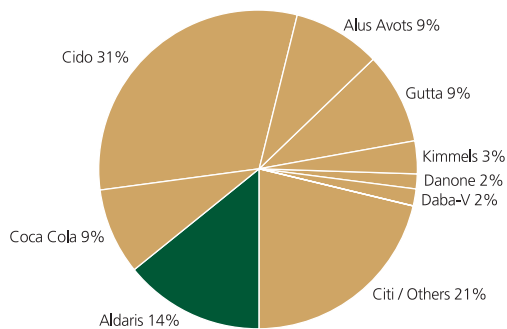
"Aldaris Ice Beer" with tequila flavour entered the Latvian beer market during the heat of summer. Aldaris pioneered ice beer in Latvia in 2001, and so it was time to start producing a new variety. "Aldaris Ice Beer" is still the only beer produced using classic ice beer technology, giving it a unique, subtle taste. The flavour of tequila cactus gives it a touch of the exotic.

Unlike in our neighbouring countries or the EU, the Latvian beer market is still dominated by PET bottles – 52 percent of the market. The share of this sector was reduced somewhat, however consumers remained loyal to it due to lower prices and marketing campaigns. It must be noted that sales of beer in PET bottles negatively affected beer sales in bars and restaurants.

The "Vanags", "Pilzene", "Latvijas Sevišķais" and "Apinītis" brands have strengthened their positions amongst a rich assortment of products. "Vanags" beer has become the leader in the PET packaging category in the Latvian beer market.

The canned sector is still small, but is stabilising thanks to the company's activities. Understanding the need for environment-friendly and recyclable packaging, in 2003 Aldaris marked an important point in Latvia's history – the referendum on joining the EU – by launching "Euro Beer," a new brand developed by the leading Baltic breweries

Tirgus daļa Latvijas minerālūdens tirgū – ražotāji (%)
Latvian Mineral Water Market Shares by Producers (%)



Avots/ Source: AC Nielsen, Aldaris



Uzņēmuma tirdzniecības markas "Vanags", "Pilzene", "Latvijas Sevišķais" un "Apinītis" ir nostiprinājušas savas pozīcijas daudzveidīgā piedāvājuma klāstā. "Vanaga" alus kļuvis par lideri PET iepakojuma kategorijā Latvijas alus tirgū.

Skārdeņu segments joprojām ir mazs, taču stabils uzņēmuma veikto pasākumu dēļ. Atbalstot videi draudzīga un atkārtoti pārstrādājama iepakojuma attīstības nepieciešamību Latvijā, 2003.gada nozīmīgāko notikumu Latvijas vēsturē – referendumu par pievienošanos ES, "Aldaris" atzīmēja ar jaunu, Baltijas vadošo alus darītāju izstrādātu "Euro Beer" alus šķirni, pildot to Eiropā otrā iecienītākajā iepakojumā. Ņemot vērā patērētāju vēlmes, "Euro Beer" ražošana "Aldari" ir sāka arī PET iepakojumā.

Sidrs

Attīstoties sidra tirgum, Latvijas bāros un restorānos popularitāti iemantojis "Aldara" sadarbības partnera ražo-

and utilising the second most popular packaging in Europe. In line with consumer demand, Aldaris has also started making "Euro Beer" in PET bottles.

Cider

As the cider market develops, the pear cider "Kiss," made by a cooperation partner of Aldaris, has gained popularity in Latvian bars and restaurants. The enthusiasm of consumers for this product is due to its low alcohol content, produced by a wine fermentation process, as well as its mango flavour and fruity aroma.

Mineral Water

Mineral water consumption continued to grow strongly in 2003, increasing by 29 percent compared with 2002. The mineral water market has developed thanks to the



tais bumbieru sidrs "Kiss". Patērētāju atsaucība pamatojama ar vīna raudzēšanas procesā iegūto nelielo alkohola saturu, sidra maigo garšu un augļu aromātu.

Minerālūdens

Minerālūdens patēriņš turpināja strauji palielināties arī 2003. gadā, sasniedzot 29% pieaugumu salīdzinājumā ar 2002. gadu. Minerālūdens tirgus attīstība ir notikusi, pateicoties gan kaimiņvalstu, gan jaunu pašmāju tirdzniecības marku ienākšanai tirgū. Vērojama arī pazīstamu un lētāku tirdzniecības marku attīstība. Strauji augošais lētāku minerālūdeņu piedāvājuma klāsts attiecīgi veicina pieprasījumu pēc šiem minerālūdeņiem, kas savukārt izraisa minerālūdens patēriņa pieaugumu ikdienā. Patērētāji ir iecienījuši un novērtējuši minerālūdeņus ar jauniem aromātiem un jaunu garšu.

"Aldara" pārstāvētās minerālūdens markas "Vichy Classique" un "Montavit" sekmes 2003. gadā veicināja augošais pieprasījums, īpaši vasarā. "Montavit" pārdošanas apjoma pieaugums, salīdzinot ar 2002. gadu, ir 91%. Īstenotas veiksmīgas "Montavit" patērētāju kampaņas "Atvēsini prātu" un "Atvēsiniies". "Montavit" aicināja Latvijas ģimenes un kalnu divriteņu sporta piekritējus sacensties "Montavit" kalnu divriteņu sacensībās Latvijas pilsētās visas vasaras garumā, tā atbalstot šā sporta veida attīstību.

Dāsna bija "Vichy Classique" akcija "Tev pietāv šī vasara", bet rudens ražas novākšanas laikā papildus "Vichy Classique" ar citrona un greipfrūta garšu varēja nobaudīt jauno "Vichy Classique" ar marakuļas un aprikozes garšu.

Jau piekto gadu "Vichy Classique" līdzdarbojās Latvijas Mūzikas ierakstu gada balvas norisē. "Vichy Classique" sniedza atbalstu Latvijas mūzikas industrijas vērienīgākā notikuma īstenošanā un atzītāko mūziķu apbalvošanā.

entry of brands from neighbouring countries as well as home-grown brands into the market. Better known and cheaper brands have also developed. The rapidly growing range of cheaper mineral waters facilitates increased demand for these products, which in turn increases the rate of everyday consumption of mineral water. Consumers have come to like mineral waters with new flavours and aromas.

The success in 2003 of the "Vichy Classique" and "Montavit" mineral water brands represented by Aldaris was brought about by rising demand, especially in summer. Sales of "Montavit" increased by 91 percent compared with 2002. Successful consumer campaigns for "Montavit", "Refresh Your Mind" and "Chill Out," have been conducted. "Montavit" invited Latvian families and mountain bike fans to compete in the "Montavit" mountain bike races in different Latvian cities throughout the summer, thereby promoting the development of this sport.

"Vichy Classique" organised the generous campaign "This Summer Suits You," while at autumn harvest time, in addition to lemon and grapefruit flavoured "Vichy Classique" consumers could enjoy the new "Vichy Classique" with passionfruit – apricot flavour.

For the fifth year, "Vichy Classique" participated in the "Latvian Music Recording Annual Awards." In this way "Vichy Classique" supported the biggest event in Latvian music and the awarding of the best-known musicians.

Other Non-alcoholic Drinks

The Latvian non-alcoholic drinks market saw the cola sector grow in 2003, and there was greater demand for lemonades with multiple flavours. There was a slight reduction in the volume of Aldaris non-alcoholic drinks.

Citi bezalkoholiskie dzērieni

Latvijas bezalkoholisko dzērienu tirgū 2003. gadā pieauga kolas segments, tika pieprasītas lētākās limonādes ar daudzveidīgām garšām. "Aldara" bezalkoholisko dzērienu apjoms nedaudz mazinājās.

"Aldaris" kolas cienītājus 2003. gadā priecēja ar uzņēmuma ražotā "Pepsi" ikgadējo patērētāju kampaņu "Ķer mirkli!" "Pepsi" popularitāti veicināja pasaulslavenā futbolista D.Bekhema līdzdalība kulta dzēriena reklāmā.

Stabilus tirgus rādītājus sasniedza arī ģimeņu iecienītie dzērieni "Zingo" ar apelsīnu un citronu garšu, kā arī "Lauku Kvass".

Pārdošanas sistēmu attīstība

Aizvadītajā gadā ir nostiprinātas uzņēmuma finanšu un ekonomiskās pozīcijas, palielināts pārdošanas apjoms

Drinkers of Aldaris cola were entertained by the annual "Catch the Moment!" campaign by Pepsi, which is produced by Aldaris. The popularity of Pepsi was helped by the participation of world famous footballer David Beckham in advertising the drink.

