

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.

AMSTEL

Heineken
open your world

Fischer

Α
Α
Α

ΕΙΣ
5

Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης 2010-2011

είμαστε
εδώ



“

Όλοι οι εργαζόμενοι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμευόμαστε για την υπεύθυνη ανάπτυξη της εταιρίας μας. Εργαζόμαστε αποδίδοντας μεγάλη σημασία στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας. Πιστεύουμε ότι η υπεύθυνη οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά ανάπτυξη της εταιρίας θα στηρίξει την ελληνική κοινωνία, την οικονομία και τους ανθρώπους, στη δύσκολη συγκυρία που διανύουμε.

”

Περιεχόμενα



Σε μια ιδιαίτερα δύσκολη συγκυρία για τη χώρα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διασφαλίζει την εμπιστοσύνη των μετόχων της στην ελληνική αγορά και επιβεβαιώνει τη δέσμευση του Ομίλου Heineken NV στην Ελλάδα.”

Δέσμευση Αθηναϊκής Ζυθοποιίας	σελ. 3
Μήνυμα Διευθύνοντα Συμβούλου	6
Μήνυμα Διευθυντή Επικοινωνίας	7
Το όραμά μας	8
Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με μια ματιά	8
Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αριθμούς	9
Αναγνωρίσεις	10
Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΣ: Κάνοντας τη δέσμευσή μας πράξη	σελ. 11 - 23
Πλαίσιο στρατηγικής για την εταιρική υπευθυνότητα	11
Χαρτογράφηση συμμετόχων	13
Διάλογος με τους συμμετόχους	16
Έρευνα φήμης: ακούμε τους συμμετόχους μας	17
«Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον»	18
Οι δεσμεύσεις μας	20
Λειτουργούμε με ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ και λογοδοτούμε	σελ. 24 - 29
Οργανωτική δομή	25
Διοικητικό Συμβούλιο	27
Λειτουργούμε με διαφάνεια	27
Διαδικασία αυτοελέγχου της Διοίκησης	27
Επιχειρησιακός Κώδικας Δεοντολογίας	27
Νόμος περί ανταγωνισμού: η σημασία της συμμόρφωσης	28
Υπεύθυνη εμπορική επικοινωνία	28
Στηρίζουμε και επενδύουμε στην ελληνική ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	σελ. 30 - 35
Ανάπτυξη για εμάς, τόνωση για την ελληνική οικονομία	31
Εξαγωγές: τα προϊόντα μας ταξιδεύουν σε πολλές γωνιές της γης	31
Εξαγωγές: από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στον κόσμο	32
Τα προϊόντα μας ακολουθούν μια 100% ελληνική διαδρομή	34
Αγορά	σελ. 36 - 45
Υπεύθυνες συνεργασίες	37
Αρχές συμπεριφοράς προμηθευτών	38
Δίκτυο Πωλήσεων	39
Οι πωλητές μας, οι πρεσβευτές μας	39
Εξυπηρέτηση πελατών: άμεσα στην υπηρεσία σας	41
Πολιτική ποιότητας στις εσωτερικές μας διαδικασίες	43
Συστήματα διαχείρισης ποιότητας	44
Πολιτική ασφάλειας τροφίμων	44
Φροντίζουμε για την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών μας	45
Συμμετέχουμε υπεύθυνα και ενεργά στην ΚΟΙΝΩΝΙΑ	σελ. 46 - 53
Υπεύθυνη τιμολογιακή πολιτική: προσιτές επιλογές για κάθε καταναλωτή	47
Αφοσιωμένοι στην Υπεύθυνη Κατανάλωση	47
Νηφάλιοι: ενώνουμε τις δυνάμεις μας	48
Υπεύθυνη κατανάλωση. Υπεύθυνη ενημέρωση;	48
Cool@Work: πρώτα εμείς δίνουμε το παράδειγμα	49
Επικοινωνούμε διαδραστικά – Επικοινωνούμε αποτελεσματικά	49
The Responsibles: οι πρεσβευτές της υπεύθυνης κατανάλωσης	49
Προσομοιωτής Οδήγησης: μαθαίνουμε τα όριά μας στην κατανάλωση αλκοόλ	49
Οκτώ αρχές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ	49
It's Just An Illusion: ένα εικονικό ταξίδι οριοθετεί τη σχέση μας με το αλκοόλ	50
Responsibeerity.gr: ανοίγουμε το διάλογο για την εταιρική υπευθυνότητα	50
Κοινωνική προσφορά: δίπλα σε όσους έχουν ανάγκη	51



Future Leaders: στηρίζουμε τα βήματα της νέας γενιάς	51
Πολιτισμός	52
Αθλητισμός	52
Ενεργό μέλος της ελληνικής κοινωνίας	52
Συνεργασίες – Συμμετοχή σε κοινές δράσεις	53

Οι ΑΝΘΡΩΠΟΙ μας, η δύναμή μας	σελ. 54 - 69
Ίσες ευκαιρίες: αξιοποιούμε τα ταλέντα μέσα σε ένα δίκαιο εργασιακό περιβάλλον	55
Πολιτική ίσων ευκαιριών	60
Επιλογή προσωπικού	60
Ο θετικός ρόλος της αξιολόγησης	61
Ανάπτυξη και Εκπαίδευση: επενδύουμε στην ατομική εξέλιξη των εργαζομένων μας	61
Πρόγραμμα κάλυψης κόστους εκπαίδευσης	61
Ισορροπία οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής	63
Αναγνώριση: αναγνωρίζουμε την προσπάθεια, επαινούμε το αποτέλεσμα	63
Τα ταλέντα κατακτούν τον κόσμο	63
Προγράμματα Αναγνώρισης	63
Πολιτικές παροχών και επιδομάτων	64
Σωματεία εργαζομένων	64
Σε διαρκή ανοιχτό διάλογο	64
Μας ενδιαφέρει η άποψή σας - έρευνα εργασιακού κλίματος	65
Έρευνα εργασιακού κλίματος 2010	65
Υπερήφανα μέλη μιας μεγάλης οικογένειας	66
10ήμερο ενημέρωσης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: συμμετέχουμε όλοι!	66
Φροντίζουμε για την υγεία και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας	67
Επίσημες επιτροπές υγείας και ασφάλειας	68
Η ασφάλεια είναι θέμα όλων μας	69

Είμαστε σε διαρκή δράση για ένα καλύτερο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	σελ. 70 - 84
Η πολιτική μας για περιβαλλοντικά υπεύθυνα λειτουργία	71
Πράσινη λειτουργία εργοστασίων	72
Διαχείριση ενέργειας	72
Θερμική ενέργεια κατά την παραγωγική διαδικασία	72
Ηλεκτρική ενέργεια στο σύνολο των ζυθοποιείων και της μονάδας εμφιάλωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας	74
Η πολιτική μας για τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα	76
Χειμερινή Λειτουργία Εργοστασίων	77
Διαχείριση νερού	77
Διαχείριση στερεών αποβλήτων	79
Βιοοικολογία	79
Πράσινα ψυγεία	81
Επαναχρησιμοποίηση φιαλών και συσκευασιών	81
Ανακύκλωση κιβωτίων και παλετών	82
Μεταφορές φιλικότερες προς το περιβάλλον	82
Πρωτοβουλίες για το περιβάλλον	83
Συσκευασίες που «νοιάζονται» για το περιβάλλον	83
Amstel Eco House: ένα σπίτι που μιλάει οικολογικά!	84

Σύνταξη Απολογισμού 2010-2011	σελ. 85
Ανεξάρτητη Έκθεση Περιορισμένου Εύρους Διασφάλισης για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	σελ. 86
Πίνακας Αρχών GRI	σελ. 88
Φόρμα Αξιολόγησης	σελ. 97





Μήνυμα Διευθύνοντα Συμβούλου

“Είμαστε μια εταιρία που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα σχεδόν 50 χρόνια. Έχουμε δημιουργήσει βαθιές ρίζες στον τόπο, αλλά και μια μακρά παράδοση συνεισφοράς στην ελληνική οικονομία.”

Αγαπητοί φίλοι,

Ξεκινήσαμε μαζί μια διαδρομή, μέσα σε αβεβαιότητες και προκλήσεις.

Ασπίδα μας απέναντι σε αυτές τις προκλήσεις της καθημερινότητας πιστεύουμε ότι είναι οι δράσεις μας στον τομέα της Βιώσιμης Ανάπτυξης. Με αυτόν τον τρόπο καταφέρνουμε να προσφέρουμε ακόμα μεγαλύτερη αξία για τον καταναλωτή αλλά και για όσους επηρεάζονται από τη λειτουργία μας.

Παρά τη δύσκολη σημερινή συγκυρία, όπου η ελληνική κοινωνία βιώνει πρωτόγνωρα επίπεδα αβεβαιότητας και λειτουργεί σε ένα ρευστό και ασταθές περιβάλλον, εμείς συνεχίζουμε να αξιολογούμε και να βελτιώνουμε διαρκώς τον τρόπο δουλειάς μας, αντιμετωπίζοντας όλα τα θέματα που την επηρεάζουν. Συνεχίζουμε να εργαζόμαστε, με στόχο να «κάνουμε τη διαφορά» για τους συμμετόχους μας.

Είμαστε μια εταιρία που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα σχεδόν 50 χρόνια. Έχουμε δημιουργήσει βαθιές ρίζες στον τόπο, αλλά και μια μακρά παράδοση συνεισφοράς στην ελληνική οικονομία. Εδώ και μισό αιώνα σχεδόν, οικοδομούμε ισχυρές σχέσεις εμπιστοσύνης με τον Έλληνα καταναλωτή, παρέχοντας προϊόντα και υπηρεσίες

άριστης ποιότητας. Ταυτόχρονα, φροντίζουμε να λειτουργούμε με υπευθυνότητα και ευαισθησία απέναντι στον άνθρωπο, στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Σε όλη αυτήν την πορεία, έχουμε επιτύχει σημαντικούς στόχους. Ένας από τους σημαντικότερους είναι ότι καταφέραμε να ενδυναμώσουμε τις τοπικές κοινωνίες και τους συνεργάτες μας, παράγοντας θετικό αντίκτυπο για αυτούς. Χαρακτηριστική σε αυτήν την κατεύθυνση είναι η πρωτοβουλία μας να αυξήσουμε τις ποσότητες των πρώτων υλών που προμηθευόμαστε από εγχώριους παραγωγούς. Πρόκειται για μια επιχειρηματική απόφαση που η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε τη διορατικότητα να σχεδιάσει και να θέσει σε εφαρμογή πολύ πριν ξεκινήσει η οικονομική κρίση.

Για παράδειγμα, πριν από χρόνια αρχίσαμε να διερευνούμε τη συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς κριθαριού και σήμερα συνεργαζόμαστε με περισσότερους από 1.100 αγρότες. Παράλληλα, ενισχύουμε αυτήν τη δράση μας με την παροχή εξειδικευμένης τεχνογνωσίας, η οποία βοηθά τους αγρότες συνεργάτες μας να βελτιώσουν την απόδοση των καλλιεργειών τους και την ποιότητα του προϊόντος τους. Όραμά μας για το μέλλον είναι να συνεχίσουμε να επενδύουμε σε τέτοιου είδους πρωτοβουλίες, επιδιώκοντας να παράγουμε διαρκώς υψηλότερη προστιθέμενη αξία για όλους.

Στη διάρκεια της τελευταίας διετίας, συμμετείχαμε ενεργά στην ανάπτυξη της αγοράς μπίρας στην Ελλάδα, με δράσεις όπως το πρόγραμμα «love beer», προβάλλοντας παράλληλα το μήνυμα της

υπεύθυνης κατανάλωσης, όπως επιβάλλουν οι αρχές μας και η συνείδηση της ευθύνης μας απέναντι στην ελληνική κοινωνία. Παράλληλα, συνεχίσαμε να ενισχύουμε τις δράσεις μας για τη φροντίδα του περιβάλλοντος, με μια σειρά από πρωτοβουλίες.

Με αφορμή την έκδοση αυτού του απολογισμού, θέλω να επιβεβαιώσω για μια ακόμη φορά τη δέσμευση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη χώρα και στην ελληνική οικονομία. Παρά τις βραχυπρόθεσμες δυσκολίες που όλοι αντιμετωπίζουμε, θα συνεχίσουμε να αναλαμβάνουμε πρωτοβουλίες οι οποίες παράγουν μακροπρόθεσμα οφέλη για τους καταναλωτές, τους εργαζομένους, τους συνεργάτες μας αλλά και για το κοινωνικό σύνολο.

Το όραμά μας για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την ελληνική μας ταυτότητα, με τη συνεισφορά μας στον τόπο και στους ανθρώπους που μας περιβάλλουν. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν και είναι κομμάτι της Ελλάδας. Είμαστε λοιπόν εδώ. Συνεχίζουμε να παράγουμε, να δημιουργούμε, να συμμετέχουμε εδώ.

Ζωούλλης Μηνά
Διευθύνων Σύμβουλος
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.



Μήνυμα Διευθυντή Επικοινωνίας

“Η Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης 2010 – 2011 αποτελεί για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ένα σημαντικό βήμα, με στόχο την καταγραφή και κυρίως τη διαρκή αναβάθμιση των δραστηριοτήτων μας στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης.”

Κάθε υπεύθυνη επιχείρηση οφείλει να αφουγκράζεται, να κατανοεί και να εντάσσει στο σχεδιασμό της τις ανάγκες των συμμετόχων της. Για εμάς στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η αρχή αυτή λειτουργούσε ανέκαθεν ως πυξίδα στις σχέσεις μας με όσους εμπλέκονται, επηρεάζουν και επηρεάζονται από τη λειτουργία μας. Σήμερα, σε μια περίοδο βαθιάς οικονομικής και κοινωνικής κρίσης, πιστεύουμε ότι έχουμε χρέος να την κάνουμε πράξη με ακόμη περισσότερη συνέπεια και αποτελεσματικότητα. Στη διάρκεια της διετίας που πέρασε, κύριο μέλημά μας ήταν να διευρύνουμε και να ενισχύσουμε το διάλογο με τους συμμετόχους μας. Επιδιώξαμε την υιοθέτηση μιας πιο συστηματικής προσέγγισης, η οποία μας επιτρέπει να αξιοποιούμε καλύτερα τις δυνατότητες της αμφίδρομης επικοινωνίας: να εντοπίζουμε έγκαιρα πιθανούς κινδύνους, να αναζητούμε κοινά πεδία δράσης και να προχωρούμε στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση νέων πρωτοβουλιών. Τα πρώτα αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας είναι ήδη ορατά και αποτυπώνονται στις σελίδες που ακολουθούν.

Είμαστε υπερήφανοι γιατί, παρά τη δύσκολη συγκυρία, παραμείναμε προσηλωμένοι στις δεσμεύσεις μας,

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνέχισε να λειτουργεί όχι μόνο ως συνεπής, αλλά και ως ευαισθητοποιημένος και ενεργός εταιρικός πολίτης. Με ουσιαστικό ενδιαφέρον για ό,τι συμβαίνει στον τόπο και απασχολεί τους ανθρώπους που μας περιβάλλουν. Με έμπρακτη συνεισφορά στην ελληνική οικονομία και στην ελληνική κοινωνία.

Είμαστε επίσης υπερήφανοι γιατί, τα δύο αυτά χρόνια, εξακολουθήσαμε να δραστηριοποιούμαστε υπεύθυνα και με διαφάνεια στην αγορά, ενισχύοντας τις διαδικασίες μας σε μια σειρά από τομείς: Η ποιότητα, η ασφάλεια, ο σεβασμός στον καταναλωτή και στις αρχές του ανταγωνισμού, παρέμειναν στην κορυφή των προτεραιοτήτων μας. Με την ίδια συνέπεια επενδύσαμε στη βελτίωση των περιβαλλοντικών μας επιδόσεων και στην ανάληψη πρωτοβουλιών για ένα καλύτερο περιβάλλον.

Ό,τι πετύχαμε στη διάρκεια αυτής της διετίας, είναι προϊόν μιας μεγάλης και κοινής προσπάθειας. Ευχαριστούμε θερμά τους συνεργάτες μας, τους μετόχους μας και βεβαίως τους καταναλωτές μας, για την πολύτιμη εμπιστοσύνη με την οποία μας περιέβαλαν. Ευχαριστούμε πάνω από όλα τους ανθρώπους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που κάνουν καθημερινά πράξη το όραμά μας για βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη.

Δεσμευόμαστε απέναντι σε όλους ότι θα συνεχίσουμε να επενδύουμε σε αυτό το όραμα, αναβαθμίζοντας ακόμη περισσότερο τη μεθοδολογία μας και εντείνοντας τις δράσεις μας για τη στήριξη της ελληνικής κοινωνίας.

Μηνάς Μαυρικάκης
Διευθυντής Επικοινωνίας και
Εταιρικών Σχέσεων

Το όραμά μας

Να είμαστε μια ζυθοποιία, περήφανη που δημιουργεί μοναδικές εμπειρίες για τους καταναλωτές μας, προσθέτοντας παράλληλα αξία στους ανθρώπους μας, στους συνεργάτες μας, στην κοινωνία και στους μετόχους μας. Να δίνουμε πάντα προτεραιότητα στο πάθος για την ποιότητα, την απόλαυση της ζωής, το σεβασμό για τον άνθρωπο καθώς και το σεβασμό για το περιβάλλον.

Να επιδιώκουμε πάντα να είμαστε πρωτοπόροι στην αγορά της μπίρας, διατηρώντας το πάθος μας για την εξαιρετική ποιότητα και προσφέροντας απόλαυση στους καταναλωτές.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με μια ματιά

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι μία από τις σημαντικότερες εταιρίες παραγωγής και εμπορίας μπίρας στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1963 από μια ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών και αποτελεί μέλος του Ομίλου Heineken N.V. Λειτουργεί με έδρα την Αθήνα.

Το πρώτο εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λειτούργησε στην Αθήνα το 1965 και παρήγαγε την μπίρα Amstel. Το 1975 εγκαινιάστηκε το δεύτερο εργοστάσιο στη Θεσσαλονίκη και το 1985 αγοράστηκε το τρίτο, στη ΒΙ.ΠΕ. Πάτρας. Από το 1993 λειτουργεί στη Λαμία η μονάδα εμφιάλωσης του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΙΟΛΗ.

Σήμερα, παράγουμε και συσκευάζουμε στην Ελλάδα μερικές από τις πιο διάσημες μπίρες: Amstel, Amstel Premium Pilsener, Amstel Pulse, Amstel Bock, Heineken, ΑΛΦΑ, Fischer, Buckler, ΒΙΟΣ 5. Παράλληλα, εισάγουμε τις μπίρες Amstel Light, McFarland, Erdinger, SOL, Murphy's, Duvel, Chimay, Kirin, Carib, Moretti, Foster's, Desperados, Krusovice και άλλες.

Τα προϊόντα που παράγουμε και διανέμουμε διατίθενται σε 17 χώρες και στις 5 ηπείρους, με τη βοήθεια ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής και πωλήσεων. Συνεχίζουμε να σχεδιάζουμε στρατηγικά την ανάπτυξή μας, επιδιώκοντας την ισχυροποίηση των προϊόντων μας στις υφιστάμενες αγορές και την επέκτασή μας σε νέες.

Η ασφάλεια, η υγεία και οι ανάγκες του καταναλωτή βρίσκονται πάντα στο επίκεντρο της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας. Στόχος μας είναι να προσφέρουμε προϊόντα τα οποία ικανοποιούν κάθε προτίμηση και πληρούν τις υψηλότερες προδιαγραφές ποιότητας και ασφάλειας.

Πυξίδα σε ό,τι κάνουμε είναι οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και η ευθύνη μας απέναντι στο περιβάλλον και στην κοινωνία.



Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αριθμούς

- Η παραγωγή μπίρας το 2010 έφθασε τα 2.973.533 hls και αντίστοιχα τα 2.530.042 hls το 2011
 - Οι επενδύσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ανήλθαν σε 37,5 εκατ. ευρώ τη διετία 2010 – 2011 (20 εκατ. ευρώ το 2010 και 17,5 εκατ. ευρώ το 2011). Για το 2012 οι επενδύσεις προβλέπεται να ανέλθουν σε περίπου 25 εκατ. ευρώ
 - Οι καθαρές πωλήσεις της εταιρίας διαμορφώθηκαν σε 440,8 εκατ. ευρώ το 2010 και 389,3 εκατ. ευρώ το 2011
 - Τα καθαρά κέρδη της εταιρίας, κατά τη χρήση που έληξε στις 31/12/2011, ανήλθαν σε 48,6 εκατ. ευρώ, έναντι 29,8 εκατ. ευρώ, που ήταν τα κέρδη της προηγούμενης χρήσης
 - Οι συνολικές πωλήσεις εξωτερικού ανήλθαν σε 14,2 εκατ. ευρώ το 2010 και σε 13,8 εκατ. ευρώ το 2011
 - Το 2010 καταβλήθηκαν 225,8 εκατ. ευρώ σε συνολικούς φόρους και αντίστοιχα 171,8 εκατ. ευρώ το 2011
 - Το 2010 καταβλήθηκε έκτακτη εισφορά 10,6 εκατ. ευρώ
- Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απασχολεί άμεσα περίπου 1.050 εργαζόμενους
 - Οι εργοδοτικές εισφορές στα ασφαλιστικά ταμεία της χώρας το 2010 άγγιξαν τα 16,5 εκατ. ευρώ και το 2011 τα 15,7 εκατ. ευρώ
 - Το κόστος του προγράμματος ιδιωτικής ασφάλισης των εργαζομένων μας το 2010 ανήλθε σε: 2,3 εκατ. ευρώ περίπου για το συνταξιοδοτικό, 1,7 εκατ. ευρώ περίπου για το ιατροφαρμακευτικό, νοσοκομειακό και ζωής. Ενώ για το 2011 ανήλθε στα 2,3 εκατ. ευρώ περίπου για το συνταξιοδοτικό και 1,8 εκατ. ευρώ περίπου για το ιατροφαρμακευτικό, νοσοκομειακό και ζωής

Η Ελλάδα αντιπροσωπεύει την ιστορία, το παρόν αλλά και το μέλλον μας. Είμαστε αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής κοινωνίας, μοιραζόμαστε τις ανησυχίες της και στηρίζουμε ενεργά τις ανάγκες της.



Αναγνωρίσεις

- Για δύο συνεχόμενα έτη, 2010 και 2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέκτησε την πρώτη θέση μεταξύ των εταιριών με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα, στο πλαίσιο του ετήσιου θεσμού Best Workplaces. Το 2011 κατέκτησε επίσης το ειδικό βραβείο «Συστηματικής και Αποτελεσματικής Επικοινωνίας» με τους εργαζομένους της. Επίσης, το 2012 κατέλαβε την 4η θέση στην Ευρώπη, στο διαγωνισμό Best Workplaces Europe 2012, ενώ ήταν υποψήφια για το ειδικό βραβείο «Inspiring Pride» το οποίο απονέμεται σε εταιρίες οι οποίες εμπνέουν υπερηφάνεια στους εργαζομένους τους
- Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέκτησε το πλατινένιο βραβείο του Εθνικού Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης (CR Index) για το 2011, καθώς και τον έπαινο για την Αγορά. Είναι μια από τις τρεις πρώτες εταιρίες στην Ελλάδα που αποσπών τη συγκεκριμένη διάκριση. Το 2010, στο πλαίσιο του ίδιου θεσμού, κατέκτησε το χρυσό βραβείο, ενώ τιμήθηκε και με το ειδικό βραβείο Best progress gold award, ως μία από τις εταιρίες που σημείωσαν τη μεγαλύτερη πρόοδο σε σχέση με την προηγούμενή τους αξιολόγηση για την κοινωνική ευθύνη
- Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναδείχθηκε ως κορυφαία εταιρική επωνυμία στην Ελλάδα στην κατηγορία «Αλκοολούχα Ποτά» στο διαγωνισμό Corporate Superbrands 2011-2012
- Το 2010, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διακρίθηκε στο πλαίσιο των Βραβείων BRAVO Sustainability Awards του Qualitynet Foundation, στην κατηγορία «Καλύτερος Απολογισμός στα θέματα Αγοράς»
- Στο ετήσιο συνέδριο της KPMG, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία βραβεύθηκε για τις πρακτικές της στην Εκπαίδευση & Ανάπτυξη των ανθρώπων της για το 2011

- Το Φεβρουάριο του 2011 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απέσπασε Χρυσό Βραβείο στα Heineken Global Corporate Relations Awards στην κατηγορία Integrated Corporate Relations Campaign, για το πρόγραμμα «Μπίρα & Ευ Ζην» και Αργυρό Βραβείο για το πρόγραμμα Συμβολιακής Καλλιέργειας Κριθαριού
- Τον Απρίλιο του 2012 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απέσπασε βραβείο στα Heineken Global Corporate Relations Awards στην κατηγορία Support Change through Interactive Engagement, για το πρόγραμμα εσωτερικής επικοινωνίας, «Ανοιχτός Διάλογος»
- Το εργοστάσιο Αθηνών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατέλαβε τη δεύτερη θέση στην παγκόσμια κατάταξη της Heineken για το 2010, στον τομέα του Total Productive Management (TPM), μετά από έλεγχο και αξιολόγηση από διεθνείς ελεγκτές. Την προηγούμενη χρονιά είχε αποσπάσει το χάλκινο βραβείο, στο πλαίσιο του ίδιου θεσμού
- Το 2011 το εργοστάσιο Θεσσαλονίκης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας απέσπασε το χάλκινο βραβείο Total Productive Management (TPM) της Heineken
- Το Μάρτιο του 2011 η Διεύθυνση Logistics της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τιμήθηκε με το πρώτο βραβείο για την επίδοσή της στον τομέα του Total Productive Management (TPM), στο πλαίσιο του Συνεδρίου του CEE Supply Chain που έγινε στη Μπρατισλάβα



Η στρατηγική μας: Κάνοντας τη δέσμευσή μας πράξη

Η καταγραφή των ενδιαφερόμενων μερών και η εδραίωση σταθερών καναλιών αμφίδρομης επικοινωνίας με τις ομάδες συμμετόχων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αποτελεί το σημείο εκκίνησης για τη χάραξη στρατηγικής σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Πλαίσιο στρατηγικής για την εταιρική υπευθυνότητα

Η διαδικασία διαλόγου στην οποία επενδύουμε συστηματικά, λειτουργεί ως μέσο για την ανάδειξη βασικών ενδεχόμενων ρίσκων αλλά και ζητημάτων τα οποία απασχολούν τους εταίρους μας, τόσο συνολικά όσο και ανά ομάδα συμμετόχων.

Η αξιολόγηση αυτών των ζητημάτων οδήγησε στην ανάληψη συγκεκριμένων δεσμεύσεων, οι οποίες αποτέλεσαν τη βάση της στρατηγικής μας κατά τη διετία 2010 – 2011 και μεταφράστηκαν σε πρωτοβουλίες και δράσεις. Στόχος μας ήταν να ανταποκριθούμε στους κυριότερους προβληματισμούς των συμμετόχων μας, να περιορίσουμε κατά το δυνατόν τους ενδεχόμενους κινδύνους και να αξιοποιήσουμε ευκαιρίες.

Στη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού, λάβαμε επίσης υπόψη:

- την εκτίμηση του ευρύτερου κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα
- την επιχειρηματική στρατηγική και τους στόχους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- το πλαίσιο κατευθύνσεων που εφαρμόζεται διεθνώς από τον Όμιλο Heineken σε θέματα εταιρικής υπευθυνότητας

Αποτέλεσμα της παραπάνω διαδικασίας, ήταν η διαμόρφωση μιας στρατηγικής η οποία στηρίχθηκε στις δέκα παρακάτω βασικές προτεραιότητες:

1. Στήριξη της ελληνικής οικονομίας

Η «ελληνικότητα» των προϊόντων μας αποτελεί σημείο αναφοράς στη στρατηγική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Τη διετία 2010 – 2011 επιδιώξαμε να αυξήσουμε ακόμη περισσότερο την προστιθέμενη αξία που παράγεται για την ελληνική οικονομία από τις δραστηριότητες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στο πλαίσιο αυτό συνεχίστηκε και ενισχύθηκε το Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού για την προμήθεια πρώτης ύλης από τοπικούς παραγωγούς, ενώ δόθηκε περισσότερη

έμφαση στη συνεργασία με Έλληνες προμηθευτές, σε όλα τα στάδια της παραγωγής.

2. Κοινωνικό σύνολο: υπεύθυνη συμμετοχή και συνεισφορά

Στην κορυφή των προτεραιοτήτων μας εξακολούθησε να βρίσκεται η προώθηση του μηνύματος της υπεύθυνης κατανάλωσης. Μέσα από τις πρωτοβουλίες μας στον τομέα αυτό, εκπληρώνουμε μια θεμελιώδη κοινωνική μας υποχρέωση και ταυτόχρονα περιορίζουμε ένα σημαντικό παράγοντα κινδύνου για την κατηγορία προϊόντων στην οποία δραστηριοποιούμαστε.

Επιπλέον, συνεχίσαμε να ενισχύουμε το κοινωνικό μας πρόσωπο, δίνοντας έμφαση σε δραστηριότητες και τομείς που σχετίζονται με το χαρακτήρα των προϊόντων μας. Στο πλαίσιο αυτό, αξιοποιήσαμε ως «όχημα» τις πιο γνωστές και δημοφιλείς μάρκες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, για να στηρίξουμε τον πολιτισμό, τη μουσική και τον αθλητισμό.

3. Προσήλωση στους στόχους μας για το περιβάλλον

Παρά το ό,τι η ύφεση καθιστά δύσκολη την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων, στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία παραμένουμε πιστοί στις απαιτητικές δεσμεύσεις μας. Κατά τη διετία 2010 – 2011 επενδύσαμε σε τεχνολογίες και πρακτικές για την περαιτέρω βελτίωση των περιβαλλοντικών μας επιδόσεων. Σημεία αναφοράς σε αυτή την προσπάθεια ήταν η εφαρμογή της μεθοδολογίας TPM για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού κατά την παραγωγική διαδικασία, η προμήθεια ψυγείων «πράσινης τεχνολογίας», η επένδυση σε φιλικότερες προς το περιβάλλον συσκευασίες, αλλά και η πρώτη προσπάθεια καταγραφής του συνολικού ανθρακικού μας αποτυπώματος. Παράλληλα, συνεχίσαμε να αναλαμβάνουμε πρωτοβουλίες που απευθύνονται στο κοινωνικό σύνολο και στοχεύουν στην ευαισθητοποίηση του κοινού, για ένα καλύτερο περιβάλλον.

4. Πελάτες: σύμμαχοι απέναντι σε κοινές προκλήσεις

Επιλέξαμε να αντιμετωπίσουμε τις προκλήσεις που δημιουργεί η αρνητική οικονομική συγκυρία, δουλεύοντας μαζί με τους συνεργάτες μας. Επενδύσαμε στην ενίσχυση της συνεργασίας με όλες τις κατηγορίες των πελατών μας, αναζητώντας τις καλύτερες δυνατές λύσεις απέναντι σε κοινά προβλήματα και κινδύνους, όπως η μείωση της καταναλωτικής ζήτησης και ο περιορισμός της ρευστότητας. Με αλλαγές στη δομή μας, με πρωτοβουλίες για νέες εμπειρίες του καταναλωτή και ενέργειες μάρκετινγκ, με τη διαρκή παροχή τεχνογνωσίας και καθοδήγησης και με τη διατήρηση υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης, στηρίξαμε αποτελεσματικά τους συνεργάτες μας περιορίζοντας παράλληλα τους επιχειρηματικούς κινδύνους για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

5. Καταναλωτής: προσαρμογή σε νέες ανάγκες

Στη διάρκεια της περασμένης διετίας, η οικονομική κρίση επηρέασε αισθητά το εισόδημα, τις συνήθειες, αλλά και τη διάθεση των καταναλωτών. Θέλοντας να ανταποκριθούμε στα νέα δεδομένα, προσαρμόσαμε την τιμολογιακή και εμπορική μας πολιτική, ώστε να διασφαλίσουμε ότι οι καταναλωτές θα έχουν πρόσβαση σε προϊόντα που καλύπτουν κάθε ανάγκη, προτίμηση και εμπειρία. Παράλληλα, επιδίωξη μας ήταν και είναι να εξακολουθήσει η επικοινωνία των προϊόντων μας να προσφέρει χαρά και χαμόγελο στον καταναλωτή, αλλά και μηνύματα δύναμης, αλληλεγγύης, ενίσχυσης της ελληνικής μας ταυτότητας. Παράλληλα, συνεπείς προς τις δεσμεύσεις μας, εξακολουθήσαμε να επενδύουμε στη διαρκή αναβάθμιση των συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου της ποιότητας των προϊόντων μας.

6. Προμηθευτές: υπευθυνότητα και διαρκής υποστήριξη

Σε μια περίοδο αυξημένων πιέσεων στην αγορά, κεντρική μας μέριμνα ήταν να διατηρήσουμε το υψηλό επίπεδο συνέπειας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας απέναντι στους προμηθευτές της και να αναζητούμε επιλογές και λύσεις με όφελος και για τους δύο. Ταυτόχρονα επιδιώξαμε την πλήρη συμμόρφωση, με τις αρχές και τους κανόνες υπεύθυνης επιχειρηματικής συμπεριφοράς, που εφαρμόζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Επενδύσαμε σε ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο συνεργασίας, υποστήριξης και καθοδήγησης, με στόχο την ενδυνάμωση των ιδίων των προμηθευτών μας, την ευρύτερη δυνατή διάδοση υπεύθυνων πρακτικών, αλλά και την προστασία της φήμης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

7. Εργαζόμενοι: συνέπεια, διάλογος, εμπιστοσύνη

Σε μια περίοδο έντονης αβεβαιότητας και δραματικών θεσμικών αλλαγών όσον αφορά τα εργασιακά θέματα, επιδίωξη μας ήταν να μειώσουμε το συναίσθημα της ανασφάλειας στους εργαζομένους μας. Παρά το δυσμενές κλίμα στην οικονομία και στην αγορά, δεν προχωρήσαμε σε μισθολογικές μειώσεις. Συνεχίσαμε να παρέχουμε συνεχή, έγκυρη και αξιόπιστη ενημέρωση για οτιδήποτε τους αφορά, ενώ ενισχύσαμε ακόμη περισσότερο τα κανάλια αμφίδρομης επικοινωνίας και διαλόγου με κάθε εργαζόμενο. Τηρήσαμε με συνέπεια τη δέσμευσή μας για την παροχή ευκαιριών ανάπτυξης και εξέλιξης, μέσα σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από την ισότιμη μεταχείριση, τη συμμετοχή και την αναγνώριση.

8. Μέτοχοι: συστηματική λογοδοσία και πληροφόρηση

Ανταποκριθήκαμε στην ανάγκη των μετόχων μας για έγκαιρη και πλήρη ενημέρωση, συνεχίζοντας την αμφίδρομη επικοινωνία τόσο με τον κύριο μέτοχο όσο και με τους μετόχους της μειοψηφίας.

9. Πολιτεία – Αγορά: σεβασμός στη νομοθεσία, διαφάνεια, συμμετοχή

Παραμείναμε συνεπείς στη δέσμευσή μας για απόλυτη συμμόρφωση με τη νομοθεσία σε θέματα ανταγωνισμού. Δώσαμε έμφαση στην ανάληψη δέσμευσης για την τήρηση του Κώδικα Δεοντολογίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από το σύνολο των συνεργατών μας, στη συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς της Πολιτείας για τη διευκόλυνση ελέγχων σε θέματα ασφάλειας, ποιότητας κτλ, αλλά και στη συμβολή μας στη βελτίωση της λειτουργίας της αγοράς, μέσα από τη συμμετοχή σε επιχειρηματικούς φορείς και ομάδες εργασίας.

10. Επιβεβαίωση της δέσμευσής μας στην Εταιρική Υπευθυνότητα

Ανταποκριθήκαμε στο αίτημα των συμμετόχων μας για περισσότερη επικοινωνία και ενημέρωση σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας. Ενισχύσαμε τα κανάλια αμφίδρομης επικοινωνίας με όλες τις ομάδες συμμετόχων και λάβαμε έμπρακτα υπόψη τις ανησυχίες και τους προβληματισμούς τους, κατά το σχεδιασμό της στρατηγικής μας. Επιβεβαιώσαμε τη δέσμευσή μας στην Εταιρική Υπευθυνότητα, ενσωματώνοντας περισσότερους σχετικούς δείκτες στην ετήσια αξιολόγηση απόδοσης των στελεχών μας.

Χαρτογράφηση συμμετόχων

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, έχουμε προσδιορίσει τους συμμετόχους μας και επενδύουμε στην ουσιαστική και αμφίδρομη επικοινωνία μαζί τους.

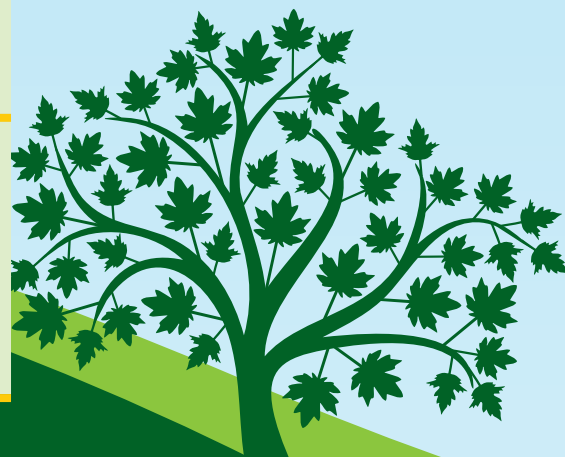
Ως συμμετόχους, θεωρούμε όλους όσοι έχουν άμεσο ή έμμεσο ενδιαφέρον για τη λειτουργία μας, επηρεάζουν και επηρεάζονται από τις δράσεις, τους στόχους και τις πολιτικές μας. Σε αυτούς συμπεριλαμβάνονται οι εργαζόμενοι, οι μέτοχοι, οι πελάτες και οι προμηθευτές μας, οι καταναλωτές, οι τοπικές κοινωνίες, η αγορά κτλ.

Πιστεύουμε ότι ο ρόλος των συμμετόχων είναι σημαντικός στην προσπάθειά μας για υπεύθυνη και βιώσιμη ανάπτυξη. Γι' αυτό επιδιώκουμε να καλλιεργούμε με όλους σχέσεις βασισμένες στο διάλογο, στη συνεργασία, στην αμοιβαία κατανόηση και εμπιστοσύνη.

Προκειμένου να αποτυπώσουμε τους κύριους προβληματισμούς και τις προσδοκίες των βασικών ομάδων συμμετόχων, εργαζόμαστε συστηματικά τόσο μέσα από την απευθείας επικοινωνία μαζί τους, με ενέργειες όπως, συναντήσεις, έρευνες φήμης, έρευνες εργασιακού κλίματος ή ενδοεταιρικά προγράμματα επικοινωνίας (όπως το πρόγραμμα «Ανοιχτός Διάλογος»), όσο και εσωτερικά, μέσα από την ανάλυση και αξιολόγηση των θεμάτων που τους απασχολούν από τους εργαζόμενους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που έρχονται κυρίως σε επαφή με κάθε ομάδα συμμετόχων αντίστοιχα.



