

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

Responsibility
Οι πρωτοβουλίες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για μια καλύτερη κοινωνία

Πρωτοβουλίες για μια καλύτερη κοινωνία

Στόχος της εταιρείας είναι να ανταποδίδει στην κοινωνία ένα κομμάτι της εμπιστοσύνης που της δείχνουν οι καταναλωτές της



Γράφει ο
ΜΗΝΑΣ ΜΑΥΡΙΚΑΚΗΣ

Διευθυντής Επικοινωνίας και Εταιρικών Σχέσεων Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.

■ Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε. είναι από τις σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής και εμπορίας μπίρας στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1963 από μια ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών και σήμερα έχει τρία εργοστάσια παραγωγής μπίρας στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα, όπου απασχολεί 1.100 εργαζόμενους και παράγει τις μπίρες Amstel, Heineken, ΑΛΦΑ, Fischer, Buckler, ΒΙΟΣ 5, και μια μονάδα εμφιάλωσης του φυσικού μεταλλικού νερού Ιόλη στη Λαμία. Παράλληλα, εισάγει περισσότερες από 15 μάρκες μπίρας, όπως McFarland, Duvel, Erdinger, Krusovice, Murphy's Irish Stout και Red, Chimay, Carib, Desperados, Moretti, Foster's, Kirin, ενώ εξάγει τα προϊόντα της σε 17 χώρες ανά τον κόσμο. Το 2011 η εταιρεία ενίσχυσε το χαρτοφυλάκιό της με τρία νέα προϊόντα: την Amstel Premium Pilsener, τη ΒΙΟΣ 5, την πρώτη μπίρα στον κόσμο από 5 δημητριακά, και τη μεξικανική Sol. Για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια μακροχρόνια δέσμευση και όχι μια ευκαιριακή πολιτική. Στόχος της εταιρείας είναι να ανταποδίδει στην κοινωνία ένα κομμάτι της εμπιστοσύνης που της δείχνουν οι καταναλωτές της και παράλληλα να λειτουργεί με διαφάνεια και λογοδοσία στην αγορά, με υπευθυνότητα απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον και με επίκεντρο πάντα τους ανθρώπους της.

Αυτή η αντίληψη ενώθηκε με το παγκόσμιο όραμα του Ομίλου Heineken και γίνεται πράξη μέσα από το Πρόγραμμα «Παράγουμε ένα Καλύτερο Μέλλον» που υλοποιεί η εταιρεία σε εθνικό επίπεδο από το 2010, με μετρήσιμους στόχους και καθορισμένα χρονοδιαγράμματα. Το πρόγραμμα, που αποτελεί την «ομπρέλα» των δράσεών της για τη βιώσιμη ανάπτυξη, έχει συνολικά έξι ενότητες δράσεων που αφορούν όλες τις διευθύνσεις και δεσμεύουν προσωπικά

όλα τα μέλη της διοικητικής ομάδας.

Δέσμευση της εταιρείας απέναντι στους πελάτες και τους καταναλωτές της είναι η εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών στην παραγωγή.

Πραγματοποιούνται συνεχείς μετρήσεις των πόρων ενέργειας (θερμική, ηλεκτρική, νερό) στα εργοστάσια, με στόχο τη σταθερή μείωση των επιπτώσεων από την παραγωγική δραστηριότητα, αναπτύσσεται πρόγραμμα εγκατάστασης «πράσινων» ψυγείων στην αγορά και ανακυκλώνεται το 99,5% των στερεών αποβλήτων. Παράλληλα, η εταιρεία συμμετέχει έμπρακτα στην προσπάθεια μείωσης των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής. Ως ενεργός εταιρικός πολίτης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναπτύσσει, επίσης, προγράμματα που ενισχύουν τον δεσμό της με τις τοπικές κοινωνίες, προκειμένου να ενδυναμώσει το κοινωνικό αποτύπωμά της.

Προϊόντα υψηλής ποιότητας

Ετσι, περισσότερο από το 90% των πρώτων υλών που προμηθεύεται είναι ελληνικές και αφορούν κυρίως υλικά συσκευασίας (μπουκάλια, κουτάκια, ετικέτες κ.λπ.), αλλά και το κριθάρι, το σημαντικότερο συστατικό της μπίρας. Για την προμήθεια κριθαριού η εταιρεία συνεργάζεται από το 2008 με Ελληνες αγρότες μέσω του Προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού, για την παραγωγή της μπίρας Amstel και ΑΛΦΑ, ενώ είναι η μόνη εταιρεία στην Ελλάδα που διαθέτει δύο ιδιόκτητα βυνοποιεία για τη μετατροπή του κριθαριού σε βύνη.

Την τετραετία 2008-2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προμηθεύτηκε συνολικά περίπου 50.000

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.



τόνους υψηλής ποιότητας ελληνικού κριθαριού από εγχώριους παραγωγούς, που αντιστοιχούν στο 23% των συνολικών αναγκών της. Η αξία της ποσότητας αυτής ανέρχεται στα 10 εκατ. ευρώ, ενώ μεταφράζεται σε προστιθέμενη αξία για την ελληνική κοινωνία που ξεπερνά τα 3 εκατ. ευρώ και 320 νέες θέσεις εργασίας, εκ των οποίων οι 265 είναι αποκλειστικά στον αγροτικό τομέα.