The "Zingo" drinks with orange and lemon flavours that are popular with families showed stable market indicators, as did "Lauku Kvass".

Development of the Sales Systems

In the bygone year, the company's financial and economic position has been strengthened and sales volumes and market share have increased through developing relations with Aldaris' clients, providing them with professional services, and utilising innovations in the IT field. A new software suite providing control over efficient cooperation with clients and accessible reporting on internal business



un tirgus daļa, pilnīgojot attiecības ar "Aldara" klientiem, sniedzot viņiem profesionālus pakalpojumus, izmantojot inovācijas IT jomā. Pārdošanas departamenta darba organizēšanai izmantots jauns programmatūras komplekss, kas nodrošina kontroli pār efektīvu sadarbību ar klientiem, pārskatāmu iekšējo biznesa procesu uzskaiti.

2003. gadā tirgū strauji attīstījās tirdzniecības uzņēmumi ar ārvalstu kapitālu, tie veidoja plašas tirdzniecības vietu ķēdes gan veikalos, gan restorānu segmentos. Pašmāju tirgotāji konkurētspējas paaugstināšanai aktīvi apvienojās. "Aldaris" veiksmīgi sadarbojas ar visām nozīmīgākajām tirdzniecības veikalos ķēdēm, pastāvīgi pilnīgojot un attīstot šo sadarbību.

Veicināta jauno alus šķirņu un bezalkoholisko dzērienu ienākšana tirgū, nostiprinātas klientu iecienīto produktu pozīcijas gan veikalos, gan restorānu segmentos. Turpinās produkcijas eksports Baltijā, ES valstīs, ASV, Kanādā, Austrālijā un citur.

processes has been used for organising the work of the sales department.

In 2003 the market saw strong development by trading firms with foreign capital; these formed broad trading chains in both the retail store and restaurant sectors. Domestic traders actively amalgamated to increase their competitiveness. Aldaris successfully cooperated with all of the most important trading chains and constantly worked to improve and develop this cooperation.

The entry of new company's brands of beer and non-alcoholic drinks into the market has been facilitated, and the positions of products preferred by clients have been strengthened in both the retail store and restaurant sectors. Product exports are continuing to the Baltics, the EU, the US, Canada, Australia and other countries.

Ražotā produkcija un pārstāvētie produkti 2004. gada sākumā Products Produced and Represented at the Start of 2004



Jaunums / New
2003





Jaunums / New
2003

Jaunums / New
2003

Jaunums / New
2003



Jaunums / New
2003

Jaunums / New
2003

Jaunums / New
2003



Piegādes ķēdes vadība Supply Chain Management

Darbs piegādes ķēdes vadības procesa ietvaros veicināja sekmīgu uzņēmuma sadarbību ar piegādātājiem un klientiem. Saskaņoti veidotas stabilas partnerattiecības ar labākajiem izejvielu piegādātājiem nodrošināja kvalitatīvu un drošu produktu ražošanu, kā arī gatavās produkcijas plūsmu līdz patērētājam tirdzniecības vietās. Piegādes ķēdes vadības efektivitāte sniegusi uzņēmumam iespēju laikus reaģēt uz tirgus pārmaiņām un nostiprināt konkurētspēju Latvijā.

Work on the supply chain management process facilitated the company's successful cooperation with suppliers and clients. Harmonious, stable partnerships with the best suppliers of ingredients ensure that qualitative and safe products are made, and that the finished products flow smoothly to the consumers at retail sites. The efficiency of the supply chain management has given the company the ability to react in good time to changes in the market and to strengthen its competitiveness in Latvia.



Iepirkšanas process

Uzņēmuma iepirkšanas procesa dalībnieki aktīvi piedalījās jaunu produktu un iepakojumu izstrādē un ieviešanā, veicināja pārdošanas akciju sekmīgu izpildi. Panākts izejvielu un iepakojuma kvalitātes uzlabojums un sortimenta daudzveidība, vienlaikus samazinātas iepirkumu un ražošanas izmaksas.

Pieaugošas konkurences apstākļos uzņēmums ir apgādāts ar ES un LR likumdošanas prasībām atbilstošām augstākās kvalitātes izejvielām un materiāliem, kas garantē drošu produktu ražošanu un videi draudzīga, atkārtoti lietojama iepakojuma izmantošanu.

Iepirkumu optimizēšanai un izdevumu samazināšanai uzņēmums veido savstarpēji izdevīgas ilgtermiņa attiecības ar piegādātājiem un paplašina BBH alus darītāju sadarbību Baltijas valstīs iepirkumu procesa ietvaros. Saskaņā ar Latvijas iestāšanos ES un pārmaiņām likumdošanā, veiktas nepieciešamās pārmaiņas iepirkumu politikā.

Ražošana un tehniskā attīstība

Sekojojot ieviestajiem jauninājumiem ražošanas procesā pasaulē, "Aldaris" ir kļuvis par mūsdienīgāko alus un bezalkoholisko dzērienu ražotni Baltijā. "Aldara" ražotne un produkti pilnībā atbilst ES prasībām. Uzņēmuma tehniskā

The Purchasing Process

The participants in the company's purchasing process were active in developing and introducing new products and packaging, providing for the success of sales campaigns. Improvements were made in the quality of ingredients and packaging and the product range, while simultaneously reducing purchasing and production costs.

Amidst growing competition, the company has acquired high quality ingredients and materials that meet EU and Latvian legislative requirements, guaranteeing safe production and environment-friendly, recyclable packaging.

To ensure purchasing optimisation and cost reduction, the company is creating mutually-beneficial, long-term relationships with suppliers and is expanding purchasing cooperation between BBH breweries in the Baltics. In accordance with Latvia's joining the EU and changes to legislation, necessary changes have been made to purchasing policy.

Production and Technical Development

Following innovations to the production process around the world, Aldaris has become the most modern producer of beer and non-alcoholic drinks in the Baltics. The Aldaris factory and its products fully meet EU requirements. The company's technical development proceeds in accor-

attīstība noris saskaņā ar ilgtermiņa attīstības un "Master" plānu. Pastāvīgi tiek veikti plāna uzlabojumi saskaņā ar patērētāju un tirgus prasībām.

Jauninājumi galvenokārt ir saistīti ar diviem virzieniem. Sākotnējā prioritāte – nomainīt visas iekārtas, kas tiešā veidā skar produktu, jau ir īstenota. Pašlaik saskaņā ar vides, arodveselības un darba drošības politiku uzlabojumi tiek veikti, paaugstinot uzņēmuma efektivitāti un saudzējot vides resursus.

2003. gada nogalē ir īstenots pēdējais nozīmīgākais – koģenerācijas projekts. "Aldaris" uzsāka savu elektroenerģijas ražošanu papildus tvaika ražošanai. Koģenerācijas stacija ir integrēta iekšējā elektroenerģijas tīklā un ražo daļu no kompānijai nepieciešamās elektroenerģijas. Iespēja pārstrukturēt ražošanu un izvēlēties optimālu elektroenerģijas tarifu ļauj samazināt produkcijas pašizmaksu. Palielinoties nodokļu nastai alum, cenu pieaugumu patērētājam sedzam saviem spēkiem.

"Aldara" ieviestā "Merlin" alus vārīšanas sistēma dod nozīmīgu ieguldījumu, saudzējot dabas resursus un izejvielas, uzlabojot misas kvalitāti. Sistēma ļauj taupīt tādu nozīmīgu vides resursu kā enerģiju, kas arvien dod iespēju saglabāt konkurētspēju un padarīt produktu pieejamāku tā cienītājam.

2003. gadā "Aldaris" ieviesa arī ūdens deaerācijas sistēmu. Skābeklis ir jebkura pārtikas produkta ienaidnieks,

dance with the long-term development and "Master Plan." Improvements are constantly being made to the plan in accordance with the needs of consumers and the market.

The innovations can be divided into two main directions. The initial priority, changing all equipment that affects production, has already been implemented. Currently improvements connected with environmental, employee health and work safety policy are being carried out, raising the company's efficiency and conserving natural resources.

At the end of 2003 the final, significant project – co-generation – was implemented. Aldaris commenced producing its own electricity in addition to producing steam. The co-generation station is integrated with the internal electricity network and produces part of the company's electricity needs. The ability to restructure production and select the optimum electricity tariff means that production costs can be reduced. As the tax burden on beer increases, we are able to absorb the price rises ourselves rather than passing them on to consumers.