Ομάδα συμμετόχων	Βασικοί προβληματισμοί – Προσδοκίες	Στρατηγική προσέγγιση
Εργαζόμενοι	<ul style="list-style-type: none"> • Αλλαγές στο θεσμικό περιβάλλον της εργασίας • Οικονομικά μέτρα – μείωση διαθέσιμου εισοδήματος • Αίσθημα αβεβαιότητας για το αύριο • Ανάγκη έγκυρης πληροφόρησης και ενημέρωσης • Αίτημα για διαφάνεια, ειλικρινή και ανοιχτό διάλογο • Ανάγκη για αναγνώριση, ισότιμη αντιμετώπιση, ευκαιρίες εξέλιξης 	<p>Συνέπεια, διάλογος, εμπιστοσύνη</p> <p>Επένδυση στην ανάπτυξη των εργαζόμενων, χάρτης εξέλιξης</p>
Καταναλωτές	<ul style="list-style-type: none"> • Μείωση διαθέσιμου εισοδήματος • Αλλαγή καταναλωτικών συνηθειών • Αρνητικό κλίμα – διάθεση • Ελληνικότητα προϊόντων • Εμφάνιση εχθρικών τάσεων απέναντι στο «ξένο» • Ασφάλεια/ποιότητα προϊόντων • Υπεύθυνη κατανάλωση/αποφυγή κατάχρησης • Δυσπιστία/ ζητούμενο η διαφάνεια εκ μέρους των επιχειρήσεων 	<p>Ενίσχυση του εταιρικού μας Brand</p> <p>Δέσμευση στην υπεύθυνη κατανάλωση</p> <p>Επικοινωνία βασισμένη στις προσφορές και ειδικές εκπτώσεις</p>
Πελάτες	<ul style="list-style-type: none"> • Μείωση ζήτησης • Περιορισμένη ρευστότητα • Αύξηση οικονομικού κινδύνου • Διασφάλιση βιωσιμότητας/ ανταγωνιστικότητας • Αυξημένες ανάγκες σε τεχνογνωσία και διαχειριστικές ικανότητες • Consolidation καναλιών διανομής • Κίνδυνος συρρίκνωσης 	<p>Σύμμαχοι απέναντι σε κοινές προκλήσεις</p> <p>Υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης (service level)</p> <p>Κοινές πρωτοβουλίες για αύξηση κίνησης</p> <p>Προσπάθειες ανάπτυξης της κατηγορίας</p>
Προμηθευτές	<ul style="list-style-type: none"> • Μείωση ζήτησης • Περιορισμός ρευστότητας/δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση • Αύξηση οικονομικού κινδύνου • Διασφάλιση βιωσιμότητας/ ανταγωνιστικότητας • Αυξημένες ανάγκες σε τεχνογνωσία και διαχειριστικές ικανότητες 	<p>Αναζήτηση λύσεων αποδοτικών για όλους</p> <p>Περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες</p> <p>Σταθερή και υπεύθυνη συμπεριφορά</p> <p>Στήριξη κοινών πρωτοβουλιών</p>



Ομάδα συμμετόχων	Βασικοί προβληματισμοί – Προσδοκίες	Στρατηγική προσέγγιση
Τοπικές Κοινωνίες	<ul style="list-style-type: none"> • Μείωση εισοδημάτων/οικονομική ανασφάλεια • Ανεργία/εργασιακή ανασφάλεια • Ύφεση/μείωση οικονομικής δραστηριότητας • Καλλιέργεια νέων δεξιοτήτων • Περιβάλλον 	<p>Στήριξη της ελληνικής οικονομίας</p> <p>Προσήλωση στους στόχους μας για το περιβάλλον</p>
Κοινωνία	<ul style="list-style-type: none"> • Οικονομική/κοινωνική δυσπραγία • Μείωση διαθέσιμων πόρων • Αυξημένη τάση για συνεργασίες • Περιβαλλοντική υπευθυνότητα • Αυξημένη απαίτηση για διαφάνεια/ λογοδοσία • Ασφάλεια καταναλωτή/υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ • Περισσότερη επικοινωνία/ τεκμηρίωση σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας 	<p>Στήριξη της ελληνικής οικονομίας</p> <p>Υπεύθυνη συμμετοχή και συνεισφορά</p> <p>Προσήλωση στους στόχους μας για το περιβάλλον</p> <p>Επιβεβαίωση της δέσμευσής μας στην Εταιρική Υπευθυνότητα</p>
Μέτοχοι	<ul style="list-style-type: none"> • Οικονομική κατάσταση/προοπτικές της εγχώριας αγοράς • Βιωσιμότητα/προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησης • Υπευθυνότητα/διαφάνεια • Ανάγκη για ενημέρωση/λογοδοσία 	<p>Συστηματική λογοδοσία και πληροφόρηση</p> <p>Επιβεβαίωση της δέσμευσής μας στην Εταιρική Υπευθυνότητα</p>
Αγορά	<ul style="list-style-type: none"> • Οικονομική ύφεση • Αλλαγές στο θεσμικό περιβάλλον • Έντονος ανταγωνισμός • Ανάγκη διαλόγου με την Πολιτεία και την κοινωνία 	<p>Σεβασμός στη νομοθεσία, διαφάνεια, συμμετοχή</p>
MME	<ul style="list-style-type: none"> • Αυξημένη έμφαση σε θέματα προστασίας καταναλωτή (ασφάλεια προϊόντων- τιμές) • Αυξημένη έμφαση σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας (εργασιακά, συνέπεια απέναντι σε προμηθευτές/πελάτες, διαφάνεια στις σχέσεις με το κράτος/ περιβάλλον/κοινωνική συνεισφορά) • Αναζήτηση αξιόπιστων πηγών και τεκμηριωμένης πληροφόρησης 	<p>Διαφάνεια</p> <p>Τακτική επικοινωνία</p> <p>Αναβαθμισμένη χρήση του διαδικτύου (social media – site)</p>

Αμφίδρομη Επικοινωνία	
Εργαζόμενοι	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια Έρευνα Φήμης - Διετής Έρευνα Εργασιακού Κλίματος - Τακτικές συναντήσεις με σωματεία - Ετήσιες συναντήσεις σε εργοστάσια - Intranet : HeiPORT - Τηλεφωνική Γραμμή Επικοινωνίας - Περιοδικό «Στην Υγείά μας»
Καταναλωτές	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια Έρευνα ανά brand - Γραμμή Καταναλωτή - Τακτική Έρευνα Usage & Attitude (U&A)
Πελάτες (Δίκτυο Μεταπώλησης – Χονδρέμποροι – Key Accounts Εξωτερικού)	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια Έρευνα Φήμης - Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών - Γραμμή Εξυπηρέτησης Πελατών - Συστηματικές και προκαθορισμένες επισκέψεις ανά έτος
Προμηθευτές – Συνεργάτες (συμπεριλαμβάνεται η αγροτική κοινότητα)	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια Έρευνα Φήμης - Συναντήσεις με τους τοπικούς παραγωγούς (2-3 ετησίως) - Άτυπες συναντήσεις
Τοπικές Κοινωνίες	<ul style="list-style-type: none"> - Συναντήσεις με τοπικούς φορείς
Κοινωνία (ΜΚΟ, Κρατικοί Φορείς, Ινστιτούτα, Επίσημες Αρχές)	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια Έρευνα Φήμης - Ηλεκτρονική Επικοινωνία - Τουλάχιστον 3 συναντήσεις ανά έτος με δημοσιογράφους για την ανταλλαγή απόψεων
Μέτοχοι (Heineken N.V. μέσω Amstel International B.V., 27 Μικρομέτοχοι)	<ul style="list-style-type: none"> - Καθορισμένες ετήσιες συναντήσεις μετόχων
Αγορά	<ul style="list-style-type: none"> - Συμμετοχή σε επιμελητήρια/επιχειρηματικούς και κλαδικούς φορείς
MME	<ul style="list-style-type: none"> - Ετήσια έρευνα φήμης - Τουλάχιστον 3 συναντήσεις ανά έτος με δημοσιογράφους, για ενημέρωση και ανταλλαγή απόψεων - Αποστολή ετήσιων απολογισμών και εκθέσεων αειφόρου ανάπτυξης και επιδίωξη διαλόγου

Διάλογος με τους συμμετόχους

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχουμε δημιουργήσει και εμπλουτίζουμε διαρκώς τα κανάλια επικοινωνίας για κάθε μία από τις ομάδες των συμμετόχων μας.

Ακούμε τις απόψεις, τους προβληματισμούς και τις προτάσεις τους και σχεδιάζουμε τις ενέργειές μας, ώστε να ανταποκριθούμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις προσδοκίες τους.

Έρευνα Φήμης: ακούμε τους συμμετόχους μας

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσπαθούμε να έχουμε πάντα τα «αυτιά και τα μάτια» μας ανοιχτά στην κοινωνία, στις ανάγκες και στις απόψεις όσων εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στη λειτουργία μας.

Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιούμε σε ετήσια βάση έρευνα εταιρικής φήμης, στην οποία συμμετέχουν οι κυριότεροι από τους συμμετόχους μας. Η έρευνα αυτή λειτουργεί για μας ως σημαντικό εργαλείο στρατηγικής, με στόχο να βελτιώνουμε διαρκώς τις επιδόσεις μας σε όλους τους τομείς.

Η πιο πρόσφατη Έρευνα Φήμης που πραγματοποιήθηκε, μέσα στο διάστημα 2010 – 2011, ήταν την Άνοιξη του 2011 και απευθύνθηκε στους κύριους συμμετόχους μας: πελάτες, προμηθευτές, ΜΚΟ και εργαζομένους. Στο ερωτηματολόγιο της έρευνας είχε ενταχθεί, μεταξύ άλλων, ειδική ενότητα για θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Ο μέσος όρος 4.35 στις 5 μονάδες, που προέκυψε ως αποτέλεσμα σε όλες τις επιμέρους ομάδες είναι ένα αποτέλεσμα που δείχνει ότι οι σχέσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τους συμμετόχους της στηρίζονται σε θετικές βάσεις. Ένα ιδιαίτερα ενθαρρυντικό στοιχείο που προέκυψε από την έρευνα είναι η πεποίθηση του συνόλου των συμμετόχων ότι συνεισφέρει θετικά στην κοινωνία.

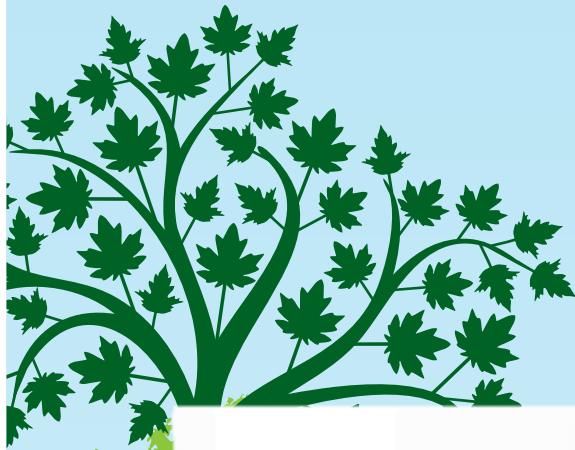
Εκφράζεται παρ' όλα αυτά το αίτημα για συστηματικότερη επικοινωνία και ενημέρωση, σχετικά με τις δραστηριότητες της εταιρίας σε θέματα περιβάλλοντος και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αξιοποιώντας αυτό το μήνυμα, έχουμε ήδη σχεδιάσει και υλοποιήσει μια σειρά από πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία της ιστοσελίδας www.responsiblebeer.gr και η αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η καθιέρωση του «Ανοιχτού Διαλόγου» με τους εργαζομένους, η διοργάνωση του 10ημέρου Ενημέρωσης των εργαζομένων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κ.α.

Η έρευνα περιελάμβανε ειδική ενότητα για θέματα ποιότητας των σχέσεων και των συνεργασιών με τους συμμετόχους. Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θεωρείται ένας αξιόπιστος εταίρος και συνεργάτης, ειδικά από τους προμηθευτές της.

Τα παραπάνω ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι η στρατηγική που ακολουθούμε, με στόχο την καλλιέργεια ουσιαστικών σχέσεων με τους συμμετόχους μας, βρίσκεται στη σωστή κατεύθυνση. Ταυτόχρονα, μας παρέχουν πολύτιμη καθοδήγηση για την εξέλιξη και τη διαρκή βελτίωση αυτής της στρατηγικής.



Παράγουμε ένα καλύτερο μέλλον



Παράγουμε
ένα καλύτερο
μέλλον

Να γίνουμε η πιο πράσινη
Ζυθοποιία του κόσμου

Βελτίωση

Ενδυνάμωση

Αντίκτυπος

Πράσινη
Ζυθοποιία

Πράσινο
Εμπόριο

Συμμετοχή
Εργαζομένων

Μέρμνα

Υπεύθυνη
Κατανάλωση

Συνεργασίες

Διακυβέρνηση, Κίνητρα, Reporting & Διαφάνεια, Κώδικας Προμηθευτών
Επικοινωνία & Συμμετοχή



Brewing a Better Future: τέσσερις λέξεις που αποτυπώνουν το όραμα του Ομίλου Heineken παγκοσμίως, για υπεύθυνη ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια

Που εκφράζουν μια σύγχρονη εταιρική φιλοσοφία, η οποία συνδυάζει το στόχο για οικονομική βιωσιμότητα με τη δέσμευση για θετική συνεισφορά στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Το ομώνυμο πρόγραμμα είναι ο «χάρτης» που οδηγεί στην υλοποίηση αυτής της δέσμευσης, μέσα από συγκεκριμένες προτεραιότητες, στόχους και δράσεις.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία το συναρπαστικό αυτό ταξίδι έχει ξεκινήσει από τον Απρίλιο του 2010. Το Πρόγραμμα «Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον» αποτυπώνει τη δέσμευσή μας να συνεισφέρουμε θετικά και μακροπρόθεσμα σε ένα βιώσιμο μέλλον, επενδύοντας στο περιβάλλον, τον άνθρωπο, τις τοπικές κοινωνίες, τις υπεύθυνες και γόνιμες συνεργασίες.

Για να πετύχουμε αυτό το στόχο, έχουμε καθορίσει τρεις στρατηγικούς άξονες προτεραιότητας, που είναι:

1. Η διαρκής βελτίωση των περιβαλλοντικών μας επιδόσεων, κατά τη διαδικασία παραγωγής και εμπορίας των προϊόντων μας
2. Η ενδυνάμωση των ανθρώπων μας και των τοπικών κοινωνιών στις οποίες δραστηριοποιούμαστε
3. Η παραγωγή θετικού αντίκτυπου στην κοινωνία, με την καλλιέργεια υπεύθυνων πρακτικών παραγωγής και κατανάλωσης μπίρας, αλλά και με την ανάπτυξη συνεργασιών με κοινωνικούς φορείς, ΜΚΟ κτλ.

Κάθε ένας από τους παραπάνω άξονες, περιλαμβάνει δράσεις οι οποίες συνοψίζονται σε έξι ενότητες:

Πράσινη ζυθοποιία: εργαζόμαστε με στόχο να βελτιώσουμε τις επιδόσεις μας σε θέματα κατανάλωσης ενέργειας και νερού, καθώς και εκπομπών CO₂, κατά την παραγωγική διαδικασία, την αποθήκευση των προϊόντων μας και τις διοικητικές μας λειτουργίες.

Πράσινο εμπόριο: επενδύουμε στην τεχνολογία των «πράσινων» ψυγείων, τα οποία προμηθευόμαστε και διαθέτουμε σταδιακά στην αγορά από το 2010. Επίσης, ξεκινάμε μαζί με τους συνεργάτες μας, μια προσπάθεια να υπολογίσουμε το ανθρακικό αποτύπωμα που παράγεται σε όλο το φάσμα της παραγωγής και της διακίνησης των προϊόντων μας.

Συμμετοχή των εργαζομένων: θεωρούμε σημαντικό να μοιραζόμαστε με τους εργαζομένους μας το ίδιο όραμα για την Εταιρική Υπευθυνότητα και να προσπαθούμε μαζί, για την επίτευξη κοινών στόχων. Προτεραιότητά μας είναι να

παρέχουμε ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον και να ενισχύσουμε στο πλαίσιο της εταιρικής μας κουλτούρας αξίες όπως η ακεραιότητα, ο εθελοντισμός και ο σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα.

Εταιρική μέριμνα: συνεργαζόμαστε στενά με τις τοπικές κοινωνίες σε όλη την Ελλάδα, με πρωτοβουλίες ενίσχυσής τους, όπως το Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού, το οποίο εφαρμόζουμε από το 2008.

Υπεύθυνη κατανάλωση: εφαρμόζουμε μια ολοκληρωμένη Πολιτική για το Αλκοόλ, μέσω της οποίας προβάλλουμε το μήνυμα της Υπεύθυνης Κατανάλωσης.

Θετικές συνεργασίες: χτίζουμε σταθερές συνεργασίες με ελληνικές ΜΚΟ, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε θέματα υπεύθυνης κατανάλωσης, περιβάλλοντος κ.α.

Η δέσμευση στους στόχους του Προγράμματος «Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον» είναι κοινή για όλους μας στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Ξεκινάει από τα μέλη της Διοικητικής Ομάδας και φθάνει σε κάθε εργαζόμενο, σε κάθε διεύθυνση της εταιρίας. Όλοι μαζί και ο καθένας ξεχωριστά, έχουμε ρόλο στην προσπάθεια και συμμετοχή στην επιτυχία. Για το συντονισμό των δράσεων, έχει συστηθεί ειδική Επιτροπή Εταιρικής Υπευθυνότητας, στην οποία συμμετέχουν όλες οι διευθύνσεις. Σε συνεργασία με τον Όμιλο Heineken, παρακολουθούμε συστηματικά την εξέλιξη του Προγράμματος και αξιολογούμε την επίτευξη των στόχων, ανά άξονα και ενότητα δράσεων.

Όλα τα μέλη της Διοικητικής Ομάδας δεσμεύονται απέναντι στους στόχους και τις δράσεις που προβλέπονται στο πλαίσιο του Προγράμματος «Παράγουμε ένα Καλύτερο Μέλλον». Η δέσμευση αυτή έχει καταγραφεί και στους προσωπικούς στόχους απόδοσης (KPIs) κάθε μέλους, από την επίτευξη των οποίων καθορίζονται οι πρόσθετες αμοιβές. Επιπλέον, κάθε μέλος για τον τομέα ευθύνης του έχει δεσμευτεί για την υλοποίηση των ελάχιστων απαιτούμενων ενεργειών (minimum requirements) ανά κατηγορία, ενώ υπάρχουν οι αντίστοιχοι Βασικοί Δείκτες Αποδοτικότητας (KPIs) για μια μεγάλη ομάδα στελεχών μας. Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι μπορούμε να «Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον», εφαρμόζοντας αποτελεσματικά και με συνέπεια το σχέδιό μας. Κάθε δράση που υλοποιούμε, κάθε στόχος που πετυχαίνουμε, έχει για μας σημασία. Γιατί μας φέρνει ένα βήμα πιο κοντά στο να κάνουμε πράξη αυτήν τη δέσμευση.



Οι δεσμεύσεις μας



“Σε μια ιδιαίτερα δύσκολη συγκυρία για τη χώρα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διασφαλίζει την εμπιστοσύνη των μετόχων της στην ελληνική αγορά και επιβεβαιώνει τη δέσμευση του Ομίλου Heineken NV στην Ελλάδα.”

Δεσμευόμαστε να εξακολουθήσουμε να τηρούμε και να σεβόμαστε την ελληνική νομοθεσία και να συμβάλουμε στη διαμόρφωση συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού στην αγορά. Θα συνεχίσουμε να λογοδοτούμε συστηματικά και με αξιοπιστία στους μετόχους μας, όσον αφορά τη στρατηγική, τις πρακτικές και τα αποτελέσματα της εταιρίας. Επίσης, δεσμευόμαστε να διευκολύνουμε το έργο της Πολιτείας, με σκοπό την προστασία της ασφάλειας των καταναλωτών και της ποιότητας των προϊόντων μας.

Ζωούλλης Μηνά

Διευθύνων Σύμβουλος



“Οι κρίσεις και οι υφέσεις είναι κυκλικά φαινόμενα. Οι κερδισμένοι της επόμενης μέρας είναι αυτοί που παραμένουν συνεπείς στις αρχές τους, αλλά ταυτόχρονα προετοιμάζονται δημιουργικά για το αύριο.”

Δεσμευόμαστε να συνεχίσουμε να στηρίζουμε ενεργά και ουσιαστικά την ελληνική οικονομία, παράγοντας όσο το δυνατόν περισσότερη προστιθέμενη αξία για τη χώρα, για την ανάπτυξη και για την απασχόληση και να συνεχίσουμε απρόσκοπτα την υλοποίηση του επενδυτικού μας προγράμματος, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην προσπάθεια υποστήριξης της εθνικής οικονομίας. Παράλληλα, μέσω των θεσμοθετημένων φορέων εκπροσώπησης, θα συνεχίσουμε να συνεισφέρουμε με υπευθυνότητα στην αναβάθμιση του οικονομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα.

Νίκος Ζέρβας

Οικονομικός Διευθυντής



“Η συνεργασία ήταν μέχρι τώρα το κλειδί για να αντεπεξέλθουμε στις δύσκολες συνθήκες της αγοράς. Στο επόμενο διάστημα, δεσμευόμαστε ότι θα επενδύσουμε ακόμη περισσότερο στη στρατηγική του «μαζί». Θα συνεχίσουμε να δουλεύουμε καθημερινά μαζί με τους πελάτες μας, παράγοντας τη μεγαλύτερη δυνατή αξία για τον καταναλωτή.”

Στο νέο περιβάλλον που διαμορφώνεται, δεσμευόμαστε ότι θα συνεχίσουμε να εγγυόμαστε τη διαθεσιμότητα της ευρείας γκάμας των προϊόντων μας, τα οποία καλύπτουν διαφορετικές ανάγκες και εμπειρίες. Θα συνεχίσουμε να συνεργαζόμαστε με τους πελάτες μας, χτίζοντας όλο και πιο ισχυρές συμμαχίες απέναντι στους κινδύνους που δημιουργεί η κρίση για όλους μας. Επίσης, θα διασφαλίσουμε ότι οι πωλητές μας, εκτός από πρεσβευτές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, θα λειτουργούν ως αξιόπιστοι και χρήσιμοι σύμβουλοι για κάθε πελάτη. Παραμένοντας συνεπείς στο στόχο μας για φιλικότερη προς το περιβάλλον εμπορία των προϊόντων μας, δεσμευόμαστε ότι όλα τα πάγια που προμηθευόμαστε και διαθέτουμε στην αγορά θα είναι αποκλειστικά οικολογικής τεχνολογίας.

Νίκος Ζώης

Διευθυντής Πωλήσεων



“Σε δύσκολες εποχές, οι άνθρωποι οφείλουν να ενώνουν τις δυνάμεις τους και να αναζητούν από κοινού δημιουργικές λύσεις στα καινούρια προβλήματα που ανακύπτουν. Αυτή είναι η φιλοσοφία που έχουμε υιοθετήσει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία.”

Παρά τις δυσκολίες που δημιουργεί η οικονομική συγκυρία, δεσμευόμαστε να διατηρήσουμε τους ίδιους υψηλούς περιβαλλοντικούς στόχους, αυξάνοντας τις προσπάθειές μας για την επίτευξή τους.

Δεσμευόμαστε να συνεχίσουμε την προσπάθεια για τη μέτρηση και τον περιορισμό του συνολικού ανθρακικού μας αποτυπώματος και να επιδιώξουμε τη βελτίωση του ενεργειακού μείγματος που χρησιμοποιούμε, διερευνώντας τις δυνατότητες αξιοποίησης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Παράλληλα θέτουμε ως στόχο να βελτιώσουμε τις πρακτικές και τις επιδόσεις μας σε θέματα διαχείρισης στερεών αποβλήτων και ανακύκλωσης.

Δεσμευόμαστε να παραμείνουμε συνεπείς στους στόχους μας για την ασφάλεια και την υγεία στους χώρους εργασίας, ενισχύοντας τις πολιτικές και τα συστήματα πρόληψης και αντιμετώπισης κινδύνων.

Δεσμευόμαστε να συνεχίσουμε να επενδύουμε στη Συμβολαϊκή Καλλιέργεια Κριθαριού, βελτιώνοντας ακόμη περισσότερο τη σχέση και την επικοινωνία μας με τους τοπικούς παραγωγούς και διερευνώντας την επέκταση του προγράμματος σε νέες γεωγραφικές περιοχές. Παραμένουμε προσηλωμένοι στο στόχο για πλήρη κάλυψη των αναγκών μας με ελληνικό κριθάρι, ως το 2014.

Lex Ronteltap

Διευθυντής Εφοδιαστικής Αλυσίδας



“Θέλουμε οι μάρκες μας να ενσωματώνουν τις αρχές μας και να συνεισφέρουν στην κοινωνία ένα κομμάτι από το DNA τους: να προσθέτουν στιγμές χαράς στην καθημερινότητα, να υποστηρίζουν δραστηριότητες που φέρνουν κοντά τους Έλληνες και τονώνουν το συλλογικό ηθικό.”

Δεσμευόμαστε να κάνουμε τις μάρκες μας ακόμη πιο αποτελεσματικούς πρεσβευτές της υπευθυνότητάς μας απέναντι στην κοινωνία και στο περιβάλλον. Θα παραμείνουμε προσηλωμένοι στις αρχές της υπεύθυνης εμπορικής επικοινωνίας και θα συνεχίσουμε την προσπάθεια ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σε θέματα υπεύθυνης κατανάλωσης, ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης συσκευασιών.

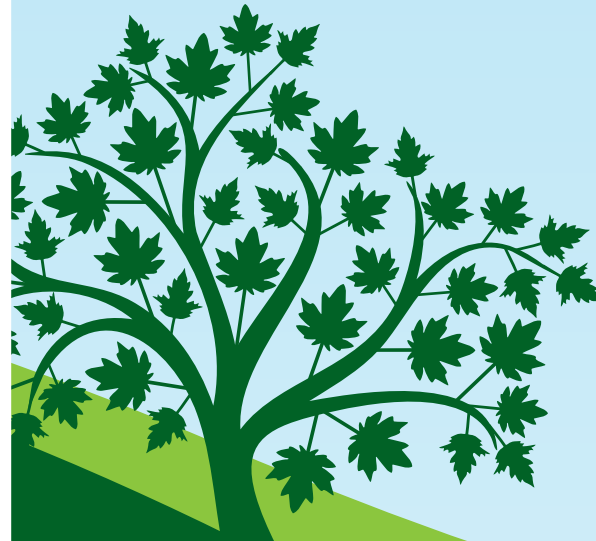
Alexander Koch
Διευθυντής Marketing



“Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία λειτουργούμε όλοι ως ισότιμα μέλη μιας οικογένειας, η οποία μας κάνει να νοιώθουμε ασφαλείς και υπερήφανοι. Μαζί πρέπει να βρίσκουμε τον τρόπο να γινόμαστε πιο λειτουργικοί, δημιουργικοί και αποδοτικοί.”

Δεσμευόμαστε ότι θα συνεχίσουμε να επενδύουμε στη σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης και σεβασμού, που έχουμε οικοδομήσει μέχρι σήμερα με τους εργαζομένους μας. Θα συνεχίσουμε να επενδύουμε στην αμφίδρομη επικοινωνία και στη διαφάνεια, όσον αφορά τα σχέδια και τις προθέσεις της εταιρίας. Θα εξακολουθήσουμε να είμαστε ένας οργανισμός μάθησης, που δίνει σε κάθε εργαζόμενο κίνητρα και ευκαιρίες, ώστε να βελτιώσει και να αξιοποιήσει τις ικανότητές του. Κυρίως, δεσμευόμαστε ότι θα συνεχίσουμε να καλλιεργούμε το συναίσθημα της χαράς, που χαρακτηρίζει τα προϊόντα μας και διαπερνά την εταιρική μας κουλτούρα: θα συνεχίσουμε να συμμετέχουμε στην προσπάθεια, να μοιραζόμαστε την επιβράβευση, να γιορτάζουμε τις επιτυχίες μας.

Βαρβάρα Παναγοπούλου
Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού





“Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι σήμερα, περισσότερο από ποτέ, έχουμε χρέος να σταθούμε στο πλευρό της κοινωνίας και να στηρίξουμε την ελληνική οικονομία με κάθε δυνατό τρόπο. Αφουγκραζόμενοι τις ανάγκες των συμμετόχων μας, συζητώντας μαζί τους, στηρίζοντάς τους με τους τρόπους που μπορούμε, ενισχύοντας τις πρωτοβουλίες εθελοντισμού. Πιστεύουμε ότι αυτή είναι η καλύτερη προσφορά για τον τόπο μας στη σημερινή συγκυρία.”

Δεσμευόμαστε να διατηρήσουμε την προσήλωση και τη συνέπεια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις αρχές της Εταιρικής Υπευθυνότητας και να συνεχίσουμε να επενδύουμε στον ειλικρινή διάλογο με το σύνολο των συμμετόχων μας. Δεσμευόμαστε να αναβαθμίσουμε περαιτέρω τη μεθοδολογία που ακολουθούμε, με σκοπό να ενσωματώσουμε ακόμη πιο αποτελεσματικά τις προσδοκίες και τις ανάγκες τους στο σχεδιασμό μας. Δεσμευόμαστε να πραγματοποιήσουμε νέα μελέτη μέτρησης του οικονομικού και κοινωνικού μας αντικτύπου στην Ελλάδα (πέντε χρόνια μετά από αυτήν που πραγματοποιήθηκε το 2008). Τέλος, μέλημά μας σε αυτή τη δύσκολη συγκυρία για την Ελλάδα, είναι να εντατικοποιήσουμε την υποστήριξή μας προς την κοινωνία με κάθε δυνατό τρόπο.

Μηνάς Μαυρικάκης

Διευθυντής Επικοινωνίας και
Εταιρικών Σχέσεων



Λειτουργούμε με ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ και λογοδοτούμε



Η οργανωτική δομή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχει σχεδιαστεί έτσι, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες κάθε ξεχωριστού τομέα ευθύνης της επιχείρησης. Κάθε διεύθυνση έχει σαφείς αρμοδιότητες και όρια ευθύνης. Αυτό μας επιτρέπει να λειτουργούμε αποτελεσματικά και με διαφάνεια και ταυτόχρονα να διασφαλίζουμε τα νόμιμα συμφέροντα των μετόχων μας.





Οργανωτική δομή

Τα μέλη της Διοικητικής Ομάδας επιλέγονται με κριτήριο την εμπειρία τους και την ουσιαστική προσφορά τους στην εταιρία. Σημαντικό ρόλο στην επιλογή έχει ο βαθμός εξειδίκευσής τους σε σημαντικούς τομείς που αφορούν τη διοίκηση, αλλά και την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα.

Η Διοικητική Ομάδα έχει την ευθύνη για τη χάραξη της στρατηγικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, τόσο σε οικονομικά όσο και σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα.

Οι αποδοχές των μελών της Διοικητικής Ομάδας, καθώς και των ανωτάτων στελεχών, συνδέονται με τις επιδόσεις της εταιρίας σε μια σειρά από τομείς, με βάση μετρήσιμους Βασικούς Δείκτες Αποδοτικότητας (KPIs).

Η Διοικητική Ομάδα έχει σημαντικό ρόλο και συνεισφορά στις προσπάθειές μας με στόχο τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Τα μέλη της ενημερώνονται, συμφωνούν και δεσμεύονται για τα προγράμματα που υλοποιούμε σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Επίσης, ανάλογα με το αντικείμενό τους, αναλαμβάνουν συγκεκριμένα καθήκοντα για την υλοποίηση των δεσμεύσεών μας.

Οι στόχοι της εταιρίας σε θέματα Βιώσιμης Ανάπτυξης από το 2010 έχουν ενταχθεί στους Βασικούς Δείκτες Αποδοτικότητας (KPIs).

Κατά τη διετία 2010-2011 η θέση του Εμπορικού Διευθυντή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας καταργήθηκε. Την ευθύνη της Εμπορικής Διεύθυνσης από την 1/1/12, ανέλαβαν ο Διευθυντής Πωλήσεων, κ. Νίκος Ζώης και ο Διευθυντής Marketing, κ. Alexander Koch.

Ως προς τις εγκαταστάσεις της εταιρίας, δεν σημειώθηκαν μεταβολές στα εργοστάσια, ωστόσο στο Νομό Αττικής η εταιρία διατηρεί πλέον μόνο την αποθήκη διακίνησης του Ασπροτύργου. Δεν υπήρξε μεταβολή στη σύνθεση των μετόχων.

Θέλουμε η ανάπτυξή μας να έχει στέρεες βάσεις. Κι αυτό προϋποθέτει πάνω από όλα διαφάνεια και ανοιχτούς διαύλους επικοινωνίας ανάμεσα στη διοίκηση, τους εργαζομένους, τους μετόχους, αλλά και κάθε έναν από τους συμμετόχους μας.

Πιστοί σε αυτήν την αρχή, αναπτύσσουμε συνεχώς δομές και μηχανισμούς που μας επιτρέπουν να επικοινωνούμε, να μοιραζόμαστε, να συμμετέχουμε:

- Open door policy: στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν υπάρχουν «κλειστές πόρτες». Όλοι οι εργαζόμενοι μπορούν να επισκέπτονται τα γραφεία της διοίκησης, να συζητούν, να ανταλλάσσουν απόψεις και πληροφορίες για θέματα που αφορούν την εργασία τους
- Συμμετοχή σε ομάδες: στο πλαίσιο της μεθοδολογίας TPM δημιουργούμε ομάδες εργαζομένων που παρακολουθούν διάφορους τομείς της λειτουργίας μας και διατυπώνουν προτάσεις προς τη διοίκηση. Τέτοιες ομάδες λειτουργούν ήδη σε θέματα ενέργειας, κατανάλωσης νερού, περιβάλλοντος, ποιότητας, βελτιστοποίησης αποτελεσμάτων, καινοτομίας κτλ
- Κουτιά προτάσεων – παραπόνων, όπου όλοι, είτε επώνυμα είτε ανώνυμα, μπορούν να καταθέσουν απόψεις, ερωτήματα ή προτάσεις
- Τακτικές συναντήσεις μεταξύ της διοίκησης και εργαζομένων. Σε αυτές περιλαμβάνονται ετήσιες συναντήσεις για κάθε διεύθυνση ξεχωριστά, επισκέψεις της διοίκησης στους χώρους εργασίας κτλ
- Εκδηλώσεις για τη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ εργαζομένων, μετόχων και διοίκησης
- Συναντήσεις με τα σωματεία εργαζομένων, σε τακτά χρονικά διαστήματα

Διοικητική Ομάδα

Ζωούλλης Μηνά
Διευθύνων Σύμβουλος

Βαρβάρα
Παναγοπούλου
Διευθύντρια
Ανθρώπινου
Δυναμικού

Νίκος Ζέρβας
Οικονομικός
Διευθυντής

Lex Ronfeller
Διευθυντής
Εφοδιαστικής
Αλυσίδας

Νίκος Ζώης
Διευθυντής
Πωλήσεων

Alexander Koch
Διευθυντής
Μάρκετινγκ

Μηνάς
Μαυρικάκης
Διευθυντής
Επικοινωνίας &
Εταιρικών
Σχέσεων

Διοικητικό Συμβούλιο

Εκτελεστικό μέλος	Ζωούλλης Μηνά Αντιπρόεδρος Α' και Διευθύνων Σύμβουλος
Μη εκτελεστικά μέλη	Jacobus van Herpen - Πρόεδρος Εμμανουήλ Πριονάς - Αντιπρόεδρος Β' Jonkheer Jan Derck van Karnebeek Pierro Perron Ιωάννα Τριφύλλη Ζαχαρίας Στινιάς Επαμεινώνδας Λαμπαδάριος

Μέτοχοι

Amstel International B.V.	Στινιά Ελισσάβετ	Σιφναίου Μαρία
Αρνιώτη Ιουλία	Στινιά Μαρία	Χατζηβασιλείου Ευαγγελία
Αρνιώτης Κωνσταντίνος	Στινιάς Ζαχαρίας	Χατζηβασιλείου Καλλιόπη
Δελλής Κωνσταντίνος	Στινιάς Λεονάρδος	Χατζηβασιλείου Μαρία Φωτεινή
Παναγιωτοπούλου Άννα	Στινιάς Νικόλαος	Χατζηβασιλείου Μυρτώ - Ειρήνη
Pometta Andre	Στινιάς Νικόλαος του Ζαχαρία	Χούρσογλου Αχιλλέας
Pometta Ariane	Σιφναίος Αριστείδης	Χούρσογλου Μαγδαληνή
Pometta Dariane	Σιφναίου Αλεξάνδρα - Ευρυδίκη	Χούρσογλου Φωτεινή
Pometta Marina	Σιφναίου Ευρυδίκη	
Pometta Sandra	Σιφναίου Ιωάννα - Βικτώρια	

Νομικοί Σύμβουλοι

Λαμπαδάριος &
Συνεργάτες
Εταιρία
Δικηγόρων

Σταυρόπουλος &
Συνεργάτες
Εταιρία
Δικηγόρων

Τσεκούρα &
Συνεργάτες
Εταιρία
Δικηγόρων

Πληροφορίες για την οργανωτική δομή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας βρίσκονται και στο site <http://responsibeerity.gr/etairiki-diakivernisi/dioikitiko-symvouliao/>

Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο διοικεί και εκπροσωπεί την εταιρία, απαρτίζεται από 8 μέλη. Τον Ιούνιο του 2012 εξελέγη νέο Διοικητικό Συμβούλιο, του οποίου η θητεία λήγει το 2017.

Εκτελεστικό Μέλος είναι μόνο ο Ζωούλλης Μηνάς, ως Αντιπρόεδρος Α' και Διευθύνων Σύμβουλος, ενώ επιβλέπων είναι ο Jacobus van Herpen, ως Πρόεδρος του Δ.Σ. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ανήκει στη Heineken N.V. (μέσω της Amstel International B.V.) και σε 27 ιδιώτες Έλληνες μετόχους.

Λειτουργούμε με διαφάνεια

Ο Εσωτερικός Έλεγχος λειτουργεί ως ανεξάρτητο τμήμα και αναφέρεται στον Οικονομικό Διευθυντή και Διευθύνοντα Σύμβουλο. Το τμήμα του Εσωτερικού Ελέγχου απαρτίζεται από 6 εργαζόμενους με ειδική επιστημονική κατάρτιση και έχει πρόσβαση σε όλα τα βιβλία, στοιχεία, και λοιπά έγγραφα της εταιρίας.

Αποστολή του είναι να υποστηρίζει το έργο της διοίκησης, μέσω αποτελεσματικού μηχανισμού ελέγχου.

- Το τμήμα διενεργεί ελέγχους για όλες τις διαδικασίες που εφαρμόζονται στην εταιρία. Ειδικοί έλεγχοι πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως η διασφάλιση της συμμόρφωσης των αποφάσεων της διοίκησης με τους εταιρικούς κανόνες και τους νόμους (πολιτική αλκοόλ, κώδικας δεοντολογίας, νόμος περί του ανταγωνισμού κλπ.)
- Πρόσθετους ελέγχους πραγματοποιεί και η Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου της μητρικής εταιρίας
- Τα ευρήματα των ελέγχων παρουσιάζονται σε τριμηνιαία βάση, με τριμηνιαίες αναφορές, ενώ παρακολουθείται και η εξέλιξη προηγούμενων ελέγχων. Για τα ευρήματα των αναφορών, ενημερώνεται τόσο η τοπική διοίκηση, όσο και η διοίκηση της μητρικής εταιρίας
- Κάθε εξάμηνο πραγματοποιείται συνάντηση της τοπικής διοίκησης, του εσωτερικού ελεγκτή και του εσωτερικού ελεγκτή της μητρικής εταιρίας, με σκοπό την εξέταση της πορείας και των ευρημάτων του ελέγχου (Assurance Meetings)

Διαδικασία αυτοελέγχου της Διοίκησης

Πέρα από τους εσωτερικούς ελέγχους που διενεργούνται τακτικά, έχουν καθιερωθεί διαδικασίες αυτοελέγχου των αποφάσεων της διοίκησης. Στο πλαίσιο αυτό, ο Διευθύνων Σύμβουλος και ο Οικονομικός Διευθυντής υπογράφουν κάθε χρόνο μια δήλωση (Assurance Letter) που βεβαιώνει για τη συμμόρφωση και ευθυγράμμιση των αποφάσεων της διοίκησης με τους εταιρικούς κανόνες και τις πολιτικές της εταιρίας (αντιμετώπιση απάτης, δωροδοκίας και διαφθοράς, συμμόρφωση με το νόμο περί ανταγωνισμού), καθώς και τη συμμόρφωσή της με τον κώδικα επιχειρησιακής δεοντολογίας.

Επιχειρησιακός Κώδικας Δεοντολογίας

Ο Κώδικας Επιχειρησιακής Δεοντολογίας περιλαμβάνει το σύνολο των αρχών και των κανόνων, που κατευθύνουν τις εσωτερικές μας διαδικασίες, αλλά και τις σχέσεις μας με συμμετόχους. Στην εφαρμογή αυτών των κανόνων δεσμευόμαστε όλοι: διοίκηση, διευθυντικά στελέχη, μέτοχοι και εργαζόμενοι. Παράλληλα, επεκτείνουμε την ισχύ του και στους τρίτους συνεργάτες μας, στους πελάτες και στους προμηθευτές μας. Ο Κώδικας καλύπτει όλους τους κρίσιμους τομείς για την πολιτική και τη λειτουργία της εταιρίας: περιλαμβάνει προβλέψεις όσον αφορά την τήρηση των κανόνων και των νόμων του ελληνικού κράτους και της Ε.Ε., την πρόληψη της απάτης, την αντιμετώπιση της δωροδοκίας και της διαφθοράς στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, τις περιπτώσεις σύγκρουσης συμφερόντων και την υπευθυνότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ειδική πρόβλεψη υπάρχει για περιπτώσεις παραβιάσεων της εταιρικής πολιτικής (whistle blowing). Κάθε νέος εργαζόμενος που προσλαμβάνεται στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, εφοδιάζεται με αντίγραφο του Κώδικα και ενημερώνεται αναλυτικά για το περιεχόμενό του. Με σκοπό να διασφαλίσουμε πλήρη συμμόρφωση με τις αρχές του Κώδικα και υιοθέτηση των κανόνων του, έχουμε θεσμοθετήσει συγκεκριμένες διαδικασίες:

- Διενεργούμε ελέγχους σε συνεργαζόμενους εργολάβους – προμηθευτές που εργάζονται στους χώρους των εγκαταστάσεών μας, για την τήρηση της εργατικής νομοθεσίας και των κανόνων υγείας και ασφάλειας (απαραίτητες άδειες παραμονής – εργασίας κτλ)
- Διοργανώνουμε ειδικά σεμινάρια και προγράμματα ενημέρωσης του προσωπικού, με ειδική αναφορά σε θέματα διαφθοράς και δωροδοκίας
- Παρέχουμε ειδική εκπαίδευση στους νεοπροσληφθέντες, σχετικά με τον Κώδικα Δεοντολογίας, στο πλαίσιο του προγράμματος ένταξης στην εταιρία (induction course)
- Έχουμε προβλέψει διαδικασία διερεύνησης τυχόν παραβατικών συμπεριφορών. Για την αντιμετώπιση περιστατικών διαφθοράς, ο Κώδικας παραπέμπει στην εφαρμογή των κυρώσεων που προβλέπονται από τη νομοθεσία

Επίσης, πάγια πολιτική της Αθηναικής Ζυθοποιίας είναι να μην εμπλέκεται με κανένα τρόπο στη χρηματοδότηση κομμάτων και πολιτικών φορέων, ενώ την περίοδο αναφοράς, δεν έχει λάβει καμία χρηματοοικονομική βοήθεια από κυβερνητικούς φορείς.

Νόμος περί ανταγωνισμού: η σημασία της συμμόρφωσης

Θέλουμε να είμαστε κομμάτι μιας αγοράς που αναπτύσσεται με κινητήριο δύναμη τον υγιή ανταγωνισμό!

Συμμορφωνόμαστε με την ελληνική και κοινοτική νομοθεσία σε θέματα ανταγωνισμού, ενώ υιοθετούμε αυστηρότερες εταιρικές πολιτικές, όπου κρίνουμε αναγκαίο.

- Εφαρμόζουμε αρχές και κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης
- Ενημερώνουμε και εκπαιδεύουμε τους εργαζομένους μας, ώστε να αποφεύγουν τυχόν πρακτικές και συμπεριφορές που βλάπτουν τον υγιή ανταγωνισμό
- Δημιουργήσαμε ειδικό DVD για θέματα ανταγωνισμού, το οποίο παρουσιάστηκε στην ετήσια συνέλευση των Διευθυντών και προϊσταμένων της Αθηναικής Ζυθοποιίας, καθώς και σε όλους τους εργαζόμενους στις Διευθύνσεις Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

- Δημιουργήσαμε ειδικό έντυπο για τη νομοθεσία περί αθέμιτου ανταγωνισμού και τη σημασία της συμμόρφωσης με τις ρυθμίσεις που περιλαμβάνει. Το έντυπο διανεμήθηκε σε όλους τους Διευθυντές και προϊστάμενους της εταιρίας
- Κάθε νέος εργαζόμενος στη Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων της Αθηναικής Ζυθοποιίας ενημερώνεται πλήρως για το νόμο περί ανταγωνισμού, τόσο από το σχετικό φυλλάδιο του οποίου λαμβάνει αντίγραφο, όσο και από το ειδικό εκπαιδευτικό DVD της εταιρίας

Μέχρι σήμερα η Αθηναική Ζυθοποιία δεν έχει καταδικαστεί και δεν της έχει επιβληθεί κανένα πρόστιμο για παραβάσεις σχετικές με την παραβίαση του νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Υπεύθυνη εμπορική επικοινωνία

Η δέσμευσή μας στην υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ συνοδεύεται από μια εξίσου υπεύθυνη πολιτική για την υπεύθυνη πώληση και διαφήμιση των προϊόντων μας.