Επίσης, η εταιρεία υλοποιεί από το 2008 ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ενημέρωσης του κοινού για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ, που συνδυάζει τη διασκέδαση με την ενημέρωση, ανοίγει τη συζήτηση, χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ακολουθεί τον καταναλωτή στα μέρη που συχνάζει. Η εταιρεία έχει ενώσει τις δυνάμεις της από το 2008 με τη ΜΚΟ «Νηφάλιο -

Στην υγεία μας», χορηγώντας το πρόγραμμα «Νηφάλιος Οδηγός» και υποστηρίζοντας ενημερωτικές ομιλίες σε πανεπιστήμια και τοπικές κοινωνίες. Το 2011 πραγματοποίησε, επίσης, μαζί με τη ΜΚΟ την πρώτη Πανελλήνια Έρευνα Γνώσης για το αλκοόλ, την πρώτη οργανωμένη προσπάθεια να αποτυπωθεί το τι ακριβώς γνωρίζουν οι Ελληνες για το αλκοόλ. Παράλληλα, κάθε χρόνο εμπλουτίζει το πρόγραμμα με νέες πρωτοβουλίες, όπως οι Responsibles, μια

ομάδα νέων ηθοποιών που παρουσιάζουν 10 μικρά δράματα σε μπαρ της Αθήνας, εμπνευσμένα από 10 απλές και έξυπνες συμβουλές της Heineken για το πώς να καταναλώνουμε υπεύθυνα αλκοόλ. Τέλος, διατηρεί επιτυχημένα διαδραστικά προγράμματα και παιχνίδια, όπως ο Προσομοιωτής Οδήγησης και το It's Just an Illusion, με τα οποία στοχεύει να προσελκύσει το ενδιαφέρον για τη νηφάλια οδήγηση.

Η πολιτική φροντίδας του περιβάλλοντος για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αφορά στην εκστρατεία περιβαλλοντικής αφύπνισης Amstel Eco, η οποία ξεκίνησε το 2008 με στόχο την προστασία των ελληνικών παραλιών. Η εκστρατεία στηρίζει τη ΜΚΟ «Δίκτυο Μεσόγειος SOS», ως χορηγός του Προγράμματος «Καθαρίστε τη Μεσόγειο», ενώ μέσω του Amstel Eco Bar κινητοποιεί τους λουόμενους σχετικά με την καθαριότητα των ακτών και την ανακύκλωση. Από το 2008, το Amstel Eco Bar έχει βρεθεί σε 31 παραλίες και έχει προσεγγίσει πάνω από 53.000 λουόμενους. Το 2011, το πρόγραμμα Amstel Eco επεκτάθηκε και στην πόλη, με τη δημιουργία του Amstel Eco House, ενός σπιτιού που «μιλάει» οικολογικά. Το «πράσινο» σπίτι άνοιξε τις πόρτες του για το κοινό στις 3-5 Νοεμβρίου 2011 στην πλατεία Κλαυθμώνος, δίνοντας το μήνυμά ότι η φροντίδα για το περιβάλλον μπορεί να γίνει μέρος της καθημερινότητας, προσελκύοντας 1.500 επισκέπτες και κερδίζοντας βραβείο από το Δήμο Αθηναίων.

Η εταιρεία δίνει ιδιαίτερο βάρος στη φροντίδα και κατάρτιση των ανθρώπων της: οργανώνει εκπαιδύσεις και σεμινάρια, εφαρμόζει εσωτερικά προγράμματα αναγνώρισης και καινοτομίας, ακολουθεί πολιτική παροχών και ενισχύει τον ανοιχτό διάλογο, στοχεύοντας σε ένα περιβάλλον δίκαιο και αξιοκρατικό για όλους.

Το 2011 επίσης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συγκέντρωσε τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε μια νέα διαδικτυακή πλατφόρμα με σημείο αφετηρίας το site www.responsibility.gr και παρουσία στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

* Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα www.responsibility.gr/.

90%

των πρώτων υλών που προμηθεύεται η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι ελληνικές



Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΣΤΟ CR INDEX

Η ΠΡΟΟΔΟΣ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης (CR Index) για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, γεμίζει περηφάνια τους ανθρώπους της. Ωστόσο, ιδιαίτερα σημαντική είναι η ίδια η διαδικασία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, καθώς αναδεικνύει τις πολιτικές για την υπεύθυνη ανάπτυξη, οδηγεί στον απολογισμό και την αξιολόγηση των δράσεων και βοηθά στο να εντοπίζονται τα δυνατά σημεία και οι τομείς προς βελτίωση. Για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η συμμετοχή στον δείκτη είναι πολύτιμη, γιατί ενδυναμώνει την εταιρική κουλτούρα μεταξύ των εργαζομένων, αφού βασίζεται στη συνεργασία των επιμέρους διευθύνσεων και την κοινή δέσμευση όλων απέναντι στον στόχο να αναδειχθούν οι πρωτοβουλίες της εταιρείας για ένα καλύτερο μέλλον.