The "Merlin" beer cooking system introduced by Aldaris significantly conserves natural resources and ingredients and improves the mash quality. The system allows the conservation of energy, a significant natural resource, and increases our competitiveness and makes the product more accessible to those who enjoy it.



jo liek produktam bojāties, tam oksidējoties. "Aldarī" ražošanā tiek izmantots ūdens, kurā nodalīts skābeklis, tā novēršot oksidāciju, kas ir īpaši svarīgi garda un aromātiska alus ražošanā.

"Aldarī" ražošanā ir integrēta kvalitātes kontroles sistēma ar "Carlsberg" kvalitātes laboratoriju. Dati par kvalitātes rādītājiem elektroniski nokļūst "Carlsberg" datu bāzē, kur rezultātus analizē pēc mikrobioloģiskiem un ķīmiskiem raksturlielumiem. Tas dod iespēju nepārtraukti attīstīties un uzlabot ražošanu, ejot vienā solī ar pasaules alus darīšanas celmlaužiem.

Piegādes pakalpojumi

Uzņēmuma loģistikas procesa mērķis 2003. gadā bija turpināt nodrošināt augstu piegādes servisu tirgotājiem. Tirgotāju pozitīvo vērtējumu apliecina žurnāla "Supermārketi" veiktais pētījums Latvijas lielveikalu tīklos, kur 2002./2003. gada sezonā "Aldaris" atzīts par trešo labāko piegādātāju.

"Aldara" loģistika ir uzrādījusi ievērojamu efektivitāti un izmaksu racionalizāciju. Loģistika devusi nozīmīgu ieguldījumu kopējo pārdošanas apjomu nodrošināšanā, pieaugot tiešo piegāžu skaitam. 2003. gadā "Aldara" tiešās piegādes sastādīja 83% no kopējā apjoma. Veikta produktu piegāde vairāk nekā 16 000 tirdzniecības vietām Latvijā, nodrošinot

In 2003 Aldaris also introduced a water de-aeration system. Oxygen is the enemy of any food product, since oxidation spoils it. In its production process Aldaris uses water in which the air has been separated, thereby avoiding oxidation. This is especially important for the production of rich and aromatic beers.

Aldaris uses an integrated quality control system in its production with the Carlsberg quality laboratory. Data on quality indicators are sent electronically to the Carlsberg database, which analyses the results for microbiological and chemical indicators. This allows the constant improvement and development of production, moving in step with the worldwide pioneers of beer brewing.

Supply Services

The goal of the company's logistics process in 2003 was to continue to ensure a high standard supply service to traders. The positive evaluation of the traders can be seen in a survey of Latvian shopping centres conducted by the magazine "Supermārketi," in which Aldaris was ranked as the third best supplier for the 2002/2003 season.

Aldaris' logistics have shown significant efficiency and cost rationalisation. Logistics has significantly benefited the overall sales volume thanks to the increased number of direct deliveries. In 2003 direct deliveries by Aldaris made up



piegādes servisu 24 stundu laikā. Reģionos efektīvāka piegādes nodrošināšana sasniegta ar "Aldara" reģionālo bāzu starpniecību Rēzeknē un Kuldīgā. Tādā veidā uzlabota produktu eksponēšana un efektīvi īstenotas integrētā mārketinga komunikāciju ietvaros izstrādātās pārdošanu veicinošās aktivitātes tirdzniecības vietās.

Lai īstenotu klientu vēlmes, viens no svarīgākiem "Aldara" loģistikas procesa uzdevumiem ir savlaicīgi veikt plānotās piegādes. Piegādes stratēģija balstās uz klientu prasību apmierināšanu kā vienu no būtiskākajiem uzņēmuma veiksmes faktoriem. Lai apkopotu tirgotāju vēlmes un nodrošinātu piegādi klientam vēlamā laikā, ir ņemtas vērā katra klienta prasības, tās apkopotas piegādes optimizācijas programmā "Roadshow".

Sezonas laikā, sasniedzot vislielāko pārdošanas apjomu, operatīvi tika nodrošināta un sabalansēta piegāde, palielināts ekspeditoru skaits. Lai piedāvātu tikai visaugstākās kvalitātes produktu, lejamā alus segmentā pārtrauktas cisternu/ kiosku alus piegādes un tirgotājiem piedāvātas lejamā alus iekārtas KEG standarta mucās. Kravas autotransporta parks tika papildināts, ņemot vērā gadu gaitā pieaugošo produkcijas patēriņa kāpumu un ražošanas apjomu palielināšanos, par galveno uzdevumu izvirzot sistemātiskumu piegādes procesā, ievērojot kvalitātes politikas izstrādātās prasības.

83 percent of the total volume. This year product delivery was made to over 16,000 retail sites across Latvia, and delivery could be provided within 24 hours. Supply efficiency in regional areas has been achieved through the mediation of the Aldaris regional depots in Rēzekne and Kuldīga. This had led to the improved displaying of products, and sales-promoting activities at retail sites developed through integrated marketing communications have been effectively implemented.

To meet the needs of clients, one of the most important tasks of the Aldaris logistics process is to make planned deliveries on time. The supply strategy is based on satisfying clients' demands, one of the most significant factors in the company's success. To meet the wishes of clients and ensure delivery to clients at the desired time, each client's demands are taken into account and processed through the "Roadshow" delivery optimisation program.

During the summer season when the biggest sales volumes were achieved, deliveries were efficiently conducted in a balanced manner, and the number of forwarders was increased. So that only top quality products were supplied, deliveries of cistern/ kiosk beer were halted in the draught beer sector and traders were offered draught beer in KEG standard barrels. The transport vehicle pool was expanded to cope with the year-by-year increase in consumption and production volumes, and the main set task is to provide a systematic delivery process that observes the requirements of the quality policy.



Integrētā vadības sistēma The Integrated Management System

Kvalitātes vadība

Saskaņā ar Integrētās vadības ilgtermiņa attīstības programmu 2003. gadā galvenais mērķis bija nostiprināt un pilnīgot integrētas vadības sistēmu, izmantojot elastīgākus vadības principus, kas palīdzētu reaģēt uz tirgus mainīgajām prasībām un nodrošinātu uzņēmuma efektīvāku un produktīvāku darbību. Ieviestā sistēma un zināšanas ir palīdzējušas "Aldarim" veiksmīgi darboties jaunās partnerattiecībās BBH grupas Baltijas alus darītāju vidū. Sistēmas darbības efektivitāti un atbilstību ISO 9001:2000, ISO 14001:1996 un OHSAS 18001:1999 standartu prasībām ir novērtējuši neatkarīgi eksperti, veicot kārtējos uzraudzības auditus.

Rūpējoties par ražoto produktu drošumu un klientu uzticību, "Aldaris" 2003. gadā aktīvi ievieša pārtikas nekaitīguma vadības sistēmas jeb HACCP principus. Uzņēmums turpina apliecināt rūpes par savas produkcijas cienītājiem, garantējot, ka pie pircēja nonāks ne tikai kvalitatīvs, bet arī patērīgam drošs produkts. Savas saistības uzņēmums ir formulējis Produktu drošuma politikā.

Quality Management

In accordance with the long-term integrated management development program, the main goal for 2003 was to entrench and expand the integrated management system, utilising flexible management principles to react to changing market demands and ensure the company functions efficiently and productively. The implemented system and knowledge have helped Aldaris to successfully work in new partnership relations with the BBH-group's Baltic breweries. Independent experts conducting repeated supervisory audits are testaments of the system's effectiveness and compliance with ISO 9001:2000, ISO 14001:1996 and OHSAS 18001:1999 standards.

Out of concern for the safety of its products and the loyalty of its customers, in 2003 Aldaris implemented food safety management system or HACCP principles. The company shows its concern for those who enjoy its products by guaranteeing that the products that reach consumers are not only qualitative but also safe for consumption. The company has formulated its obligations in its Product Safety Policy.



Vides aizsardzība

Mainoties indivīdu un sabiedrības attieksmei, uzņēmums savā darbībā vēlas īstenot saudzīgu un ekonomisku dabas resursu izmantošanu. Tā iespējams veicināt ne tikai uzņēmuma ekonomisko efektivitāti, bet arī garantēt vides aizsardzību. Vides aizsardzības jomas turpmākajai attīstībai Latvijā izšķirīga nozīme būs gaidāmajai Latvijas līdzdalībai ES. "Aldaris" ilgtermiņā īsteno atbildīgu politiku vides saudzēšanā, kas ir saskaņā ar kompānijas parakstīto Globālo līgumu ar ANO.