Στην Αθηναική Ζυθοποιία αναγνωρίζουμε την ιδιαιτερότητα των προϊόντων μας και αναλαμβάνουμε την ευθύνη που μας αναλογεί. Γι' αυτό, από την ίδρυση της εταιρίας μας, έχουμε θεσπίσει ένα αυστηρότατο πλαίσιο κανόνων για την εμπορική μας επικοινωνία.

Φροντίζουμε ώστε οι ενέργειές μας να συμμορφώνονται, να εναρμονίζονται αλλά και να ενισχύουν το μήνυμα της «υπεύθυνης κατανάλωσης». Οι αρχές μας είναι σαφείς και απαράβατες:

- Κάθε εμπορική δράση και επικοινωνία απευθύνεται αποκλειστικά σε ενηλίκους και αποφεύγονται ενέργειες που μπορεί να εμπλέκουν ανηλίκους
- Οι διαφημίσεις που δημιουργούμε προβάλλουν την κατανάλωση αλκοόλ και όχι τα αποτελέσματά της. Ως εκ τούτου, δεν συνδέεται πουθενά η κατανάλωση αλκοόλ με επιθετική/αντικοινωνική συμπεριφορά, ερωτική επιτυχία, κοινωνική/επαγγελματική καταξίωση, αθλητικές επιδόσεις, θεραπευτικές ιδιότητες και πνευματική διαύγεια

enjoy
responsibly



- Όλες οι διαφημίσεις των προϊόντων μας στην τηλεόραση προβάλλονται μετά τις 19.00, ενώ οι πρωταγωνιστές είναι άτομα άνω των 18 ετών και δεν παραπέμπουν σε ηλικίες μικρότερες των 25 ετών
- Απαγορεύονται οι εκπαιδευτικές επισκέψεις στις εγκαταστάσεις της εταιρίας σε ανήλικους (μαθητές, σχολεία κτλ)
- Δημιουργούμε ειδικές τηλεοπτικές ταινίες για την υπεύθυνη κατανάλωση, με την υπογραφή της Heineken
- Η εταιρία δεν χορηγεί εκδηλώσεις που απευθύνονται σε άτομα κάτω του νομίμου ορίου ηλικίας κατανάλωσης αλκοόλ. Όταν η εταιρία χορηγεί μια εκδήλωση, οι ενέργειες του μάρκετινγκ δεν στοχεύουν στο κοινό που είναι κάτω από το νόμιμο όριο ηλικίας κατανάλωσης αλκοόλ
- Δεν χρησιμοποιούμε μηχανοκίνητα οχήματα στην εμπορική μας επικοινωνία. Συνεπώς δεν χορηγούμε αγώνες αυτοκινήτων, μηχανών κτλ
- Το μήνυμα «απολαύστε υπεύθυνα» αναγράφεται σε όλες τις συσκευασίες και αναφέρεται σε κάθε διαφημιστικό μήνυμα της εταιρίας
- Δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στις ιστοσελίδες μας σε άτομα κάτω των 18 ετών. Τόσο στην εταιρική μας ιστοσελίδα όσο και στις ιστοσελίδες της κάθε μάρκας μας, υπάρχουν ειδικές ενότητες ενημέρωσης για την υπεύθυνη κατανάλωση
- Ζητούμε και αναμένουμε από τους συνεργάτες μας:
 - Να είναι ενήμεροι για την εταιρική μας πολιτική, όσον αφορά το αλκοόλ
 - Να συμπεριφέρονται σύμφωνα με τις αρχές μας, τόσο σε δημόσιες εκδηλώσεις, όσο και στους χώρους της εταιρίας μας

Πιστοί σε ό,τι επιβάλλει η νομοθεσία, αλλά και η συνείδησή μας!

- Αυτοδεσμευόμαστε και θέτουμε οι ίδιοι υψηλά πρότυπα και αυστηρούς κανόνες για την υλοποίηση της εμπορικής επικοινωνίας μας
- Προωθούμε θετικά πρότυπα υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ. Στις διαφημιστικές μας εκστρατείες υιοθετούμε πρότυπα υγιούς κοινωνικής συμπεριφοράς
- Υψηλός επαγγελματισμός και υπεύθυνη συμπεριφορά είναι οι φράσεις κλειδιά που χαρακτηρίζουν κάθε συνεργάτη μας
- Αναλαμβάνουμε πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης της κοινής γνώμης

Στηρίζουμε και επενδύουμε στην Ελληνική ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Εδώ και περίπου 50 χρόνια αναπτυσσόμαστε
υπεύθυνα στην Ελλάδα, στηρίζοντας ενεργά την
ελληνική οικονομία και συμβάλλοντας έμπρακτα
στην ανάπτυξη του τόπου.



Ανάπτυξη για εμάς, τόνωση για την ελληνική οικονομία

Εδώ και περίπου 50 χρόνια αναπτυσσόμαστε υπεύθυνα στην Ελλάδα, στηρίζοντας ενεργά την ελληνική οικονομία και συμβάλλοντας έμπρακτα στην ανάπτυξη του τόπου.

- Παράγουμε τα κυριότερα προϊόντα μας στην Ελλάδα, με τρία εργοστάσια παραγωγής μπίρας στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και στην Πάτρα και μια μονάδα εμφιάλωσης φυσικού μεταλλικού νερού, στη Λαμία
- Συνεργαζόμαστε με 4.530 Έλληνες προμηθευτές, οι οποίοι αντιστοιχούν στο 95% του συνόλου των προμηθευτών μας
- Το 87% του συνόλου των δαπανών μας αφορά την Ελλάδα. Η εγχώρια άμεση δαπάνη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ανήλθε το 2010 σε 360 εκατ. ευρώ και το 2011 σε 296 εκατ. ευρώ
- Απασχολούμε άμεσα περίπου 1.050 εργαζόμενους, φροντίζοντας να τους παρέχουμε ένα άριστο εργασιακό περιβάλλον και ευκαιρίες εκπαίδευσης και εξέλιξης. Επιπλέον, από τις δραστηριότητές μας εξαρτώνται συνολικά 55.000 περίπου θέσεις εργασίας, δηλαδή το 1,2% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα*
- Από το 1997 ως το 2011 έχουμε επενδύσει στην ελληνική αγορά περίπου 483,6 εκατ. ευρώ
- Την πενταετία 2007 – 2011 έχουμε συνεισφέρει στον κρατικό προϋπολογισμό σχεδόν 1 δις ευρώ (961 εκατ.), με τη μορφή φόρων, τελών και εισφορών

* Σύμφωνα με τη μελέτη «Ο Οικονομικός Αντίκτυπος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην Ελλάδα» από την Triple Value (2008). Η επόμενη σχετική μελέτη είναι προγραμματισμένη για το 2013.

Εξαγωγές: τα προϊόντα μας ταξιδεύουν σε πολλές γωνιές της γης

Η εξωστρέφεια είναι κομμάτι της ταυτότητάς μας. Είμαστε μια από τις κυριότερες εξαγωγικές επιχειρήσεις της Ελλάδας, με 40 χρόνια παρουσίας στις διεθνείς αγορές.

Η εξαγωγική μας δραστηριότητα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1970 και σήμερα, οι μπίρες μας φθάνουν σε πολλές γωνιές του κόσμου: τις απολαμβάνουν καθημερινά χιλιάδες καταναλωτές στη Ευρώπη, στις Βαλκανικές χώρες, στην Αμερική, στην Ασία, στη Μέση Ανατολή, στην Αφρική και στην Ωκεανία.

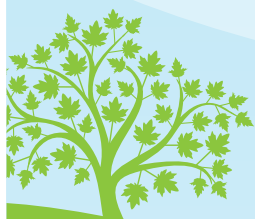
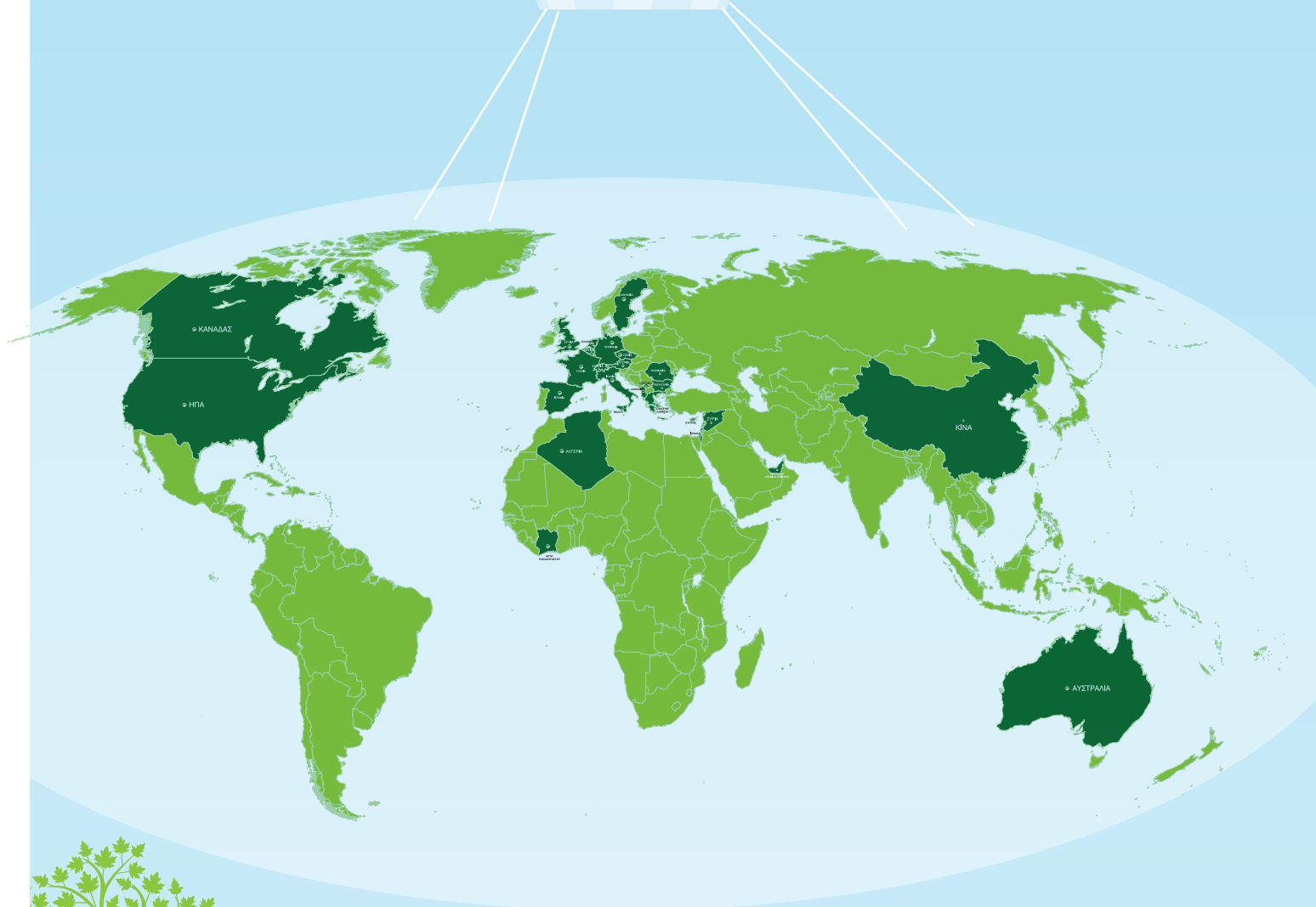
Οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 10,8% της παραγωγικής μας δραστηριότητας και στο 8,6% επί των συνολικών πωλήσεων μπίρας (στοιχεία 2011). Εργαζόμαστε καθημερινά για να αυξήσουμε τον όγκο των εξαγωγών μας, τα επόμενα χρόνια. Η προσπάθειά μας στηρίζεται σε ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων, που μπορεί να καλύψει διαφορετικές ανάγκες, γευστικές προτιμήσεις και καταναλωτικές συνήθειες.

Επικεντρώνουμε στρατηγικά τις δράσεις μας στην αγορά των Βαλκανίων καθώς και στις αγορές της Μέσης Ανατολής, των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων και της Αφρικής, οι οποίες προσφέρουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης για καινοτόμα προϊόντα, όπως η μπίρα με 0,0% περιεκτικότητα σε αλκοόλ.

Πιστεύουμε ότι η εξωστρέφεια αποτελεί κλειδί για την ανάπτυξή μας, ειδικά σε μια περίοδο όπου η εσωτερική αγορά αντιμετωπίζει τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Η ενίσχυση της παρουσίας μας στις διεθνείς αγορές προσφέρει διέξοδο στην παραγωγική μας δραστηριότητα, δημιουργεί προοπτικές για την εταιρία μας και παράγει πρόσθετη αξία για την ελληνική οικονομία.



Εξαγωγές: από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στον κόσμο





Στην Ευρώπη	Αγγλία, Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ελβετία, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Μάλτα, Ολλανδία, Σουηδία, Τσεχία, Duty Free Ελλάδα
Στη Νοτιοανατολική Ευρώπη (Βαλκανικές Χώρες)	Αλβανία, Βουλγαρία, Κόσσοβο, Ρουμανία
Στην Αμερική	ΗΠΑ, Καναδάς
Στην Ασία	Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Κίνα
Στη Μέση Ανατολή	Ισραήλ, Συρία
Στην Αφρική	Ακτή Ελεφαντοστού, Αλγερία
Στην Ωκεανία	Αυστραλία

Τα προϊόντα μας ακολουθούν μια 100% ελληνική διαδρομή

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι οι πράξεις είναι πιο δυνατές από τα λόγια και το αποδεικνύουμε σε μια δύσκολη συγκυρία για την Ελλάδα.

Είμαστε υπερήφανοι γιατί παράγουμε προϊόντα που φθάνουν στον καταναλωτή ακολουθώντας μια 100% ελληνική διαδρομή. Ξεκινούν από την ελληνική γη, στην οποία καλλιεργείται το κριθάρι. Συνεχίζουν στα βυνοποιεία μας, όπου το κριθάρι μετατρέπεται σε βύνη και καταλήγει στα τρία ζυθοποιεία μας, όπου παράγεται η μπίρα.

Πρόγραμμα Συμβολοιακής Καλλιέργειας Κριθαριού: επένδυση στην ελληνική αγροτική οικονομία

Από το 2008, οι μπίρες Amstel και ΑΛΦΑ ενισχύουν την ελληνική τους ταυτότητα. Παράγονται σε μεγάλο ποσοστό από υψηλής ποιότητας ελληνικό κριθάρι, που προμηθευόμαστε από παραγωγούς της Βόρειας και Κεντρικής Ελλάδας, μέσω του Προγράμματος Συμβολοιακής Καλλιέργειας Κριθαριού.

Η Ελλάδα καλύπτει τις αντικειμενικές συνθήκες για παραγωγή ποιοτικών ποικιλιών κριθαριού. Μέχρι πρότινος, το σύνολο σχεδόν της ελληνικής παραγωγής προοριζόταν για χρήση στην κτηνοτροφία, ως ζωοτροφή.

Εδώ και 5 χρόνια, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύει στην ανάπτυξη της εγχώριας αγοράς βυνοποιήσιμου κριθαριού, παρέχοντας κίνητρα, υποστήριξη και τεχνογνωσία στους εγχώριους παραγωγούς.

Με τον τρόπο αυτό, στηρίζει την ελληνική αγροτική οικονομία και παράλληλα δημιουργεί επιχειρηματικό όφελος, μέσω της μείωσης των εισαγωγών και της επίτευξης οικονομικών κλίμακας και στρατηγικό όφελος λόγω της μικρότερης εξάρτησης σε εισαγωγές.

* Εκτίμηση με βάση την αναγωγή δεδομένων από τη μελέτη της Triple Value(2008) η οποία εκπονήθηκε με παραδοχές του 2006.



Το Πρόγραμμα Συμβολοιακής Καλλιέργειας σε αριθμούς

- Από το 2008 έως και το 2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει προμηθευτεί συνολικά περίπου **50.000 τόνους** υψηλής ποιότητας ελληνικού κριθαριού, από Έλληνες παραγωγούς
- Η **αξία** της **ποσότητας** αυτής ανέρχεται στα **10 εκατ. ευρώ**, ενώ η προστιθέμενη αξία για την ελληνική κοινωνία εκτιμάται ότι υπερβαίνει τα 9 εκατ. ευρώ*
- **Στόχος** για το **2012** είναι η προμήθεια **25.000 τόνων** ελληνικού κριθαριού
- Συνεργασία με **1.100 Έλληνες παραγωγούς**, στο πλαίσιο του Προγράμματος Συμβολοιακής Καλλιέργειας Κριθαριού
- Συνεργασία με **14 συνεταιρισμούς** σε όλη την Ελλάδα
- Το Πρόγραμμα από την έναρξή του έχει δημιουργήσει **320 νέες θέσεις εργασίας**, εκ των οποίων οι 265 είναι αποκλειστικά στον αγροτικό τομέα (Μελέτη της Triple Value, 2008)

Επιλέγοντας ως πρώτη ύλη κριθάρι από την ελληνική γη, προσφέρουμε διέξοδο και προοπτική στην αγροτική παραγωγή της χώρας μας. Παρέχουμε μια σημαντική πηγή εισοδήματος στις τοπικές οικονομίες και ενδυναμώνουμε εκατοντάδες εγχώριους παραγωγούς, υποστηρίζουμε θέσεις απασχόλησης και ενισχύουμε συνολικά την ελληνική οικονομία.

Οι στόχοι του προγράμματος Συμβολοιακής Καλλιέργειας Κριθαριού ως το 2014

Στόχος μας είναι να καλύψουμε σταδιακά τις ανάγκες μας εξ ολοκλήρου από ελληνικό κριθάρι. Στα επόμενα χρόνια, θα συνεχίσουμε να αξιοποιούμε τον πλούτο της ελληνικής γης,



> Δουλεύουμε μαζί!

Η αγροτική κοινότητα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ομάδες συμμετόχων για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Γι' αυτό, επικοινωνούμε και συνεργαζόμαστε συστηματικά με όλους τους παραγωγούς – προμηθευτές μας.

Στο πλαίσιο αυτό, έχουμε καθιερώσει τη διεξαγωγή 2-3 ανοιχτών συναντήσεων κάθε χρόνο με τους συμμετέχοντες και τις τοπικές κοινότητες, προκειμένου να ακούσουμε τις ανάγκες και τις προτάσεις τους.

Επιπλέον, παρακολουθούμε στενά όλη τη διαδικασία της παραγωγής κριθαριού, παρέχοντας την απαραίτητη υποστήριξη και καθοδήγηση. Με τον τρόπο αυτό, διευκολύνουμε το έργο των παραγωγών, συμβάλλουμε στην εξάπλωση πρακτικών υπεύθυνης καλλιέργειας και παράλληλα εξασφαλίζουμε την καλύτερη δυνατή ποιότητα πρώτης ύλης για τα προϊόντα μας.

- Καθορίζουμε τις εγκεκριμένες ποικιλίες κριθαριού που χρησιμοποιούμε για να παράγουμε τις μπίρες μας και παρέχουμε τους αντίστοιχους σπόρους στους παραγωγούς
- Εκπαιδεύουμε τους παραγωγούς στην καλλιέργεια των συγκεκριμένων ποικιλιών, ενώ εξειδικευμένα στελέχη μας παρακολουθούν τη διαδικασία παραγωγής, με επιτόπιους ελέγχους
- Διατηρούμε μια τεράστια βάση δεδομένων, η οποία μας βοηθάει να διασφαλίσουμε την ιχνηλασιμότητα της εφοδιαστικής μας αλυσίδας: ημερομηνία σποράς, δειγματοληψίας, παραγωγή ανά στρέμμα, χρήση εντομοκτόνων

Δεσμεύουμε τους προμηθευτές – παραγωγούς μας, να τηρούν την ελληνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία και τον Κώδικα Προμηθευτών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αλλά και να μοιράζονται τη δέσμευσή μας για υπεύθυνη ανάπτυξη.

- Συνάπτουμε συμβάσεις με τις μεγαλύτερες εταιρίες συλλογής και εμπορίας δημητριακών – ιδιώτες, συνεταιρισμοί και ενώσεις συνεταιρισμών – που εκπροσωπούν το μεγαλύτερο μέρος των παραγωγών κάθε περιοχής
- Βρισκόμαστε σε άμεση ή έμμεση επικοινωνία με τους παραγωγούς, σε όλη τη διάρκεια του χρόνου

να δίνουμε αξία στον κόπο των αγροτών μας και να στηρίζουμε την οικονομία του τόπου.

- Αύξηση του εμπορικού όγκου στους 70.000 τόνους, με την προϋπόθεση ότι επιτυγχάνονται ταυτόχρονα οι στόχοι της βιωσιμότητας, της ποιότητας και της οικονομικής ανταποδοτικότητας
- Επίτευξη της μεγαλύτερης δυνατής κάλυψης των αναγκών για την παραγωγή των προϊόντων Amstel και ΑΛΦΑ. Από το Μάρτιο του 2012 η ΒΙΟΣ 5 έχει ενταχθεί στο Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας, καθώς και τα 5 δημητριακά για την παραγωγή της προέρχονται από την ελληνική γη
- Μετάβαση από τις σημερινές ποικιλίες σε άλλες, με καλύτερες προοπτικές ως προς την απόδοση, την ποιότητα και τη δυνατότητα επεξεργασίας
- Σε απώτερο στάδιο, 100% υιοθέτηση ποικιλιών null-lox, ανάλογα με τα αποτελέσματα των δοκιμών που πραγματοποιούνται στους 4 Πειραματικούς Αγρούς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας

Η μοναδική εταιρία που παράγει βύνη στην Ελλάδα

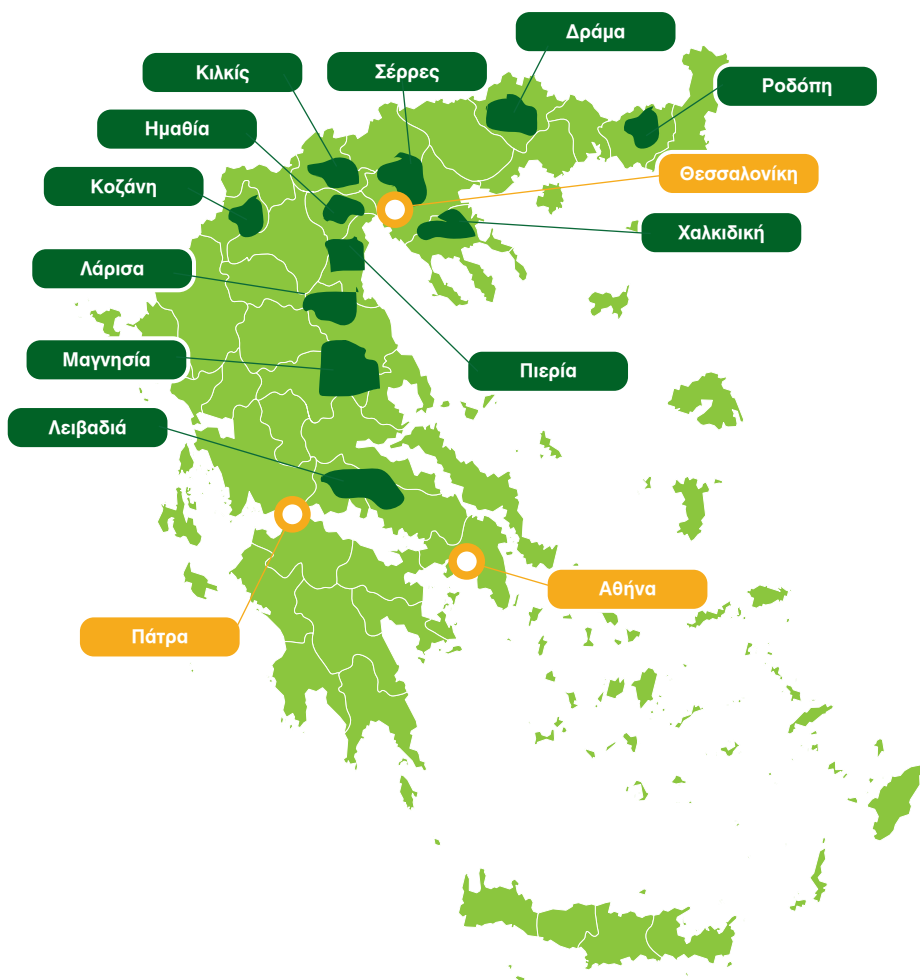
Δημιουργούμε προστιθέμενη αξία για την ελληνική οικονομία, σε κάθε στάδιο παραγωγής της μπίρας μας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διαθέτει δύο ιδιόκτητα βυνοποιεία, στη Θεσσαλονίκη και στην Πάτρα, που είναι τα μοναδικά στην Ελλάδα. Παράλληλα, συνεισφέρουμε στην κτηνοτροφία μέσω των υποπροϊόντων που παράγονται κατά τη διαδικασία βυνοποίησης, όπως κριθή διαλογής, ριζίδια, πολτός και υπολείμματα μαγιάς. Στόχος μας στο επόμενο διάστημα είναι, σε συνεργασία με τους κτηνοτρόφους, να βελτιώσουμε τις μεθόδους διαχείρισης και διανομής των παραγόμενων ζωοτροφών, ώστε να γίνουν αποτελεσματικότερες και φιλικότερες προς το περιβάλλον.

> Πειραματικές Καλλιέργειες Κριθαριού

Το 2011 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έκανε ακόμα ένα σημαντικό βήμα. Εγκαινίασε πειραματικές καλλιέργειες κριθαριού στη Λαμία, στη Νιγρίτα Σερρών, στη Νίκαια Λάρισας και στη Λειβαδιά, με στόχο την ανάπτυξη νέων ποικιλιών, με καλύτερα χαρακτηριστικά και ανώτερη ποιότητα. Συγκεκριμένα, επιλέγονται και δοκιμάζονται ποικιλίες με μεγαλύτερη αντοχή στο ελληνικό κλίμα και έδαφος, αλλά και με καλή συμπεριφορά κατά τη διαδικασία της βυνοποίησης και της ζυθοποίησης. Έτσι δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για αποδοτικότερη παραγωγή.

Σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, με εγχώρια ινστιτούτα και επιστήμονες, αναπτύσσουμε και νέες, ελληνικές ποικιλίες κριθαριού («Θεσσαλονίκη» και «Ανδρομέδα»). Αυτό σημαίνει ακόμη πιο ανταγωνιστικό ντόπιο κριθάρι και ακόμη μεγαλύτερο όφελος για την εθνική οικονομία.

Πού βρίσκονται οι κύριες περιοχές παραγωγής κριθαριού;



Αγορά



Υπεύθυνες συνεργασίες

Η δέσμευση στην εταιρική υπευθυνότητα, στη ποιότητα και στην ασφάλεια δεν αφορά μόνο εμάς, αλλά και όλους όσοι συνεργάζονται μαζί μας!

Βασικό κριτήριο για τη σύναψη και τη διατήρηση των συνεργασιών μας είναι η κοινή αποδοχή και η τήρηση μιας σειράς βασικών αρχών και κανόνων.

- Ο Κώδικας Προμηθευτών του ομίλου Heineken N.V, τον οποίο υιοθετεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην ελληνική αγορά, διασφαλίζει ότι οι προμηθευτές μας συμμερίζονται τις δεσμεύσεις μας απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνία, τα ανθρώπινα δικαιώματα και την αγορά
- Το Εγχειρίδιο Κανονισμών Υγείας, Ασφάλειας και Προστασίας του Περιβάλλοντος περιλαμβάνει οδηγίες και κανόνες για τους εργολάβους που εργάζονται στις εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- Το εγχειρίδιο Διαχείρισης Ποιότητας στα κέντρα διακίνησης (Αποθήκευση και Μεταφορά ετοιμών προϊόντων) περιλαμβάνει κανόνες για την αποθήκευση, τη μεταφορά, τη φύλαξη και τη συντήρηση των προϊόντων μας, διασφαλίζοντας ότι διακινούνται και αποθηκεύονται με τις υψηλές προδιαγραφές ποιότητας που τηρούμε κατά την παραγωγή τους
- Οι Αρχές Συμπεριφοράς Συνεργαζομένων Μεταφορέων, περιλαμβάνουν κανόνες για ασφαλή οδική συμπεριφορά κατά τη μεταφορά των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς και οδηγίες για την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στο περιβάλλον (Eco-Driving, συντήρηση οχημάτων, διαχείριση χρησιμοποιημένων ελαστικών, μπαταριών κτλ.)
- Δεν συναινούμε σε οποιαδήποτε ενέργεια νοθεύει τον ανταγωνισμό, προκαλεί προβλήματα στην αγορά ή παραβιάζει το ισχύον φορολογικό και εμπορικό δίκαιο

Η συμμόρφωση με όλους τους παραπάνω κανόνες ελέγχεται τόσο πριν, όσο και κατά τη διάρκεια κάθε συνεργασίας.

Πριν από τη σύναψη της σχετικής συμφωνίας ακόμη και κατά τη διάρκεια της συνεργασίας μας, γίνεται έλεγχος στους κυριότερους προμηθευτές βάσει των προτύπων ISO που αφορούν το περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων. Ο έλεγχος γίνεται από ειδικό στέλεχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, με πιστοποίηση από ανεξάρτητο φορέα (Lloyd's). Κατά τη διετία 2010 – 2011 έγιναν 7 έλεγχοι σε προμηθευτές που σχετίζονται με βοηθητικά και καθαριστικά υλικά (auxiliary materials).

Πριν από κάθε συνεργασία, πραγματοποιούνται έλεγχοι σε θέματα φορολογικής επάρκειας, εταιρικής νομιμότητας και οικονομικής ευρωστίας. Ειδικότερα:

- Πελάτες: τη διετία 2010 – 2011 έγιναν 847 έλεγχοι κατά το άνοιγμα νέων άμεσων πελατών (352 το 2010 και 495 το 2011)
- Προμηθευτές: για τον έλεγχο οικονομικής ευρωστίας των μεγάλων συνεργατών μας, κατά την έναρξη της συνεργασίας διενεργούμε ανάλυση των οικονομικών δεικτών (z-score test) σε συνεργασία με την οικονομική διεύθυνση

Επίσης, διενεργούμε ελέγχους και θέτουμε αυστηρές προδιαγραφές για τη σωστή αποθήκευση, φύλαξη και συντήρηση των προϊόντων μας. Κατά τη διετία 2010 – 2011 πραγματοποιήθηκαν 1.650 έλεγχοι και απογραφές αποθηκών χονδρεμπόρων που χρησιμοποιούνται για τη διακίνηση των προϊόντων μας μέσω του συστήματος τριγωνικής πώλησης.

Θέλουμε οι συνεργάτες μας να έχουν υγιείς και προσοδοφόρες επιχειρήσεις, οι οποίες:

- Προστατεύουν αποτελεσματικά την αξιοπιστία και τη φήμη μας στην αγορά
- Αξιοποιούν τη συνεργασία τους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, για να βελτιώσουν τη λειτουργία και τις πρακτικές τους, να γίνουν περισσότερο υπεύθυνες και ανταγωνιστικές

Για να πετύχουμε αυτό το σκοπό, δουλεύουμε μαζί τους καθημερινά. Ακούμε τα προβλήματα και τις ανάγκες τους, τους συμβουλευόμαστε και τους στηρίζουμε με κάθε δυνατό τρόπο. Επιδιώκουμε να χτίζουμε μακροχρόνιες σχέσεις, βασισμένες στην εμπιστοσύνη, στην ανοιχτή επικοινωνία και στην κοινή προσπάθεια για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

110.000

σημεία πώλησης

847 έλεγχοι

κατά το άνοιγμα νέων άμεσων πελατών

1.650

**απογραφές
αποθηκών**

και έλεγχοι χονδρεμπόρων

Αρχές συμπεριφοράς προμηθευτών

Θέλουμε οι αξίες και οι κανόνες που εφαρμόζουμε στην επιχειρηματική μας δραστηριότητα να δεσμεύουν και τους προμηθευτές μας.

Η Heineken NV εφαρμόζει από το 2005 έναν ολοκληρωμένο Κώδικα Προμηθευτών, ο οποίος επικαιροποιήθηκε το 2010. Πρόκειται για μια σειρά από αρχές, οι οποίες διασφαλίζουν τις δεσμεύσεις μας απέναντι στην κοινωνία, το περιβάλλον, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την αγορά και λαμβάνονται υπόψη σε όλο το φάσμα της προμηθευτικής μας αλυσίδας.

Ο Κώδικας αφορά όλους τους προμηθευτές από τους οποίους προμηθευόμαστε υλικά και υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, προσδοκά:

- Στη συμμόρφωση με τις αρχές του Κώδικα Επιχειρησιακής Δεοντολογίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στο πλαίσιο αυτό περιλαμβάνονται κανόνες συμπεριφοράς που αφορούν την επιχειρηματική ακεραιότητα, την εμπιστευτικότητα, το σεβασμό στη νομοθεσία και στις αρχές του υγιούς ανταγωνισμού
- Στο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και τήρηση των διεθνών συμβάσεων της Διεθνούς Ένωσης Εργασίας, για την εξασφάλιση ίσης μεταχείρισης των εργαζομένων, της υγείας και ασφάλειας στους χώρους εργασίας, κλπ. Επίσης, η υπογραφή του Κώδικα διασφαλίζει ενάντια στην παιδική εργασία, την εξαναγκασμένη και υποχρεωτική εργασία
- Στη μέριμνα για το περιβάλλον, με ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων και ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη δραστηριότητά τους
- Στην ενσωμάτωση των αρχών του Κώδικα Προμηθευτών στις επιχειρηματικές πρακτικές των προμηθευτών. Οι συνεργάτες μας αναλαμβάνουν να ενημερώσουν σχετικά τους εργαζομένους τους και να διασφαλίσουν ότι τα βασικά σημεία του Κώδικα τηρούνται και από τους δικούς τους προμηθευτές

Ο Κώδικας αποτελεί βασικό τμήμα των αγοραστικών συμβολαίων που συνάπτουμε και υπογράφεται από το 100% των προμηθευτών μας, βάσει κατευθυντήριων γραμμών του Ομίλου Heineken N.V..

Στη διάρκεια της συνεργασίας επιλέγουμε την προσέγγιση της διαρκούς βελτίωσης, δουλεύοντας μαζί με τους προμηθευτές μας και παρέχοντάς τους υποστήριξη, ώστε να επιτύχουν το μέγιστο βαθμό συμμόρφωσης.

Εάν κάποιος προμηθευτής μας δεν συμμορφώνεται με τις αρχές του Κώδικα, του δίνεται συγκεκριμένη προθεσμία για να βελτιώσει τις πρακτικές του και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της εταιρίας (εντός τριών ετών).

Είμαστε ιδιαίτερα ικανοποιημένοι, γιατί από την ημερομηνία εφαρμογής του Κώδικα, οι προμηθευτές μας προχωρούν στην έγγραφη δήλωση αποδοχής των αρχών του Κώδικα.

Με σκοπό να διασφαλίσουμε την ευρύτερη και πληρέστερη δυνατή τήρηση των αρχών του Κώδικα, θα προχωρήσουμε από το 2012 σε πλήρη εφαρμογή της διαδικασίας αξιολόγησης και ελέγχου συμμόρφωσης των προμηθευτών. Αυτή θα περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, ειδική διαδικασία ανάλυσης ρίσκου για τον εντοπισμό των προμηθευτών υψηλού κινδύνου, αυτοαξιολόγηση, καθώς και ελέγχους από ανεξάρτητο φορέα.

Η εφαρμογή του Κώδικα Προμηθευτών αποτελεί για εμάς βασικό εργαλείο για την προστασία της φήμης της εταιρίας μας.



Δίκτυο πωλήσεων

Έχουμε δημιουργήσει ένα δίκτυο χιλιάδων συνεργατών, για να βρίσκονται οι μπίρες μας καθημερινά, παντού, σε όλη την Ελλάδα!

- Συνολικά τα προϊόντα μας διατίθενται περίπου σε 110.000 καταστήματα: 56.000 σημεία πώλησης κρύας αγοράς (π.χ. ταβέρνες, εστιατόρια, μπαρ) και 54.000 σημεία ζεστής αγοράς (σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ)
- Το 76% των προϊόντων μας διακινείται μέσω ενός δικτύου 1.550 ανεξάρτητων χονδρεμπόρων (μεταπώληση σε καταστήματα κρύας και ζεστής αγοράς)
- Το 10% των προϊόντων μας διατίθεται απευθείας στα σούπερ μάρκετ
- Το 13% των προϊόντων μας διατίθεται στα σούπερ μάρκετ μέσω της διαδικασίας Τριγωνικής Πώλησης (διακίνηση των προϊόντων για λογαριασμό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από χονδρεμπόρους, με απευθείας όμως τιμολόγηση του τελικού πελάτη/σούπερ μάρκετ)
- Το 1% των προϊόντων μας διατίθεται απευθείας σε συγκεκριμένους λογαριασμούς/καταστήματα κρύας αγοράς (Horeca Key Accounts)

Οι πωλητές μας, οι πρεσβευτές μας

Οι άνθρωποι που έρχονται σε επαφή με τους πελάτες και τους συνεργάτες μας, είναι οι «καθρέφτης» της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Τα στελέχη μας στις Διευθύνσεις Πωλήσεων και Μάρκετινγκ μας εκπροσωπούν καθημερινά στην αγορά. Είναι οι καλύτεροι πρεσβευτές των προϊόντων μας, της κουλτούρας μας και των αρχών μας.

Δίνουμε προτεραιότητα στην εκπαίδευσή τους και τους υποστηρίζουμε με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους, ώστε να είναι αποτελεσματικοί και αντάξιοι εκπρόσωποί μας.

- Διοργανώνουμε τακτικά προγράμματα εκπαίδευσης σε θέματα σχετικά με την εμπορία μπίρας (χαρακτηριστικά προϊόντων, διακίνηση, αποθήκευση, σεβίρισμα)

- Ενημερώνουμε και εκπαιδεύουμε τα στελέχη μας στις αρχές της υπεύθυνης εμπορικής επικοινωνίας (responsible marketing) και υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ (responsible drinking), στις οποίες έχουμε δεσμευθεί ως εταιρία
- Τηρούμε πιστά τον Κώδικα Επιχειρησιακής Δεοντολογίας
- Διοργανώνουμε ειδικά σεμινάρια για την επιμόρφωση των στελεχών μας σε θέματα διασφάλισης υγιούς ανταγωνισμού. Η εκπαίδευση περιλαμβάνει εκπαιδευτικό υλικό και γραπτή και προφορική άσκηση, τουλάχιστον δύο φορές ανά έτος
- Αξιοποιούμε την πείρα παλαιότερων στελεχών μας, ζητώντας τους να μοιραστούν τις γνώσεις τους με νεότερους συνεργάτες
- Αναμένουμε από όλα τα στελέχη μας να εκπροσωπούν επάξια την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σε κάθε δημόσια εκδήλωση, στις επαφές τους με συνεργάτες, αλλά και κατά την παρουσία τους στους εργασιακούς μας χώρους
- Φροντίζουμε να υιοθετούμε μια κοινή γλώσσα επικοινωνίας με τους πελάτες μας και να διαχειριζόμαστε υπεύθυνα και αξιόπιστα κάθε αίτημά τους



Σεμινάρια που πραγματοποιήθηκαν τη διετία 2010 – 2011 για τους εργαζόμενους της Εμπορικής Διεύθυνσης και Αριθμός εκπαιδευθέντων

Sales Development Program	190	Creative Connection	23
Competency Development	19	Customer Service	57
Customer Complaints	197	Customer Complaints	194
Shopper Trends	2	Shopper Insight Seminar	2
Strategic Media Planning Workshop	12	Managing your Customer & Marketing Measurement	2
Channel Activation	2	Category Management Workshop	1
POS Portal Training	230	Advanced Assortment Workshop	1
Personal Development & Improvement	185	Advanced Space Management Workshop	4
Personal Development Plan	15	Negotiation Skills	15
Performance Development	55	Innovation Masterclass	14
Business Skills (e-learning)	61	Personal Development & Improvement	169
Managing Myself (e-learning)	55	Personal Development Plan	62
Managing Others (e-learning)	46	Managerial Skills (e-learning)	39
Coaching Skills	62	First Line Manager	4
Project Management	2	Coaching Skills	60
Change Management	27	Balancing Personal & Professional Life	4
Induction	5	Foreign Languages	6
Creative Connection	5	Computer Skills	14
Foreign Languages	6	Induction	14
On thin Ice	36	Love Beer	32
CRM - MSA	11	HeiBi Reporting System	230
HeiBi Reporting system	230	CRM - MSA	13

Εξυπηρέτηση πελατών: άμεσα στην υπηρεσία σας

Στην Αθηνναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι η αποστολή μας έχει πρόσωπο: το πρόσωπο κάθε ικανοποιημένου πελάτη, που βρίσκει σε εμάς άμεση, αξιόπιστη και υπεύθυνη εξυπηρέτηση.

Γι' αυτό έχουμε αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο σύστημα εξυπηρέτησης πελατών, το οποίο βασίζεται στην προσέγγιση του ενός κεντρικού σημείου επαφής (Single Point of Contact).