Attīstot vides aizsardzības vadības sistēmu, "Aldaris" 2003. gadā ir sasniedzis būtiskus rezultātus vides resursu taupīšanā. Liela nozīme ir jau iepriekš minētajai elektroenerģijas ražošanas uzsākšanai papildus tvaika ražošanai. Enerģijas resursu ekonomijas rezultāti turpina uzlaboties – elektroenerģijas patēriņš uz 1 hektolitru saražotās produkcijas 2003. gadā, salīdzinot ar 2002. gadu, ir samazinājies par 10%, savukārt ūdens patēriņš samazinājies par 12%.

Environmental Protection

As the attitudes of individuals and society change, the company desires that its activities reflect sustainable and economical usage of natural resources. This not only helps the company's economic efficiency but also guarantees protection of the environment. Latvia's forthcoming participation in the EU will be a decisive factor in the further development of environmental protection in the country. Aldaris is implementing a long-term, responsible policy for conserving the environment in line with the "Global Compact" with the UN that it has signed.

With the development of its environmental protection management system, in 2003 Aldaris has achieved significant results in the conservation of natural resources. The previously mentioned commencement of electricity production in addition to steam production is of great importance. Energy conservation indicators continue to improve – compared with 2002, electricity consumption per 1 hectolitre of

Siltumenerģijas patēriņš krities par 9%. Šīs pozitīvās tendences plānots saglabāt arī nākamajos gados, pētot un ieviešot efektīvākos tehnikas sasniegumus un atvēlot tiem investīcijas.

Uzņēmums arī samazināja energoresursu patēriņu vienas produkcijas vienības ražošanai. Apmēram 2,5 reizes samazināts pilsētas kanalizācijā novadīto notekūdeņu daudzums. Tvaika ražošanai uzcelta jauna katlu māju ar dabas gāzes kurināmo, kas dod iespēju samazināt kaitīgo izmešu nokļūšanu atmosfērā. Autotransporta garāžās uzbūvēta automašīnu mazgāšanas vieta ar speciāli šim nolūkam ierīkotām mazgājamā ūdens savākšanas un attīrīšanas iekārtām.

Turpinās tehnoloģisko atkritumu (alus rauga, drabiņu) utilizēšanas programma, sasniedzot līmeni, kad 40% izmantotā rauga tiek nodoti pārstrādei, bet visas drabiņas tiek realizētas zemniekiem.

Uzņēmums ir iesaistījies brīvprātīgā izlietotā iepakojuma apsaimniekošanas sistēmā un ir "Latvijas Zaļā punkta" līguma partneris, kā arī veicina ilgtspējīgas ekonomiskās attīstības principu ieviešanu Latvijā.

2004. gadā, paredzot depozīta sistēmas, uzņēmums plāno veicināt stikla iepakojuma atkārtotu izmantošanu. Tā tiks saudzēti dabas resursi un nodrošināta to otrreizēja lietošana, samazināsies vienreiz lietojamā iepakojuma lietošana un ar iepakojuma ražošanu saistītais vides piesārņojums. Pēdējo gadu laikā ieviestā un konsekventi realizētā atkritumu šķirošanas sistēma ir nodrošinājusi, ka vairāk nekā 96% no izmantotā iepakojuma atkritumiem (stikls, polietilēns, papīrs u.c.) ir nodoti atkārtotai pārstrādei.

Personāla vadība un darba drošība

Nepārtrauktās pārmaiņas darba tirgū, liek darba devējam elastīgi reaģēt, lai paaugstinātu uzņēmuma darba efektivitāti. Tādēļ 2003. gadā "Aldaris" veikti organizatoriski pārkārtojumi, kas skāra uzņēmuma struktūru, funkciju pārdali, amatu un darbinieku vērtēšanu, darbinieku

produced goods has fallen by 10 percent, and water consumption has fallen by 12 percent. Heat energy consumption fell by 9 percent. It is planned to continue these positive trends in forthcoming years by researching and introducing effective technologies and investing in them.

The company also reduced energy consumption per one produced product unit. The quantity of run-off water released into the city sewers was reduced by a factor of 2.5. A new natural gas-fired boiler house for steam production was built, allowing the reduction of harmful emissions into the atmosphere. New car washing sites have been built into the garages with special water collection and recycling equipment.

The program for utilising technological waste (beer yeast, brewer's grain) has been continued, achieving a level whereby 40 percent of yeast used is sent for recycling and all of the brewer's grain is sold to farmers.

The company is involved in a voluntary scheme to return used packaging, is a contractual partner of the "Latvian Green Dot," and is encouraging the introduction of sustainable economic development principles in Latvia.

In anticipation of a deposit scheme, in 2004 the company plans to facilitate the reusing of glass containers. In this way the conservation and reuse of natural resources will be encouraged, and there will be a reduction in the usage of once only packaging and pollution connected with the production of packaging. The waste sorting system introduced and systematically implemented over the last year has ensured that over 96 percent of packaging waste (glass, polyethylene, paper etc.) has been sent on for recycling.

Human Resource Management and Occupational Health Safety Policy

Unremitting changes in the employment market are forcing employers to be flexible in order to increase company efficiency. For this reason organisational changes were made in Aldaris in 2003, affecting the company's structure, distribution of functions, evaluation of positions and



attīstības plānošanu un atalgojuma sistēmas pārveidošanu atbilstoši uzņēmuma politikai un stratēģijai.

"Baltic Beverages Holding" grupas ietvaros mūsu darbinieki personāla vadības jomā iesaistījās "Atalgojuma" un "Organizācijas un darbinieku attīstības" projektos, kā rezultātā tika veikta amatu pārvērtēšana, izmantojot "HAY" metodi. 2003.gadā piedalījāmies "Fontes", "HAY", "Mercer" atalgojuma pētījumos, lai iegūtu iespējami pilnīgāku informāciju par amatu atalgojuma līmeņiem un, ņemot par pamatu šos datus, tika pārskatīts atalgojuma līmenis visām amatu grupām.

employees, employee development planning, and the restructuring of the payment system in accordance with company policy and strategy.

Under the auspices of the "BBH" group our human resource management employees were involved in "Payment" and "Organisation and employee development" projects, as a result of which a re-evaluation of positions was conducted utilising the "HAY" method. In 2003 we took part in the "Fontes", "HAY" and "Mercer" payment studies to obtain broader information about wage levels for positions, and this data was used to review wage levels for all job categories.

Katru gadu klientu un patērētāju vēlmes pēc servisa un produktu kvalitātes pieaug un, lai to nodrošinātu, ir nepieciešams paaugstināt personāla resursu kvalitāti. Saskaņā ar apmācību plāniem darbinieki ir apmeklējuši dažādus kursus un seminārus. Izstrādātas arī jaunas iekšējo apmācību programmas pārdošanas darbiniekiem – piemēram, "Pārdošanas skola", kuras mērķis ir paaugstināt darbinieku kvalifikāciju tirdzniecībā un pārdošanā, kā arī uzlabot darba efektivitāti un rezultātus.

Sadarbībā ar arodbiedrību ir izstrādāts un noslēgts jaunais "Aldara" Darba koplīgums, kas atbilst uzņēmuma attīstības stratēģijai, LR likumdošanas prasībām un darbinieku ieteikumiem.

2003. gadā tika turpināts jau iepriekšējos gados sāktais mērķtiecīgais darbs arodveselības un darba drošības sistēmas uzturēšanā atbilstoši standarta OHSAS 18001:1999 prasībām un apkārtējās darba vides un darba apstākļu uzlabošanā. Pēc plānotajām un 2003. gadā paveiktajām aktivitātēm tika veikta atkārtota darba vides risku vērtēšana. Salīdzinājumā ar 2002. gada rezultātiem riska faktoru skaits, kas bija novērtēti kā būtiski, ir samazinājies par 21,3%.

Lai varētu efektīvāk rīkoties dažādās ārkārtas situācijās, uzsāktas regulāras darbinieku apmācības reaģēšanai bīstamās situācijās. Liels solis šinī jomā ir teritorijas apziņošanas sistēmas uzstādīšana, kas ļauj efektīvi vadīt iespējamo ārkārtas situāciju novēršanu.

Nozīmīgu ieguldījumu sistēmas attīstībā devuši iekšējie auditi, kas palīdz rast jaunus risinājumus darba vides uzlabošanai. 2003. gadā veiksmīgi tika veikti divi OHSAS 18001 sistēmas uzraudzības auditi, kuru laikā auditori no "Bureau Veritas Quality International" atzīmēja darba apstākļu uzlabošanu un darbinieku godprātīgu attieksmi pret darba drošības prasību ievērošanu. Ir pieaugušas darbinieku zināšanas ar darba vidi saistītos jautājumos.

Every year the demands of clients and consumers for service and product quality increase, and it is essential to raise the quality of personnel resources to meet these. Employees have attended various courses and seminars in line with training plans. New internal training programs for sales staff have been developed, for example the "Sales School" that aims to raise employee qualifications in trading and selling, and to improve work efficiency and results.

A new Aldaris Common Employment Contract has been developed in conjunction with the trade union, which accords with the company's development strategy, RL legislation and employee suggestions.

In 2003 the concerted work of previous years was continued to maintain the employee health and work safety system in accordance with OHSAS 18001:1999 standards and to improve the work environment and working conditions. Following the activities conducted in 2003, a repeated evaluation of work risks was carried out. Compared with 2002, the number of risk factors rated as serious was reduced by 21.3 percent.

To facilitate effective responses in various emergency situations, regular employee training has been started. A major development in this area has been the installation of a monitoring system for the territory, which allows for the more efficient prevention management of possible emergency situations.

Internal audits that generate new solutions for improving the work environment have contributed significantly to developing this system. Two OHSAS 18001 system supervision audits were successfully conducted in 2003, during which auditors from the "Bureau Veritas Quality International" noted improvements in working conditions and the honest attitude of employees towards respecting work safety requirements. Employees have become more knowledgeable about issues related to the work environment.



Korporatīvā sociālā atbildība

Corporate Social Responsibility

2003. gadā a/s "Aldaris" turpināja dot ieguldījumu Latvijas valsts attīstībā ne tikai palielinot nodokļu iemaksas, bet arī atbalstot kultūras, zinātnes, izglītības, izklaides un sporta pasākumus. Uzņēmums iesaistīšanos tautsaimniecības attīstības veicināšanā un uzņēmējdarbības vides sakārtošanā uzskata par savu pienākumu.

Uzņēmuma rūpes par sabiedrības veselību izpaužas ilglaicīgā sociālās atbildības programmu realizācijā. "Aldaris" kā viens no lielākajiem pārtikas ražotājiem un alus tirgus līderis Latvijā strādā saskaņā ar uzņēmējdarbības ētikas un ANO Globālā līguma principiem. Darbs noris saskaņā ar ES Pārtikas un dzērienu ražotāju konfederācijas, kā arī Eiropas Alus darītāju atzīto pašregulācijas praksi.

Sadarbībā ar Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru un Rīgas Ekonomisko augstskolu ir uzsākta uzņēmēju diskusija par uzņēmējdarbības ētikas ieviešanas projektu "BETIL", pievēršot uzmanību vienotu uzņēmējdarbības ētikas standartu izstrādei un īstenošanai praksē.

Rosinot uzlabojumus uzņēmējdarbībā, "Aldaris" cieši sadarbojas ne tikai ar starptautiskām organizācijām, bet arī ar Latvijas Darba devēju konfederāciju (LDDK), Latvijas Pārtikas uzņēmumu federāciju, Latvijas Alus darītāju savienību (LADS), Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru, Latvijas Tirgotāju asociāciju, Latvijas Alus un dzērienu iepakojuma savienību, Latvijas Kvalitātes asociāciju un citām profesionālām apvienībām. Lai veicinātu bezalkoholisko dzērienu tirgus attīstību, "Aldaris" bija viens no Latvijas Bezalkoholisko dzērienu uzņēmēju asociācijas dibinātājiem.

Ierosinājumi sniegti, izstrādājot Latvijas rūpniecības attīstības pamatnostādnes. "Aldaris" kopā ar LDDK un citām uzņēmēju apvienībām iesaistījās diskusijās par grozījumiem atsevišķos likumos, kur viens no būtiskākiem bija izmaiņas likumā "Par uzņēmuma ienākuma nodokli". Reāls atbalsts uzņēmējdarbības konkurētspējas paaugstināšanai ES tirgus apstākļos būs sadarbībā ar sabiedriskajām organizācijām un valsts institūcijām apspriestā 15% ienākuma nodokļa likmes saglabāšana. 2,5 reizes tika samazināta uzņēmējdarbības riska nodeva. Pateicoties nevalstisko organizāciju (NVO) atbalstam, netika mainīta ziedošanas kārtība, kas ļauj uzņēmumam iesaistīties sociāli nozīmīgu projektu

In 2003, a/s "Aldaris" continued to contribute to the development of Latvia, not just through increased tax payments but also by supporting cultural, scientific, educational, recreational and sporting events. The company feels duty-bound to involve itself in economic development and tidying up the business environment.

The company's concern for society finds expression in its long-term social responsibility program. As one of the biggest food producers and the leader of the beer market in Latvia, Aldaris operates in accordance with the principles of business ethics and the UN "Global Compact." It operates in harmony with the self-regulation practices recognised by Confederation of the Food and Drink Industries of the EU, and Brewers of Europe.

A dialogue between business people has been started in conjunction with the Latvian Chamber of Commerce and Industry and the Riga Economic College on the "BETIL" project for implementing business ethics, drawing attention to the development and putting into practice of unified business ethics standards.

In campaigning for improvements in the way business is done, Aldaris collaborates not only with international organisations, but also with the Latvian Employers' Confederation (LDDK), the Latvian Food Enterprises Federation, the Latvian Brewers Association (LADS), the Latvian Chamber of Commerce and Industry, the Latvian Traders Association, the Latvian Beer and Beverage Packaging Association, the Latvian Quality Association, and other professional bodies. To facilitate the development of the non-alcoholic drinks market, Aldaris was one of the founders of the Latvian Non-Alcoholic Beverages Enterprise Association.

Proposals have been made when the basic principles of industrial development in Latvia are worked out. Alongside the LDDK and other professional bodies, Aldaris has been involved in discussions about amendments to certain laws, one of the most significant being amendments to the law "On company tax." The preservation of the 15 percent company tax rate, discussed in conjunction with social organisations and state institutions, will give real support to increasing business competitiveness in EU market condi-



finansēšanā un mecenātisma tradīciju kopšanā kultūrā un sportā.

Uzņēmums iesaistījās alkoholisma problēmu risināšanā un sniedza savu redzējumu likumprojektos par Alkoholisko dzērienu aprītes likumu un "Par akcīzes nodokli", kā arī "Alkohola patēriņa mazināšanas un alko-

tions. There was a reduction by a factor of 2.5 in the risk duty paid by businesses. Thanks to support from NGOs, there was no change to the order of donations by which companies can involve themselves in funding socially significant projects and fostering a tradition of philanthropy in culture and sport.

holisma ierobežošanas programmā 2004.-2008. gadam". Izprotot problēmu nopietnību, "Aldaris" atkārtoti vērsa uzmanību uz nepieciešamību samazināt alkohola patēriņu uz vienu cilvēku un atgriezties pie latviskām, Eiropas tradīcijām alkohola patēriņa struktūrā, mazinot stipro alkoholisko dzērienu īpatsvaru. "Aldaris" uzskata, ka jāizskauž nelegālā un nekvalitatīvā alkohola lietošana, jāpalielina atbildība par negodīgiem darījumiem, jāapkaro alkohola pārdošana nepilngadīgiem jauniešiem.

Sadarbojoties uzņēmējiem, valsts un NVO, iespējams izglītēt patērētājus, veicināt veselīga dzīvesveida un uztura patēriņa ieradumus. Kā viens no efektīvākiem risinājumiem šajā darbā, kura nozīmi un nepieciešamību apliecina pasaules pieredze, ir nozaru pašregulācija. "Aldaris", parakstot līgumu ar savu sadarbības partneri, reklāmas aģentūru "McCann-Erickson Riga", aicināja LADS un Latvijas Reklāmas asociāciju vienoties par ētisku un atbildīgu komerciālo komunikāciju veidošanu. Nozīmīga ir stingra reklāmu uzraudzība pašu alus darītāju spēkiem, lai reklāmas nevilinātu nepilngadīgus jauniešus lietot alu un citus alkoholiskos dzērienus. Pašregulācijas principu ieviešanas aizsākums alus nozarē labvēlīgi ietekmēs sabiedrības veselību un nozares uzņēmējdarbības vidi.

Uzņēmums ir apņēmies sniegt praktisku atbalstu valsts institūcijām dzērienu kvalitātes, marķēšanas prasību izpildes kontrolē un atbilstības noteikšanā produktu klasifikācijai. Kopīgi ar valsts un nevalstiskajām organizācijām apspriesta valstij un sabiedrībai labvēlīgas nodokļu politikas veidošanā, kur valsts budžets nav atkarīgs no ieņēmumiem par alkoholiskiem dzērieniem. Arī izskatot ierobežojumus alkoholisko dzērienu reklamēšanā, piedāvāti alternatīvi, Eiropas attīstītajās valstīs pastāvoši risinājumi, kas kalpo sabiedrības vajadzībām un atbilst komerciālo komunikāciju globalizācijai.