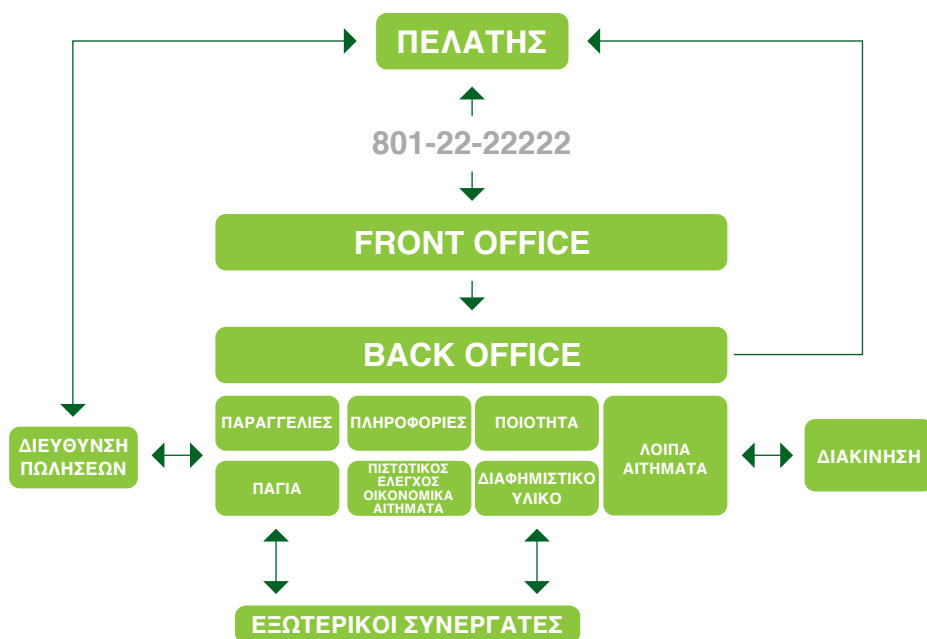
Το Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας δέχεται καθημερινά όλα τα αιτήματα, τις παρατηρήσεις και τις ερωτήσεις των πελατών και των καταναλωτών μας, μέσα από δύο τηλεφωνικές γραμμές:

- 801-22-20000 (αστική χρέωση): Η «γραμμή καταναλωτή» της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας για την άμεση και υπεύθυνη αντιμετώπιση οποιουδήποτε θέματος σε σχέση με τα προϊόντα και τις μάρκες μας

- 801-22-22222 (αστική χρέωση): Το τηλεφωνικό κέντρο του Τμήματος Εξυπηρέτησης Πελατών της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας για παραγγελίες, παράπονα και ερωτήσεις για τα προϊόντα και τις μάρκες μας

Το ολοκληρωμένο σύστημα Διαχείρισης Σχέσεων με Πελάτες CRM - Customer Relationship Management - που εφαρμόζουμε, είναι από τις πιο προηγμένες εφαρμογές στον τομέα των καταναλωτικών προϊόντων στη χώρα μας, αλλά και μεταξύ των εταιριών της Heineken NV.

Το σύστημα αυτό μας επιτρέπει να παρακολουθούμε διαρκώς την πορεία κάθε αιτήματος έως την τελική διεκπεραίωσή του, να φροντίζουμε για την άμεση επίλυση τυχόν προβλημάτων και να διασφαλίζουμε την ικανοποίηση των πελατών μας.



Η λειτουργία του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών σε αριθμούς

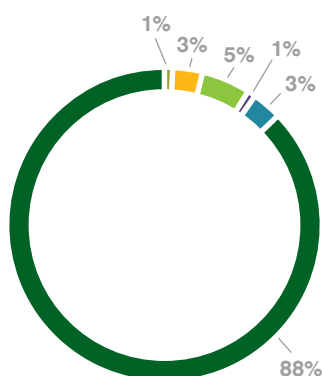
2010 - 2011: Η λειτουργία του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών σε αριθμούς

- 359.658 κλήσεις (183.121 το 2010 και 176.537 το 2011)
- Ανταπόκριση στην πρώτη κλήση: 97,5% το 2010 και 97% το 2011
- 90% μείωση της γραφειοκρατίας
- Μηδενικά καταγεγραμμένα παράπονα σχετικά με παραβίαση απορρήτου ή απώλεια προσωπικών δεδομένων των πελατών μας

Πίνακας Κατανομής Κλήσεων/Αιτημάτων 2010-2011

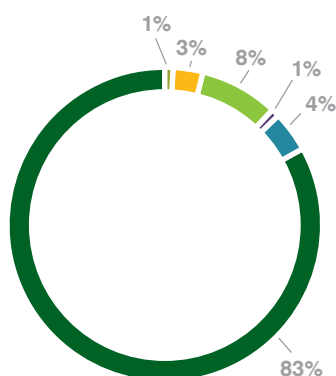
	2010	%	2011	%
ΠΟΙΟΤΗΤΑ	1.253	1%	1.701	1%
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ	4.750	3%	5.479	3%
ΠΑΓΙΑ	9.865	5%	13.270	8%
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	1.894	1%	2.013	1%
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ	5.049	3%	6.914	4%
ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ	160.310	88%	147.160	83%

2010



- Ποιότητα
- Πιστωτικός Έλεγχος
- Πάγια
- Διαφημιστικό Υλικό
- Παραγγελίες
- Πληροφορία

2011



- Ποιότητα
- Πιστωτικός Έλεγχος
- Πάγια
- Διαφημιστικό Υλικό
- Παραγγελίες
- Πληροφορία

Πολιτική ποιότητας στις εσωτερικές μας διαδικασίες

Η ποιότητα είναι το κριτήριο που μας καθοδηγεί σε ό,τι κάνουμε.

Τηρούμε πιστά στις εσωτερικές μας διαδικασίες τις προδιαγραφές ποιότητας που επιβάλλει η ελληνική και η ευρωπαϊκή νομοθεσία. Παράλληλα, προσπαθούμε να βρισκόμαστε ένα βήμα μπροστά, εφαρμόζοντας αυστηρότερες εταιρικές πολιτικές όπου κρίνουμε απαραίτητο.

Η πολιτική ποιότητας που εφαρμόζουμε μας βοηθάει να:

- Θέτουμε μετρήσιμους στόχους

- Παρακολουθούμε την εξέλιξή τους
- Αναγνωρίζουμε τις ανάγκες και να σχεδιάζουμε λύσεις
- Βελτιώνουμε καθημερινά την απόδοσή μας
- Αξιολογούμε τακτικά τις διαδικασίες μας
- Αναθεωρούμε όσες από αυτές δεν ανταποκρίνονται στις υψηλές προδιαγραφές ποιότητας που θέτουμε.

Η πολιτική μας για τη διασφάλιση της ποιότητας αναπτύσσεται σε τέσσερις άξονες. Σε κάθε έναν από αυτούς, έχουμε θέσει συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους, οι οποίοι κατευθύνουν καθημερινά το σύνολο της δουλειάς μας.



Ποιότητα προϊόντων

Διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών/καταναλωτών μας

Ενίσχυση της εταιρικής μας φήμης

Διατήρηση της θέσης μας στην αγορά

Τήρηση προδιαγραφών ποιότητας

Υγεία και ασφάλεια προσωπικού

Πρόγραμμα υγείας και ασφάλειας των εργαζομένων μας

Ασφαλές εργασιακό περιβάλλον

Περιβάλλον

Υιοθέτηση της βέλτιστης διαθέσιμης και οικονομικά βιώσιμης περιβαλλοντικής τεχνολογίας

Σωστή διαχείριση αποβλήτων

Έλεγχος περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Ασφάλεια προϊόντων

Σύστημα διαχείρισης κινδύνων

Εφαρμογή βέλτιστων βιομηχανικών πρακτικών σε όλη την παραγωγική διαδικασία

Έλεγχος διασφάλισης ποιότητας των προϊόντων μας

Συστήματα διαχείρισης ποιότητας

Κάνουμε πράξη τη δέσμευσή μας στην ποιότητα, εφαρμόζοντας ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης με διεθνή πιστοποίηση.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει πιστοποιηθεί από την Lloyd's Register Quality Assurance Limited για:

- ISO 9001:2008 ποιότητα των προϊόντων
- ISO 22000:2005 ασφάλεια των προϊόντων (HACCP)
- ISO 14001:2004 περιβάλλον
- OHSAS 18001:2007 ασφάλεια και υγεία του προσωπικού

Η εφαρμογή των παραπάνω συστημάτων διαχείρισης ποιότητας παρακολουθείται και αξιολογείται συστηματικά, με τη διεξαγωγή τακτικών εσωτερικών και εξωτερικών ελέγχων. Σε ετήσια βάση πραγματοποιούνται εσωτερικοί έλεγχοι ανά εγκατάσταση. Επίσης, 1-2 φορές το χρόνο οι εγκαταστάσεις ελέγχονται από τον ανεξάρτητο φορέα πιστοποίησης (Lloyd's), ενώ ανά τριετία γίνεται συνολική αξιολόγηση και επαναπιστοποίηση των εγκαταστάσεων.

Η υιοθέτηση και η πιστή εφαρμογή των διεθνών προτύπων ποιότητας και ασφάλειας έχει θεμελιώδη σημασία για εμάς. Όμως, δεν περιοριζόμαστε σε αυτά.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζουμε τη μεθοδολογία Ολικής Παραγωγικής Διαχείρισης (Total Productive Management – TPM), η οποία αποτελεί βασικό εργαλείο για τη διαρκή βελτίωση των επιδόσεών μας. Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργούμε ομάδες εργαζομένων, οι οποίες αναλαμβάνουν να εντοπίζουν τυχόν προβλήματα ή κινδύνους, να αναλύουν τα αίτια και να προτείνουν λύσεις. Η δουλειά αυτών των ομάδων είναι πολύτιμη, γιατί μας επιτρέπει να επεμβαίνουμε έγκαιρα και να λαμβάνουμε τα κατάλληλα προληπτικά ή διορθωτικά μέτρα.

Οι συνολικές επιδόσεις σε θέματα ποιότητας και ασφάλειας παρακολουθείται με τη βοήθεια προκαθορισμένων μετρήσιμων Βασικών Δεικτών Αποδοτικότητας (KPI). Οι δείκτες αυτοί αξιολογούνται σε μηνιαία βάση και αποτελούν στόχους απόδοσης για το αρμόδιο μέλος της Διοικητικής Ομάδας.

Πολιτική ασφάλειας τροφίμων

Η ασφάλεια και η ποιότητα των προϊόντων μας είναι τα θεμέλια, πάνω στα οποία χτίζουμε την ανάπτυξη και την επιτυχία μας ως εταιρία. Θέλουμε να είμαστε σίγουροι ότι κάθε καταναλωτής μπορεί να απολαμβάνει τις μπίρες μας, με απόλυτη ασφάλεια και σιγουριά.

Εφαρμόζουμε ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης για την ασφάλεια των τροφίμων μας με βάση τον κανονισμό 852/2004 της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του προτύπου ISO 22000:2005 (HACCP).

Η ανάλυση HACCP καλύπτει τους κινδύνους που μπορούν να προκύψουν σε κάθε στάδιο της παραγωγής και της διακίνησης: από την προμήθεια των πρώτων και των βοηθητικών υλών, τις εγκαταστάσεις και τις διεργασίες παραγωγής, τα υλικά συσκευασίας, τον εξοπλισμό για την κατανάλωση της μπίρας σε βαρέλι, μέχρι τα υλικά καθαρισμών και απολύμανσης.

Το σύστημα αυτό μας βοηθάει να ελέγχουμε συστηματικά τις προδιαγραφές ασφάλειας, σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής μας αλυσίδας και να προστατεύουμε τους καταναλωτές μας από φυσικούς, βιολογικούς ή χημικούς κινδύνους.

Σύστημα διαχείρισης παραπόνων

Εάν κάποιος καταναλωτής δεν μείνει ικανοποιημένος από την ποιότητα των προϊόντων μας, θέλουμε να είμαστε οι πρώτοι που θα το μάθουμε. Γι' αυτό έχουμε αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης παραπόνων, στο πλαίσιο της διαχείρισης σχέσεων με πελάτες (CRM).

Το τηλέφωνο της Γραμμής Καταναλωτή αναγράφεται σε κάθε συσκευασία, σε κάθε προϊόν μας. Τα στελέχη του τηλεφωνικού κέντρου λαμβάνουν ειδική εκπαίδευση, ώστε να δέχονται, να διαχειρίζονται τα παράπονα των καταναλωτών. Κάθε διακηρυγμένο παράπονο καταγράφεται και διερευνάται, ώστε να δοθεί υπεύθυνη και αξιόπιστη απάντηση στον καταναλωτή, στο συντομότερο δυνατό χρόνο. Αναλόγως με το είδος του παραπόνου, ο χρόνος απάντησης είναι από μια ώρα έως δύο εβδομάδες.

Από το σύνολο των κλήσεων που δέχεται το τηλεφωνικό κέντρο σε ετήσια βάση, μόλις το 0,002% αφορά τη διατύπωση παραπόνων σχετικών με την ποιότητα των προϊόντων.

> Δέσμευση στην ποιότητα

Τα ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης ποιότητας που εφαρμόζουμε στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία:

- Εγγυώνται ότι τα προϊόντα μας είναι απόλυτα ασφαλή και χαρακτηρίζονται από τις υψηλότερες προδιαγραφές ποιότητας
- Διασφαλίζουν τη συμμόρφωσή μας με όλες τις νομοθετικές και κανονιστικές απαιτήσεις
- Υποστηρίζουν και καθοδηγούν τις προσπάθειές μας για την προστασία του περιβάλλοντος, για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων μας





Φροντίζουμε για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών μας

- Χρησιμοποιούμε υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες και μαγιά για την παραγωγή της μπίρας μας
- Ελέγχουμε τακτικά τους προμηθευτές μας, για να διασφαλίσουμε τη μη χρήση γενετικώς τροποποιημένων προϊόντων και την τήρηση των ορθών πρακτικών στις συνθήκες καλλιέργειας του κριθαριού
- Διαθέτουμε προηγμένο σύστημα ιχνηλασιμότητας, ώστε να διαπιστώνουμε άμεσα τυχόν προβλήματα, να ταυτοποιούμε τις εμπλεκόμενες παρτίδες και να τις εντοπίζουμε στην αλυσίδα διανομής. Διατηρούμε αρχείο με τα παραγωγικά στοιχεία κάθε παρτίδας, τουλάχιστον για τρία χρόνια
- Συστήνουμε στους προμηθευτές μας να διαθέτουν αντίστοιχο σύστημα ιχνηλασιμότητας, συστήματα διασφάλισης ποιότητας και να λαμβάνουν μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος από την απόρριψη των συσκευασιών τους
- Θέτουμε αυστηρές προδιαγραφές για την αποθήκευση των προϊόντων μας (στεγνοί, σωστά αεριζόμενοι χώροι, σε δροσερό μέρος μακριά από οσμές και σκόνη)
- Τηρούμε πιστά τους κανόνες υγείας και ασφάλειας, καθώς και τους περιβαλλοντικούς όρους, στην τοποθέτηση παλετών και στη λειτουργία των περνοφόρων οχημάτων
- Εάν απαιτηθεί, φροντίζουμε για την άμεση και αποτελεσματική ανάκληση προβληματικών προϊόντων. Εφαρμόζουμε διαδικασίες διαχείρισης κρίσης και πραγματοποιούμε ασκήσεις εικονικής ανάκλησης προϊόντων, ώστε να είμαστε διαρκώς σε ετοιμότητα για κάθε τέτοιο ενδεχόμενο. Κατά τη διετία 2010 – 2011 δεν σημειώθηκε κανένα περιστατικό ανάκλησης, όπως και όλα τα προηγούμενα χρόνια
- Συμμετέχουμε σε σεμινάρια και εκπαιδευόμαστε σε άριστες διεθνείς πρακτικές, ώστε να βελτιώνουμε συνεχώς τις διαδικασίες μας

Συμμετέχουμε υπεύθυνα και ενεργά στην ΚΟΙΝΩΝΙΑ



Υπεύθυνη τιμολογιακή πολιτική: προσιτές επιλογές για κάθε καταναλωτή

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία μάς ενδιέφερε πάντα να προσφέρουμε στους καταναλωτές μας προϊόντα υψηλής ποιότητας, σε τιμές προσιτές σε όλους. Ιδιαίτερα στη διάρκεια της τελευταίας διετίας, όπου το εισόδημα των καταναλωτών υπέστη σημαντικές πιέσεις, η άσκηση υπεύθυνης τιμολογιακής πολιτικής αναδείχθηκε σε βασική μας προτεραιότητα.

Την περίοδο 2010 - 2011 το κόστος παραγωγής των προϊόντων μας αυξήθηκε κατά 6% περίπου, λόγω των αυξήσεων στη φορολογία, στις τιμές των πρώτων υλών και της ενέργειας. Ωστόσο, φροντίζουμε να απορροφούμε το μεγαλύτερο μέρος αυτών των αυξήσεων, ώστε να επιτύχουμε τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση για τους καταναλωτές. Επιπλέον, παρέχουμε περισσότερες προσφορές σε όλες τις δημοφιλείς μάρκες και συσκευασίες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Σε συνεργασία με τους πελάτες μας, φροντίζουμε καθημερινά ώστε να προσφέρουμε σε κάθε καταναλωτή αρκετές και ποιοτικές διαθέσιμες επιλογές, όποιες κι αν είναι οι ανάγκες και οι προτιμήσεις του.

Αφοσιωμένοι στην Υπεύθυνη Κατανάλωση

Οι μπίρες μας είναι μέρος της καθημερινότητας χιλιάδων καταναλωτών. Είναι μια μικρή απόλαυση που συνοδεύει την κοινωνική τους ζωή και συνδέεται με ευχάριστες στιγμές, εντός ή εκτός σπιτιού, με παρέα ή χωρίς.

Είμαστε υπερήφανοι γι' αυτό και φροντίζουμε ώστε τα προϊόντα μας να έχουν πάντα την καλύτερη δυνατή ποιότητα και εμφάνιση. Θέλουμε όμως να προσφέρουμε απόλαυση, χωρίς δυσάρεστες συνέπειες.

Αναγνωρίζοντας πλήρως την ευθύνη μας ως μεγάλη εταιρία παραγωγής και εμπορίας μπίρας στην Ελλάδα, έχουμε υιοθετήσει ως κορυφαία προτεραιότητα στο πλαίσιο της κοινωνικής μας ευθύνης την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ.

Θεωρούμε ότι η ευαισθητοποίηση του κοινού για τα οφέλη της ήπιας κατανάλωσης, είναι θεμελιώδης υποχρέωσή μας απέναντι στους καταναλωτές. Ταυτόχρονα όμως, αποτελεί και βασική προϋπόθεση για τη διατήρηση της εταιρικής μας αξιοπιστίας και για την υγιή ανάπτυξη της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούμαστε.

Στο πλαίσιο αυτό, φροντίζουμε συστηματικά να ενημερώνουμε τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες και τους καταναλωτές μας, σχετικά με τους πιθανούς κινδύνους που συνεπάγεται η ανεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Οι ενέργειές μας είναι ειδικά σχεδιασμένες για τις ομάδες συμμετόχων μας, αξιοποιώντας κατάλληλα μηνύματα και κανάλια επικοινωνίας.

Στόχος της προσπάθειάς μας είναι να ευαισθητοποιήσουμε όλους όσους καταναλώνουν αλκοόλ, ώστε να πίνουν υπεύθυνα και να θέτουν οι ίδιοι κάθε στιγμή τα όριά τους.

Παράλληλα, έχουμε ενσωματώσει το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης στο σύνολο της επικοινωνίας μας, στην εμπορική μας πολιτική και στις χορηγίες μας. Η πρακτική αυτή είναι πολύ σημαντική, ώστε να διασφαλίσουμε ότι τα προϊόντα μας διαφημίζονται, πωλούνται και καταναλώνονται με υπεύθυνο τρόπο. (βλ. υπεύθυνη εμπορική πολιτική)

Πιστεύουμε ότι ο ορισμός της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ δεν σχετίζεται αποκλειστικά με τις μονάδες οινοπνεύματος στον οργανισμό. Υπάρχει ένας και μοναδικός κανόνας, που ισχύει για όλους τους ενήλικες καταναλωτές: «Πρέπει πάντα να πίνουμε με μέτρο, στον κατάλληλο χρόνο και τόπο και για τους σωστούς λόγους».



Νηφάλιοι: ενώνουμε τις δυνάμεις μας

Από το 2008, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνεργάζεται με τη Μη Κυβερνητική Οργάνωση «Νηφάλιοι – Στην υγεία μας», η οποία έχει ως αποστολή της την εκπαίδευση σε θέματα κατανάλωσης αλκοόλ.

Υποστηρίζουμε τις δράσεις της οργάνωσης με την υπογραφή της Heineken, που είναι και ο αποκλειστικός χορηγός της εκστρατείας «Νηφάλιος Οδηγός».

Η εκστρατεία αυτή απευθύνεται κυρίως στους νέους. Στόχος της είναι να καλλιεργήσει τη συνήθεια της επιλογής ενός ατόμου κάθε φορά από την παρέα, ο οποίος θα αναλάβει την ασφαλή επιστροφή της. Ο «Νηφάλιος Οδηγός» συμμετέχει στη διασκέδαση, χωρίς όμως να καταναλώνει αλκοόλ, ώστε να παραμείνει νηφάλιος και να οδηγήσει. «Ένας μόνο από την παρέα, κάθε φορά, να μην πιει!» είναι το κεντρικό σύνθημα της εκστρατείας μας.

Το ενημερωτικό υλικό του «Νηφάλιου Οδηγού» (αφίσες, αυτοκόλλητα, κάρτες και κονκάρδες με το σήμα «Νηφάλιος Οδηγός» για τον «ήρωα» της παρέας) έχει μοιραστεί σε επιλεγμένα bars και σημεία κατανάλωσης (περίπου 200.000 τεμάχια τη διετία 2010-2011). Ειδικότερα:

- 410 καφέ και bars (334 στην Αθήνα και 76 στη Θεσσαλονίκη)
- 21 κινηματογράφους (18 στην Αθήνα και 3 στη Θεσσαλονίκη)
- 17 θέατρα
- 48 καταστήματα αλυσίδας εστίασης σε όλη την Ελλάδα

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ακόμα ομιλίες και δράσεις σε πανεπιστήμια και τοπικές κοινότητες, με την οργάνωση επιμορφωτικών κύκλων και ομιλιών για τον αλκοολισμό. Τη διετία 2010-2011, έχουν πραγματοποιηθεί περισσότερες από 45 εκδηλώσεις και συμμετοχές σε ημερίδες, εκθέσεις κτλ., όπου υπολογίζεται ότι συμμετείχαν συνολικά περισσότεροι από 15.000 πολίτες.

Επίσης, υπήρξαν πολυάριθμες παρουσιάσεις του προγράμματος, με αρθρογραφία σε έντυπα ΜΜΕ και συνεντεύξεις σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές.

Υπεύθυνη Κατανάλωση. Υπεύθυνη Ενημέρωση;

Για πρώτη φορά μία έρευνα ανιχνεύει τη σχέση των Ελλήνων με το αλκοόλ. Η 1η Πανελλήνια Έρευνα Γνώσης για το Αλκοόλ υλοποιήθηκε στο πλαίσιο της συνεργασίας της Μ.Κ.Ο. «Νηφάλιοι – Στην υγεία μας» με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, με τη συμβολή εξειδικευμένων επιστημόνων.

Η πρωτοβουλία αυτή εντάσσεται στην προσπάθειά μας να συμβάλουμε στην καλλιέργεια μιας υγιούς στάσης και συμπεριφοράς της κοινωνίας σχετικά με το αλκοόλ. Μέσω της διεξαγωγής της έρευνας, επιδιώξαμε όχι μόνο να καταγράψουμε δεδομένα αλλά και να ανοίξουμε έναν ευρύ και ανοιχτό διάλογο με την κοινωνία, σε θέματα κατανάλωσης αλκοόλ.

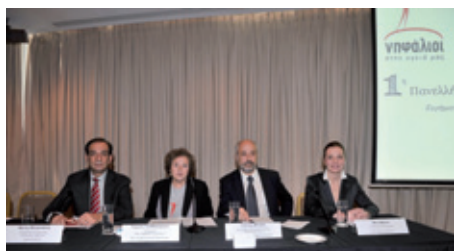
Αντικείμενο της έρευνας ήταν να αποτυπώσει το επίπεδο γνώσης των Ελλήνων για το αλκοόλ, τις πιθανές συνέπειες της αλόγιστης χρήσης, καθώς και τις ανάγκες ενημέρωσης του κοινού σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Πραγματοποιήθηκε το Μάιο του 2011, με τη μέθοδο τηλεφωνικών συνεντεύξεων σε δείγμα 1.000 ατόμων, υπό την εποπτεία καθηγητών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και του Τ.Ε.Ι. Σερρών.

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάστηκαν στις 23 Νοεμβρίου 2011, στο πλαίσιο ειδικής εκδήλωσης. Το «παρών» έδωσαν στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, μέλη της Μ.Κ.Ο., εκπρόσωποι της Πολιτείας και άνθρωποι που έχουν βιώσει οι ίδιοι ή συγγενικά τους πρόσωπα τον αλκοολισμό.

Στόχος μας ήταν να λειτουργήσει η παρουσίαση ως ευκαιρία διαλόγου και συζήτησης, με τη συμμετοχή εκπροσώπων από διαφορετικές ομάδες συμμετόχων, οι οποίες εμπλέκονται με διαφορετικό τρόπο στο πρόβλημα και μπορούν να «φωτίσουν» διαφορετικές πλευρές του.

Στην προσπάθειά μας να διευρύνουμε το διάλογο και να συμβάλουμε σε μια όσο το δυνατόν πιο σφαιρική απεικόνιση του θέματος, φροντίσαμε να είναι δυνατή η συμμετοχή για το σύνολο του κοινού, μέσω του διαδικτύου και των social media. Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων μεταδόθηκε ζωντανά μέσω της νέας διαδικτυακής πλατφόρμας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (www.responsibeerity.gr), ενώ το κοινό είχε την ευκαιρία να υποβάλει τις ερωτήσεις του στο twitter (@responsibeerity – #erevna_ALC).

Το video της παρουσίασης των αποτελεσμάτων της 1ης Πανελλήνιας Έρευνας Γνώσης για το Αλκοόλ είναι διαθέσιμο στο site www.responsibeerity.gr.



Cool@Work: πρώτα εμείς δίνουμε το παράδειγμα

Η υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ αφορά πρώτα απ' όλα τους εργαζομένους στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Γι' αυτό δημιουργήσαμε το Cool@work, ένα πρόγραμμα ενδοεταιρικής επικοινωνίας, που έχει ως στόχο να καλλιεργήσει, σε κάθε εργαζόμενο ξεχωριστά, την υπεύθυνη στάση και συμπεριφορά απέναντι στο αλκοόλ.

Η προσέγγισή μας στηρίζεται στο σχεδιασμό και τη διανομή μιας σειράς εντύπων, αφισών, t-shirts και άλλων υλικών, που προβάλλουν το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης και τις πολιτικές που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνουμε στην ενημέρωση των νέων μελών της «οικογένειάς» μας, στους νεοπροσληφθέντες εργαζόμενους.

Στο πλαίσιο αυτού του προγράμματος, το 2010 δημιουργήσαμε σε συνεργασία με τη ΜΚΟ «Νηφάλιο - Στην υγεία μας» τον «Δεκάλογο της Υπεύθυνης Κατανάλωσης», με 10 απλές συμβουλές που πρέπει να γνωρίζουμε πριν καταναλώσουμε αλκοόλ. Ο Δεκάλογος τυπώθηκε σε ένα μικρό πρακτικό έντυπο, αλλά και σε μαγνητάκια ψυγείου, και μοιράστηκε σε όλους τους εργαζομένους.

Η επιτυχία αυτών των δράσεων επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι δεν έχει υπάρξει κανένα περιστατικό μη ενδεδειγμένης συμπεριφοράς στον εργασιακό μας χώρο. Αυτό μας επιτρέπει να μιλάμε ανοιχτά για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ και να λειτουργούμε ως πρεσβευτές του μηνύματός μας.

Επικοινωνούμε διαδραστικά - Επικοινωνούμε αποτελεσματικά

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι η αμφίδρομη και διαδραστική επικοινωνία είναι ο αποτελεσματικότερος τρόπος για να προβληθεί αποτελεσματικά το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ. Γι' αυτό και σχεδιάσαμε μια σειρά από ενέργειες ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης, που δίνουν έμφαση στην άμεση συμμετοχή του κοινού και στη δημιουργία βιωματικών εμπειριών.

The Responsibles: οι πρεσβευτές της υπεύθυνης κατανάλωσης

Οι «Responsibles» είναι οι πρεσβευτές της Heineken για την υπεύθυνη κατανάλωση. Άρχισαν να «κυκλοφορούν» στην Αθήνα από το φθινόπωρο του 2011, παρουσιάζοντας δημιουργικά το πώς μπορούμε να συνδυάζουμε τη διασκέδασή μας με την υπεύθυνη στάση απέναντι στο αλκοόλ.

Πρόκειται για μια πρωτοβουλία που υλοποιήθηκε σε συνεργασία με πελάτες μας από το δίκτυο Horeca, στο πλαίσιο της από κοινού υιοθέτησης υπεύθυνων πρακτικών προς όφελος του καταναλωτή και της αγοράς.

Νέοι ηθοποιοί παρουσίασαν σύντομα θεατρικά δρώμενα σε γνωστά bars της Αθήνας, που μετατράπηκαν για λίγο σε θεατρικά σκηνικά. Τα σενάρια βασίστηκαν στο Δεκάλογο της Υπεύθυνης Κατανάλωσης (βλ. Cool at work). Κάθε σενάριο είχε διάρκεια 5 λεπτών περίπου και παρουσίαζε με χιούμορ μια εντολή του Δεκαλόγου.

Στο τέλος κάθε δρώμενου μοιράζονταν στους θαμώνες έντυπο υλικό για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ, καθώς και αναμνηστικό δώρο της Heineken.

Οι εμφανίσεις και το μήνυμα των Responsibles διαδόθηκαν σε χιλιάδες χρήστες του διαδικτύου και των social media, μέσω του twitter, του youtube, και του facebook.

Προσομοιωτής Οδήγησης: μαθαίνουμε τα όριά μας στην κατανάλωση αλκοόλ

Ελάτε στη θέση ενός οδηγού που καλείται να οδηγήσει, έχοντας καταναλώσει δύο ή περισσότερα ποτήρια αλκοόλ! Ο ειδικός προσομοιωτής οδήγησης της Heineken δημιουργήθηκε γι' αυτόν ακριβώς το λόγο.

Δείχνοντας τις αντιδράσεις του οδηγού, μέσα σε ένα προστατευμένο ψηφιακό περιβάλλον, η Heineken στοχεύει να πείσει τους καταναλωτές ότι η αλόγιστη κατανάλωση αλκοόλ και η οδήγηση δεν συνδυάζονται.

Μετά το τέλος της βιωματικής εμπειρίας η προωθητική ομάδα προσφέρει στους συμμετέχοντες ενημερωτικό υλικό για την υπεύθυνη κατανάλωση.

Το ταξίδι του προσομοιωτή ξεκίνησε το 2009. Μετά από τη θετική ανταπόκριση του κόσμου, συνέχισε την πορεία του το 2010 και το 2011 σε κεντρικές πλατείες επτά δημοφιλών περιοχών (Πάρος, Χαλκιδική, Θεσσαλονίκη, Μύκονος, Ηράκλειο, Χανιά, Ρόδος), διαδίδοντας το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης σε περισσότερα από 2.000 άτομα.

> ΟΙ 8 ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

1. Η υπεύθυνη κατανάλωση μπίρας ταιριάζει με τον ισορροπημένο και θετικό τρόπο ζωής της πλειοψηφίας των ενηλίκων που επιλέγουν να πίνουν μπίρα
2. Ο ενημερωμένος πολίτης έχει την ευθύνη της ατομικής του συμπεριφοράς
3. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει δεσμευτεί να ενημερώνει σωστά το καταναλωτικό κοινό σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ
4. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απαιτεί την υπεύθυνη συμπεριφορά από όλους τους εργαζομένους
5. Η εταιρία αναλαμβάνει να διασφαλίσει τη νόμιμη διεξαγωγή όλων των εμπορικών της δραστηριοτήτων και να αποθαρρύνει την ανεύθυνη κατανάλωση
6. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιθυμεί να αποτρέψει την κατάχρηση και την ανεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ, μέσω του διαλόγου και της ανάληψης συγκεκριμένων δράσεων
7. Η εταιρία δεσμεύεται να καταγράφει και να προβάλλει τις ενέργειές της σχετικά με την Πολιτική για το Αλκοόλ
8. Η Πολιτική του Αλκοόλ που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι υποχρεωτική για όλες τις εταιρίες του Ομίλου Heineken

It's Just An Illusion: ένα εικονικό ταξίδι οριοθετεί τη σχέση μας με το αλκοόλ

Πώς επηρεάζονται τα αντανακλαστικά ενός οδηγού από την αλόγιστη κατανάλωση αλκοόλ; Επειδή δεν θέλουμε να το δούμε στην πράξη, πήραμε την πρωτοβουλία να το παρουσιάσουμε εικονικά, μέσα από ένα διαδραστικό παιχνίδι σε φορητούς υπολογιστές. Το καλοκαίρι του 2010, η Heineken λάνσαρε το πρόγραμμα «It's Just an Illusion» μια προωθητική ενέργεια, που έγινε από τη Heineken σε επιλεγμένα σημεία κατανάλωσης.

Μέσα από το ψηφιακό περιβάλλον ενός ευχάριστου και γρήγορου video game, ο παίκτης αντιλαμβάνεται τις επιπτώσεις του αλκοόλ στα αντανακλαστικά και την οδήγησή του.



Ο σκοπός του παιχνιδιού είναι καθαρά ενημερωτικός και επιτυγχάνεται μέσα από μια άμεση, διαδραστική διαδικασία. Στο τέλος, εμφανίζεται στην οθόνη ένα μήνυμα σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση και ο οδηγός κερδίζει δώρα από τη Heineken, καθώς και μία κονκάρδα με το μήνυμα του «Νηφάλιου Οδηγού».

Το 2010 η ομάδα του «It's Just an Illusion» βρέθηκε σε 97 επιλεγμένα σημεία κατανάλωσης στην Αθήνα, αλλά και σε δημοφιλή νησιά όπως η Σκιάθος και η Σαντορίνη. Περισσότεροι από 3.000 θαμώνες είπαν «ναι» στην πρόσκληση και συμμετείχαν στο παιχνίδι. Το 2011 το πρόγραμμα συνεχίστηκε σε περίπου 65 κεντρικά café και bars των νομών Κορινθίας και Αχαΐας, προσεγγίζοντας περίπου 2.000 θαμώνες.



Responsibeerity

Οι πρωτοβουλίες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για μια καλύτερη κοινωνία

> Responsibeerity.gr: ανοίγουμε το διάλογο για την εταιρική υπευθυνότητα

Η αναβάθμιση της επικοινωνίας μας όσον αφορά την Εταιρική Υπευθυνότητα ήταν ένα σημαντικό αίτημα που προέκυψε μέσα από το διάλογο με τους συμμετόχους μας.

Με σκοπό να ανταποκριθούμε σε αυτή την ανάγκη, δημιουργήσαμε το 2011 το Responsibeerity.gr. Πρόκειται για μια Διαδικτυακή Πλατφόρμα η οποία παρέχει πλήρη ενημέρωση για τις πολιτικές και τις δράσεις Εταιρικής Υπευθυνότητας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Παράλληλα όμως, διευκολύνει την άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με το σύνολο των συνομιλητών μας.

Η διαδικτυακή πλατφόρμα περιλαμβάνει την ιστοσελίδα www.responsibeerity.gr, στην οποία είναι διαθέσιμες όλες οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες της εταιρίας, ενώ έχουν δημιουργηθεί αντίστοιχοι λογαριασμοί σε μια σειρά από social media: facebook, twitter, youtube και flickr. Στόχος είναι η ταχύτερη διάδοση των εταιρικών μηνυμάτων, αλλά και η ανάπτυξη διαλόγου και η ανταλλαγή απόψεων με τους χρήστες του διαδικτύου.

Το Responsibeerity.gr είναι ένα σημαντικό βήμα στην προσπάθειά μας, όχι μόνο να διευρύνουμε, αλλά και να κάνουμε ακόμη πιο ουσιαστικό το διάλογο με τους συμμετόχους μας.

Κοινωνική προσφορά: δίπλα σε όσους έχουν ανάγκη

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία γεννήθηκε, αναπτύχθηκε και εξακολουθεί να δημιουργεί στην Ελλάδα εδώ και σχεδόν 50 χρόνια, αποτελώντας αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής κοινωνίας.

Επειδή θεωρούμε ότι μας συνδέουν ισχυροί δεσμοί με τον τόπο και τους ανθρώπους του. Γι' αυτό δεσμευόμαστε να λειτουργούμε ως υπεύθυνος εταιρικός πολίτης, με θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία.

Αυτό σημαίνει πως ό,τι συμβαίνει γύρω μας, μας αφορά και μας αγγίζει. Επιδιώκουμε να βρισκόμαστε διαρκώς σε επαφή με την κοινωνία και τις τοπικές κοινότητες, να ακούμε και να στηρίζουμε τις ανάγκες τους, ειδικά στις δύσκολες στιγμές. Προτεραιότητά μας είναι να βρισκόμαστε κοντά σε όσους χρειάζονται περισσότερο τη βοήθειά μας.

Στην προσπάθεια αυτή, επιλέγουμε με προσοχή τους συμμάχους μας. Συνεργαζόμαστε με τοπικούς φορείς, φιλανθρωπικές οργανώσεις και ΜΚΟ, προκειμένου να ενισχύσουμε το πολύτιμο έργο τους.

Τη διετία 2010-2011, στηρίξαμε το έργο ΜΚΟ με 160.000 ευρώ. Παράλληλα, η αξία του δωρεάν προϊόντος που διέθεσε η Διεύθυνση Επικοινωνίας σε εκδηλώσεις τοπικών κοινωνιών και γενικότερα σε κοινωφελείς σκοπούς τη διετία, ανέρχεται σε 109.860 ευρώ (36.620 ευρώ το 2011 και 73.240 ευρώ το 2010). Επιπλέον, μόνο το 2011, πραγματοποιήσαμε εταιρικές χορηγίες συνολικού ύψους 51.330 ευρώ σε οργανισμούς και διαθέσαμε 7.330 ευρώ σε συνδρομές και δωρεές.

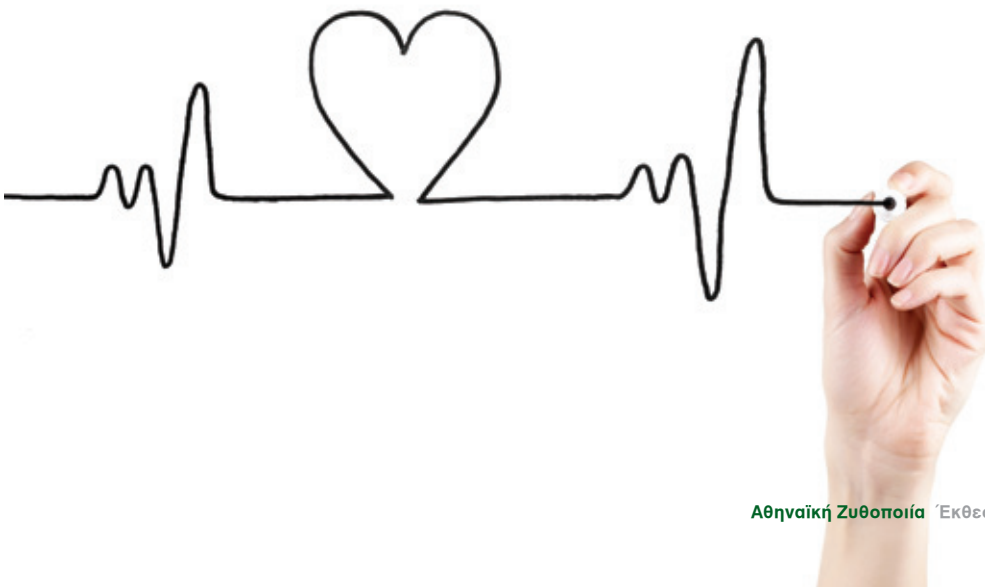
Future Leaders: στηρίζουμε τα βήματα της νέας γενιάς

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι ιδρυτικό μέλος του Προγράμματος Ανάπτυξης Μελλοντικών Ηγετών, που ξεκίνησε ως πρωτοβουλία ομάδας εταιριών και στη συνέχεια εξελίχθηκε σε ΜΚΟ. Στόχος της είναι να βοηθήσει τη νέα γενιά να αντεπεξέλθει στις προκλήσεις της νέας εποχής αλλά και να αναδείξει τους αυριανούς επιχειρηματικούς ηγέτες, δίνοντάς τους την ευκαιρία να εργαστούν σε πραγματικά projects τα οποία ενσωματώνουν τη διάσταση της υπευθυνότητας.

Το Πρόγραμμα έχει τη μορφή ενός 11ήμερου κύκλου, όπου φοιτητές μοιρασμένοι σε ομάδες εργάζονται σε διαφορετικά project (π.χ. ΜΚΟ «Αρκτούρος», «Γιατροί Χωρίς Σύνορα»), με στελέχη εταιριών να αναλαμβάνουν το ρόλο του business coach.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμμετέχει τα τελευταία δύο χρόνια στο Πρόγραμμα, παρέχοντας από 2 στελέχη της σε κάθε φάση, με σκοπό να βοηθήσουν την προσπάθεια των φοιτητών και να τους μεταφέρουν τη γνώση και την εμπειρία τους.

**Future
Leaders**
Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Μελλοντικών Ηγετών



Πολιτισμός

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι ο πολιτισμός είναι απαραίτητο κομμάτι κάθε κοινωνίας.

Στηρίζουμε ενεργά πολιτιστικούς θεσμούς, διοργανώσεις και καλλιτέχνες στους χώρους της μουσικής, του θεάτρου, του κινηματογράφου κ.α.

Με την Amstel στηρίζαμε τη διοργάνωση σημαντικών μουσικών εκδηλώσεων σε όλη την Ελλάδα, όπως το ARK Festival, το River Party Festival, το Φεστιβάλ Άρδας, το Amstel Live Show, το φεστιβάλ «Ενόραση», αλλά και μια σειρά συναυλιών Ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών, όπως οι Deep Purple, οι Judas Priest, οι Πυξ Λαξ κ.α. Επίσης, ενισχύσαμε τοπικές εκδηλώσεις όπως τα Καρναβάλια Πάτρας, Ξάνθης και Ρεθύμνου.

Με την Amstel Premium Pilsener υποστηρίξαμε θεσμούς όπως το Βραβείο «Χρυσό Σκουφοί» και τα Θεατρικά Βραβεία Κοινού, που διοργανώνονται από το περιοδικό ΑΘΗΝΟΡΑΜΑ, καθώς και το Bob Theatre Festival.

Επίσης, η Amstel και η Amstel Premium Pilsener υποστηρίζουν τον πολιτιστικό θεσμό Perform in Art, ο οποίος έχει στόχο να προάγει τη σύγχρονη ελληνική θεατρική παραγωγή με άξονες την καινοτομία, τον πειραματισμό και τη δημιουργικότητα. Η Amstel Pulse ήταν χορηγός των Εβδομάδων Μόδας για το χειμώνα και το καλοκαίρι του 2010, ενώ το 2011 η ΑΛΦΑ ήταν χορηγός των μουσικών εκδηλώσεων «Στο Πανί και στο Γυαλί», που διοργανώθηκαν στο θέατρο Badminton.

Με το εμπορικό σήμα της Heineken, χορηγούμε τη διοργάνωση μεγάλων συναυλιών με καλλιτέχνες της διεθνούς μουσικής σκηνής. Τη διετία 2010 – 2011 ξεχώρισαν οι συναυλίες των Cranberries, Plissken, Reworks, Thievery Corporation, Bon Jovi, Mobby και Tim Booth, καθώς και τα φεστιβάλ Ejekt και Reworks.

Με τη Fischer στηρίζουμε πολιτιστικούς και καλλιτεχνικούς θεσμούς σε τοπικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Τη διετία 2010 – 2011, μεταξύ άλλων, υποστηρίχθηκαν θεσμοί και εκδηλώσεις όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, το Φεστιβάλ Γαλλόφωνου

Κινηματογράφου, το φεστιβάλ «Swing the City Fest», το 11ο European Jazz Festival, το Athens Fringe Festival, τις συναυλίες των Parovoz, Stelar, Gotan Project και Buena Vista Social Club. Επίσης, η Fischer ήταν χορηγός του βιβλίου «7 days of rain» και της ταινίας «DOS».

Αθλητισμός

Στηρίζουμε έμπρακτα τον ελληνικό αθλητισμό, με ιδιαίτερη έμφαση στο χώρο του ποδοσφαίρου.

Μέσω της Amstel, είμαστε υπερήφανοι χορηγοί της Εθνικής μας ομάδας ποδοσφαίρου, στις προσπάθειές της να διακριθεί σε διεθνείς διοργανώσεις όπως το Euro και το Mundial.

Ενεργό μέλος της ελληνικής κοινωνίας

Ως ενεργό μέλος της ελληνικής κοινωνίας, αλλά και της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας, συμμετέχουμε σε μια σειρά από φορείς και οργανώσεις.

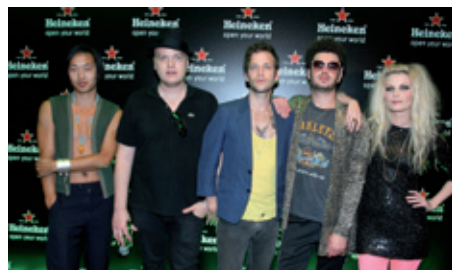
Οι συμμετοχές αυτές μας επιτρέπουν να έχουμε λόγο στις αποφάσεις που λαμβάνονται για τον κλάδο μας, για την επιχειρηματικότητα και για την αγορά. Επίσης, μας δίνουν τη δυνατότητα να υποστηρίζουμε κοινές προσπάθειες, πρωτοβουλίες και σκοπούς.

Η επιλογή των φορέων και των οργανώσεων γίνεται α) υποχρεωτικά, με βάση τη νομοθεσία και β) κατ' επιλογήν.

Ειδικότερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι μέλος:

Επιχειρηματικοί φορείς - Επιμελητήρια:

- Ένωση Εξαγωγέων Βιομηχανικών Προϊόντων
- Ελληνο-Ολλανδικός Εμπορικός και Βιομηχανικός Σύνδεσμος
- Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (υποχρεωτική συμμετοχή)
- Ελληνικός Σύνδεσμος Βιομηχανιών Επώνυμων Προϊόντων
- Ελληνοαμερικανικό Επιμελητήριο
- Αραβο-Ελληνικό Επιμελητήριο Εμπορίου
- Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος



- Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων
- Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών
- ΣΕΒ - Βιώσιμη Ανάπτυξη
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Αττικής και Πειραιώς
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδος
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος
- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Δυτικής Ελλάδας και Πελοποννήσου
- Σύνδεσμος Ανωνύμων Εταιριών και Ε.Π.Ε.
- ECR Hellas
- Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος
- Σύνδεσμος Στελεχών Διοίκησης Προσωπικού

Κλαδικοί φορείς:

- Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών
- Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων
- Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Τροφίμων
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
- Σύνδεσμος Εταιριών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού

Ινστιτούτα - Εταιρίες:

- Εταιρία Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων
- Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Σωματείο Επιχειρηματικότητας Νέων
- Ινστιτούτο Πωλήσεων Ελλάδος

Πρωτοβουλίες και οργανώσεις που σχετίζονται με τη Βιώσιμη Ανάπτυξη:

- Global Reporting Initiative: από το 2008, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί εθελοντικά το πλαίσιο αρχών GRI για την αποτύπωση της οικονομικής, περιβαλλοντικής και κοινωνικής διάστασης των δραστηριοτήτων της
- Είναι μέλος του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας που έχει ως αποστολή την εφαρμογή των κανόνων δεοντολογίας στην εμπορική επικοινωνία, όπως αυτοί διατυπώνονται στον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης - Επικοινωνίας
- Από το 2009 είναι μέλος του Ινστιτούτου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το οποίο έχει ως αποστολή την περαιτέρω εδραίωση της ΕΚΕ στην Ελλάδα
- Από το 2009 συμμετέχει στο Corporate Responsibility Index Survey, το οποίο αποτελεί σημείο αναφοράς διεθνώς για τη συγκριτική αξιολόγηση επιχειρήσεων, ως προς τις επιδόσεις τους στην ΕΚΕ
- Είναι ιδρυτικό μέλος και μέτοχος της Ελληνικής Εταιρίας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης

Συνεργασίες - Συμμετοχή σε κοινές δράσεις

Από το 2008, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνεργάζεται με τη ΜΚΟ «Νηφάλιο - Στην υγεία μας», στο πλαίσιο της δέσμευσης για την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ. Η ΜΚΟ ιδρύθηκε το 2005 και δραστηριοποιείται με στόχο την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης σε θέματα κατάχρησης, αλλά και την παροχή στήριξης σε αλκοολικά άτομα και στις οικογένειές τους.

Από το 2008 έχει ξεκινήσει η συνεργασία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS, μια Περιβαλλοντική Οργάνωση μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, η οποία παρεμβαίνει και συνεργάζεται με τους κοινωνικούς εταίρους για την προώθηση βιώσιμων πρακτικών και πολιτικών.

Από το 2011: Συνεργασία με την Οικολογική Εταιρία Ανακύκλωσης, η οποία ήταν επιστημονικός σύμβουλος στη δράση Amstel Eco House που διοργάνωσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία το Νοέμβριο του 2011, στο πλαίσιο του προγράμματος περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης Amstel Eco.

Συμμετοχή στην ομάδα εργασίας του ΣΕΒ για την εκπόνηση του «Μοντέλου Αυτοαξιολόγησης: η σημασία του καταναλωτή για την επιχείρηση. Στόχος είναι η ανάπτυξη και η εφαρμογή πρακτικών που αξιοποιούν το βαθμό ικανοποίησης του καταναλωτή ως εργαλείο ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

Συμμετοχή στο Εργαστήριο Διαβούλευσης του ΣΕΒ για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Επιχειρηματικότητα χωρίς Εμπόδια». Πρόκειται για μια δράση η οποία, σε συνεργασία με τα συναρμόδια υπουργεία, επιχειρεί να συμβάλει στη διάδοση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, με στόχο την ενίσχυση της διαφάνειας αλλά και της εξοικονόμησης πόρων.

Υποστήριξη της έρευνας «Ελλάς 2020: Η προσέλκυση των ξένων επενδύσεων στην ελληνική οικονομία – οι απόψεις των ξένων επενδυτών». Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστήριξε τη διεξαγωγή της έρευνας από κοινού με άλλες επιχειρήσεις – μέλη του Ελληνο-Ολλανδικού Συνδέσμου. Φορέας υλοποίησης ήταν η εταιρία Boston Consulting Group, ενώ τα αποτελέσματα παρουσιάστηκαν σε δημόσια εκδήλωση τον Οκτώβριο του 2011.

ΑΝΘΡΩΠΟΙ

Οι ΑΝΘΡΩΠΟΙ μας, η δύναμή μας



Σε κάθε βήμα που κάνουμε, κινητήριος
δύναμη είναι οι άνθρωποί μας!





Ίσες Ευκαιρίες:

Αξιοποιούμε τα talέντα μέσα σε ένα δίκαιο εργασιακό περιβάλλον

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία γνωρίζουμε πολύ καλά, ότι ο ανθρώπινος παράγοντας επιδρά καθοριστικά στην επίτευξη των στόχων μας. Πίσω από κάθε μας επιτυχία, υπάρχει η προσπάθεια ανθρώπων, που δουλεύουν καθημερινά με αφοσίωση και αγάπη γι' αυτό που κάνουν.

Σε όλα τα τμήματα και τις υπηρεσίες μας, θα βρει κανείς ικανά και καταρτισμένα στελέχη από διάφορους επαγγελματικούς κλάδους και γνωστικά πεδία, έμπειρους τεχνίτες, αλλά και νέους ανθρώπους με φιλοδοξίες για δυναμική σταδιοδρομία. Όλοι μοιράζονται τον ίδιο υψηλό επαγγελματισμό και το ίδιο πάθος για τη δουλειά τους.

Στόχος μας είναι να αξιοποιούμε το ταλέντο αυτών των ανθρώπων, με συστήματα και διαδικασίες για την υποστήριξη και την επιβράβευση των προσπαθειών τους.

Εφαρμόζουμε μια ολοκληρωμένη πολιτική διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού, με σκοπό:

- Να παρέχουμε ικανοποίηση, κίνητρα και ευκαιρίες ανάπτυξης στα στελέχη μας
- Να προσελκύουμε ικανούς και ταλαντούχους ανθρώπους από την αγορά

Θέλουμε να διασφαλίσουμε για τους ανθρώπους μας ένα περιβάλλον, στο οποίο όλοι γνωρίζουν με σαφήνεια τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους. Όλοι έχουν ίσες ευκαιρίες να βελτιώσουν τις γνώσεις και την απόδοσή τους, να ικανοποιήσουν τις προσωπικές τους φιλοδοξίες και ταυτόχρονα να συμβάλουν στους στόχους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού εργάζεται καθημερινά για να εφαρμόσει αυτές τις αρχές στην πράξη, σε θέματα προσλήψεων, επικοινωνίας, εξέλιξης καριέρας, αμοιβών και παροχών, συνεχούς εκπαίδευσης και ανάπτυξης.

Αξιολογεί και βελτιώνει διαρκώς τις μεθόδους διοίκησης του προσωπικού, φρονίζοντας να συνδέει τους στρατηγικούς στόχους της εταιρίας με την αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων της.

Το 2010 τέθηκε σε εφαρμογή το Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού (HRMS) που βοηθά στην αποτελεσματικότερη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και στην υιοθέτηση ενός δυναμικού και ευέλικτου συστήματος εσωτερικής επικοινωνίας.

Το αποτέλεσμα αυτής της συστηματικής προσπάθειας είναι να πετυχαίνουμε συνεχώς υψηλότερα επίπεδα αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας, αλλά και μεγαλύτερη ικανοποίηση των ανθρώπων μας.

Επίσης, επενδύουμε στη διατήρηση και στη διαρκή ενίσχυση της εργασιακής μας κουλτούρας, η οποία αποτυπώνει το χαρακτήρα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και την προσωπικότητα των προϊόντων μας: μια κουλτούρα χαράς, αμεσότητας, υπερηφάνειας γι' αυτό που είμαστε και αγάπης γι' αυτό που παράγουμε.

Είμαστε υπερήφανοι γιατί, παρά τις δύσκολες συνθήκες που έχει διαμορφώσει η παγκόσμια και εθνική οικονομική κρίση, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατάφερε να αναδειχθεί για δύο συνεχόμενα έτη ως η εταιρία με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα, στο πλαίσιο του διαγωνισμού Best Workplaces.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία βρέθηκε στην κορυφή της ετήσιας κατάταξης το 2010 και το 2011. Το 2011, κατέκτησε επίσης το ειδικό βραβείο «Συστηματικής και Αποτελεσματικής Επικοινωνίας», για την ενημέρωση των εργαζομένων της για τα νέα και τις δράσεις της εταιρίας.

Επίσης, το 2012 κατέλαβε την 4η θέση στη λίστα Best Workplaces Europe, ενώ ήταν υποψήφια για το ειδικό βραβείο «Inspiring Pride» το οποίο απονέμεται σε εταιρίες οι οποίες εμπνέουν υπερηφάνεια στους εργαζομένους τους.

Επίσης, στο ετήσιο συνέδριο της KPMG, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία βραβεύθηκε για τις πρακτικές της στην Εκπαίδευση & Ανάπτυξη των ανθρώπων της για το 2011.

**Καλύτερο
Εργασιακό
Περιβάλλον
Ελλάδα**
στην
2010 και 2011

ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΙΣΘΟΥ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΜΕΣΟ ΟΡΟ*

	2010	2011
ΑΝΔΡΕΣ	98,9%	98,7%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	109,4%	113,2%

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΝΑ ΦΥΛΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ 2010*

ΑΝΔΡΕΣ	84,8%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	15,2%

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΑΝΑ ΦΥΛΟ*

	2010	2011
ΑΝΔΡΕΣ	89,94%	91,14%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	10,06%	8,86%

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΝΑ ΦΥΛΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ 2011*

ΑΝΔΡΕΣ	85,07%
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	14,93%

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2010*

	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	632	53,97%
ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ	113	9,65%
Τ.Ε.Ι.	142	12,13%
ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	220	18,79%
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ	64	5,47%
ΣΥΝΟΛΟ	1171	100%

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2011*

	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	566	51,83%
ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ	108	9,89%
Τ.Ε.Ι.	138	12,64%
ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	213	19,51%
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ	67	6,14%
ΣΥΝΟΛΟ	1092	100%

* Οι παραπάνω πίνακες έχουν ως βάση υπολογισμού το συνολικό απασχοληθέν προσωπικό κατά τα έτη 2010 και 2011 αντίστοιχα



ΜΕΣΗ ΗΛΙΚΙΑ ΣΥΝΟΛΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 2010 *

ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
<25	1,79%
25-29	11,53%
30-34	12,38%
35-39	8,97%
40-44	7,52%
45-49	14,86%
50-54	21,69%
>55	21,26%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%

ΜΕΣΗ ΗΛΙΚΙΑ ΣΥΝΟΛΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 2011 *

ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
<25	1,83%
25-29	11,00%
30-34	14,12%
35-39	9,17%
40-44	9,35%
45-49	13,66%
50-54	23,10%
>55	17,78%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%

* Οι παραπάνω πίνακες έχουν ως βάση υπολογισμού το συνολικό απασχοληθέν προσωπικό κατά τα έτη 2010 και 2011 αντίστοιχα



Ο ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ, ΤΟ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ*:

Μ.Ο. απασχολούμενου προσωπικού 2010	1122		
ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ 2010		ΕΠΙ ΤΟΥ Μ.Ο. ΤΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 2010	

ΦΥΛΟ

Άνδρας	9	69.23%	0.80%
Γυναίκα	4	30.77%	0.36%
Σύνολο	13	100%	1.16%

ΗΛΙΚΙΑ

<25	0	0.0%	0.00%
25-29	6	46.2%	0.53%
30-34	4	30.8%	0.36%
35-39	1	7.7%	0.09%
40-44	1	7.7%	0.09%
45-49	0	0.0%	0.00%
50-54	0	0.0%	0.00%
>55	1	7.7%	0.09%
Σύνολο	13	100.0%	1.16%

ΠΕΡΙΟΧΗ

ΑΘΗΝΑ	8	61.5%	0.71%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	1	7.7%	0.09%
ΠΑΤΡΑ	4	30.8%	0.36%
ΛΑΜΙΑ	0	0.0%	0.00%
Σύνολο	13	100.0%	1.16%

Μ.Ο. απασχολούμενου προσωπικού 2011	1044		
ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ 2011		ΕΠΙ ΤΟΥ Μ.Ο. ΤΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 2011	

ΦΥΛΟ

Άνδρας	2	50.00%	0.20%
Γυναίκα	2	50.00%	0.20%
Σύνολο	4	100.00%	0.40%

ΗΛΙΚΙΑ

<25	0	0.00%	0.00%
25-29	1	25.00%	0.10%
30-34	2	50.00%	0.20%
35-39	1	25.00%	0.10%
40-44	0	0.00%	0.00%
45-49	0	0.00%	0.00%
50-54	0	0.00%	0.00%
>55	0	0.00%	0.00%
Σύνολο	4	100.00%	0.40%

ΠΕΡΙΟΧΗ

ΑΘΗΝΑ	2	50.00%	0.20%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	0	0.00%	0.00%
ΠΑΤΡΑ	2	50.00%	0.20%
ΛΑΜΙΑ	0	0.00%	0.00%
Σύνολο	4	100.00%	0.40%

*Με βάση τις οικειοθελείς αποχωρήσεις.



Συνδέοντας τις προσλήψεις με το Όραμα της Εταιρίας



Πολιτική ίσων ευκαιριών

Η ισότητα μεταξύ των δύο φύλων είναι μέρος της πολιτικής της εταιρίας μας, αφού στοχεύεται η προσέλκυση γυναικών σε ποσοστό τουλάχιστον 40%. Αντίστοιχα, υποστηρίζεται η διαφορετικότητα με την εξασφάλιση ίσης μεταχείρισης και επιλογής βάσει αντικειμενικών κριτηρίων, ατόμων που ανήκουν σε μειονότητες, θρησκευτικές, φυλετικές ή άτομα με ειδικές ανάγκες.

Σε καμία περίπτωση δεν υφίσταται διαχωρισμός σε σχέση με το φύλο ή άλλα κριτήρια που δεν σχετίζονται με την απόδοση, στην αντιμετώπιση των εργαζομένων. Αντίθετα, δίνονται ίσες ευκαιρίες και δυνατότητες εξέλιξης σε όσους το επιθυμούν, το προσπαθούν και το αξίζουν, ώστε να απολαύσουν επιτυχίες και να κατακτήσουν υψηλές θέσεις.

Υποστηρίζουμε την επαγγελματική ανάπτυξη των γυναικών εργαζομένων παρέχοντας ίσες ευκαιρίες σε θέματα αμοιβής και προαγωγής, ενώ διασφαλίζουμε ότι η αξιολόγηση γίνεται αποκλειστικά και μόνο με τη χρήση αντικειμενικών κριτηρίων απόδοσης.

Φροντίζουμε να μην υπάρχει οποιαδήποτε μισθολογική ή άλλη διάκριση μεταξύ ανδρών και γυναικών, εφόσον κάτι τέτοιο θα ήταν αντίθετο με τη φιλοσοφία και τις δεσμεύσεις μας.

Για την περίοδο αναφοράς, δεν έχει καταγραφεί στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία κανένα περιστατικό διάκρισης ή παραβίασης ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Επιλογή προσωπικού

Δίνουμε ίσες ευκαιρίες και στηρίζουμε τους εργαζομένους μας, ώστε να πραγματοποιήσουν τις επαγγελματικές τους φιλοδοξίες και να κατακτήσουν υψηλές θέσεις στην εταιρία.

Βασικές προϋποθέσεις, η προσωπικότητά τους, οι αξίες και οι αρχές τους να συνάδουν με το όραμα, την κουλτούρα και τη φιλοσοφία Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Κατά τη διαδικασία προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού, φροντίζουμε ώστε το προφίλ του υποψηφίου να ταιριάζει απόλυτα με τις απαιτήσεις της προτεινόμενης θέσης εργασίας.

Η αξιολόγησή μας καλύπτει τόσο τις γνώσεις και τις δεξιότητες των υποψηφίων, όσο και την ικανότητά τους να μοιραστούν το όραμα και τις εταιρικές μας αξίες.

Για το σκοπό αυτό, αξιοποιούμε δομημένες συνεντεύξεις και εξειδικευμένα εργαλεία. Παράλληλα εκπαιδεύουμε τους ανθρώπους μας που εμπλέκονται στην επιλογή νέων υποψηφίων, ώστε να διασφαλίζεται η αντικειμενικότητα, η συνέπεια και η διαφάνεια σε όλα τα στάδια της διαδικασίας.

Από το 2009 έχουμε καθιερώσει μια νέα πολιτική προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού, αλλά και μια νέα διαδικασία για το «καλωσόρισμα» κάθε νέου συναδέλφου, ώστε να ενταχθεί ταχύτερα και ομαλά στην εταιρία.

Σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές όπου λειτουργούν μονάδες παραγωγής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η συντριπτική πλειοψηφία (κατά προσέγγιση 99%) του ανθρώπινου δυναμικού προέρχεται από τις ευρύτερες τοπικές κοινωνίες. Με την πρακτική αυτή στηρίζουμε την απασχόληση και συμβάλλουμε στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων των τοπικών πληθυσμών.

Ο θετικός ρόλος της αξιολόγησης

Πιστεύουμε ότι η αξιολόγηση βοηθά τους ανθρώπους μας να εξελιχθούν αξιολογικά μέσα στην εταιρία. Γι' αυτό το σκοπό, καθιερώσαμε τη Διαδικασία Αξιολόγησης της Απόδοσης.

Δημιουργώντας ένα προσωπικό πλάνο ανάπτυξης κάθε εργαζόμενο, αξιολογούμε την επίδοσή του και ορίζουμε τους στόχους της επόμενης χρονιάς. Το Management Review είναι η επίσημη διαδικασία που έχει αναπτύξει ο Όμιλος Heineken, με στόχο τη συστηματική αξιολόγηση και αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού. Μέσω αυτής:

- Αποτυπώνεται και αξιολογείται σε διάφορα στάδια η δεξαμενή ταλέντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- Αξιολογείται η ανάπτυξη και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού, δημιουργούνται και εξετάζονται τα Προσωπικά Πλάνα Ανάπτυξης (Personal Development Plans)
- Χαράσσεται η στρατηγική του επόμενου έτους για τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Προσφέρουμε ειδική εκπαίδευση στα στελέχη μας που είναι υπεύθυνα για τη Διαχείριση της Απόδοσης μέσω των προγραμμάτων «Performance Management» και «Performance Development». Την ίδια διαδικασία ετήσιας αξιολόγησης ακολουθεί και το προσωπικό της εταιρίας, όπως επόπτες, εργοδηγοί και βοηθοί προϊστάμενων. Για το υπόλοιπο προσωπικό, σχεδιάστηκαν και πραγματοποιήθηκαν το 2010 και το 2011 αντίστοιχα προγράμματα «Προσωπικής Ανάπτυξης». Σήμερα, το 20% περίπου του ανθρώπινου δυναμικού λαμβάνει τακτικές εκθέσεις σχετικά με την επίδοσή του και την εξέλιξη της σταδιοδρομίας του. Στόχος μας είναι το 2013 να λαμβάνει αντίστοιχες εκθέσεις το σύνολο του μόνιμου προσωπικού της εταιρίας.

Ανάπτυξη και Εκπαίδευση: επενδύουμε στην ατομική εξέλιξη των εργαζομένων μας

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, παρέχουμε σε όλους την ευκαιρία να προχωρήσουν και να διακριθούν!

Επενδύουμε στην ανάπτυξη και εκπαίδευση των εργαζομένων μας, με συστηματικά προγράμματα επιμόρφωσης και ενδυνάμωσης των δεξιοτήτων τους.

Για κάθε εργαζόμενο, επιδιώκουμε να διαμορφώνουμε ένα εξατομικευμένο πλάνο εκπαίδευσης, ανάλογα με το αντικείμενο και τις ανάγκες της θέσης του.

Δίνουμε στους ανθρώπους μας την ευκαιρία να εμπλουτίσουν την εμπειρία τους, δουλεύοντας σε άλλες εταιρίες του Ομίλου Heineken, να παρακολουθούν ομαδικά εκπαιδευτικά προγράμματα σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και να αποκτούν τεχνικές δεξιότητες.

Επίσης, διοργανώνουμε για όλους τους εργαζομένους προγράμματα εκπαίδευσης σε θέματα περιβάλλοντος, υγείας και ασφάλειας στους χώρους εργασίας (Ατυχήματα – Συμβάντα: Πρόληψη – Διορθωτικές Ενέργειες, Α' Βοήθειες, Μέσα Ατομικής Προστασίας, Ασφαλής Οδήγηση Περονοφόρων, Πυρασφάλεια – Πυρόσβεση, Ασφάλεια για Νεοεισερχόμενους, Εκκένωση Κτιρίων, Ασφαλής χρήση χημικών, Ασφαλής Χρήση Ατμού, κ.α.)

Πρόγραμμα κάλυψης κόστους εκπαίδευσης

Πέραν των προγραμμάτων που υλοποιούμε εσωτερικά, παρέχουμε κίνητρα και υποστήριξη σε όσους θέλουν να συνεχίσουν την εκπαίδευσή τους, παράλληλα με τη δουλειά τους στην εταιρία. Επίσης, παρέχουμε ειδικά δάνεια και ημέρες άδειας για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Τομείς προγραμμάτων εκπαίδευσης

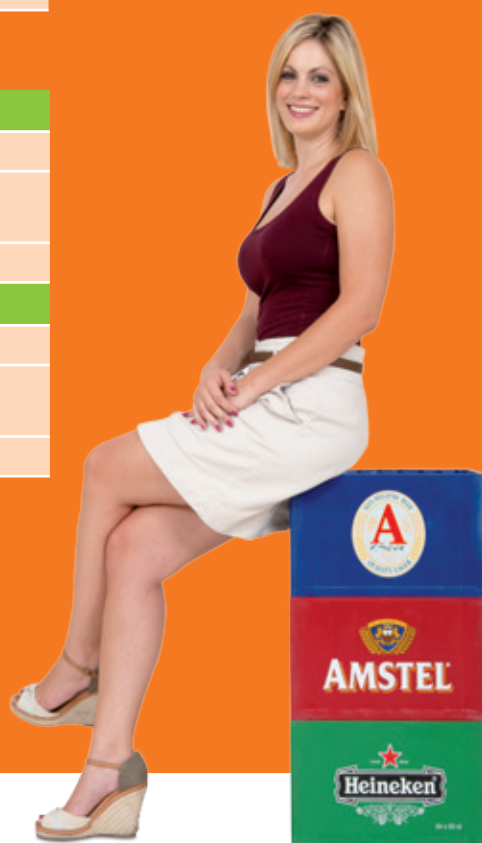
Communication Events
Balancing Personal & Professional Life
Performance Management & Performance Development
Innovation & Creativity
Train the Trainer
On Thin Ice
Induction
Love Beer
Foreign Languages
Computer Skills
Business Skills (e-learning)
Managing Myself (e-learning)
Managing Others (e-learning)
Managerial Skills (e-learning)
Project Management
Negotiation Skills
Coaching Skills
First Line Manager
Customer Service
Competency Development
Personal Development Plan
Category Management
Channel Activation
TPM Methodology
Food Safety
Health & Safety
Security Systems

2010

Τρίμηνο	1ο Τρ.	2ο Τρ.	3ο Τρ.	4ο Τρ.
Αριθμός Ημερών Εκπαίδευσης	1622	646	389	992
Αριθμός Συμμετεχόντων	661	392	273	394

2011

Τρίμηνο	1ο Τρ.	2ο Τρ.	3ο Τρ.	4ο Τρ.
Αριθμός Ημερών Εκπαίδευσης	1008	748	242	917
Αριθμός Συμμετεχόντων	591	453	326	514



Ισορροπία οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής

Θέλουμε οι εργαζόμενοι μας να έχουν μια ισορροπημένη ζωή, όπου συνυπάρχουν αρμονικά η εργασία, η οικογένεια και ο ελεύθερος χρόνος.

Πιστεύουμε ότι κάθε εργαζόμενος μπορεί να είναι περισσότερο αποδοτικός, όταν αισθάνεται ήρεμος όχι μόνο εντός, αλλά και εκτός της δουλειάς του.

Γι' αυτό προσπαθούμε να «αγκαλιάσουμε» τις οικογένειες των εργαζομένων μας, δείχνοντας έμπρακτα το ενδιαφέρον μας για τις ανάγκες τους. Οι πρωτοβουλίες και οι δράσεις μας περιλαμβάνουν:

- Παιδικές κατασκηνώσεις
- Βραβεύσεις αριστούχων μαθητών
- Ανακοινώσεις στο εταιρικό μας περιοδικό για τις γεννήσεις και τα επιτεύγματα μελών των οικογενειών των εργαζομένων
- Αποστολή του newsletter στα σπίτια των εργαζομένων και των συνταξιούχων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας
- Διοργάνωση οικογενειακών εκδρομών ανά τμήμα
- Συμμετοχή οικογένειας στον ετήσιο χορό της εταιρίας και κληρώσεις για οικογενειακή συμμετοχή σε εκδηλώσεις που χορηγεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία (συναυλίες, θέατρο, σινεμά, ποδόσφαιρο κτλ)

Αναγνώριση: αναγνωρίζουμε την προσπάθεια, επαινούμε το αποτέλεσμα

Οι εργαζόμενοι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία βρίσκονται πίσω από την υπεύθυνη και επιτυχημένη πορεία μας στην ελληνική αγορά.

Φροντίζουμε, γι' αυτό, να αναγνωρίζουμε τις προσπάθειές τους. Αναδεικνύουμε την προσφορά τους και επιβραβεύουμε τη δέσμευσή τους στις αξίες, τις αρχές και το όραμα της εταιρίας μας.

Ανταμείβοντας την αφοσίωση των ανθρώπων μας, ενισχύουμε τους δεσμούς τους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Θέλουμε να νοιώθουν μέλη της ίδιας μεγάλης οικογένειας, όπου όλοι μαζί και ο καθένας ξεχωριστά, δημιουργούν καθημερινά με τις ικανότητες, με το κέφι, με το ήθος και τη διαφορετικότητά τους!

Είμαστε από τις πρώτες εταιρίες στην Ελλάδα που προσφέρουμε στους εργαζομένους μας κοινωνικά προγράμματα ομαδικών παροχών. Έτσι, πέρα από τις σταθερές αμοιβές, εφαρμόζουμε ένα σύστημα πολλαπλών παροχών, το οποίο ενδεικτικά περιλαμβάνει:

Για τους μόνιμους εργαζομένους:

- Συνταξιοδοτικό πρόγραμμα
- Προγράμματα νοσοκομειακής και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και ασφάλειας ζωής

Για το σύνολο των εργαζομένων:

- Προγράμματα ασφάλειας ζωής
- Διαδικασία επιβράβευσης
- Ειδικό χώρο εστίασης
- Προγράμματα για τα παιδιά των εργαζομένων (φύλαξη, παιδικές κατασκηνώσεις, σχολικά αριστεία κ.α.)
- Πρόσθετες ημέρες άδειας σε περιπτώσεις ασθένειας, λοχειάς, εγκυμοσύνης
- Επιδόματα μετεγκατάστασης και πολυειδικότητας σε συγκεκριμένες κατηγορίες εργαζομένων (για όλους όσοι ανήκουν στις συγκεκριμένες ειδικότητες)

Η ασφάλιση που παρέχουμε για ιατρική/νοσοκομειακή περίθαλψη, για ατύχημα και συνταξιοδοτικό πρόγραμμα καλύπτει το 100% του προσωπικού μας ήδη από τη μονιμοποίησή του. Δεν προϋποθέτει καμία συμμετοχή των εργαζομένων, αφού όλα τα έξοδα καλύπτονται εξ ολοκλήρου από την ίδια την εταιρία.

Με τη συμπλήρωση 15 ετών στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι εργαζόμενοι επιβραβεύονται με 1,5 μισθό για κάθε δεκαετία εργασίας στην εταιρία, ενώ αντίστοιχη επιβράβευση υπάρχει για κάθε επόμενη πενταετία, έως και τα 35 έτη.

Τα talέντα κατακτούν τον κόσμο

Οι άνθρωποί μας διακρίνονται στο διεθνές περιβάλλον!

Η αξιόπιστη, συστηματοποιημένη διαδικασία «Management Review», εκτός από το να βοηθά τα στελέχη μας να αξιοποιήσουν το talέντο τους, τους προσφέρει τη δυνατότητα να αναζητήσουν ευκαιρίες διεθνούς σταδιοδρομίας και επαγγελματικής ανέλιξης σε άλλες χώρες. Στη διαδικασία συμμετέχουν όλοι οι διευθυντές για την αντικειμενική αξιολόγηση, τη διαφάνεια και την ίση μεταχείριση όλων των εργαζομένων.

Εφαρμόζουμε επίσης:

- Πρόγραμμα 360° Development Tool – αξιολόγηση της απόδοσης συναδέλφων, μέσω της λειτουργίας μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας 360°
- Οδηγό Ανάπτυξης και Performance Development Workshop – εξατομικευμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης και ανάπτυξης για όλα τα στελέχη της εταιρίας (160 περίπου εργαζόμενοι)

> Προγράμματα Αναγνώρισης

Το 2010 υλοποιήσαμε – πρώτοι από όλες τις εταιρίες του ομίλου της Heineken – δύο Προγράμματα Αναγνώρισης τα οποία βραβεύτηκαν διεθνώς στα HR Star Awards του Ομίλου: Το Πρόγραμμα Αναγνώρισης για την Καινοτομία και το Πρόγραμμα Αναγνώρισης για τη Συμπεριφορά. Η αποδοχή και των δύο αυτών προγραμμάτων από τους εργαζομένους ήταν πολύ μεγάλη, αφού αφορμή για τον σχεδιασμό τους ήταν το αίτημα των ίδιων για περισσότερη αναγνώριση, όπως αυτό αποτυπώθηκε στην Έρευνα Εργαζομένων το 2009.

Το Πρόγραμμα Αναγνώρισης για την Καινοτομία δίνει την ευκαιρία σε κάθε εργαζόμενο να προτείνει υλοποιήσιμες προσωπικές ιδέες, που θεωρεί πως μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση των λειτουργιών και διαδικασιών της εταιρίας, πως αποτελούν καινούργιες μεθόδους ή ανατρεπτικές προσεγγίσεις.

Το Πρόγραμμα Αναγνώρισης για τη Συμπεριφορά έχει στόχο να αναδείξει συμπεριφορές που ξεχωρίζουν στον εργασιακό χώρο, με έμφαση στην ομαδικότητα, στην αποτελεσματική εργασία και στην εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Δημιουργήθηκε ώστε να αναδεικνύονται και να διακρίνονται οι συμπεριφορές που πραγματικά ξεχωρίζουν στον εργασιακό χώρο για το Πάθος για τα Αποτελέσματα, το Πάθος για την Ομάδα και το Πάθος για τον Καταναλωτή!

- Εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Προσωπικής Ανάπτυξης I & II» για όλο το μόνιμο προσωπικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εκτός των στελεχών
- Για το 2012 σχεδιάζεται να διεξαχθεί εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Προσωπικής Βελτίωσης και Ανάπτυξης» για όλο το προσωπικό
- Εκπαίδευση μέσω e-learning με προγράμματα που διαρκούν από 3 μήνες έως ένα χρόνο και στοχεύουν στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των εργαζομένων μας σε όλους τους τομείς (Business Skills, Managing Myself, Managing Others, Managerial Skills), για το 2010. Το 2011 εντάχθηκαν στα προγράμματα νέες θεματικές ενότητες (Customer Focus Essentials, Strategy Essentials), ενώ διπλασιάστηκε ο αριθμός των συμμετεχόντων εργαζομένων

Πολιτικές παροχών και επιδομάτων

Δίνουμε πριμ παραγωγικότητας και bonus στους εργαζομένους μας, για τη συνεισφορά τους στη βελτίωση της παραγωγικής και εμπορικής απόδοσης της εταιρίας.

Το πριμ παραγωγικότητας δίνεται σε όλους τους εργαζομένους εκτός των στελεχών, με βάση τη μεταβολή του δείκτη παραγωγικότητας σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το ετήσιο bonus σχετίζεται με τη συνολική απόδοση της εταιρίας βάσει των εταιρικών στόχων και δίδεται σε όλους τους εργαζομένους. Επίσης, υπάρχει και το προσωπικό bonus που βασίζεται στους προσωπικούς στόχους και αφορά μόνο τα στελέχη της εταιρίας.

Σωματεία εργαζομένων

Ενθαρρύνουμε τη συμμετοχή των εργαζομένων μας σε σωματεία.

Το 95% περίπου του συνόλου των εργαζομένων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ανήκει σε εργατικά σωματεία. Συνολικά στην εταιρία δραστηριοποιούνται:

- Τέσσερα Σωματεία Εργαζομένων (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα) καθώς και Σωματείο Οδηγών - Βοηθών στην Αθήνα
- Ένα Συμβούλιο Εργαζομένων (Αθήνα)
- Επιτροπές Υγείας και Ασφάλειας ανά εργοστάσιο, στις οποίες συμμετέχει το συμβούλιο εργαζομένων, ο εκπρόσωπος του Σωματείου, ο ιατρός εργασίας, ο τεχνικός ασφάλειας και η εκπρόσωπος της Διεύθυνσης Προσωπικού

Επίσης, ένας εκπρόσωπος των τριών Σωματείων συμμετέχει στα European Works Councils (Ευρωπαϊκά Εργασιακά Συμβούλια) της Heineken International, τουλάχιστον 4 φορές το χρόνο. Αντικείμενο των Εργασιακών Συμβουλίων είναι η ενημέρωση για τη στρατηγική του Ομίλου, για την πορεία άλλων θυγατρικών εταιριών, καθώς και η ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων με εκπροσώπους εργαζομένων από άλλες χώρες.

Στόχος μας στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι να βρισκόμαστε σε συνεχή συνεργασία με τους αντιπροσώπους των εργαζομένων και να προσπαθούμε μαζί, όχι μόνο για την επίλυση προβλημάτων, αλλά και για την καλλιέργεια ενός κλίματος συνεργασίας και αμοιβαίας κατανόησης.

Επιδιώκουμε τη συμμετοχή των σωματείων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και στη διαμόρφωση της ετήσιας στρατηγικής της εταιρίας μας.

Ζητούμε και λαμβάνουμε υπόψη τη γνώμη των τοπικών σωματείων ανά εργοστάσιο για τον τρόπο λειτουργίας της μονάδας, τα προβλήματα που υπάρχουν, τις συνθήκες υγείας και ασφάλειας στους χώρους εργασίας.

Επίσης, σε τακτική βάση πραγματοποιούμε συναντήσεις της διοίκησης με τους εκπροσώπους των εργαζομένων για την αντιμετώπιση τρεχόντων ή εκτάκτων θεμάτων.

Ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας διατηρούμε και με τα κατά τόπους κλαδικά όργανα των εργαζομένων.

Σε διαρκή ανοιχτό διάλογο

Η ανοιχτή και ειλικρινής επικοινωνία μεταξύ της εταιρίας και των εργαζομένων, μας βοηθά να διασφαλίσουμε ένα κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης.

Γι' αυτό έχουμε αναπτύξει μια σειρά από κανάλια και μέσα εσωτερικής επικοινωνίας:

- **Ανοιχτός Διάλογος:** Η ιδέα του «Ανοιχτού Διαλόγου» γεννήθηκε με αφορμή την ανάγκη των εργαζομένων για περαιτέρω συστηματική και τακτική επικοινωνία, όπως αυτή εκφράστηκε στην Έρευνα Κλίματος του 2010. Έτσι, το 2011 δημιουργήσαμε ένα νέο κανάλι αμφίδρομης επικοινωνίας, όπου οι εργαζόμενοι, χωρισμένοι σε ομάδες ενημερώνονται έγκυρα για τις προτεραιότητες της εταιρίας, τυχόν αλλαγές ή άλλες αποφάσεις της διοίκησης, μοιράζονται τις ιδέες και απόψεις τους και θέτουν τα ερωτήματά τους, λαμβάνοντας έγκυρες απαντήσεις από τη Διοίκηση



**Επικοινωνούμε
ειλικρινά
και τακτικά σε όλα
τα επίπεδα.”**

- Newsletter: Το εταιρικό περιοδικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ενημερώνει για τις δράσεις και τις πρωτοβουλίες της εταιρίας σε όλους τους τομείς. Εκδίδεται τρεις φορές το χρόνο με τη συμμετοχή όλων των τμημάτων και αποστέλλεται ταχυδρομικώς στα σπίτια των εργαζομένων και των συνταξιούχων της εταιρίας
- HeiPORT-Intranet: Η επίσημη διαδικτυακή πύλη της Heineken για την εσωτερική επικοινωνία όλων των εργαζομένων του Ομίλου, με νέα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αλλά και της Heineken διεθνώς
- 1464: Η τηλεφωνική γραμμή επικοινωνίας μας για οποιοδήποτε θέμα σχετικά με την εταιρία, την αγορά ή την τοποθέτηση των προϊόντων μας
- Εταιρικό e-mail και Πίνακες Ανακοινώσεων: Με αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων στις εταιρικές ηλεκτρονικές διευθύνσεις και αντίστοιχη ανάρτηση σε πίνακες ανακοινώσεων, ενημερώνουμε τους εργαζομένους για τις οργανωτικές αλλαγές που γίνονται στα εργοστάσια της Ελλάδας, για τις προωθητικές ενέργειες της εταιρίας, τους διαγωνισμούς μας και άλλα

Μας ενδιαφέρει η άποψή σας- έρευνα εργασιακού κλίματος

Όλοι μαζί, φτιάχνουμε ένα εργασιακό περιβάλλον που μας βοηθά να δίνουμε τον καλύτερο εαυτό μας.