Uzņēmums sniedz savu atbalstu sabiedrības izglītošanā un īpašu programmu izstrādē darbā ar jauniešiem mācību iestādēs, un profilaktisko pasākumu īstenošanā sociāli neaizsargātākajai sabiedrības daļai. Šāda programma tiek īstenota sadarbībā ar Latvijas Radio 2 raidījumu "Trīs lietas" un Latvijas Radio 4 rubriku "Dzīvais ūdens" raidījumā "Ilgu tramvajs". Arī kā darba devējs "Aldaris" pauž strikti negatīvu attieksmi pret alkohola lietošanu darba vietā un darba laikā, ievērojot un nodrošinot stingru darba disciplīnu.

Uzņēmuma īstenojamā korporatīvās sociālās atbildības programmā arī 2003.gadā nozīmīgu vietu ieņēma Latvijas

The company is involved in solving the problem of alcoholism. It has made its views clear in the drafts of "The alcoholic beverages distribution law" and the law "On excise tax," as well as in the "Alcohol consumption reduction and alcoholism limitation program for 2004-2008." Understanding the seriousness of the problem, Aldaris has repeatedly drawn attention to the need to reduce alcohol consumption per capita and to return to traditional Latvian, European alcohol consumption patterns, reducing the proportion of strong alcoholic drinks. Aldaris believes that the usage of illegal and low-quality alcohol must be eradicated, liability must be increased for dishonest transactions, and the sale of alcohol to underage persons must be fought against.

By cooperating with businesses, the government and NGOs, it is possible to educate consumers and encourage healthier lifestyles and changes in dietary habits. One of the most effective ways to achieve this, whose significance and importance has been demonstrated by experience around the world, is self-regulation by the sector. Through a contract signed with its cooperation partner, the advertising agency McCann-Erickson Riga, Aldaris has called on the LADS and the Latvian Advertising Association to agree on the development of ethical and responsible communications. It is important that brewers themselves maintain close supervision over advertisements to prevent them from encouraging underage drinking of beer and other alcoholic beverages. The introduction of the self-regulation principle in the beer sector will have a positive impact on the health of society and the sector's own business environment.

The company has undertaken to provide practical assistance to government institutions for the control of beverage quality and labelling requirements and for the determining of compliance with product classifications. Discussions have been held with state and non-governmental organisations regarding the establishment of taxation policies beneficial to the country and society, whereby the state budget does not depend on income from alcoholic drinks. Examining restrictions on alcohol advertising, Aldaris has suggested alternatives that have been implemented in the most advanced European countries, which serve the needs of society and are suitable for commercial communications under the conditions of globalisation.

The company supports social education and the development of special programs for young people in educational institutions, and the implementation of preventative



Zinātņu akadēmijas un "Aldara" Gada balvas zinātnē, kas atzīmēja savu 5. gadskārtu.

Uzņēmuma kolektīvs 90 gadu jubilejā sveica leģendāro Latvijas pārtikas nozares zinātnieku – profesoru Pāvilu Zariņu. Profesors bija "Aldara" direktors pirms Otrā pasaules kara un pēckara gados, ilggadējs Latvijas

measures for the most vulnerable sections of society. Programs of this nature are implemented in conjunction with the show "Three Things" broadcast on the station Radio Latvia 2, and in the segment "Water of Life" on the show "A Streetcar Named Desire" played on Radio Latvia 4. As an employer, Aldaris has a strictly negative attitude

Lauksaimniecības akadēmijas Pārtikas rūpniecības tehnoloģijas fakultātes dekāns, zinātniskais līdzstrādnieks un mācībspēks, Latvijas Lauksaimniecības akadēmijas rektors. Par mūža ieguldījumu Latvijas zinātnē viņš 1999. gadā saņēma "Aldara" Gada balvu zinātnē.

2003.gada sākums iezīmējās ar "Aldara" desmitgadi sadarbībā ar Latvijas Nacionālo operu. Pasaules operteātru skatuvi spožumu iepazīnuši un Latvijas skatītāju milestību iemantojuši mākslinieki turpināja pilnigot savu talantu "Aldara" atbalstītā mācību programmā. Skatītāji LNO darbu varēja vērot un vērtēt arī Latvijas Televīzijā, raidījumā "Operas Ziņas". 2003. gada nogalē, žūrijas darbā iesaistoties starptautiski atzītiem Baltijas māksliniekiem, sācies jauns posms "Aldara" Starptautiskās gada balvas operai" vēsturē.

Par tradīciju kļuvis atbalsts Latvijas lielākam un skanīgākam notikumam – XXIII Vispārējiem latviešu dziesmu svētkiem. "Aldara alus" kļuva par Dziesmu svētku ģenerālsponsoru. Īpašas balvas "Aldara" alus piešķīra labākajiem korjiem un deju kolektīviem. Atbalstīta Priedes kroga atjaunošana Latvijas Etnogrāfiskajā brīvdabas muzejā.

Kā ilggadējs Latvijas Teātru darbinieku savienības "Spēlmaņu nakts" svinīgās ceremonijas atbalstītājs, "Aldaris" kopā ar Krievijas alus darītāvu "Baltika" par mūža ieguldījumu teātra mākslā godināja V.Artmani.

Uzņēmums bija līdzās Latvijas iedzīvotājiem un valstij nozīmīgākajās vēstures krustcelēs pēdējos neatkarības gados – referendumā par pievienošanu ES. Referendums par dalību ES veicināja diskusijas, viena no kurām norisēja arī "Aldara" Muzeja ēkā. "Tautas kampaņas" ietvaros organizētās ES ekspertu vizītes laikā "Aldara" darbinieki apsprieda uzņēmējdarbības atbalsta jautājumus, kā arī sociālo garantiju aspektus un situāciju darba tirgū Eiropā.

Jaunā alus šķirne "Euro Beer" ir apliecinājums uzņēmuma gatavībai un apņēmībai turpināt atbalstu Latvijas tautsaimniecībai un iedzīvotājiem, aizsākot jaunu laikmetu mūsu labklājības veidošanā.

toward alcohol usage at work and during working hours, ensuring strong work discipline.

Another important aspect of the company's social responsibility program in 2003 was the 5th Annual Science Award presented by Aldaris and the Latvian Academy of Science.

The company staff congratulated Professor Pāvils Zariņš, the legendary Latvian food-sector scientist, on his 90th birthday. The professor was the director of Aldaris before World War II and in the post-war years, the dean of the Latvian Agricultural Academy's Food Production Technology Faculty for many years, the rector of the Academy, and a scientific researcher and teacher. In 1999 he received the "Aldaris Annual Award for Science" for his lifetime contribution to Latvian science.

2003 marked the 10th anniversary of cooperation between Aldaris and the Latvian National Opera. Artists who have walked the stages of the world's opera theatres and earned the love of Latvian listeners have continued to develop their talents through a teaching program supported by Aldaris. Observations and evaluations of the LNO's work could be made on the Latvian television show "Opera News." At the end of 2003, the involvement of internationally recognised Baltic artists in the jury marked a new stage for the "Aldaris International Award to Opera."

Continuing a long tradition, Aldaris strongly supported Latvia's biggest musical event – the XXIII All-Latvia Song Festival. Aldaris Beer became the general sponsor of the Song Festival. Special Aldaris awards were presented to the best choirs and dance ensembles. And support was given to the restoration of the historic "Priedes" Pub at the Latvian Ethnographic Open Air Museum.

As a long-time supporter of the "Night of the Players" ceremony organised by the Latvian Theatrical Workers Association, in conjunction with the Russian brewery Baltika Aldaris presented an award to Vija Artmane for her lifetime contribution to the theatre.

The company stood together with Latvia and its people at the most important crossroads since independence – the referendum on joining the EU. Naturally the lead up to the referendum was accompanied by many discussions, one of which was held in the Aldaris Museum building. Under the auspices of a visit by EU experts organised by the "National Campaign," the employees of Aldaris discussed issues relating to support for businesses, social guarantees and the European employment market.

Its new "Euro Beer" is an affirmation of the company's willingness to continue its support for the Latvian economy and people at the start of a new era for furthering our welfare.