Η έρευνα εργασιακού κλίματος (Climate Survey) του Ομίλου Heineken πραγματοποιείται κάθε δύο χρόνια και συμμετέχουν εθελοντικά όλοι οι εργαζόμενοι στον Όμιλο. Στόχος της είναι να ενδυναμώσει το θετικό κλίμα που επικρατεί στην εργασία και να αναδείξει τα στοιχεία που συνθέτουν το επιχειρηματικό προφίλ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Για το λόγο αυτό δεν περιορίζεται στην καταγραφή αποτελεσμάτων, αλλά συνδέεται με ένα ενεργό πλάνο υλοποίησης των ιδεών που προκύπτουν από τους ίδιους τους εργαζομένους. Έτσι, όλοι οι άνθρωποί μας ενημερώνονται για τα αποτελέσματα της έρευνας και συμμετέχουν στη διαμόρφωση των πλάνων δράσης.

Άξονες υλοποίησης:

- Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων: η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού διοργανώνει συναντήσεις με όλους τους εργαζομένους, ανά Διεύθυνση, τμήμα και εργοστάσιο. Κατά τη διάρκεια των συναντήσεων γίνεται απεικόνιση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνας & ανταλλαγή απόψεων
- Επεξεργασία αποτελεσμάτων από τους εργαζομένους: όλες οι Διευθύνσεις αναλύουν τα επιμέρους αποτελέσματα σε σχέση με τις συγκεκριμένες ανάγκες τους και προτείνουν βελτιωτικές ενέργειες
- Πλάνα δράσης: δημιουργούνται πλάνα δράσης σε εταιρικό επίπεδο (όπου η εταιρία δίνει λύσεις και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των εργαζομένων) και σε τμηματικό (όπου την πρωτοβουλία αναλαμβάνουν οι εργαζόμενοι των τμημάτων, δουλεύοντας ομαδικά)

Οι δύο τελευταίες έρευνες εργασιακού κλίματος (Climate Survey) πραγματοποιήθηκαν τον Μάρτιο του 2009 και τον Νοέμβριο του 2010. Η επόμενη προγραμματίζεται να διεξαχθεί τον Οκτώβριο του 2012.

Έρευνα Εργασιακού Κλίματος 2010

Για το 2010, η έρευνα περιελάμβανε θέματα όπως: Κατεύθυνση και Ευθυγράμμιση, Διοικητική Ομάδα, ο Προϊστάμενός μου, Η Εργασία μου, Συνεργασία και Ομαδικότητα, Καινοτομία, Πελατειακή Προσέγγιση, Αναγνώριση, Προσωπική Εξέλιξη, Στάση απέναντι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία και Δέσμευση.

Για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του 2010, πραγματοποιήθηκαν από τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού συνολικά πάνω από 30 συναντήσεις με εργαζομένους ανά Διεύθυνση, Τμήμα και Εργοστάσιο.

«Climate Navigation»

Μετά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας εργασιακού κλίματος του 2010, η ανάπτυξη πλάνων δράσης σε επίπεδο επιμέρους ομάδων συστηματοποιήθηκε μέσω της διαμόρφωσης και υιοθέτησης της διαδικασίας «Climate Navigation» η οποία βοηθά τους εργαζομένους να μεταφράσουν τα αποτελέσματα του τμήματός τους σε καινοτόμα αλλά εφικτά πλάνα δράσης τα οποία στη συνέχεια οι ίδιοι θα εφαρμόσουν στην πράξη.



Αποτελέσματα Έρευνας Εργασιακού Κλίματος 2010

“
Πρώτα
η ασφάλεια!”

Dimensions	Favorable	Neutral	Unforable	hnkn	Trend
Κατεύθυνση και Ευθυγράμμιση	83	13	4	+3	+2
Διοικητική Ομάδα	70	21	8	+13	+6
Ο Προϊστάμενός μου	72	17	11	+5	+5
Η Εργασία μου	78	16	7	+16	+14
Συνεργασία και Ομαδικότητα	73	21	7	+14	+6
Καινοτομία	66	26	7	+4	+8
Πελατειακή Προσέγγιση	78	17	5	+17	+6
Αναγνώριση	48	26	26	-2	+8
Προσωπική Εξέλιξη	59	27	14	+7	+10
Στάση απέναντι στην ΟρCo	91	8	1	+25	+6
Engagement	85	12	3	n/a	n/a
Specific questions	76	17	7	n/a	n/a

Questions	#	Favorable	Neutral	Unforable	Norm	hnkn	2009
1. Νιώθω υπερήφανος/η που εργάζομαι για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία	710	93	6	1	+15	+9	+3
2. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιδεικνύει πραγματικό ενδιαφέρον για τους εργαζομένους της	706	85	13	2	+30	+35	+11
3. Εάν είχες την ευκαιρία, πόσα χρόνια θα ήθελες να εργάζεσαι για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία;	676	95	3	1	+33	+26	+2
4. Συνολικά, είμαι πολύ ικανοποιημένος που εργάζομαι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία	708	91	8	1	+23	+25	+7

Οι επικεφαλής ομάδων εκπαιδεύτηκαν στη δομημένη και ταυτόχρονα δημιουργική νέα μας διαδικασία, ώστε να συντονίσουν στη συνέχεια τις ομάδες τους, να εμβαθύνουν στις διάφορες περιοχές προς βελτίωση και να αναπτύξουν καινοτόμες προτάσεις που θα συμβάλουν στη βελτίωση του εργασιακού κλίματος για το τμήμα τους και για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνολικά.

Υπερήφανα μέλη μιας μεγάλης οικογένειας

Τα αποτελέσματα αποτυπώνουν τον υψηλό βαθμό ικανοποίησης των εργαζομένων, την υπερηφάνεια που αισθάνονται για την εταιρία, αλλά και το γεγονός ότι αντιμετωπίζουν την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως μέλος της οικογένειάς τους.

Συγκεκριμένα, το 93% των εργαζομένων απάντησαν ότι νιώθουν υπερηφάνεια που εργάζονται στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 ήταν 90%. Το 91% των ερωτηθέντων δηλώνουν ικανοποιημένοι που εργάζονται στην εταιρία, ενώ το 95% των εργαζομένων απάντησαν ότι θα ήθελαν να εργάζονται στην Αθηναϊκή

Ζυθοποιία μέχρι τη συνταξιοδότησή τους. Η έρευνα έδειξε επίσης ότι οι εργαζόμενοι γνωρίζουν και πιστεύουν ότι η εταιρία ενδιαφέρεται πραγματικά για τους ίδιους και για τις οικογένειές τους.

Οι απαντήσεις επιβεβαιώνουν την αξία της επένδυσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στον άνθρωπο. Αποτελούν το ισχυρότερο έναυσμα, ώστε να συνεχίσουμε να ακούμε, να συζητάμε ανοιχτά και να ανταποκρινόμαστε στις προσδοκίες των εργαζομένων μας.

10ήμερο ενημέρωσης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: συμμετέχουμε όλοι!

Το 2011, εγκαινιάσαμε μία νέα πρωτοβουλία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των ανθρώπων της εταιρίας μας: το 10ήμερο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η πρωτοβουλία είχε ως στόχο την περαιτέρω ενημέρωση για τη συστηματική προσπάθεια που καταβάλλει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ώστε να λειτουργεί ως υπεύθυνος εταιρικός πολίτης, αλλά και το πώς ο καθένας από τους εργαζομένους μας μπορεί να συμβάλει στην επιτυχία.

Μέσα σε δέκα ημέρες οι άνθρωποί μας είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν καλύτερα τα προγράμματα και τις δράσεις που αναλαμβάνει η εταιρία για το περιβάλλον, την κοινωνία και τον άνθρωπο. Κάθε ημέρα είχε το δικό της «θέμα» αλλά όλες μαζί στο τέλος σχημάτισαν τη συνολική εικόνα, τόσο για τις πρωτοβουλίες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, όσο και για τη σημασία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γενικότερα.

Στο πλαίσιο του 10ημέρου ενημέρωσης, αξιοποιήθηκαν μέσα επικοινωνίας όπως:

- Εσωτερικά κανάλια επικοινωνίας: Αξιοποιήθηκαν τα κύρια εσωτερικά κανάλια επικοινωνίας, e-mails, intranet, μέσα από τα οποία οι εργαζόμενοι είχαν την ευκαιρία να μάθουν λεπτομέρειες για τις προτεραιότητες της εταιρικής στρατηγικής για την Εταιρική Ευθύνη καθώς και για συγκεκριμένες δράσεις ή προγράμματα που υλοποιεί η εταιρία
- Ενημερωτικό ηλεκτρονικό σεμινάριο: Οι Διευθυντές και Προϊστάμενοι παρακολούθησαν ενημερωτικό ηλεκτρονικό σεμινάριο για τις βασικές αρχές της ΕΚΕ που προετοιμάστηκε ειδικά για το σκοπό αυτό, στο τέλος του οποίου είχαν τη δυνατότητα να καταθέσουν και τις δικές τους απόψεις για τις μελλοντικές δράσεις
- Έντυπο «Πράσινες Συμβουλές για όλους»: Διανεμήθηκε σε όλους τους εργαζόμενους ώστε ο καθένας να μπορεί να βρει μεταξύ άλλων ορισμούς για μία σειρά από περιβαλλοντικούς όρους καθώς και πρακτικές συμβουλές για οικολογία και οικονομία όχι μόνο στο σπίτι, αλλά και στο γραφείο
- Έρευνα ΕΚΕ στους εργαζομένους: Με στόχο την αξιολόγηση των ενεργειών εταιρικής ευθύνης που υλοποιούνται, δόθηκε η ευκαιρία σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα εργαζομένων να εκφράσει τη γνώμη του και να καταθέσει τις προτάσεις και ιδέες του
- Έμφαση στο ότι «Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον»: Εκτός από τις εσωτερικές ανακοινώσεις με την περιγραφή των δράσεων, ενισχύθηκε η σηματοποίηση των εσωτερικών χώρων και των τεσσάρων εργοστασίων που διαθέτει η εταιρία στην Ελλάδα, με αφίσες, banners και πρωτότυπα sous-plats με πληροφορίες στα εστιατόρια, ενώ ένας από τους εξωτερικούς τοίχους του εργοστασίου της Αθήνας φιλοξενεί πλέον το λογότυπο του Προγράμματος

Φροντίζουμε την υγεία και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία θέλουμε να εργαζόμαστε σε ένα ασφαλές περιβάλλον, με όλες τις προδιαγραφές για την αποφυγή ατυχημάτων και την προστασία της υγείας μας.

- Φροντίζουμε ώστε οι εγκαταστάσεις μας να πληρούν τους απαραίτητους κανόνες ασφαλείας για τη λειτουργία των μονάδων μας
- Εκπαιδεύουμε το προσωπικό μας σε θέματα υγείας και ασφάλειας στους χώρους εργασίας, καθώς και σε θέματα προσωπικής υγιεινής. Η εκπαίδευση αφορά τους εργαζομένους τόσο στις παραγωγικές μονάδες όσο και στα κτίρια της διοίκησης
- Κάθε παραγωγική μας μονάδα είναι εξοπλισμένη με ιατρείο, που λειτουργεί ως σταθμός πρώτων βοηθειών κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας, υπό την ευθύνη του ιατρού εργασίας. Επίσης, υπάρχουν και μόνιμα φαρμακεία τοίχου αναρτημένα σε επιλεγμένα σημεία στους χώρους εργασίας. Εφοδιάζουμε το προσωπικό μας με όλα τα απαραίτητα μέσα ατομικής προστασίας, που επιβάλλεται να χρησιμοποιούνται σε συγκεκριμένα τμήματα (χώρος εμφιάλωσης, μηχανοστάσια, χώροι όπου γίνεται χρήση ειδικών καθαριστικών προϊόντων)
- Όπως προβλέπει η νομοθεσία, κάθε ιδιόκτητο από την εταιρία μας όχημα διανομής των προϊόντων μας, έχει πλήρως εφοδιασμένο φορητό φαρμακείο
- Σε όλα τα εργοστάσια υπάρχουν εκπαιδευμένες ομάδες πυρασφάλειας, καθώς και πυροσβεστικά οχήματα
- Σε όλες τις μονάδες παραγωγής διατίθεται ειδικό ενημερωτικό φυλλάδιο Υγιεινής και Ασφάλειας, καθώς και έντυπο για τους επισκέπτες, με τίτλο «Οδηγίες και Υποχρεώσεις για Επισκέπτες». Επίσης, στους χώρους αναμονής των εργοστασίων προβάλλεται ειδικό βίντεο με θέμα την ασφάλεια. Το εταιρικό newsletter της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας «Στην Υγεία μας» περιλαμβάνει σε τακτική βάση θέματα και αφιερώματα που αφορούν το θέμα της ασφάλειας και της πρόληψης ατυχημάτων στο χώρο εργασίας
- Έχει υιοθετηθεί σε όλες τις μονάδες παραγωγής η εφαρμογή LOTO (Lock Out, Tag Out) η οποία ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο ατυχήματος κατά τις εργασίες συντήρησης των μηχανημάτων

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ



10ήμερο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
1-9 Δεκεμβρίου 2011



- Όλοι οι εργολάβοι που εργάζονται εντός των εγκαταστάσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λαμβάνουν ειδικό Εγχειρίδιο Υγιεινής, Ασφάλειας και Προστασίας Περιβάλλοντος. Η τήρηση των κανόνων και των προδιαγραφών που περιλαμβάνονται στο Εγχειρίδιο είναι υποχρεωτική

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει πιστοποιηθεί από την Lloyd's Register Quality Assurance Limited για το σύστημα Υγείας και Ασφάλειας OHSAS 18001:2007. Επίσης εφαρμόζουμε και στον τομέα αυτό τη μεθοδολογία TPM, η οποία προβλέπει τη δημιουργία ομάδων για τη διερεύνηση ατυχημάτων. Αποστολή των ομάδων είναι να προτείνουν διορθωτικά και προληπτικά μέτρα, με σκοπό την εξουδετέρωση των κινδύνων και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας.

Επιπλέον, διοργανώνονται σύντομες ενημερώσεις του προσωπικού, ορίζονται ειδικοί για θέματα υγείας και ασφάλειας ανά τμήμα και επιβραβεύονται οι εργαζόμενοι, οι οποίοι συνεισφέρουν αποφασιστικά με καινοτόμες ιδέες.

Πρωταρχικός μας στόχος, είναι να έχουμε μηδενικό αριθμό ατυχημάτων και ημερών απουσίας από την εργασία λόγω ατυχήματος. Κατά τη διετία 2010 – 2011 δεν σημειώθηκε κανένα θανατηφόρο ατύχημα στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Με στόχο την αξιολόγηση των επιδόσεών μας, όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας, έχουμε αναπτύξει Βασικούς Δείκτες Αποδοτικότητας (KPIs), οι οποίοι υπερβαίνουν τις σχετικές ρυθμιστικές απαιτήσεις. Οι δείκτες αυτοί περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα «Παράγουμε Ένα Καλύτερο Μέλλον» και αποτελούν στόχους απόδοσης για το αρμόδιο μέλος της Διοικητικής Ομάδας.

Η πολιτική μας για την υγεία και ασφάλεια του προσωπικού αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ενιαίας πολιτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, όπως αυτή εκφράζεται στην «Πολιτική για την Ποιότητα, το Περιβάλλον και την Υγεία και Ασφάλεια». Μπορείτε να τη διαβάσετε αναλυτικά στην εταιρική μας ιστοσελίδα (www.athenianbrewery.gr/viosimianaptixi).

> Επίσημες επιτροπές υγείας και ασφάλειας

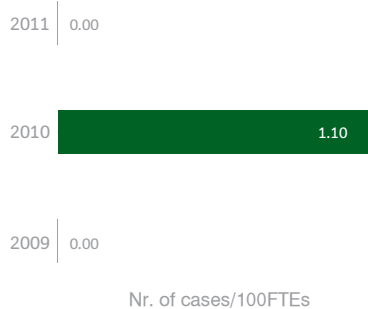
Στο πλαίσιο των επίσημων συμφωνιών με τα εργατικά συνδικάτα, καλύπτονται θέματα υγείας και ασφάλειας, όπως η χορήγηση και χρήση μέσων ατομικής προστασίας (ΜΑΠ), η εκπαίδευση των εργαζομένων, η ύπαρξη ιατρού εργασίας και τεχνικού ασφαλείας, η διάθεση νοσηλευτικού προσωπικού σε ημέρες και ώρες που απαιτούνται επιπλέον εργασίες, η ύπαρξη ασθενοφόρου, η κάλυψη εξόδων μισθοδοσίας σε εργατικά ατυχήματα, πέραν όσων προβλέπει ο νόμος, τσεκ απ για όλους τους μόνιμους εργαζομένους κ.α.

Επίσης, προβλέπεται η λειτουργία εκλεγμένων επιτροπών υγείας και ασφάλειας ανά εγκατάσταση. Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία λειτουργούν εκλεγμένες επιτροπές στα εργοστάσια της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και της Πάτρας, ενώ η μονάδα παραγωγής της Λαμίας εκπροσωπείται από την επιτροπή υγείας και ασφάλειας του εργοστασίου της Αθήνας.

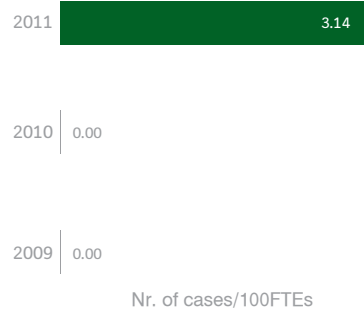
Οι επιτροπές αυτές οι οποίες εκπροσωπούν το 100% του εργατικού δυναμικού, συμβάλλουν στον έλεγχο και παρέχουν συμβουλές σχετικά με τα προγράμματα υγείας. Όπως προβλέπεται από το νόμο, η συνεργασία με τις επιτροπές γίνεται σε μηνιαία βάση (και ανά τρίμηνο με τη Διεύθυνση Προσωπικού και τον Διευθυντή Εργοστασίου) διευρυμένη με τον ιατρό και τον τεχνικό ασφαλείας. Επίσης εκπρόσωποι των σωματείων καλούνται να συμμετέχουν στον πυλώνα υγείας και ασφάλειας του TPM.

Δείκτες ασφάλειας

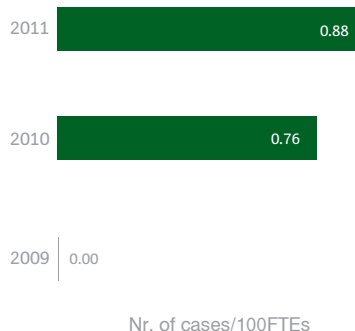
Εργοστάσιο Αθήνας (Συχνότητα Ατυχημάτων)



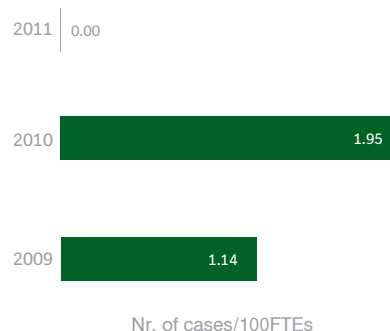
Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Συχνότητα Ατυχημάτων)



Εργοστάσιο Θεσσαλονίκης (Συχνότητα Ατυχημάτων)



Εργοστάσιο Πατρών (Συχνότητα Ατυχημάτων)



Προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης σε θέματα υγείας και ασφάλειας

Ατυχήματα – Συμβάντα: Πρόληψη – Διορθωτικές Ενέργειες	Ασφαλής Χρήση Χημικών
Χρήση Μέσων Ατομικής Προστασίας	Ασφάλεια κατά το CIP
Παροχή Α' Βοηθειών	Ασφάλεια στο Μικροβιολογικό Εργαστήριο
Διαχείριση Έκτακτων Αναγκών	Άσκηση Πυρόσβεσης
Εκκένωση Κτιρίου	Safety Days
Ασφαλής Οδήγηση Περονοφόρων	Safety Briefings
Ασφάλεια για Νεοεισερχόμενους	Εκπαίδευση «Safety Experts»
Ασφάλεια Εξωτερικών Συνεργείων	Εκπαίδευση στη μεθοδολογία TPM για ζητήματα ασφάλειας
Ασφαλής Χρήση Ατμού	

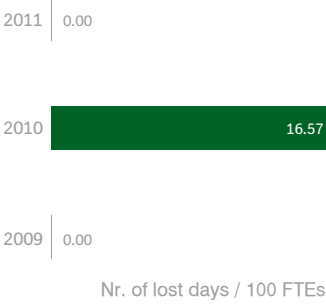
> Η ασφάλεια είναι θέμα όλων μας

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζουμε υψηλές προδιαγραφές και προηγμένα συστήματα ασφάλειας. Ωστόσο, πιστεύουμε ότι ο ανθρώπινος παράγοντας είναι εξίσου σημαντικός, με στόχο την πρόληψη πιθανών ατυχημάτων. Γι' αυτό, στο πλαίσιο της εφαρμογής TPM, έχουμε υιοθετήσει μια νέα φιλοσοφία. Πέρα από την ανάλυση του κινδύνου σε επίπεδο εγκατάστασης, εφαρμόζουμε την ανάλυση των εργασιακών συνθηκών σε επίπεδο θέσης εργασίας. Στόχος είναι η ανάδειξη εργασιακών κινδύνων, οι οποίοι μπορεί να προέρχονται τόσο από ατελείς εγκαταστάσεις, όσο και από ατελείς διαδικασίες, ή από ατελή εφαρμογή των διαδικασιών.

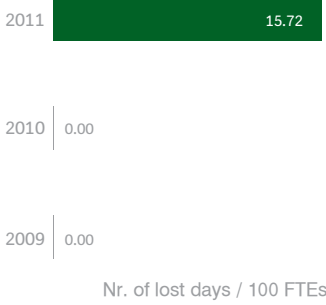
Το 2011 ξεκίνησε ειδική εκστρατεία ενημέρωσης για την ασφάλεια, σε όλες τις παραγωγικές μονάδες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Με κεντρικό μήνυμα «Πρώτα η Ασφάλεια», η εκστρατεία περιλάμβανε αφίσες, έντυπο υλικό και ενημερωτικές συναντήσεις. Η καμπάνια στόχευε στην ενημέρωση και στην ευαισθητοποίηση των εργαζομένων, ώστε να φροντίζουν για την πιστή τήρηση των κανόνων ασφαλείας, αλλά και να αναφέρουν τους πιθανούς κινδύνους οι οποίοι υποπίπτουν στην αντίληψή τους. Όλες οι σχετικές παρατηρήσεις καταγράφονται και αξιολογούνται, προκειμένου να γίνουν οι απαραίτητες βελτιώσεις όπου χρειάζεται.

Επίσης, συμμετέχουμε στο Σύστημα Έγκαιρης Προειδοποίησης του Ομίλου Heineken, μέσω του οποίου συγκεντρώνονται οι αναφορές συμβάντων από όλες τις μονάδες, ώστε να ληφθούν τα κατάλληλα προληπτικά μέτρα. Η ίδια διαδικασία ισχύει και στην περίπτωση προειδοποίησης για πιθανούς κινδύνους.

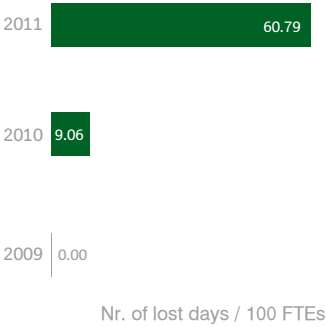
Εργοστάσιο Αθήνας (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



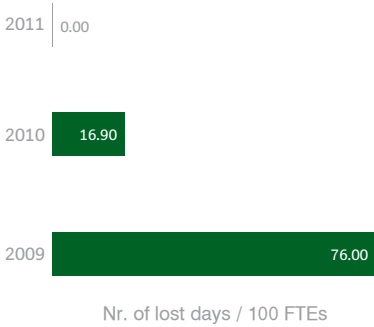
Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



Εργοστάσιο Θεσσαλονίκης (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



Εργοστάσιο Πατρών (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



Είμαστε σε διαρκή δράση για ένα καλύτερο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ



Η πολιτική μας για περιβαλλοντικά υπεύνηλη λειτουργία

Είμαστε μια εταιρία που αντλεί από τη γη την πρώτη ύλη για τα προϊόντα της. Έχουμε πολλούς λόγους να νοιώθουμε υπεύθυνοι για το περιβάλλον και να φροντίζουμε για την προστασία του.

Η περιβαλλοντική υπευθυνότητα αποτελεί βασικό κοινωνικό αίτημα, το οποίο προκύπτει σαφώς και από το διάλογο με τους συμμετόχους μας. Είναι ταυτόχρονα μια σημαντική αναγκαιότητα σε παγκόσμιο επίπεδο, στο πλαίσιο της προσπάθειας για την προστασία του πλανήτη.

Γι' αυτό και στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχουμε υιοθετήσει τη μέριμνα για το περιβάλλον ως κύριο στρατηγικό πυλώνα σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Έχουμε δεσμευθεί να μειώνουμε τις επιπτώσεις της λειτουργίας μας στο περιβάλλον και να χρησιμοποιούμε με προσοχή τους φυσικούς πόρους. Αυτή η δέσμευση γίνεται πράξη, μέσα από συγκεκριμένες πολιτικές και δράσεις που ενσωματώνονται σε κάθε πτυχή της λειτουργίας μας:

- Επενδύουμε σε σύγχρονες, φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες και εφαρμόζουμε τις καλύτερες διαθέσιμες πρακτικές, σε θέματα εξοικονόμησης ενέργειας, ανακύκλωσης κτλ
- Εφαρμόζουμε ένα ολοκληρωμένο σύστημα ελέγχου περιβαλλοντικών επιπτώσεων
- Φροντίζουμε για την κατάλληλη διαχείριση των αποβλήτων που παράγονται από τη λειτουργία μας

Με στόχο να βελτιώνουμε διαρκώς τις περιβαλλοντικές μας επιδόσεις, εφαρμόζουμε τη μεθοδολογία TPM (Total Productive Management). Έχουμε δημιουργήσει εσωτερικά ομάδες οι οποίες παρακολουθούν την πορεία των περιβαλλοντικών δεικτών και προτείνουν διορθωτικές ή προληπτικές ενέργειες. Έτσι, έχουμε τη δυνατότητα να λαμβάνουμε έγκαιρα μέτρα, αλλά και να εξασφαλίζουμε τη δέσμευση των εργαζομένων μας.

Η περιβαλλοντική υπευθυνότητα αποτελεί κομμάτι της κουλτούρας και της καθημερινότητας όλων μας στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Είναι για μας σημαντικό, η δέσμευσή μας απέναντι στο περιβάλλον να διαχέεται στο σύνολο των ανθρώπων μας. Γι' αυτό διοργανώνουμε ειδικά προγράμματα εκπαίδευσης και ενθαρρύνουμε τους εργαζομένους μας να συνεισφέρουν στην προσπάθεια, επιβραβεύοντας τις καινοτόμες ιδέες τους.

Παράλληλα, ζητούμε από όλους τους συνεργάτες μας να σέβονται και να τηρούν τους κανόνες μας για το περιβάλλον. Επίσης, μέσω ειδικής συμφωνίας, οι συνεργαζόμενοι διακινητές προϊόντων και υλικών, δεσμεύονται να τηρούν συγκεκριμένους κανόνες για τη χρήση οχημάτων, καθώς και τις οδηγίες για οικολογική οδήγηση (eco driving).

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2008 ως σήμερα δεν έχει επιβληθεί στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία κανένα πρόστιμο ή μη χρηματική κύρωση, για μη συμμόρφωση προς την περιβαλλοντική νομοθεσία και τους κανονισμούς.

Όμως, η δέσμευσή μας απέναντι στο περιβάλλον δεν περιορίζεται στην υπεύνηλη λειτουργία της εταιρίας μας. Αναλαμβάνουμε επιπλέον μια σειρά από πρωτοβουλίες, με σκοπό να αναδείξουμε το μήνυμα της βιώσιμης ανάπτυξης και να προσελκύσουμε όσο το δυνατόν περισσότερους συμμάχους, στην προσπάθεια για ένα καλύτερο περιβάλλον.

Κύριος στόχος μας για το επόμενο διάστημα είναι να μειώσουμε τη θερμική και ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνουμε, προκειμένου να περιορίσουμε τις εκπομπές CO₂ από τη λειτουργία των εργοστασίων μας και να συμβάλουμε στην αντιμετώπιση του φαινομένου του θερμοκηπίου.

**15,1 εκατ.
ευρώ**

για εκσυγχρονισμό εξοπλισμού

**7,4 εκατ.
ευρώ**

για πράσινα ψυγεία

**15,1 εκατ.
ευρώ**

για επιστρεφόμενα υλικά
συσκευασίας

Πράσινη λειτουργία εργοστασίων

Στην «καρδιά» της στρατηγικής μας για τη βιώσιμη ανάπτυξη βρίσκεται η δέσμευσή μας να παράγουμε τα προϊόντα μας με όσο το δυνατόν μικρότερη επίπτωση στο περιβάλλον.

Σχεδιάζουμε, επενδύουμε και εργαζόμαστε συστηματικά, για να κάνουμε τη λειτουργία των 4 εργοστασίων μας πιο φιλική προς το περιβάλλον.

Οι στόχοι μας επικεντρώνονται κυρίως στην εξοικονόμηση ενέργειας και στη μείωση των ατμοσφαιρικών ρύπων, στην υπεύθυνη χρήση των φυσικών πόρων και στη βέλτιστη διαχείριση των αποβλήτων.

Τα θετικά βήματα που έχουμε κάνει μέχρι σήμερα, αναγνωρίστηκαν με την πιστοποίηση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από την Lloyd's Register Quality Assurance Limited για το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001:2004.

Διαχείριση ενέργειας

Θέτουμε κάθε χρόνο συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους, προκειμένου να μειώσουμε την κατανάλωση της θερμικής και της ηλεκτρικής ενέργειας, αλλά και του νερού που χρησιμοποιούμε για την παραγωγή των προϊόντων μας. Επίσης, μετράμε την απόδοσή μας ως προς τη μείωση των ρύπων που εκπέμπονται από τα εργοστάσιά μας και επιδιώκουμε την καλύτερη δυνατή διαχείριση των αποβλήτων.

Κατά τη διετία 2010 – 2011 επενδύσαμε συνολικά 15,1 εκατ. ευρώ, για τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού των παραγωγικών μονάδων (8,2 εκατ. ευρώ το 2010 και 6,9 εκατ. ευρώ το 2011). Σε αυτές περιλαμβάνονται επενδύσεις που στοχεύουν στην αποτελεσματικότερη διαχείριση της ενέργειας στην παραγωγική διαδικασία. Μέσα από αυτές τις επενδύσεις είχαμε στόχο να επιτύχουμε τη μείωση των δεικτών ενεργειακής κατανάλωσης και κατ' επέκταση, λιγότερη επιβάρυνση στο περιβάλλον.

Για μας, η δέσμευση απέναντι στο περιβάλλον σημαίνει ότι δεν παύουμε ποτέ να αναζητούμε νέους τρόπους, για τη βελτίωση των επιδόσεών μας.

Σήμερα, εξετάζουμε εναλλακτικές δυνατότητες και τρόπους αναβάθμισης των ενεργειακών πηγών που χρησιμοποιούμε. Σήμερα, το 63% της ενέργειας που χρησιμοποιούμε προέρχεται από αέρια καύσιμα (LPG, φυσικό αέριο, προπάνιο) ενώ το 37% από υγρά (για κίνηση και θέρμανση). Στόχος μας είναι στο επόμενο διάστημα να διαμορφώσουμε συγκεκριμένο σχέδιο και προγραμματισμό για την ένταξη της ανανεώσιμης ενέργειας στη λειτουργία μας. Επίσης, μέσα από την αντικατάσταση μέρους των υγρών καυσίμων με αέρια ή με ηλεκτρισμό, στοχεύουμε στην περαιτέρω μείωση των εκπομπών CO₂.

> Θερμική ενέργεια κατά την παραγωγική διαδικασία

Σε πολλά στάδια της παραγωγικής μας διαδικασίας χρησιμοποιούμε θερμική ενέργεια. Η θερμική ενέργεια είναι υπό τη μορφή ατμού. Η παραγωγή του ατμού γίνεται από ατμολέβητες οι οποίες χρησιμοποιούν ως καύσιμο το φυσικό αέριο στα εργοστάσια της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, το μαζούτ στο εργοστάσιο της Πάτρας (το μαζούτ χρησιμοποιείται ευρέως στην περιοχή λόγω έλλειψης εγκαταστάσεων φυσικού αερίου στη Βιομηχανική Περιοχή της Πάτρας) και το υγραέριο στο εργοστάσιο της Λαμίας.

Τα καύσιμα δεν χρησιμοποιούνται μόνο για την παραγωγή θερμικής ενέργειας (ατμού) που είναι απαραίτητη για την παραγωγική διαδικασία, αλλά και για τη θέρμανση των χώρων στα εργοστάσια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και κυρίως για την κίνηση των περονοφόρων οχημάτων.

Στόχος μας, μέσα από τη μεθοδολογία Total Productive Management (TPM), είναι να συνεχίσουμε να μειώνουμε την κατανάλωση θερμικής ενέργειας στις παραγωγικές μας μονάδες στις διάφορες χρήσεις της.

Μείωση της κατανάλωσης θερμικής ενέργειας στην παραγωγική μας διαδικασία, σημαίνει μείωση στην κατανάλωση καυσίμων και άρα μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα (μετράται σε κιλά διοξειδίου του άνθρακα ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος).

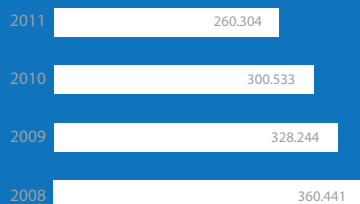
ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΕΙΚΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	ΜΟΝΑΔΑ ΣΧΕΤΙΚΗ ΜΕ ΤΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΝΑ ΕΚΑΤΟΛΙΤΡΟ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	kWh (Κιλοβατώρα)	kWh/hl
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΘΕΡΜΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	MJ (Μεγατζόουλ)	MJ/hl
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ	hl (εκατόλιτρο)	hl/hl
ΕΚΠΟΜΠΕΣ ΔΙΟΞΕΙΔΙΟΥ ΤΟΥ ΑΝΘΡΑΚΑ	Kg CO ₂ (κιλά διοξειδίου)	Kg CO ₂ /hl
ΜΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΑΠΟΒΛΗΤΑ	Kg (Κιλά)	

Η παραγωγή της μπίρας και νερού μετράται σε εκατόλιτρα (hl) = 100 λίτρα

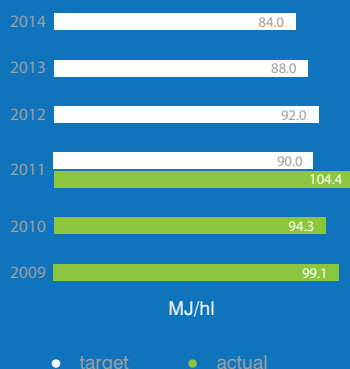
Διάγραμμα κατανάλωσης θερμικής ενέργειας 2008-2011 στο σύνολο των ζυθοποιείων και της μονάδας εμφιάλωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας,

Θερμική Ενέργεια (GJ)



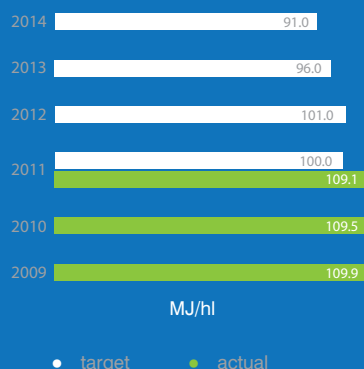
GJ	
2008	360.441
2009	328.244
2010	300.533
2011	260.304

Ζυθοποιείο Αθήνας (Θερμική Ενέργεια)



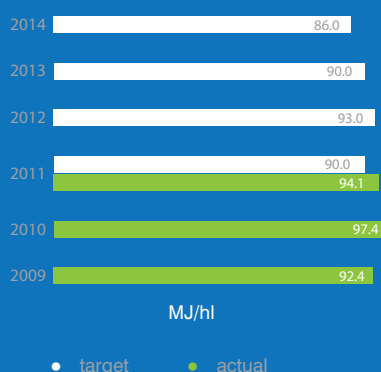
Το ζυθοποιείο της Αθήνας κατανάλωσε 99,1 MJ/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 104,4 MJ/hl. Είχε δηλαδή αύξηση 5,3 MJ/hl στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση θερμικής ενέργειας στα 88 MJ/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης (Θερμική Ενέργεια)



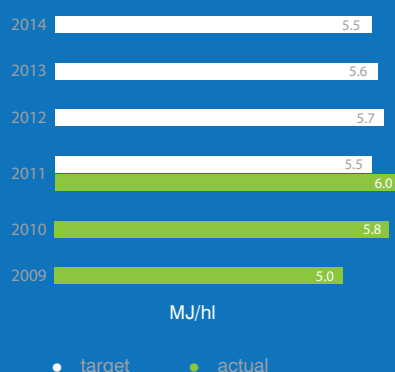
Το ζυθοποιείο της Θεσσαλονίκης κατανάλωσε 109,9 MJ/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 109,1 MJ/hl. Είχε δηλαδή 0,8 MJ/hl μείωση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση θερμικής ενέργειας στα 96 MJ/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Πατρών (Θερμική Ενέργεια)



Το ζυθοποιείο Πατρών κατανάλωσε 92,4 MJ/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 94,1 MJ/hl. Είχε δηλαδή 1,7 MJ/hl αύξηση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης θερμικής ενέργειας στα 90 MJ/hl το 2013.

Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Θερμική Ενέργεια)



Η Μονάδα Εμφιάλωσης νερού της Λαμίας κατανάλωσε 5 MJ/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 6 MJ/hl. Είχε δηλαδή 1 MJ/hl αύξηση στην κατανάλωσή της. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης θερμικής ενέργειας στα 5,6 MJ/hl το 2013.

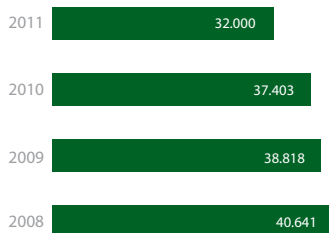
Ηλεκτρική ενέργεια στο σύνολο των ζυθοποιείων και της μονάδας εμφιάλωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας

Η ηλεκτρική ενέργεια που χρησιμοποιούμε στις παραγωγικές μονάδες και στα γραφεία της εταιρίας μας, προέρχεται από το δίκτυο της ΔΕΗ.

Την τετραετία 2008 - 2011 πετύχαμε να μειώσουμε την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας κατά 8.641 μεγαβατώρες (MWh). Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα, η κατανάλωση μειώθηκε από 40.641 MWh το 2008 σε 32.000 MWh το 2011. Με τον τρόπο αυτόν, κατά το συγκεκριμένο διάστημα, εξοικονομήθηκαν συνολικά 6.239 τόνοι CO₂ από τη ΔΕΗ.

Στόχος μας, μέσα από τη μεθοδολογία Total Productive Management (TPM), είναι να συνεχίσουμε να μειώνουμε την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας στις παραγωγικές μας μονάδες.

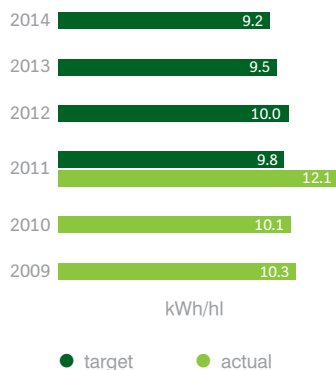
Ηλεκτρική Ενέργεια (2008 - 2011) (MWh)



Η αύξηση που παρατηρείται στην κατανάλωση θερμικής ενέργειας ανά εκατόλιτρο αποδίδεται κατά κύριο λόγο στη μείωση του όγκου παραγωγής από την αρχική πρόβλεψη. Η στοχοποίηση για το 2011 τέθηκε στην αρχή του 2010 βάσει προϋπολογισμού και όχι πραγματικού όγκου παραγωγής, ενώ οι στόχοι που είχαν αρχικά τεθεί παρέμειναν οι ίδιοι.”

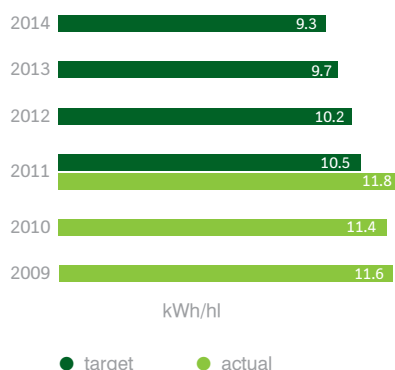


Ζυθοποιείο Αθήνας (Ηλεκτρική Ενέργεια)



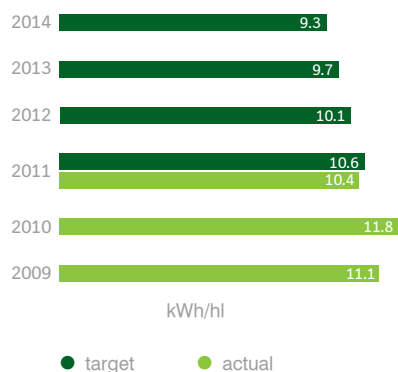
Το ζυθοποιείο της Αθήνας κατανάλωσε 10,3 kWh/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 12,1 kWh/hl. Είχε δηλαδή 1,8 kWh/hl αύξηση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας στα 9,5 kWh/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης (Ηλεκτρική Ενέργεια)



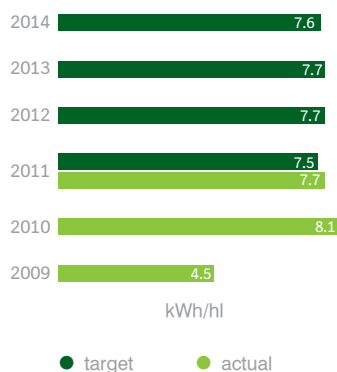
Το ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης κατανάλωσε 11,6 kWh/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 11,8 kWh/hl. Είχε δηλαδή 0,2 kWh/hl αύξηση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας στα 9,7 kWh/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Πατρών (Ηλεκτρική Ενέργεια)



Το ζυθοποιείο Πατρών κατανάλωσε 11,1 kWh/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 10,4 kWh/hl. Είχε δηλαδή 0,7 kWh/hl μείωση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας στα 9,7 kWh/hl το 2013.

Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Ηλεκτρική Ενέργεια)



Η Μονάδα Εμφιάλωσης νερού της Λαμίας κατανάλωσε 4,5 kWh/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 7,7 kWh/hl. Είχε δηλαδή 3,2 kWh/hl αύξηση στην κατανάλωσή της, η οποία οφείλεται στο γεγονός ότι στην ηλεκτρική κατανάλωση συμπεριλαμβάνεται έκτοτε και η ηλεκτρική κατανάλωση για την παραγωγή των pet reforms/μπουκαλιών. Στόχος είναι η διατήρηση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας στα 7,7 kWh/hl το 2013.

Η πολιτική μας για τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμμετέχουμε ενεργά στην προσπάθεια ενάντια στην κλιματική αλλαγή. Δέσμευσή μας είναι να μειώσουμε σταδιακά τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO₂), που παράγονται από τη λειτουργία των εργοστασίων μας.

Κατά τη διετία 2010 – 2011 κάναμε σταθερά βήματα για να περιορίσουμε το ανθρακικό μας αποτύπωμα, βελτιώνοντας τις επιδόσεις μας στο σύνολο των μονάδων παραγωγής μας σε Αθήνα, Πάτρα, Θεσσαλονίκη και Λαμία.

Ζυθοποιείο και μονάδα εμφιάλωσης νερού

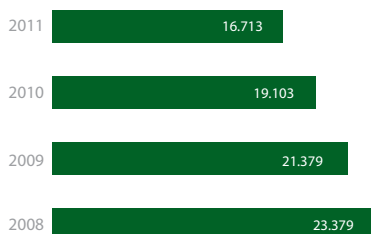
Άμεσες εκπομπές CO₂ (Kg CO₂/hl)



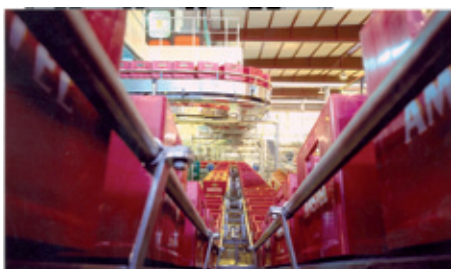
Η μονάδα μέτρησης διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα είναι κιλά ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος (kg CO₂/hl).

Ζυθοποιείο και μονάδα εμφιάλωσης νερού

Άμεσες εκπομπές CO₂ (Tn CO₂)



Τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο παραπάνω διάγραμμα αφορούν την παραγωγική διαδικασία χωρίς τη διαδικασία βυνοποίησης. Επίσης, δεν υπολογίζονται οι έμμεσες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, όπως του ηλεκτρισμού της ΔΕΗ, των μεταφορών του προσωπικού και του εμπορικού στόλου.



> Greener IT

Κάθε πρωτοβουλία μπορεί να κάνει τη διαφορά για ένα καλύτερο περιβάλλον! Αυτό ήταν το κίνητρο για τη Διεύθυνση Συστημάτων και Πληροφορικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που σχεδίασε τη λειτουργία ενός πιο «πράσινου» Data Center στην Αθήνα.

Εφαρμόζοντας σύγχρονες τεχνολογίες, αντικατέστησε 12 από τους κεντρικούς διακομιστές με 2. Το όφελος από αυτήν την πρωτοβουλία, όπως υπολογίζεται με βάση διεθνείς μελέτες και πρακτικές, είναι σημαντικό:

- Μείωση κατανάλωσης ενέργειας για λειτουργία και ψύξη κατά 75% (5,5 φορές χαμηλότερη)
- Μείωση των εκπομπών CO₂ κατά 40 τόνους το χρόνο, που ισοδυναμεί με τη μόνιμη απόσυρση 18 αυτοκινήτων ή με τη φύτευση 40 δέντρων

> Χειμερινή λειτουργία εργοστασίων

Σε μια δυσμενή συγκυρία για την αγορά, είναι αναγκαίο να κάνουμε τη λειτουργία των παραγωγικών μας μονάδων όσο το δυνατόν πιο ευέλικτη και αποτελεσματική. Η λεγόμενη «χαμηλή περίοδος» έχει σήμερα επεκταθεί σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια, κάτι που απαιτεί καλύτερο σχεδιασμό αλλά παράλληλα δημιουργεί και μια σειρά από ευκαιρίες.

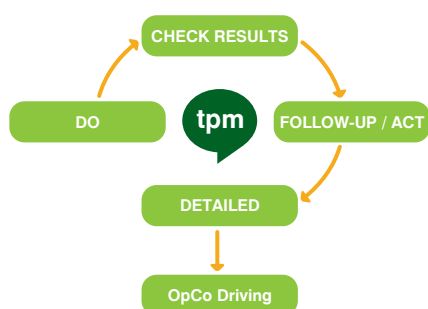
Συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια της χαμηλής περιόδου, έχουμε τη δυνατότητα να υλοποιήσουμε δράσεις που βελτιώνουν την αποτελεσματικότητά μας. Μπορούμε να βελτιώσουμε τις δεξιότητές μας και τις διαδικασίες που ακολουθούμε, με προγράμματα που δεν θα μπορούσαν να εφαρμοστούν κατά τη διάρκεια της «υψηλής περιόδου».

Ταυτόχρονα όμως, η μείωση του όγκου της παραγωγής μας επιδρά αρνητικά στους δείκτες ενεργειακής κατανάλωσης των παραγωγικών μας μονάδων. Γι' αυτό, με στόχο να περιορίσουμε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αποφασίσαμε να καθιερώσουμε μια νέα μέθοδο, που λέγεται «Χειμερινή Λειτουργία Εργοστασίων».

Με την εφαρμογή συγκεκριμένων οδηγιών και με το σχέδιο Plan, Do, Check, Act (PDCA), η μέθοδος μας επιτρέπει να σχεδιάζουμε με μακροπρόθεσμο ορίζοντα, να βελτιστοποιούμε το σύστημα βαρδίων και να καταγράφουμε δραστηριότητες που βοηθούν στην ανάπτυξη λεπτομερέστερων σχεδίων. Ταυτόχρονα, περιλαμβάνει μηχανισμούς για τον έλεγχο των αποτελεσμάτων και βήματα για την εφαρμογή καλών πρακτικών.

Τα αποτελέσματα της μεθόδου ήταν ιδιαίτερα θετικά: πετύχαμε τη μείωση της ενέργειας που καταναλώνεται στις παραγωγικές μας μονάδες και ταυτόχρονα την ενίσχυση σημαντικών δραστηριοτήτων όπως η συντήρηση εξοπλισμού και η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού.

Χειμερινή Λειτουργία Εργοστασίων (PDCA loop)



Διαχείριση νερού

Το νερό είναι η βασική πρώτη ύλη για την παρασκευή της μπίρας μας. Είναι όμως και ένας πολύτιμος φυσικός πόρος, τον οποίο μοιραζόμαστε με όλους τους κατοίκους αυτού του πλανήτη.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγνωρίζουμε ότι η υπεύθυνη διαχείριση του νερού είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή μας, αλλά και χρέος μας απέναντι στις επόμενες γενιές.

Γι' αυτό, έχουμε δεσμευθεί:

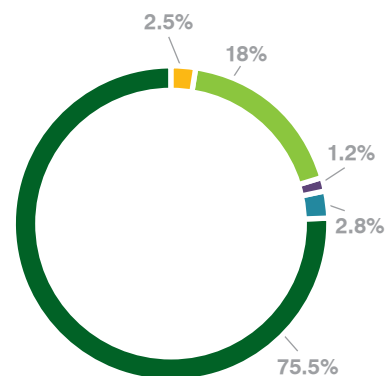
- Να χρησιμοποιούμε ορθολογικά το νερό, μειώνοντας τις ποσότητες που χρησιμοποιούμε κατά τη διαδικασία παραγωγής
- Να διασφαλίζουμε ότι το νερό που επιστρέφει στο οικοσύστημα μετά τη χρήση του στις εγκαταστάσεις μας είναι καθαρό
- Να μην εμποδίζουμε την πρόσβαση άλλων χρηστών σε καθαρό νερό

Το νερό που χρησιμοποιούμε στις εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προέρχεται από το δίκτυο της ΕΥΔΑΠ, της ΕΥΑΘ, της ΒΙΠΕ Πατρών και από πηγές υδροληψίας στη Λαμία.

Εφαρμόζοντας με συνέπεια τις δεσμεύσεις μας, αναλαμβάνουμε μια σειρά από πρωτοβουλίες, όπως:

- Η εφαρμογή συστήματος SCADA για την παρακολούθηση της κατανάλωσης νερού
- Κατάρτιση εβδομαδιαίας αναφοράς σχετικά με την κατανάλωση νερού
- WTP automation upgrade project

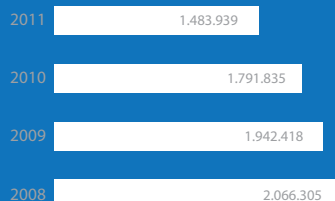
Ενδεικτική κατανομή κατανάλωσης νερού σε εργοστάσιο παραγωγής μπίρας, με βάση ειδική κατανάλωση της τάξεως των 5hl νερού /hl μπίρας



- Ατμός στην ατμόσφαιρα
- Αστικά λύματα από γραφεία κατευθείαν στην αποχέτευση
- Βιολογικός καθαρισμός για επεξεργασία
- Προϊόν
- Στα παραπροϊόντα για ζωοτροφές

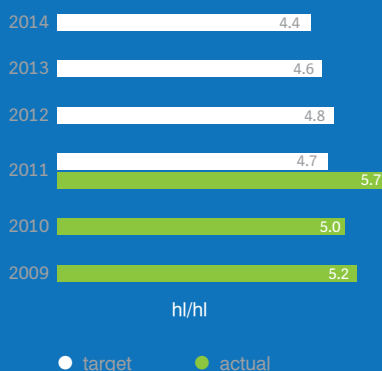
Διάγραμμα κατανάλωσης νερού 2008-2011 στο σύνολο των ζυθοποιείων και της μονάδας εμφιάλωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Νερό m³



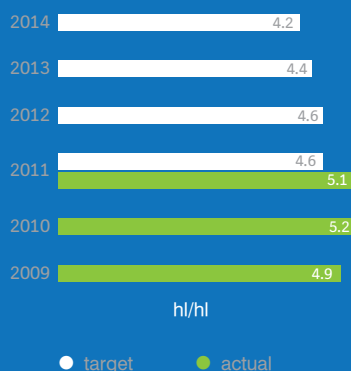
m ³	
2008	2.066.305
2009	1.942.418
2010	1.791.835
2011	1.483.939

Ζυθοποιείο Αθήνας (Νερό)



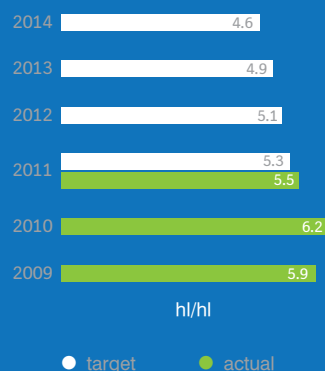
Το ζυθοποιείο της Αθήνας κατανάλωσε 5,2 hl/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 5,7 hl/hl. Είχε δηλαδή 0,5 hl/hl αύξηση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης νερού στα 4,6 hl/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης (Νερό)



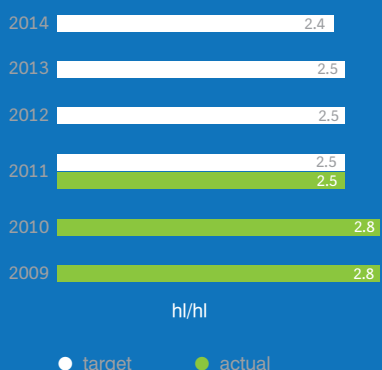
Το ζυθοποιείο της Θεσσαλονίκης κατανάλωσε 4,9 hl/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 5,1 hl/hl. Είχε δηλαδή 0,2 hl/hl αύξηση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης νερού στα 4,4 hl/hl το 2013.

Ζυθοποιείο Πατρών (Νερό)



Το ζυθοποιείο Πατρών κατανάλωσε 5,9 hl/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 5,5 hl/hl. Είχε δηλαδή 0,4 hl/hl μείωση στην κατανάλωσή του. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης νερού στα 4,9 hl/hl το 2013.

Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Νερό)



Η Μονάδα Εμφιάλωσης νερού της Λαμίας κατανάλωσε 2,8 hl/hl το 2009 και αντίστοιχα το 2011 κατανάλωσε 2,5 hl/hl. Είχε δηλαδή 0,3 hl/hl μείωση στην κατανάλωσή της. Στόχος είναι η μείωση της κατανάλωσης νερού στα 2,5 hl/hl το 2013.

Σημείωση 1: Στα διαγράμματα καταναλώσεων θερμικής ενέργειας, ηλεκτρικής ενέργειας και νερού, συμπεριλαμβάνονται οι ακόλουθες καταναλώσεις στους υπολογισμούς:

- Η κατανάλωση που απαιτείται για την παραγωγή γλεύκους, μπίρας (ζυθοποιείο και συσκευαστήριο) για την Αθήνα, Πάτρα, Θεσσαλονίκη ή το νερό για τη Λαμία
- Η κατανάλωση για τις έμμεσες υπηρεσίες, όπως τα κυλικεία, γραφεία και συνεργεία
- Η κατανάλωση (standby) γεννητριών και η κατανάλωση μη παραγωγικών μονάδων «πελατών», όπως επί τόπου εμπορικά γραφεία, αποθήκες κτλ

Σημείωση 2: Οι στόχοι των διαγραμμάτων καταναλώσεων θερμικής ενέργειας, ηλεκτρικής ενέργειας και νερού είναι δυναμικοί και επηρεάζονται από την ποσότητα της παραγωγής, με αποτέλεσμα να αναπροσαρμόζονται.

Διαχείριση στερεών αποβλήτων

Στα εργοστάσιά μας ανακυκλώνεται σήμερα το 99% των στερεών αποβλήτων.

Για την καλύτερη διαχείρισή τους, χωρίζουμε τα απόβλητα σε δύο κατηγορίες: τα απόβλητα ειδικού και μη ειδικού χειρισμού.

Στα απόβλητα «Μη Ειδικού Χειρισμού» περιλαμβάνονται τα υποπροϊόντα από την παραγωγική διαδικασία, απόβλητα υλικών συσκευασίας, άλλα βιομηχανικά απόβλητα και βιολογική λάσπη από τη μονάδα κατεργασίας υγρών αποβλήτων.

Στα απόβλητα «Ειδικού Χειρισμού» περιλαμβάνονται τα άχρηστα λιπαντικά, άχρηστος ηλεκτρολογικός εξοπλισμός, λαμπτήρες και μπαταρίες.

Τα απόβλητα «Ειδικού Χειρισμού» και η βιολογική λάσπη ανακυκλώνονται 100%.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν διακινούμε, εισάγουμε ή εξάγουμε επικίνδυνα απόβλητα. Λαμβάνουμε όμως όλα τα απαραίτητα μέτρα τόσο για την αποφυγή, όσο και για την αντιμετώπιση διαρροών.

Όλες οι δεξαμενές αποθήκευσης χημικών σε υγρή μορφή περιτοιχίζονται από λεκάνες συλλογής σε περίπτωση διαρροής. Επίσης, έχουμε εγκαταστήσει αισθητήρες εντοπισμού και συστήματα άμεσης ειδοποίησης, για περιπτώσεις διαρροής αερίων, όπως φυσικού αερίου, διοξειδίου του άνθρακα ή αμμωνίας.

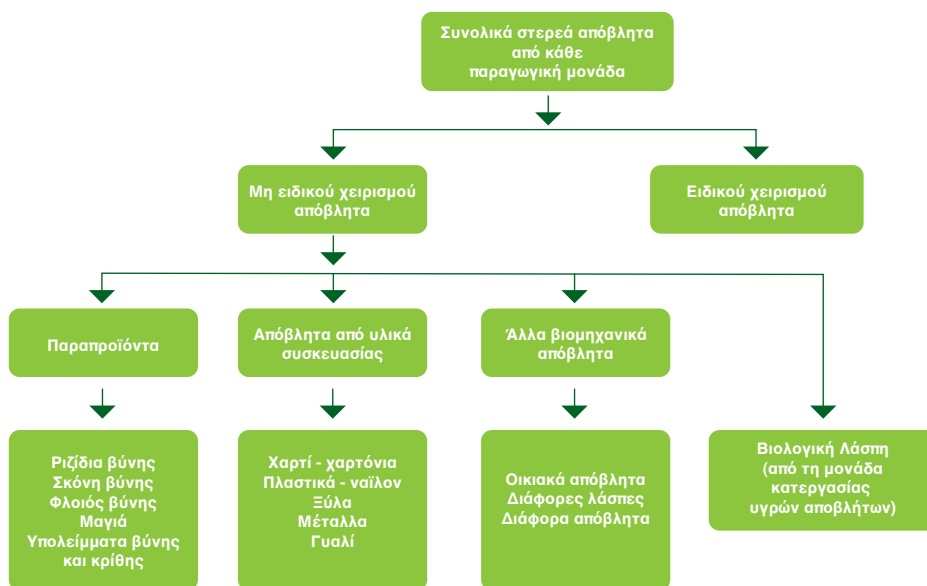
Κατά τη διετία 2010 – 2011 δεν υπήρξε κανένα καταγεγραμμένο περιστατικό διαρροής στο έδαφος ή στο νερό.

Βιοποικιλότητα

Οι εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεν γεινιάζουν με προστατευόμενες από το νόμο περιοχές, καθώς και με περιοχές υψηλής αξίας βιοποικιλότητας. Επομένως, από τη λειτουργία μας δεν υπάρχουν επιπτώσεις που ενδέχεται να επηρεάσουν αρνητικά, άμεσα ή έμμεσα, τη βιοποικιλότητα σε τοπικό επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και για τους αποδέκτες των υγρών αποβλήτων (βλ. «Εξοδοι Βιολογικού Καθαρισμού»).

> Έξοδοι Βιολογικού Καθαρισμού

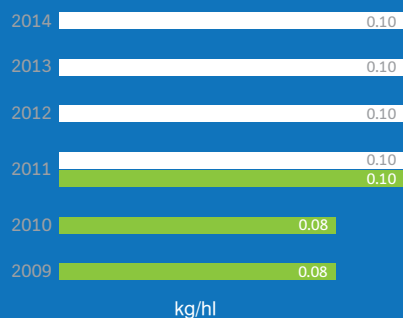
- Αθήνας προς: Κέντρο επεξεργασίας λυμάτων Ψυττάλειας της ΕΥΔΑΠ
- Πάτρας προς: Βιολογικό καθαρισμό Βιομηχανικής Περιοχής Πάτρας
- Θεσσαλονίκης προς: Βιολογικό καθαρισμό Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης
- Λαμίας προς: Παρακείμενη τάφρο «Μυλαούλακας» με καθορισμένες επιθυμητές χρήσεις την αλιεία, την άρδευση αγρών και κάθε άλλη χρήση πλην της ύδρευσης



Στερεά Απόβλητα (τόνοι) (Σύνολο Εταιρίας)

	2009	2010	2011
Σύνολική ποσότητα	91.711	86.351	80.815
Ανακυκλωθείσα ποσότητα	91.278	85.836	80.059
Μη ανακυκλωθείσα ποσότητα	433	516	756
Ποσοστό Ανακύκλωσης	99,5%	99,4%	99,1%

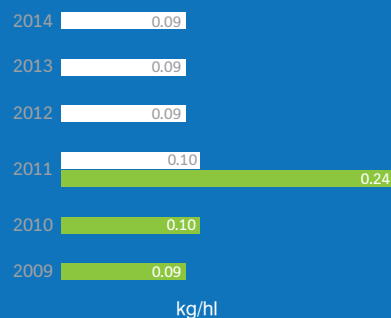
Εργοστάσιο Αθήνας (Μη ανακυκλώσιμα στερεά απόβλητα)



● target ● actual

Το εργοστάσιο της Αθήνας το 2011 πέτυχε επίδοση 0,10 kg/hl, ενώ ο στόχος για το 2013 είναι να διατηρηθεί στο χαμηλό αυτό επίπεδο.

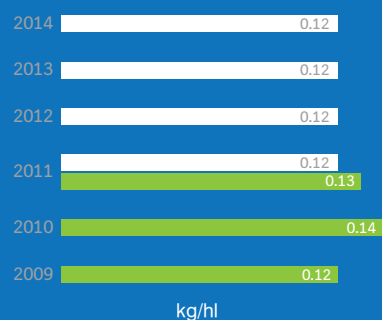
Εργοστάσιο Θεσσαλονίκης (Μη ανακυκλώσιμα στερεά απόβλητα)



● target ● actual

Το εργοστάσιο της Θεσσαλονίκης το 2011 εμφάνισε επίδοση 0,24 kg/hl και ο στόχος για το 2013 είναι να μην υπερβεί τα 0,09 kg/hl. Στην επίδοση του 2011 έχει συμβάλει και η μείωση του όγκου παραγωγής σε σύγκριση με το 2010.

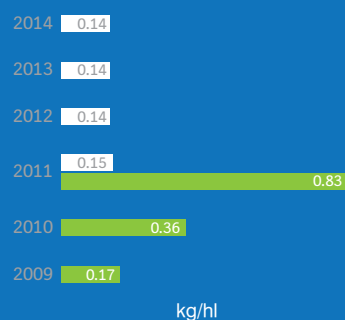
Εργοστάσιο Πατρών (Μη ανακυκλώσιμα στερεά απόβλητα)



● target ● actual

Το εργοστάσιο της Πάτρας το 2011 εμφάνισε επίδοση 0,13 kg/hl και ο στόχος για το 2013 είναι να μην υπερβεί τα 0,12 kg/hl.

Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Μη ανακυκλώσιμα στερεά απόβλητα)



● target ● actual

Η μονάδα εμφιάλωσης της Λαμίας το 2011 εμφάνισε επίδοση 0,83 kg/hl και ο στόχος για το 2013 είναι να μην υπερβεί τα 0,14 kg/hl. Η επίδοση του 2011 αποδίδεται κατά κύριο λόγο σε καταστροφή μεγάλης ποσότητας μπουκαλιών PET που πραγματοποιήθηκε εκείνη τη χρονιά και αφορούσε σε παραγωγή του 2010.

Σημείωση 1: Τα στοιχεία που παρατίθενται ανωτέρω αφορούν στο σύνολο κάθε παραγωγική μονάδα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λαμία)

Σημείωση 2: Οι στόχοι των παραπάνω διαγραμμάτων (μη ανακυκλώσιμων στερεών αποβλήτων) είναι δυναμικοί και επηρεάζονται από την ποσότητα της παραγωγής, με αποτέλεσμα να μεταβάλλονται χρόνο με το χρόνο

Πράσινα ψυγεία

«Τι θα λέγατε για μια παγωμένη, δροσιστική μπίρα;»

Η ψύξη είναι σημαντική στην προσπάθειά μας να προσφέρουμε τη μεγαλύτερη δυνατή ικανοποίηση στους καταναλωτές μας. Είναι όμως ταυτόχρονα και μια λειτουργία που επηρεάζει το ενεργειακό μας αποτύπωμα.

Στόχος μας είναι να μειώσουμε όσο το δυνατόν περισσότερο την ενέργεια που καταναλώνουν τα ψυγεία μας. Γι' αυτό διαθέτουμε στην αγορά νέα, οικολογικά και φιλικότερα προς το περιβάλλον ψυγεία, όλων των τύπων. Η προσπάθεια αυτή υλοποιείται με την καθοδήγηση του Ομίλου Heineken και με τις πιο σύγχρονες προδιαγραφές που ισχύουν διεθνώς.

Ένα «πράσινο» ψυγείο διαθέτει τρία χαρακτηριστικά:

- Λειτουργεί με υδρογονάνθρακα (Hydro Carbon - HC) ως ψυκτικό υγρό. Πρόκειται για μια φιλική προς το περιβάλλον ψυκτική ουσία, η οποία δεν καταστρέφει το όζον και δεν αποτελεί απειλή για το κλίμα
- Φωτισμό LED αντί λαμπτήρων πυρακτώσεως, με αποτέλεσμα να ελαττώνεται σημαντικά η κατανάλωση ενέργειας
- Θερμοστάτη EMS (Energy Management System), που επιτρέπει εξοικονόμηση ενέργειας και φιλικότερη προς το περιβάλλον λειτουργία

Από το 2010, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προμηθεύεται αποκλειστικά ψυγεία που διαθέτουν ένα ή περισσότερα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Ειδικότερα, το 2010 διέθεσε για πρώτη φορά στην αγορά ψυγεία με θερμοστάτη EMS, ενώ τα ψυγεία που διέθεσε το 2011 ήταν εξοπλισμένα και με φωτισμό LED. Επίσης, από το 2011 άρχισε η προμήθεια ψυγείων με τεχνολογία HC. Με τη χρήση των «πράσινων» ψυγείων, επιτυγχάνεται εξοικονόμηση ενέργειας σε ποσοστό μέχρι και 35%, σε σύγκριση με τα ψυγεία συμβατικού τύπου.

Για την ανανέωση και την αγορά των εμπορικών παγίων διαθέσαμε συνολικά 7,4 εκατ. ευρώ τη διετία 2010 – 2011 (4,5 εκατ. ευρώ το 2010 και 2,9 εκατ. ευρώ το 2011). Σήμερα, όλα τα ψυγεία που προμηθευόμαστε και διαθέτουμε στην αγορά, πληρούν το σύνολο των προδιαγραφών οικολογικής λειτουργίας.

Από το 2011 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άρχισε να προμηθεύεται τους ψύκτες David Green, τους πρώτους οικολογικούς ψύκτες μπίρας στον κόσμο, που αναπτύχθηκαν με πρωτοβουλία της Heineken International. Πρόκειται για ένα καινοτόμο σύστημα ψύξης, που λειτουργεί με HC, επιτρέποντας την κατανάλωση 35% λιγότερης ενέργειας. Σήμερα η Αθηναϊκή

Ζυθοποιία προμηθεύεται και διαθέτει στην αγορά αποκλειστικά ψύκτες David Green.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμευόμαστε για τη διαρκή μείωση της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης από τη λειτουργία των ψυγείων μας και επενδύουμε σε νέες, καινοτόμες τεχνολογίες για να πετύχουμε αυτό το στόχο. Όμως και σε αυτήν την προσπάθεια πιστεύουμε ότι είναι ιδιαίτερα σημαντική η συμμετοχή των συνεργατών μας, οι οποίοι μπορούν να επωφεληθούν από την καινοτομία και να συνεισφέρουν σε ένα καλύτερο περιβάλλον.

Ως πρώτο βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση, σχεδιάσαμε ειδικό πρόγραμμα εκπαίδευσης τεχνικών στη σωστή χρήση και συντήρηση των «πράσινων» ψυγείων. Το πρόγραμμα θα υλοποιηθεί εντός του 2012.

Επαναχρησιμοποίηση φιαλών και συσκευασιών

Ο κύκλος ζωής μιας συσκευασίας δεν τελειώνει με τη κατανάλωση του προϊόντος. Συνεχίζεται για πολύ περισσότερο! Αρκεί να υπάρχει σωστή διαχείριση.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχουμε δεσμευθεί να περιορίσουμε την ενέργεια και τους φυσικούς πόρους που καταναλώνονται για τη συσκευασία των προϊόντων μας.

Η προσπάθεια αυτή συνδέεται άμεσα με τη χρήση ανακυκλώσιμων συσκευασιών. Με αυτό τον τρόπο μειώνεται ο όγκος των απορριμμάτων που παράγονται από τα προϊόντα μας και εξοικονομούνται πολύτιμες πρώτες ύλες και ενέργεια.

Παράλληλα, δίνουμε έμφαση στην επιστροφή και επαναχρησιμοποίηση των γυάλινων φιαλών. Μέσα από μια ειδική επεξεργασία, οι φιάλες αυτές καθαρίζονται και μπορούν να χρησιμοποιηθούν έως και 20 φορές, προτού τις στείλουμε για ανακύκλωση. Έτσι, το περιβάλλον επιβαρύνεται ακόμη λιγότερο. Επιπλέον, παράγεται οικονομικό όφελος για την εταιρία, αφού απαιτούνται λιγότεροι πόροι για την αγορά νέων φιαλών.

Σήμερα, πάνω από το 90% των φιαλών που εμπορεύεται η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην ελληνική αγορά είναι επιστρεφόμενες.

Την περίοδο 2010 – 2011 πωλήθηκαν 763 εκατ. φιάλες (410 εκατ. το 2010 και 353 εκατ. το 2011), ενώ επιστράφηκαν κενές και επαναχρησιμοποιήθηκαν 752 εκατ. (410 εκατ. το 2010 και 342 εκατ. το 2011), αριθμός που αντιστοιχεί σε ποσοστό 99 %.

Επίσης, σήμερα επιστρέφεται και επαναχρησιμοποιείται το 100% των κιβωτίων.

Συνολικά τη διετία 2010- 2011 επενδύσαμε 15,1εκ. ευρώ σε επιστρεφόμενα υλικά συσκευασίας (RPM). Συγκεκριμένα, διατέθηκαν 7,5 εκατ. ευρώ το 2010 και 7,6 εκατ. ευρώ το 2011.



Οι πρώτοι οικολογικοί αυτοφερόμενοι ψύκτες μπίρας χωρίς καθαρισμό στον κόσμο!"

Ανακύκλωση κιβωτίων και παλετών

Το 2010 ανακυκλώσαμε περίπου 265.000 πλαστικά κιβώτια μπίρας, που αντιστοιχούν σε περίπου 500 τόνους πλαστικού. Την ίδια χρονιά ανακυκλώσαμε επίσης 70.000 περίπου ξύλινες παλέτες. Τα πλαστικά εξαρτήματα των παλετών διαχωρίστηκαν και επαναχρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή νέων. Ο ίδιος αριθμός παλετών ανακυκλώθηκε και το 2011.

Τη διετία 2010 – 2011, η εισφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην Ελληνική Εταιρία Ανακύκλωσης ξεπέρασε το ποσό των 892.000 ευρώ.

Μεταφορές φιλικότερες προς το περιβάλλον

Πόσο διοξειδίο του άνθρακα εκπέμπεται στην ατμόσφαιρα από κάθε φορτηγό που μεταφέρει τα προϊόντα μας;

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία το ερώτημα αυτό μας απασχολεί σοβαρά.

Έχουμε ξεκινήσει μια προσπάθεια μέτρησης των ποσοτήτων CO₂ που εκπέμπουν τα φορτηγά από τη στιγμή εκκίνησης από τις αποθήκες μέχρι και την παράδοση των προϊόντων μας στους πελάτες μας. Το ίδιο κάνουμε και για τις μεταφορές μεταξύ των εργοστασίων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Μονάδα μέτρησης είναι το CO₂ ανά εκατόλιτρο προϊόντος.

Μέσα από τη διαδικασία μέτρησης και παρακολούθησης, στόχος μας είναι να μειώσουμε σταδιακά το ανθρακικό αποτύπωμα που παράγεται κατά τη διαδικασία της μεταφοράς. Η προσπάθεια αυτή περιλαμβάνει τόσο το σχεδιασμό των διαδρομών, όσο και τα χαρακτηριστικά του στόλου των αυτοκινήτων.

Στο πλαίσιο της μείωσης του ανθρακικού της αποτυπώματος και με βάση κατευθυντήριες γραμμές Ομίλου Heineken N.V., η Αθηναϊκή Ζυθοποιία λαμβάνει υπόψη στοιχεία κατανάλωσης καυσίμου και εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα του κατασκευαστή των υποψήφιων τύπων αυτοκινήτων κατά τη φάση επιλογής τους.

> Μαζί, βοηθάμε το περιβάλλον

Η προσπάθεια για την επαναχρησιμοποίηση των φιαλών ξεκινάει από εμάς. Για να έχει όμως αποτελέσματα, χρειάζεται τη συμμετοχή όλων: των συνεργατών μας, των καταναλωτών, αλλά και των εργαζομένων μας.

Γι' αυτό, αναλαμβάνουμε τακτικά πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης, σχετικά με τα περιβαλλοντικά αλλά και τα οικονομικά οφέλη της επιστροφής φιαλών.

Στόχος μας είναι:

- Να ενημερώσουμε και να εκπαιδύσουμε τους εμπόρους – συνεργάτες μας και να ζητήσουμε τη βοήθειά τους, ώστε να κινητοποιήσουμε τους καταναλωτές
- Να μετατρέψουμε τους εργαζομένους μας σε πρεσβευτές της προσπάθειας για επιστροφή των φιαλών

Ποσοστό επιστρεφόμενων φιαλών επί των πωλήσεων της μπίρας		
	2010	2011
Επιστρεφόμενη φιάλη 500 cl	50,74%	48,67%
Επιστρεφόμενη φιάλη 330 cl	10,5%	11,7%
Επιστρεφόμενα υλικά		
	2010	2011
Πωλήσεις τετάρων	19.705.726	16.887.852
Επιστροφές τετάρων	19.651.381	16.368.370

Πρωτοβουλίες για το περιβάλλον

Amstel Eco: Φροντίζουμε μαζί για το περιβάλλον!

Amstel Eco ονομάζεται η εκστρατεία περιβαλλοντικής αφύπνισης, που έχουμε ξεκινήσει από το 2008, με την υπογραφή της Amstel.

Στόχος του προγράμματος είναι η κινητοποίηση της κοινής γνώμης για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Η υλοποίησή στηρίζεται σε 4 βασικούς άξονες:

- **Συμμαχία με τη ΜΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS:** συνεχίσαμε να συνεργαζόμαστε με την οργάνωση και με ένα δίκτυο ειδικών στη διαχείριση των παράκτιων πόρων, οι οποίοι μας καθοδήγησαν και διασφάλισαν την αρτιότητα των δράσεών μας
- **Εθελοντική συμμετοχή:** κινητοποιήσαμε τους εργαζομένους μας, τοπικούς φορείς, πανεπιστημιακές κοινότητες, το ευρύ κοινό. Ταυτίσαμε την προστασία του περιβάλλοντος με αλλαγή του τρόπου ζωής μας
- **Διαδραστικός χαρακτήρας:** σχεδιάσαμε και υλοποιήσαμε μια σειρά από διαδραστικές ενέργειες, με στόχο να ενισχύσουμε τη συμμετοχή και να διατηρήσουμε ζωντανό το ενδιαφέρον του κοινού. Στο πλαίσιο αυτό, το 2011 επεκτείναμε το πρόγραμμα στην πόλη, με τη δημιουργία του Amstel Eco House
- **Συμμαχία με ΜΜΕ:** υλοποιήσαμε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα δημοσιότητας για τη διάδοση του μηνύματός μας

Στο πλαίσιο του προγράμματος για τη διετία 2010 - 2011 υλοποιήσαμε τις εξής δράσεις:

Amstel Eco Bar: το πρωτότυπο οικολογικό μπαρ της Amstel, που ταξιδεύει σε κάθε παραλία και λειτουργεί ως κέντρο ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης.

Τη διετία 2010 - 2011, το Amstel Eco Bar με 18 σταθμούς σε δημοφιλείς παραλίες σε όλη την Ελλάδα, κινητοποίησε περίπου 31.000 εθελοντές λουόμενους, οι οποίοι συγκέντρωσαν 405 σακούλες σκουπιδιών.

Συνολικά, στα τέσσερα χρόνια της λειτουργίας του το Amstel Eco Bar έχει πραγματοποιήσει 31 σταθμούς σε παραλίες της Ελλάδας και έχει προσεγγίσει πάνω από 50.000 λουόμενους. Ένα μεγάλο μερίδιο της επιτυχίας ανήκει στους εργαζομένους των εργοστασίων μας στην Αθήνα, στην Πάτρα και στη Θεσσαλονίκη, που πρωταγωνιστούν στους εθελοντικούς καθαρισμούς.

Καθαρίστε τη Μεσόγειο: υποστηρίζουμε τη ΜΚΟ «Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS», ως χορηγός της εκστρατείας «Καθαρίστε τη Μεσόγειο», στο πλαίσιο της οποίας έχουν διοργανωθεί εθελοντικοί καθαρισμοί παραλιών σε όλη την Ελλάδα. Τη διετία 2010 - 2011 υπολογίζεται ότι 37.300 εθελοντές συμμετείχαν στον εθελοντικό καθαρισμό 477 ακτών και φυσικών περιοχών του Δικτύου ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS.

Trash stories: το νεανικό free press LIFO και το Τμήμα Φωτογραφίας της ΑΚΤΟ συμμαχούν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για να «μιλήσουν» στους νέους. Η φωτογραφία ενός σκουπιδιού εμπνέει τους συντάκτες της LIFO να γράψουν μια φανταστική ιστορία για το πώς κάποια από τα πιο συνηθισμένα σκουπίδια που βρίσκονται στις παραλίες κατέληξαν εκεί. Στη συνέχεια, τα trash stories μετατράπηκαν σε έναν online διαγωνισμό, ανοικτό στους εργαζομένους και στους καταναλωτές με «συγγραφικό» ταλέντο.

www.amstel-eco.gr: η ιστοσελίδα που συγκεντρώνει όλες τις δράσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για περιβαλλοντικά θέματα. Επίσης, το πρόγραμμα Amstel Eco έχει παρουσία στα social media, με λογαριασμούς στο facebook και στο twitter.

«Λαμπτικό Μπιτς»: ένα online viral παιχνίδι, με θέμα τις καθαρές παραλίες, που είναι διαθέσιμο μέσω του www.amstel-eco.gr

> Συσκευασίες που «νοιάζονται» για το περιβάλλον

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία πιστεύουμε ότι κάθε προσπάθεια εξοικονόμησης φυσικών πόρων είναι σημαντική για ένα καλύτερο περιβάλλον. Αυτή την αρχή εφαρμόζουμε κατά την επιλογή και τη διαχείριση των υλικών συσκευασίας που χρησιμοποιούμε. Σε συνεργασία με τους προμηθευτές και τους συνεργάτες μας, φροντίζουμε για την αποτελεσματικότερη δυνατή χρήση των υλικών, ώστε να παράγεται ταυτόχρονα περιβαλλοντικό αλλά και οικονομικό όφελος.

- Το νέο κουτί της Heineken, που κυκλοφορεί στην αγορά από τον Ιανουάριο του 2012 με το όνομα tactile, περιέχει 26,1% λιγότερο αλουμίνιο σε σύγκριση με την προηγούμενη συσκευασία
- Όταν κυκλοφόρησε η Amstel Premium Pilsener, τον Απρίλιο του 2011, δεν αγοράστηκαν καινούρια κιβώτια για την αποθήκευσή της. Χρησιμοποιήθηκαν υπάρχοντα κιβώτια (250.000 για τη φιάλη 0,5l και 67.000 για τη φιάλη 0,33l) από το stock της Amstel, στα οποία προστέθηκε νέο sticker
- Οι μη επιστρεφόμενες γυάλινες φιάλες της Amstel 0,33l μέχρι τώρα εισάγονται από το εξωτερικό. Από τον Ιούλιο του 2012 θα παράγονται από Ελληνική εταιρία, με τη χρήση 24,4% λιγότερης ποσότητας γυαλιού





Amstel Eco House: ένα σπίτι που μιλάει οικολογικά!

Μετά από 4 χρόνια περιοδείας στις ελληνικές παραλίες, το πρόγραμμα Amstel Eco επεκτάθηκε και στην πόλη και απέκτησε το δικό του «σπίτι»! Το Amstel Eco House, άνοιξε τις πόρτες του για το κοινό το τριήμερο 3, 4 και 5 Νοεμβρίου 2011, στην Πλατεία Κλαυθμώνος.

Στόχος της πρωτοβουλίας αυτής ήταν να δώσει το μήνυμα ότι η φροντίδα για το περιβάλλον μπορεί να γίνει μέρος της καθημερινότητάς μας.

Κατά τη διάρκεια του τριήμερου, περισσότεροι από 1.500 πολίτες επισκέφθηκαν το Amstel Eco House και περιηγήθηκαν στα τέσσερα δωμάτιά του. Σε κάθε ένα από αυτά, ο επισκέπτης είχε την ευκαιρία να ανακαλύψει βιωματικά πώς μπορεί να συμπεριφέρεται οικολογικά, αλλά και οικονομικά, μέσα στο σπίτι.

Οι συσκευές και τα αντικείμενα «μιλούσαν» για το πώς να τα χρησιμοποιούμε πιο «πράσινα»: «Όλο μ' ανάβεις και με παρατάς» παραπονιόταν ο θερμοσίφοντας, «Τρέχω όλη μέρα χωρίς λόγο» γκρίνιαζε το καζανάκι και «Δεν είμαι της μίας φορές» υπενθύμιζε η σακούλα για τα ψώνια.

Η πρωτοβουλία της Amstel για το σπίτι που μιλάει οικολογικά, υλοποιήθηκε με την υποστήριξη του Πολιτιστικού Οργανισμού του Δήμου Αθηναίων, ενώ περιβαλλοντικός σύμβουλος ήταν η Οικολογική Εταιρία Ανακύκλωσης. Το Amstel Eco House, δεν κέρδισε μόνο τις εντυπώσεις των επισκεπτών, αλλά και ένα σημαντικό βραβείο από το Δήμο Αθηναίων. Τον Δεκέμβριο του 2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία βραβεύθηκε για την πρωτοβουλία της σε ειδική εκδήλωση που διοργάνωσε ο Δήμος Αθηναίων, με θέμα «Βιώσιμη Μετακίνηση στην πόλη και Εξοικονόμηση Ενέργειας».



Σύνταξη Απολογισμού 2010 - 2011

Ο δεύτερος Απολογισμός της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας με βάση τις κατευθυντήριες οδηγίες του Global Reporting Initiative (GRI) G3 συντάχθηκε σε επίπεδο εφαρμογής B+ και καλύπτει τη χρονική περίοδο 2010-2011 (από 1η Ιανουαρίου 2010 έως και 31η Δεκεμβρίου 2011). Η Αθηνναϊκή Ζυθοποιία ανέθεσε στο Κέντρο Αειφορίας (CSE) την αξιολόγηση του περιεχομένου του Απολογισμού βάσει των Αρχών GRI G3 και κατά συνέπεια την αξιολόγηση του αντίστοιχου Επιπέδου Εφαρμογής.