A/s "Aldaris" Padomes vērtējums par uzņēmuma darbību 2003. gadā

A/s "Aldaris" valde 2003. gadā apliecinājusi stabilus uzņēmuma finanšu un ekonomiskos rādītājus un demonstrējusi tirgus situācijas uzlabošanu. Uzņēmums nostiprinājis pozīcijas Latvijas alus tirgū, kas liecina par veiksmīgu uzņēmuma ilgtermiņa stratēģiju un integrētas kvalitātes sistēmas ieviešanu. Kompānijas ražošanas un pārdošanas apjomi vienmērīgi pieaug. Aldara rezultāti ir ievērojami, ņemot vērā apgrūtināšo likumdošanas vidi pēc akcīzes nodokļu palielināšanās.

Uzņēmuma valdes darbība devusi nozīmīgu ieguldījumu Latvijas alus nozares attīstībā un veicinājusi alus tirgus izaugsmi.

Valde nodrošinājusi a/s "Aldaris" darbību atbilstoši Latvijas Republikas likumdošanas un uzņēmuma statūtu prasībām.



Tomas Kučinskis
Padomes priekšsēdētājs

Evaluation of the Company's Activities in 2003 by the a/s Aldaris Council

In 2003 the Board of a/s Aldaris affirmed the company's stable financial-economic indicators and demonstrated improvement in the market situation. The company strengthened its position in the Latvian beer market, testifying to the success of its long-term strategy and the implementation of the integrated quality system. The company's production and sales volumes are steadily growing. The results of Aldaris is remarkable considering the difficult legal environment after increase of Excise tax.

The work of the company's Board has contributed significantly to the development of the Latvian beer sector and has facilitated the growth of the beer market.

The Board has ensured that a/s Aldaris acts in accordance with the legislation of the Republic of Latvia and the company's articles of incorporation.



Tomas Kučinskis
Council Chairman



KPMG Latvia SIA

Kr. Valdemāra 33
Rīga, LV 1010
Latvija

Tālrunis +371 703 80 00
Telefakss +371 703 80 02

kpmg@kpmg.lv
www.kpmg.lv

Revidentu ziņojums**A/S Aldaris dalībniekiem**

Esam veikuši A/S Aldaris finanšu pārskatu 2003. gada 31. decembrī, pēc kuriem sagatavoti saīsinātais finanšu pārskati, revīziju saskaņā ar Starptautiskajiem revīzijas standartiem. Mūsu 2004. gada 16. janvāra ziņojumā mēs izteicām atzinumu, ka finanšu pārskati, pēc kuriem sagatavoti saīsinātie finanšu pārskati, visos būtiskos aspektos sniedz skaidru un patiesu priekšstatu par A/S Aldaris finansiālo stāvokli 2003. gada 31. decembrī, kā arī par tās darbības rezultātu un naudas plūsmu gadā, kas beidzas 2003. gada 31. decembrī, saskaņā ar Latvijas Republikas likumu "Par uzņēmumu gada pārskatiem".

Mēs uzskatām, ka saīsinātais finanšu pārskats visos būtiskos aspektos saskan ar finanšu pārskatiem, pēc kuriem tas sagatavots un par kuriem mēs izteicām atzinumu bez piezīmēm.

Uzņēmuma finansiālā stāvokļa, pārskata gada darbības rezultātu un mūsu veiktās revīzijas apjoma labākai izpratnei, saīsinātais finanšu pārskats jālasa kopā ar finanšu pārskatiem, pēc kuriem tas tika sagatavots un par kuriem mēs izteicām atzinumu.

SIA KPMG Latvia
Licence Nr. 55
Rīga, Latvija
2004. gada 16. janvārī



Patrick Querubin
Partneris



Nadežda Vikujina
Zvērināta revidente
personas kods 100874-10909
Sertifikāts Nr. 139

Auditors' Report**To the shareholders of A/s "Aldaris"**

We have audited the financial statements of A/s "Aldaris" for the year ended 31 December 2003, from which the summarized financial statements were derived, in accordance with International Standards on Auditing. In our report dated 16 January 2004 we expressed an opinion that the financial statements from which the summarized financial statements were derived presented a true and fair view of the financial position of A/s "Aldaris" as of 31 December 2003 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with the law On annual reports of enterprises in the Republic of Latvia.

In our opinion, the accompanying summarized financial statements are consistent, in all material respects, with the financial statements from which they were derived and on which we expressed a unqualified opinion.

For a better understanding of the Company's financial position and the results of its operations for the period and the scope of our audit, the summarized financial statements should be read in conjunction with the financial statements from which the summarized financial statements were derived and our audit report thereon.

SIA KPMG Latvia
Licence No 55
Riga, Latvia
16 January 2004

Patrick Querubin

Patrick Querubin
Partner

Nadežda Vikujina

Nadežda Vikujina
Sworn Auditor
personal code 100874-10909
Certificate No. 139

This report is an English translation of the original Latvian. In the event of discrepancies between the two reports, the Latvian version prevails.

Peļņas vai zaudējumu aprēķins par periodu, kas noslēdzās 2003. gada 31. decembrī

	2003 LVL	2002 LVL
Neto apgrozījums	21 346 842	21 411 005
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	(10 833 392)	(10 731 696)
Bruto peļņa	10 513 450	10 679 309
Pārdošanas izmaksas	(6 665 422)	(5 974 539)
Administrācijas izmaksas	(1 710 442)	(1 914 184)
Pārējie uzņēmuma saimnieciskās darbības ieņēmumi	450 972	158 902
Pārējās uzņēmuma saimnieciskās darbības izmaksas	(373 128)	(724 840)
Pārējie procentu ieņēmumi un tamlīdzīgi ieņēmumi	11 383	34 231
Procentu maksājumi un tamlīdzīgas izmaksas	(123 648)	(206 327)
Peļņa vai zaudējumi pirms nodokļiem	2 103 165	2 052 552
Uzņēmumu ienākuma nodoklis par pārskata gadu	(310 754)	(75 410)
Pārējie nodokļi	(29 139)	(28 566)
Pārskata gada peļņa vai zaudējumi	1 763 272	1 948 576

Profit and loss statement for the period ended 31 December 2003

	2003 LVL	2002 LVL
Net sales	21 346 842	21 411 005
Cost of goods sold	(10 833 392)	(10 731 696)
Gross profit	10 513 450	10 679 309
Selling expenses	(6 665 422)	(5 974 539)
Administrative expenses	(1 710 442)	(1 914 184)
Other operating income	450 972	158 902
Other operating expenses	(373 128)	(724 840)
Interest and similar income	11 383	34 231
Interest and similar expenses	(123 648)	(206 327)
Profit before taxes	2 103 165	2 052 552
Profits tax	(310 754)	(75 410)
Other taxes	(29 139)	(28 566)
Profit of the reporting year	1 763 272	1 948 576

Bilance 2003. gada 31. decembrī

Aktīvs	2003 LVL	2002 LVL
Ilgtermiņa ieguldījumi		
Nemateriālie ieguldījumi		
Pētniecības darba un uzņēmuma attīstības izmaksas	26 601	31 035
Koncesijas, patenti, licences, preču zīmes un tamlīdzīgas tiesības	13 752	11 773
	40 353	42 808
Pamatlīdzekļi		
Zemes gabali, ēkas un būves un ilggadīgie stādījumi	1 828 252	1 925 617
Iekārtas un mašīnas	9 743 981	12 126 721
Pamatlīdzekļu izveidošana un nepabeigto celtniecības objektu izmaksas	569 610	525 141
	12 141 843	14 577 479
Ilgtermiņa finansu ieguldījumi	4 495	4 495
Ilgtermiņa ieguldījumi kopā	12 186 691	14 624 782
Apgrozāmie līdzekļi		
Krājumi		
Izejvielas, pamatmateriāli un palīgmateriāli	1 891 220	2 306 254
Nepabeigtie ražojumi	136 746	132 899
Gatavie ražojumi un preces pārdošanai	488 380	616 188
	2 516 346	3 055 341
Debitori		
Pircēju un pasūtītāju parādi	1 079 990	947 328
Radniecīgo uzņēmumu parādi	443 233	145 160
Citi debitori	477 368	732 923
Īstermiņa aizdevumi uzņēmuma līdzīpašniekiem un vadībai	-	28 500
Nākamo periodu izmaksas	202 927	87 908
	2 203 518	1 941 819
Nauda	1 833 613	1 037 023
Apgrozāmie līdzekļi kopā	6 553 477	6 034 183
Aktīvu kopsumma	18 740 168	20 658 965

Balance Sheet as at 31 December 2003

Assets	2003 LVL	2002 LVL
Long term investments		
Intangible assets		
Research and development costs	26 601	31 035
Concessions, patents, licenses, trademarks and similar rights	13 752	11 773
Total intangible assets	40 353	42 808
Fixed assets		
Land and buildings	1 828 252	1 925 617
Equipment and machinery	9 743 981	12 126 721
Construction in progress	569 610	525 141
Total fixed assets	12 141 843	14 577 479
Long term financial investments	4 495	4 495
Total long term investments	12 186 691	14 624 782
Current assets		
Stock		
Raw materials	1 891 220	2 306 254
Work in progress	136 746	132 899
Finished goods and goods for sale	488 380	616 188
Total stock	2 516 346	3 055 341
Receivables		
Trade receivables	1 079 990	947 328
Due from related parties	443 233	145 160
Other receivables	477 368	732 923
Short term loans to shareholders and management	-	28 500
Prepaid expenses	202 927	87 908
Total receivables	2 203 518	1 941 819
Cash	1 833 613	1 037 023
Total current assets	6 553 477	6 034 183
Total assets	18 740 168	20 658 965

Bilance 2003. gada 31. decembrī

Pasīvs	2003 LVL	2002 LVL
Pašu kapitāls		
Akciju vai daļu kapitāls (pamatkapitāls)	7 500 000	7 500 000
Rezerves:		
a) likumā noteiktās rezerves	187 500	187 500
Nesadalītā peļņa:		
a) iepriekšējo gadu nesadalītā peļņa	5 297 067	5 973 491
b) pārskata gada nesadalītā peļņa	1 763 272	1 948 576
Pašu kapitāls kopā	14 747 839	15 609 567
Uzkrājumi		
Uzkrājumi paredzamajiem nodokļiem	936 564	1 149 947
Citi uzkrājumi	228 904	216 915
Uzkrājumi kopā	1 165 468	1 366 862
Kreditori		
Ilgtermiņa kreditori		
Citi aizņēmumi	8 203	96 549
	8 203	96 549
Īstermiņa kreditori		
Aizņēmumi no kredītiestādēm	-	2 231 643
Aizņēmumi no radniecīgajiem uzņēmumiem	1 741 594	-
Citi aizņēmumi	92 755	128 122
Parādi piegādātājiem un darbuzņēmējiem	206 769	406 479
Parādi radniecīgajiem uzņēmumiem	30 244	214 639
Nodokļi un sociālās nodrošināšanas maksājumi	551 627	322 656
Pārējie kreditori	140 802	181 148
Nākamo periodu ieņēmumi	51 800	69 080
Neizmaksātās iepriekšējo gadu dividendes	3 067	32 220
	2 818 658	3 585 987
Kreditori kopā	2 826 861	3 682 536
Pasīvu kopsumma	18 740 168	20 658 965

Balance Sheet as at 31 December 2003

Shareholders' equity and liabilities	2003 LVL	2002 LVL
Shareholders' equity		
Share capital	7 500 000	7 500 000
Statutory reserves:		
a) reserves provided by the company's Statutes	187 500	187 500
Retained earnings:		
a) retained earnings carried forward from previous years	5 297 067	5 973 491
b) profit of the reporting year	1 763 272	1 948 576
Total shareholders' equity	14 747 839	15 609 567
Provisions		
Provisions for deferred taxes	936 564	1 149 947
Other provisions	228 904	216 915
Total provisions	1 165 468	1 366 862
Liabilities		
Long term liabilities		
Other creditors	8 203	96 549
	8 203	96 549
Loans from credit institutions	-	2 231 643
Loans from related parties	1 741 594	-
Other loans	92 755	128 122
Accounts payable to suppliers and contractors	206 769	406 479
Due to related parties	30 244	214 639
Taxes and social contributions	551 627	322 656
Other liabilities	140 802	181 148
Deferred income	51 800	69 080
Dividends payable	3 067	32 220
	2 818 658	3 585 987
Total liabilities	2 826 861	3 682 536
Total shareholders' equity and liabilities	18 740 168	20 658 965

Naudas plūsmas pārskats par periodu, kas beidzās 2003. gada 31. decembrī

	2003 LVL	2002 LVL
Naudas plūsmas no pamatdarbības		
Neto peļņa	1 763 272	1 948 576
Korekcijas par:		
Aprēķināto nolietojumu pārskata gadā	3 596 748	3 706 680
Pamatlīdzekļu un ieguldījumu izslēgšanas rezultātu	(46 542)	13 714
Izmaiņām krājumos	538 995	(86 249)
Izmaiņām debitoros	(146 680)	91 120
Izmaiņām nākamo periodu izdevumos	(115 019)	135 657
Izmaiņām uzkrājumos	(201 394)	(417 782)
Izmaiņām kreditoros	(212 760)	83 960
Neto nauda no pamatdarbības	5 176 620	5 475 676
Naudas plūsmas no investīciju darbības		
Samaksātā nauda par pamatlīdzekļu iegādi	(1 440 715)	(2 160 749)
Saņemtā nauda no pamatlīdzekļu pārdošanas	328 600	10 251
Neto nauda no investīciju darbības	(1 112 115)	(2 150 498)
Naudas plūsmas no finansu darbības		
Samaksātā nauda par aizņēmuma dzēšanu	(2 231 643)	(730 399)
Izmaiņām kreditoros par līzingu	(123 713)	(232 041)
Izmaksātās dividendes	(2 654 153)	(1 871 993)
Saņemts aizņēmums	1 741 594	-
Neto nauda no finansu darbības	(3 267 915)	(2 834 433)
Naudas un tās ekvivalentu neto pieaugums	796 590	490 745
Nauda un tās ekvivalenti perioda sākumā	1 037 023	546 278
Nauda un tās ekvivalenti perioda beigās	1 833 613	1 037 023

Cash flow statement for the period ended 31 December 2003

	2002LVL	2001LVL
Cash flows from operating activities		
Net profit	1 763 272	1 948 576
Adjustments for:		
Depreciation	3 596 748	3 706 680
Loss or profit from disposal of fixed assets and investments	(46 542)	13 714
Changes in stock	538 995	(86 249)
Changes in receivables	(146 680)	91 120
Changes in prepaid expenses	(115 019)	135 657
Changes in provisions	(201 394)	(417 782)
Changes in liabilities	(212 760)	83 960
Net cash provided by operations	5 176 620	5 475 676
Cash flows from investing activities		
Purchases of fixed assets	(1 440 715)	(2 160 749)
Proceeds from sale of fixed assets	328 600	10 251
Net cash used in investing activities	(1 112 115)	(2 150 498)
Cash flows from financing activities		
Repayment of loans	(2 231 643)	(730 399)
Changes in finance lease liabilities	(123 713)	(232 041)
Dividends paid	(2 654 153)	(1 871 993)
Loan received	1 741 594	-
Net cash used in financing activities	(3 267 915)	(2 834 433)
Net increase of cash and cash equivalents	796 590	490 745
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	1 037 023	546 278
Cash and cash equivalents at the end of year	1 833 613	1 037 023

“Aldara” balvu laureāti un akciju uzvarētāji 2003. gadā Winners of the Aldaris Awards and Competitions in 2003



“Aldara” Gada balvas operai laureāti
2002. gadā
Winners of the 2002 “Aldaris Annual
Award to Opera”



“Tev piestāv šī vasara” akcijas
uzvarētājs A. Magone
A. Magone, winner of the “This
Summer Suits You” competition



“Latvijas Mūzikas ierakstu gada balva”
par labāko pop albumu A. Mielavam
A. Mielavs, winner of the “Latvian
Music Recording Annual Awards” for
best pop album



Balva V. Artmanei par mūža
ieguldījumu teātra mākslā
V. Artmane, awarded for lifetime
achievement in theatre



Piektā “Aldara Gada balva zinātnē”,
I. Apines sveikšana
“Aldaris Annual Science Award”,
Fifth anniversary, awarding I. Apine



P. Zariņš 90 gadu jubilejā
P. Zariņš on his 90th birthday



“Latvieši mil savu zemi” akcijas
uzvarētājs U. Rutkis
U. Rutkis, winner of the “Latvians
love their country” competition



Dziesmu svētku labākie kori un deju kolektīvi
Best choirs and dance ensembles at the Song Festival





Tvaika iela 44, LV-1005, Rīga, tālrunis +371 7023200, fakss +371 7023224

Reģionālās bāzes:

Tehnikas iela 1, LV-3300, Kuldīga, tālr./fakss +371 332250
Atbrīvošanas aleja 167, LV-4600, Rēzekne, tālr./fakss +371 4633325

www.aldaris.lv