Η διασφάλιση περιορισμένου εύρους της Έκθεσης Αειφόρου Ανάπτυξης 2010-2011 «Είμαστε εδώ» της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας (εκτός της αυτόβουλης δήλωσης της εταιρίας αναφορικά με το Επίπεδο Εφαρμογής GRI καθώς και του σχετικού Πίνακα Αρχών GRI), ανετέθη στην KPMG Σύμβουλοι Α.Ε., Ελληνική Ανώνυμη εταιρία, και μέλος του δικτύου ανεξάρτητων εταιριών-μελών της KPMG συνδεδεμένων με την KPMG International Cooperative («KPMG International»), ενός ελβετικού νομικού προσώπου. Στο τέλος της Έκθεσης Αειφόρου Ανάπτυξης παρέχονται πληροφορίες για τις εργασίες που εκτέλεσε η KPMG καθώς και η σχετική Έκθεση Διασφάλισης Περιεχομένου. Η σύνταξη του Απολογισμού και η συγκέντρωση των στοιχείων και πληροφοριών αποτελεί αρμοδιότητα της ομάδας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Διεύθυνσης Επικοινωνίας και Εταιρικών Σχέσεων.

Ο συντονισμός και η επικοινωνία του Απολογισμού, καθώς και ο συντονισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρίας, αποτελούν βασικό μέλημα και στρατηγική προτεραιότητα της ομάδας, στην οποία εντάσσονται και στελέχη από άλλες κύριες δραστηριότητες.

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες οι οποίες περιγράφονται στον παρόντα Απολογισμό, αφορούν στο σύνολο των μονάδων λειτουργίας της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας στην Ελλάδα, με εξαίρεση τη θυγατρική Ρολάνδος Αναγνώστης Α.Ε. που εδρεύει στην Κέρκυρα καθώς είναι ανενεργή. Οι μέθοδοι επεξεργασίας, υπολογισμού και παράθεσης των δεδομένων του Απολογισμού, βασίζονται στις ίδιες μεθόδους και μεθοδολογίες με τον Απολογισμό 2008-2009, ώστε να διασφαλίζεται η σύγκριση μεταξύ των ετών, ενώ δεν έχουν πραγματοποιηθεί αναθεωρήσεις πληροφοριών.

Τα θέματα που αναλύονται, άπτονται των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών επιδράσεων της εταιρίας, με έμφαση στη συνέπεια, τη διαφάνεια και την κοινωνική ευθύνη. Οι βασικές αρχές της εταιρίας, η φύση της εταιρίας, οι προσδοκίες των συμμετόχων στο βαθμό του δυνατού, το παγκόσμιο όραμα της Heineken NV για τη βιώσιμη ανάπτυξη, καθώς και οι κατευθυντήριες οδηγίες και αρχές του GRI, καθόρισαν το περιεχόμενο και τη δομή του Απολογισμού.



Ανεξάρτητη Έκθεση Περιορισμένου Εύρους Διασφάλισης για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. (εφεξής η «Εταιρία») ανέθεσε στην KPMG Σύμβουλοι Α.Ε. την επισκόπηση των σελίδων 1 - 84 της ελληνικής έκθεσης βιώσιμης ανάπτυξης με τίτλο «Είμαστε εδώ» (εφεξής «η Έκθεση») της Εταιρίας για την περίοδο 1η Ιανουαρίου 2010 - 31η Δεκεμβρίου 2011, προκειμένου να διασφαλισθεί η ακρίβεια του περιεχομένου της.

Η διοίκηση της Εταιρίας είναι υπεύθυνη για την κατάρτιση και παρουσίαση της Έκθεσης με βάση τις Κατευθυντήριες Οδηγίες έκδοσης απολογισμών βιωσιμότητας (G3) που έχει εκδώσει το GRI όπως αναφέρεται στην Έκθεση και για τις πληροφορίες και τους σχετικούς ισχυρισμούς / δηλώσεις που περιέχονται σε αυτή, για τον καθορισμό των στόχων της Εταιρίας αναφορικά με την επίδοσή της σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης και δημοσίευσης σχετικών αναφορών συμπεριλαμβανομένης της αναγνώρισης των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders) και των ουσιωδών θεμάτων, και τέλος, για τη θέσπιση και διατήρηση κατάλληλων συστημάτων παρακολούθησης και ελέγχου της εταιρικής επίδοσης από τα οποία προέρχεται η σχετική δημοσιοποιημένη πληροφόρηση.

Δική μας ευθύνη είναι η επισκόπηση της Έκθεσης για την απόδοση περιορισμένου εύρους διασφάλισης (limited assurance). Διενεργήσαμε τις εργασίες μας βάσει του Διεθνούς Προτύπου Έργων Διασφάλισης (ISAE) 3000, Έργα Διασφάλισης εκτός Ελέγχων ή Επισκοπήσεων επί Ιστορικής Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης (Assurance Engagements other than Audits or reviews of Historical Financial Information), το οποίο εκδόθηκε από το Συμβούλιο Διεθνών Ελεγκτικών και Διασφαλιστικών Προτύπων (IAASB). Το Πρότυπο αυτό απαιτεί τη συμμόρφωσή μας με τις κατάλληλες ηθικές απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένων απαιτήσεων ανεξαρτησίας, και υπαγορεύει ότι σχεδιάζουμε και εκτελούμε τις εργασίες μας με τέτοιο τρόπο ώστε να αποδώσουμε περιορισμένου εύρους διασφάλιση σχετικά με το αν η Έκθεση περιέχει ουσιώδη λάθη ή παραλείψεις.

Η περιορισμένου εύρους διασφάλιση του περιεχομένου μιας έκθεσης βιώσιμης ανάπτυξης αποτελείται από τη διατύπωση ερωτημάτων που απευθύνονται πρωτίτως στους αρμόδιους για την κατάρτιση των πληροφοριών που περιέχονται στην εκάστοτε έκθεση, καθώς και από την εφαρμογή αναλυτικών και, εάν κριθεί δόκιμο, τη χρήση άλλων διαδικασιών συλλογής στοιχείων. Οι διαδικασίες αυτές περιλάμβαναν:

- Ερωτήματα προς τη διοίκηση προκειμένου να κατανοηθούν οι διεργασίες της Εταιρίας σχετικά με τον καθορισμό των ουσιωδών θεμάτων για τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη της
- Συνεντεύξεις με την ανώτερη διοίκηση και τα αρμόδια διοικητικά στελέχη της Εταιρίας σχετικά με τη στρατηγική και τις πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης για τον χειρισμό ουσιωδών θεμάτων, και την εφαρμογή τους εντός της επιχείρησης
- Συνεντεύξεις με τα αρμόδια στελέχη της Εταιρίας τα οποία είναι υπεύθυνα για την παροχή των πληροφοριών που περιέχονται στην Έκθεση, κατά τη διάρκεια των οποίων επίσης επισκοπήσαμε τα συστήματα και τις διεργασίες διαχείρισης πληροφοριών, εσωτερικών δομών ελέγχου και επεξεργασίας ποιοτικών και ποσοτικών πληροφοριών της Έκθεσης, σε επίπεδο Εταιρίας
- Επισκέψεις στα κεντρικά γραφεία της Εταιρίας στην Αθήνα, όπου επισκοπήσαμε τις διαδικασίες κατάρτισης και διαχείρισης περιεχομένου της Έκθεσης, καθώς και την υπάρχουσα δομή της εταιρικής διακυβέρνησης σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης
- Επίσκεψη στο εργοστάσιο της Εταιρίας στην Αθήνα, που επιλέχθηκε με βάση την ανάλυση κινδύνου, λαμβάνοντας υπόψη ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια. Κατά την επίσκεψή μας στο εργοστάσιο επισκοπήσαμε την τεκμηρίωση επιλεγμένων περιβαλλοντικών στοιχείων βάσει πρωτογενών πηγών και στοιχείων

- Σύγκριση των πληροφοριών της Έκθεσης με την αντίστοιχη πληροφόρηση που περιέχεται στις υφιστάμενες πηγές ώστε να προσδιοριστεί εάν όλες οι σχετικές πληροφορίες έχουν συμπεριληφθεί στην Έκθεση
- Επισκόπηση των πληροφοριών που παρουσιάζονται στην Έκθεση προκειμένου να καθοριστεί εάν είναι σε αντιστοιχία με τη συνολική γνώση και αποκτηθείσα εμπειρία μας σχετικά με την επίδοση της Εταιρίας σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης

Το πεδίο εφαρμογής / εύρος των διαδικασιών συλλογής στοιχείων οι οποίες εκτελούνται για τη διασφάλιση περιορισμένου εύρους (limited assurance) είναι λιγότερο εκτενές από αυτό που σχετίζεται με τη διασφάλιση εύλογου εύρους (reasonable assurance) και κατά συνέπεια παρέχει χαμηλότερου επιπέδου διασφάλιση.

Βάσει των διαδικασιών που διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια της επισκόπησής μας, όπως αυτές περιγράφηκαν ανωτέρω, δεν περιήλθε στην αντίληψή μας οτιδήποτε που θα μας οδηγούσε στο συμπέρασμα ότι η Έκθεση της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. για την περίοδο 1η Ιανουαρίου 2010 - 31η Δεκεμβρίου 2011, δεν είναι διατυπωμένη με ακρίβεια, σε όλα τα ουσιώδη θέματα σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI.

Η παρούσα έκθεση διασφάλισης περιεχομένου έχει εκπονηθεί αποκλειστικά για την Εταιρία με βάση τους συμβατικούς όρους συνεργασίας που συμφωνήθηκαν. Η εργασία μας διενεργήθηκε ώστε να είναι δυνατό να παρουσιάσουμε στην Εταιρία τα θέματα στα οποία αναφέρεται η έκθεση διασφάλισης περιεχομένου, και για κανένα άλλο σκοπό. Δεν αποδεχόμαστε ή αναλαμβάνουμε καμία ευθύνη σε κανέναν άλλο εκτός της Αθηνναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. για την εργασία μας, για την παρούσα έκθεση διασφάλισης περιεχομένου ή για τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε.

KPMG Σύμβουλοι Α.Ε.



Γεώργιος Ραουσός,
Γενικός Διευθυντής
Αθήνα, 1 Αυγούστου 2012

Πίνακας Αρχών GRI

Η παρούσα Έκθεση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. είναι η τρίτη κατά σειρά Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης και καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων της, βασιζόμενη στη συνολική στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τους στόχους που έχουν τεθεί. Η Έκθεση καλύπτει την περίοδο Ιανουάριος 2010 – Δεκέμβριος 2011 και αναφέρεται στις επιχειρηματικές δραστηριότητες της εταιρίας στην Ελλάδα, σε όλες τις μονάδες λειτουργίας της (εκτός της θυγατρικής Ρολάνδος Αναγνώστης Α.Ε.).

Η Έκθεση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. περιγράφει τις πολιτικές, τις εταιρικές στρατηγικές και τους στόχους καθώς και τις ενέργειες και επιδόσεις της εταιρίας αναφορικά με τους κοινωνικούς, οικονομικούς και περιβαλλοντικούς τομείς, που επιδρούν στη δραστηριότητα και τη βιωσιμότητά της. Μέσα από την Έκθεση 2010-2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε., καταγράφει τον αντίκτυπο της επιχειρηματικής της δραστηριότητας στην οικονομία, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και

στους εργαζόμενους και καταγράφει τις οργανωμένες προσπάθειες και δεσμεύσεις της για τη μείωση των επιπτώσεων της επιχειρηματικής της λειτουργίας. Η Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης αποτελεί ένα μέσο για την ενδυνάμωση της επικοινωνίας και της εμπιστοσύνης που έχει θεμελιώσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. με όλους τους συμμετόχους της.

Η σύνταξη της Έκθεσης Αειφόρου Ανάπτυξης βασίστηκε στις κατευθυντήριες οδηγίες G3 του προτύπου GRI (Παγκόσμια Πρωτοβουλία Υποβολής Αναφορών – Global Reporting Initiative).

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. έχει αξιολογήσει την Έκθεσή της και έχει εκτιμήσει το επίπεδο εφαρμογής ως προς τις κατευθυντήριες οδηγίες G3 του προτύπου GRI σε επίπεδο εφαρμογής B+. Το Κέντρο Αειφορίας (CSE) αξιολόγησε την Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. 2010 -2011 βάσει των κατευθυντήριων οδηγιών G3 του προτύπου GRI. Το επίπεδο εφαρμογής των κατευθυντήριων οδηγιών GRI G3 αξιολογήθηκε σε B+.

Report Application Level	C	C+	B	B+	A	A+	
Standard Disclosures	G3 Profile Disclosures OUTPUT	Report on: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Report Externally Assured	Report on all criteria listed for level C+: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Report Externally Assured	Same as requirement for Level B	Report Externally Assured
	G3 Management Approach Disclosures OUTPUT	Not Required		Management Approach Disclosures for each Indicator Category		Management Approach Disclosures for each Indicator Category	
	G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators OUTPUT	Report on a minimum of 10 Performance Indicators, including at least one from each of: Economic, Social and Environmental		Report on a minimum of 20 Performance Indicators, at least one from each of: Economic, Environmental, Human rights, Labor, Society, Product Responsibility		Report on each core G3 and Sector Supplement* Indicator with due regard to the Materiality Principle by either: a) reporting on the indicator b) explaining the reason for its omission	

* Sector supplement in final version

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΡΧΩΝ GRI

- Πλήρης κάλυψη του δείκτη στον Απολογισμό
- Μερική κάλυψη του δείκτη στον Απολογισμό
- Δεν σχετίζεται με τις δραστηριότητες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ		ΚΑΛΥΨΗ	ΣΕΛΙΔΕΣ
1.1	Δήλωση από το ανώτερο στέλεχος του οργανισμού που είναι αρμόδιο για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη σημασία της βιωσιμότητας για τον οργανισμό και τη στρατηγική του.	●	6
1.2	Περιγραφή των κύριων επιδράσεων, κινδύνων και ευκαιριών.	●	6, 20
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ			
2.1	Επωνυμία του οργανισμού.	●	8
2.2	Κύριες μάρκες, προϊόντα και/ή υπηρεσίες.	●	8, 9, 31
2.3	Λειτουργική δομή του οργανισμού.	●	25, 26, 27
2.4	Τοποθεσία της έδρας του οργανισμού.	●	8
2.5	Αριθμός των χωρών στις οποίες δραστηριοποιείται ο οργανισμός και τα ονόματα των χωρών που είτε διαθέτουν σημαντικές εγκαταστάσεις είτε είναι σχετικές με τα ζητήματα βιωσιμότητας που καλύπτονται στον απολογισμό.	●	31, 32
2.6	Καθεστώς ιδιοκτησίας και νομική μορφή.	●	26, 27
2.7	Αγορές που εξυπηρετούνται.	●	31, 32
2.8	Μεγέθη του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό.	●	8, 9, 31
2.9	Σημαντικές μεταβολές κατά τη διάρκεια της περιόδου απολογισμού όσον αφορά το μέγεθος, τη δομή ή την ιδιοκτησία.	●	25
2.10	Βραβεία που απονεμήθηκαν κατά τη διάρκεια της περιόδου απολογισμού.	●	10, 55
ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ			
3.1	Περίοδος απολογισμού για τις παρεχόμενες πληροφορίες.	●	85
3.2	Ημερομηνία του πιο πρόσφατου προγενέστερου απολογισμού.	●	85
3.3	Κύκλος απολογισμού.	●	85
3.4	Σημείο επικοινωνίας για υποβολή ερωτημάτων σχετικά με τον απολογισμό ή το περιεχόμενό του.	●	96
3.5	Διαδικασία καθορισμού του περιεχομένου του απολογισμού.	●	85
3.6	Όριο του απολογισμού.	●	85
3.7	Περιορισμοί ως προς το πεδίο ή το όριο του απολογισμού.	●	85

3.8	Βάση για την κατάρτιση απολογισμών για τις κοινοπραξίες, τις θυγατρικές, τις εκμισθωμένες εγκαταστάσεις, τις δραστηριότητες που ανατίθενται σε εξωτερικούς συνεργάτες και άλλα νομικά πρόσωπα που μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη δυνατότητα σύγκρισης από περίοδο σε περίοδο και/ή μεταξύ των οργανισμών.	●	85
3.9	Τεχνικές εκτίμησης δεδομένων και βάσεις για υπολογισμούς, συμπεριλαμβανομένων των υποθέσεων και των τεχνικών εκτιμήσεων που εφαρμόζονται στην κατάρτιση των Δεικτών και των υπόλοιπων πληροφοριών που περιλαμβάνονται στον απολογισμό.	●	85
3.10	Παροχή εξήγησης για τις επιπτώσεις των αναθεωρήσεων των πληροφοριών που συμπεριλήφθηκαν σε προγενέστερους απολογισμούς και τους λόγους για αυτή την αναθεώρηση.	●	85
3.11	Σημαντικές αλλαγές, σε σχέση με τις προγενέστερες περιόδους απολογισμών, στο πεδίο, στο όριο ή στις μεθόδους εκτίμησης που εφαρμόζονται στον απολογισμό.	●	85
3.12	Πίνακας που προσδιορίζει τη θέση των Τυπικών δημοσιοποιήσεων που περιέχονται στον απολογισμό.	●	88
3.13	Πολιτική και τρέχουσα πρακτική όσον αφορά στην επιδίωξη εξωτερικής διασφάλισης του απολογισμού.	●	85, 86, 88

ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ, ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

4.1	Δομή διακυβέρνησης του οργανισμού, συμπεριλαμβανομένων των επιτροπών που ελέγχονται από τον ανώτατο φορέα διακυβέρνησης.	●	25, 26, 27
4.2	Υποδείξτε εάν ο Πρόεδρος του ανώτατου φορέα διακυβέρνησης είναι επίσης ανώτατο στέλεχος.	●	25, 26, 27
4.3	Όσον αφορά τους οργανισμούς που χρησιμοποιούν συγκεντρωτική δομή για το Διοικητικό Συμβούλιό τους, δηλώστε τον αριθμό των μελών του ανώτατου φορέα διακυβέρνησης, τα οποία είναι ανεξάρτητα και/ή μη εκτελεστικά μέλη.	●	25, 26, 27
4.4	Μηχανισμοί που χρησιμοποιούνται από τους μετόχους και τους εργαζομένους για την παροχή συστάσεων ή υποδείξεων στον ανώτερο φορέα διακυβέρνησης.	●	11, 12, 13, 14, 15, 16, 64, 65, 66
4.5	Σύνδεση μεταξύ των αποδοχών των μελών του ανώτερου φορέα διακυβέρνησης, των γενικών διευθυντών και των ανώτατων στελεχών και της επίδοσης του οργανισμού (συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής και της περιβαλλοντικής επίδοσης).	●	18, 25
4.6	Διαδικασίες που εφαρμόζονται από τον ανώτερο φορέα διακυβέρνησης, προκειμένου να αποφεύγεται η σύγκρουση συμφερόντων.	●	27, 28
4.7	Διαδικασία για τον καθορισμό των προσόντων και των εξειδικευμένων γνώσεων των μελών του ανώτατου φορέα διακυβέρνησης για την καθοδήγηση της στρατηγικής του οργανισμού σε οικονομικά, περιβαλλοντικά, και κοινωνικά θέματα.	●	18, 25
4.8	Δηλώσεις για την αποστολή ή τις αξίες, τους κώδικες συμπεριφοράς και τις αρχές που αναπτύσσονται εσωτερικά, οι οποίοι σχετίζονται με την οικονομική, την περιβαλλοντική και την κοινωνική επίδοση, καθώς και το στάδιο υλοποίησής τους.	●	8, 18, 20, 27, 28, 34, 35

4.9	Διαδικασίες που εφαρμόζει ο ανώτατος φορέας διακυβέρνησης για την παρακολούθηση της ικανότητας του οργανισμού να αναγνωρίζει και να διαχειρίζεται τα θέματα που σχετίζονται με την οικονομική, την περιβαλλοντική και την κοινωνική επίδοση, συμπεριλαμβανομένων των σχετικών κινδύνων και ευκαιριών και προσήλωση ή συμμόρφωση με τα διεθνή πρότυπα, τους κώδικες συμπεριφοράς και τις αρχές.	●	26, 27, 28, 43, 44, 45
4.10	Διαδικασίες για την αξιολόγηση της επίδοσης του ανώτατου φορέα διακυβέρνησης και συγκεκριμένα ως προς την οικονομική, την περιβαλλοντική και την κοινωνική επίδοση.	●	18, 25
4.11	Εξηγήσεις σχετικά με το εάν και το πώς ο οργανισμός εφαρμόζει την προσέγγιση ή την αρχή πρόληψης.	●	11, 12, 18
4.12	Καταστατικοί χάρτες, αρχές ή άλλες πρωτοβουλίες που αναπτύσσονται εξωτερικά και σχετίζονται με την οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία, τις οποίες αποδέχεται ή υποστηρίζει ο οργανισμός.	●	52, 53
4.13	Η ιδιότητα μέλους σε σωματεία και/ή σε διεθνείς/εθνικές οργανώσεις προάσπισης δικαιωμάτων.	●	52, 53
4.14	Κατάλογος των ομάδων συμμετόχων που συνεργάζονται με τον οργανισμό.	●	11, 12, 13, 14, 15, 16
4.15	Βασικά στοιχεία για τον προσδιορισμό και την επιλογή των συμμετόχων, που θα συμμετέχουν.	●	11, 12, 13, 14, 15, 16
4.16	Προσεγγίσεις όσον αφορά τη συμμετοχή των συμμετόχων, συμπεριλαμβανομένης της συχνότητας της συμμετοχής με βάση τον τύπο και την ομάδα συμμετόχων.	●	11, 12, 13, 14, 15, 16, 39, 47, 48, 49
4.17	Βασικά θέματα και προβληματισμοί που προέκυψαν από τη συμμετοχή των συμμετόχων και ο τρόπος με τον οποίο ο οργανισμός ανταποκρίθηκε σε αυτά τα βασικά θέματα και προβληματισμούς και τα συμπεριέλαβε στον απολογισμό του.	●	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 64, 65

ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

EC1	Άμεση οικονομική αξία που παράγεται και κατανέμεται, συμπεριλαμβανομένων των εσόδων, του κόστους λειτουργίας, των αμοιβών των εργαζομένων, των δωρεών και άλλων επενδύσεων σε επίπεδο κοινότητας, παρακρατηθέντων κερδών και πληρωμών σε παρόχους κεφαλαίου και κρατικούς φορείς.	●	9, 31, 51, 52, 53
EC2	Χρηματοοικονομικές επιπτώσεις και άλλοι κίνδυνοι και ευκαιρίες για τις επιχειρησιακές δραστηριότητες λόγω της αλλαγής του κλίματος.	●	71, 72, 81
EC3	Κάλυψη των υποχρεώσεων του οργανισμού, σχετικά με το καθορισμένο πρόγραμμα παροχών.	●	9, 61, 62, 63, 64
EC4	Σημαντική χρηματοοικονομική βοήθεια που λαμβάνεται από κυβερνητικούς φορείς.	●	27, 28
EC5	Κλίμακα ποσοστού του τυπικού βασικού μισθού σε σύγκριση με τον κατώτατο μισθό που ισχύει σε τοπικό επίπεδο, σε σημαντικές τοποθεσίες δραστηριοποίησης του οργανισμού.	●	55, 56, 57, 58, 59
EC6	Πολιτική, πρακτικές και αναλογία δαπανών σε τοπικούς προμηθευτές στις σημαντικές τοποθεσίες δραστηριοποίησης του οργανισμού.	●	31, 34, 35
EC7	Διαδικασίες για προσλήψεις προσωπικού από την περιοχή και αναλογία προσλήψεων ανώτερων στελεχών από την τοπική κοινότητα στις περιοχές στις οποίες δραστηριοποιείται σημαντικά ο οργανισμός.	●	60

EC8	Ανάπτυξη και επίδραση των επενδύσεων σε υποδομή και υπηρεσίες που παρέχονται κυρίως για κοινό όφελος, μέσω της συμμετοχής μέσω του εμπορίου, καθώς και της συμμετοχής σε είδος ή δωρεάν.	●	31, 34, 35, 51, 52, 53
EC9	Κατανόηση και περιγραφή των σημαντικών έμμεσων οικονομικών επιδράσεων, συμπεριλαμβανομένης της έκτασης των επιδράσεων.	●	31, 34, 35

ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

EN1	Χρησιμοποιούμενα υλικά, με βάση το βάρος ή τον όγκο.	●	81, 82, 83
EN2	Ποσοστό χρησιμοποιούμενων υλικών που προέρχονται από εισαγωγή ανακυκλωμένων υλικών.	●	81, 82, 83
EN3	Άμεση κατανάλωση ενέργειας, με βάση την πρωτογενή πηγή ενέργειας.	●	72, 73, 74
EN4	Έμμεση κατανάλωση ενέργειας, με βάση την πρωτογενή πηγή ενέργειας.	●	72, 73, 74
EN5	Ενέργεια που εξοικονομείται χάρη στην οικονομία και τις βελτιώσεις στην αποδοτικότητα.	●	72, 73, 74, 76
EN6	Πρωτοβουλίες για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούν αποδοτικά την ενέργεια ή βασίζονται σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και περιορισμός των απαιτήσεων σε ενέργεια.	●	72, 76, 81
EN7	Πρωτοβουλίες για τη μείωση της έμμεσης κατανάλωσης ενέργειας και περιορισμοί που επιτεύχθηκαν.	●	71, 72, 82
EN8	Συνολική άντληση νερού με βάση την πηγή.	●	77
EN9	Πηγές νερού που επηρεάζονται σημαντικά από την άντληση.	●	77
EN10	Ποσοστό του συνολικού όγκου νερού που ανακυκλώνεται και επαναχρησιμοποιείται.	●	77
EN11	Θέση και έκταση ιδιόκτητων, εκμισθωμένων ή διαχειριζόμενων γαιών εντός ή παρακείμενων σε προστατευόμενες περιοχές και περιοχές υψηλής αξίας βιοποικιλότητας, εκτός προστατευόμενων περιοχών.	●	79
EN12	Περιγραφή των σημαντικών επιδράσεων των δραστηριοτήτων, των προϊόντων και των υπηρεσιών στη βιοποικιλότητα των προστατευόμενων περιοχών και των περιοχών υψηλής αξίας βιοποικιλότητας, εκτός των προστατευόμενων περιοχών.	●	79
EN13	Οικότοποι που προστατεύονται ή αποκαθίστανται.	●	
EN14	Στρατηγικές, τρέχουσες ενέργειες και μελλοντικά σχέδια για τη διαχείριση των επιδράσεων στη βιοποικιλότητα.	●	
EN15	Αριθμός των ειδών που συγκαταλέγονται στην Κόκκινη Λίστα του IUCN και στον εθνικό κατάλογο προστατευόμενων ειδών, των οποίων ο οικότοπος βρίσκεται σε περιοχές που επηρεάζονται από τις δραστηριότητες, με βάση το επίπεδο κινδύνου εξαφάνισης.	●	
EN16	Συνολικές άμεσες και έμμεσες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου με βάση το βάρος.	●	71, 76
EN18	Πρωτοβουλίες για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου και περιορισμοί που επιτεύχθηκαν.	●	72, 76, 81, 82
EN21	Συνολικός όγκος υδάτινων αποβλήτων, με βάση την ποιότητα και τον προορισμό.	●	77, 78, 79
EN22	Συνολικό βάρος των αποβλήτων, με βάση τον τύπο και τη μέθοδο διάθεσης.	●	77, 78, 79
EN23	Συνολικός αριθμός και όγκος σημαντικών διαρροών.	●	79

EN24	Βάρος διακινούμενων, εισαγόμενων, εξαγόμενων ή επεξεργασμένων αποβλήτων, που θεωρούνται επικίνδυνα σύμφωνα με τους όρους των Παραρτημάτων I, II, III και VIII της Σύμβασης της Βασιλείας και ποσοστό των αποβλήτων που διακινούνται σε όλο τον κόσμο.	●	79
EN25	Ταυτότητα, μέγεθος, κατάσταση «προστατευόμενου» και αξία βιοποικιλότητας των υδάτινων μαζών και των σχετικών οικοτόπων που επηρεάζονται σημαντικά από τις απορρίψεις νερού και τις απορροές από τον οργανισμό που εκδίδει τον απολογισμό.	●	77, 78, 79
EN26	Πρωτοβουλίες για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων των προϊόντων και των υπηρεσιών και βαθμός μείωσης των επιδράσεων.	●	71, 72, 76, 81, 82, 83
EN27	Ποσοστό προϊόντων που πωλούνται και τα επιστρεφόμενα υλικά συσκευασίας τους, ανά κατηγορία.	●	81
EN28	Χρηματική αξία των σημαντικών προστίμων και συνολικός αριθμός μη χρηματικών κυρώσεων για τη μη συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία και τους κανονισμούς.	●	71
EN29	Σημαντικές περιβαλλοντικές επιδράσεις από τη μεταφορά προϊόντων και άλλων αγαθών και υλικών που χρησιμοποιούνται κατά τις δραστηριότητες του οργανισμού και μεταφορά των μελών του εργατικού δυναμικού.	●	82
EN30	Συνολικές δαπάνες και επενδύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, με βάση τον τύπο.	●	71, 72, 81, 83, 84

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΡΕΠΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

LA1	Συνολικό εργατικό δυναμικό με βάση τον τύπο απασχόλησης, τη σύμβαση εργασίας και την περιοχή.	●	55, 56, 57, 58, 59
LA2	Συνολικός αριθμός και ποσοστό κίνησης προσωπικού με βάση την ηλικιακή ομάδα, το φύλο και την περιοχή.	●	55, 56, 57, 58, 59
LA3	Παροχές που προσφέρονται από μεγάλες επιχειρήσεις στους εργαζομένους πλήρους απασχόλησης, οι οποίες δεν ισχύουν για τους εποχικούς εργαζομένους ή τους εργαζόμενους μερικής απασχόλησης.	●	63
LA4	Ποσοστό εργαζομένων που καλύπτονται από συμφωνίες που βασίζονται σε συλλογικές διαπραγματεύσεις.	●	64
LA6	Ποσοστό του συνολικού εργατικού δυναμικού που εκπροσωπείται στις επίσημες επιτροπές υγιεινής και ασφάλειας, στις οποίες συμμετέχουν από κοινού εκπρόσωποι της Διοίκησης και των εργαζομένων, οι οποίες συμβάλλουν στον έλεγχο και παρέχουν συμβουλές σχετικά με τα προγράμματα υγιεινής και ασφάλειας στο χώρο εργασίας.	●	64, 67
LA7	Ποσοστά τραυματισμών, επαγγελματικών ασθενειών, απώλειας ημερών εργασίας και απουσιών εργαζομένων και αριθμός θανατηφόρων εργατικών ατυχημάτων ανά περιοχή.	●	67, 68, 69
LA8	Προγράμματα εκπαίδευσης, κατάρτισης, παροχής συμβουλών, πρόληψης και περιορισμού κινδύνων, που εφαρμόζονται για την υποστήριξη των μελών του εργατικού δυναμικού, των οικογενειών τους ή των μελών της κοινότητας σχετικά με σοβαρές ασθένειες.	●	47, 48, 49, 50, 67
LA9	Θέματα υγιεινής και ασφάλειας που καλύπτονται στις επίσημες συμφωνίες με τα εργατικά συνδικάτα.	●	64, 67
LA10	Μέσος όρος ωρών εκπαίδευσης ανά έτος/εργαζόμενο, με βάση την κατηγορία εργαζομένων.	●	61

LA11	Προγράμματα για τη διαχείριση των δεξιοτήτων και τη δια βίου μάθηση, που υποστηρίζουν τη συνεχή απασχολησιμότητα των εργαζομένων και συμβάλλουν στη διαχείριση της ολοκλήρωσης της σταδιοδρομίας τους.	●	61
LA12	Ποσοστό εργαζομένων που λαμβάνουν τακτικές εκθέσεις σχετικά με την επίδοση και την εξέλιξη της σταδιοδρομίας,	●	61
LA13	Σύνθεση των φορέων διακυβέρνησης και ανάλυση των εργαζομένων ανά κατηγορία, σύμφωνα με το φύλο, την ηλικιακή ομάδα, το εάν ανήκουν σε μειονοτικές ομάδες και άλλους δείκτες διαφοροποίησης.	●	25, 55, 56, 57, 58, 59, 60
LA14	Αναλογία βασικού μισθού ανδρών/γυναικών με βάση την κατηγορία εργαζομένων.	●	55, 56, 57, 58, 59

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

HR1	Ποσοστό και συνολικός αριθμός σημαντικών επενδυτικών συμφωνιών που περιλαμβάνουν όρους που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα ή έχουν υποβληθεί σε έλεγχο σχετικά με το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.	●	27, 28, 37, 38
HR2	Ποσοστό σημαντικών προμηθευτών και αναδόχων που έχουν υποβληθεί σε έλεγχο σχετικά με το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί.	●	27, 28, 37, 38
HR3	Σύνολο ωρών εκπαίδευσης εργαζομένων σχετικά με πολιτικές και διαδικασίες που αφορούν σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τα οποία σχετίζονται με τις δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένου του ποσοστού των εργαζομένων που έχουν εκπαιδευτεί.	●	27, 28
HR4	Συνολικός αριθμός περιστατικών διάκρισης και ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί.	●	60
HR5	Δραστηριότητες κατά τις οποίες θεωρείται ότι το δικαίωμα στην ελευθερία του συνδικαλισμού και των συλλογικών διαπραγματεύσεων ενδεχομένως να αντιμετωπίζει σημαντικό κίνδυνο και ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί για την υποστήριξη αυτών των δικαιωμάτων.	●	64
HR6	Δραστηριότητες που θεωρείται ότι ενέχουν σημαντικό κίνδυνο εμφάνισης περιστατικών παιδικής εργασίας και μέτρα που έχουν ληφθεί για την εξάλειψη της παιδικής εργασίας.	●	27, 28, 37, 38
HR7	Δραστηριότητες που θεωρείται ότι ενέχουν σημαντικό κίνδυνο περιστατικών εξαναγκασμένης ή υποχρεωτικής εργασίας και μέτρα που έχουν ληφθεί για την εξάλειψη της εξαναγκασμένης ή υποχρεωτικής εργασίας.	●	27, 28, 37, 38
HR9	Συνολικός αριθμός περιστατικών παραβίασης δικαιωμάτων αυτόχθονων πληθυσμών και ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί.	●	

ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

SO1	Η φύση, το πεδίο εφαρμογής και η αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων και των πρακτικών που αξιολογούν και διαχειρίζονται τις επιδράσεις των επιχειρήσεων στις κοινότητες, συμπεριλαμβανομένης της εισαγωγής, της λειτουργίας και της εξόδου.	●	11, 12, 31, 34, 35
SO2	Ποσοστό και συνολικός αριθμός επιχειρηματικών μονάδων που εξετάζονται για κινδύνους που σχετίζονται με τη διαφθορά.	●	27, 28

SO3	Ποσοστό των εργαζομένων που εκπαιδεύονται στις πολιτικές και τις διαδικασίες που εφαρμόζει ο οργανισμός κατά της διαφθοράς.	●	27, 28
SO4	Ενέργειες που πραγματοποιούνται για την αντιμετώπιση περιστατικών διαφθοράς.	●	27, 28
SO5	Οι θέσεις της δημόσιας πολιτικής και η συμμετοχή στην ανάπτυξη της δημόσιας πολιτικής και στη δημιουργία ομάδων πίεσης (λόμπι).	●	52, 53
SO6	Συνολική αξία οικονομικών συνεισφορών και συνεισφορών σε είδος σε πολιτικά κόμματα, πολιτικούς και σχετικά ιδρύματα ανά χώρα.	●	27, 28
SO8	Χρηματική αξία των σημαντικών προστίμων και συνολικός αριθμός μη χρηματικών κυρώσεων για τη μη συμμόρφωση με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς.	●	28

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

PR1	Στάδια του κύκλου ζωής κατά τα οποία οι επιδράσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών στην υγιεινή και την ασφάλεια αξιολογούνται με στόχο τη βελτίωση και ποσοστό των σημαντικών κατηγοριών προϊόντων και υπηρεσιών που υπόκεινται σε αυτές τις διαδικασίες.	●	28, 29, 43, 44, 45, 47, 48, 67
PR2	Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και προαιρετικοί κώδικες που διέπουν τις επιδράσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών στην υγεία και την ασφάλεια, με βάση τον τύπο της έκβασης.	●	43, 44, 45
PR3	Τύπος προϊόντων και υπηρεσιών που απαιτούνται με βάση τις διαδικασίες και ποσοστό σημαντικών προϊόντων και υπηρεσιών που υπόκεινται σε τέτοιου είδους απαιτήσεις πληροφόρησης.	●	28, 29, 43, 44, 45, 47, 48, 81
PR4	Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις πληροφορίες και τη σήμανση των προϊόντων και των υπηρεσιών, με βάση τον τύπο και την έκβαση.	●	28, 29, 41, 42, 47
PR5	Πρακτικές που σχετίζονται με την ικανοποίηση των πελατών, συμπεριλαμβανομένων των αποτελεσμάτων των ερευνών, βάσει των οποίων υπολογίζεται η ικανοποίηση των πελατών.	●	16, 17, 41, 42, 44, 45
PR6	Προγράμματα για τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία, τα πρότυπα και τους προαιρετικούς κώδικες συμπεριφοράς, που σχετίζονται με τις επικοινωνίες μάρκετινγκ, όπως η διαφήμιση, η προώθηση προϊόντων και η χορηγία.	●	28, 29, 47, 48, 49
PR7	Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις επικοινωνίες μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, της προώθησης προϊόντων και της χορηγίας, με βάση τον τύπο και τα αποτελέσματα.	●	28, 29
PR8	Συνολικός αριθμός τεκμηριωμένων παραπόνων σχετικά με παραβιάσεις του απορρήτου των πελατών και απώλειες προσωπικών δεδομένων πελατών.	●	41, 42
PR9	Χρηματική αξία των σημαντικών προστίμων που επιβλήθηκαν για τη μη συμμόρφωση με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς αναφορικά με τη χρήση των προϊόντων και των υπηρεσιών.	●	28, 43, 44

Ο Απολογισμός Αειφόρου Ανάπτυξης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τυπώθηκε σε χαρτί που είναι πιστοποιημένο κατά FSC®. Το χαρακτηριστικό αυτό επιβεβαιώνει ότι οι Α' ύλες χαρτιού που χρησιμοποιούνται προέρχονται από πιστοποιημένα υπεύθυνες πηγές όπως και ότι η μονάδα παραγωγής είναι επίσης πιστοποιημένη κατά FSC®.

Μάθετε περισσότερα στο www.fsc.org/pc.

Για περισσότερες πληροφορίες:

Έλλη Παναγιωτοπούλου

Corporate Relations Manager

Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Λεωφ. Κηφισού 107, 122 41 Αιγάλεω, Αθήνα

Τηλ.: +30 210 5384911

Φόρμα Αξιολόγησης

Είμαστε εδώ
για να ακούσουμε τη γνώμη σας.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι προσηλωμένη στη δέσμευσή της να εφαρμόζει πολιτικές που αυξάνουν την απόδοσή της και είναι σύμφωνες με τα υψηλά πρότυπα υπεύθυνης ανάπτυξης που η ίδια έχει υιοθετήσει.

Παρακαλούμε, συμπληρώστε τη φόρμα αξιολόγησης για να βοηθήσετε στην αναβάθμιση και βελτιστοποίηση των πολιτικών μας. Τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν από την αρμόδια Διεύθυνση για θέματα ΕΚΕ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Εάν επιθυμείτε, μπορείτε να συμπληρώσετε και τα προσωπικά σας στοιχεία. Σας διαβεβαιώνουμε ότι θα τηρηθεί απόλυτη εχεμύθεια.

Πώς κρίνετε το έντυπο Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης 2010 - 2011;

Πώς θα αξιολογούσατε τις επιμέρους ενότητες; Βαθμολογήστε κάθε ενότητα ξεχωριστά.

Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Πολύ καλή	Καλή	Μέτρια	Κακή
Λειτουργούμε με ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ και λογοδοτούμε				
Στηρίζουμε και επενδύουμε στην ελληνική ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ				
Συμμετέχουμε υπεύθυνα και ενεργά στην ΚΟΙΝΩΝΙΑ				
Οι ΑΝΘΡΩΠΟΙ μας, η δύναμή μας				
Είμαστε σε διαρκή δράση για ένα καλύτερο ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ				

Κατά τη γνώμη σας, υπάρχουν περιοχές τις οποίες πιστεύετε ότι θα πρέπει να αναπτύξουμε αναλυτικότερα στην επόμενη έκθεση; Και εάν ναι, αναφέρατε ποιες.

Πώς ενημερωθήκατε για την Έκθεση Αειφόρου Ανάπτυξης 2010 - 2011, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας;

Προσωπικά στοιχεία (προαιρετικά)

Όνομα

Επίθετο

Θέση στην εταιρία.....

Εξωτερικός συνεργάτης

Άλλο

Στοιχεία επικοινωνίας:

Τηλέφωνο:

E-mail:

Αποστέilate τη φόρμα αξιολόγησης:

Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε., Διεύθυνση Επικοινωνίας & Εταιρικών Σχέσεων, Υπόψη κ. Αλέξανδρου Παπαδάκη, Λ. Κηφισού 107, 122 41 Αιγάλεω, fax: 210 5384043





Στις φωτογραφίες του εντύπου εμφανίζονται οι παρακάτω εργαζόμενοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (με αλφαβητική σειρά):

Δρακάτος Χρήστος
Ζακυνθινός Αντώνης
Ζερβοπούλου Βίκυ
Κόλλιας Αριστείδης
Κομματάς Τριαντάφυλλος
Κουτσιαύτης Γιώργος
Κωστοπούλου Δώρα
Λυμπεροπούλου Βασιλεία
Παπαπετροπούλου Ναταλία
Σκέντζος Γιώργος
Σκούρας Χρήστος
Σταυροπούλου Δανάη
Τζελέπης Σπύρος
Φερτάκη Γεωργία
Χρυσόχος Βαγγέλης

Τους ευχαριστούμε όλους θερμά για τη συμμετοχή τους.

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.

AMSTEL

Heineken
GOOD FOR BEER

Fischer

A
ATHINA

BLQ5

Λεωφ. Κηφισού 107, Αιγάλεω 122 41, Αθήνα
Τηλ.: +30 210 53 84 911

www.athenianbrewery.gr
www.responsibeerity.gr