

CR Index 2013: Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην κορυφή του CR Index

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απέσπασε για πρώτη φορά τη μέγιστη διάκριση του Εθνικού Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης CR Index, μια σημαντική αναγνώριση του συνεχούς και δυναμικού προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που υλοποιεί.

Με αφορμή την διάκριση Diamond της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο φετινό CR Index, ζητήσαμε από την Έλλη Παναγιωτοπούλου, Υπεύθυνη Εταιρικών Σχέσεων της εταιρείας, να μας μιλήσει για το πρόγραμμα ΕΚΕ, τους στόχους και τα κύρια στοιχεία του, τα αποτελέσματα και τον τρόπο με τον οποίο υλοποιείται.

Marketing Week: Πώς μεταφράζεται για την εταιρεία σας η κατάκτηση, για πρώτη φορά, της διάκρισης Diamond, στον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης CR Index;

Έλλη Παναγιωτοπούλου: Η ανώτατη διαμαντένια διάκριση, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, αποτελεί την καλύτερη επιβεβαίωση της στρατηγικής μας και μεταφράζεται σε ακόμα μεγαλύτερη ευθύνη ώστε να εξακολουθήσουμε να δίνουμε το παράδειγμα της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας μέσα από τη λειτουργία μας. Δέσμευσή μας είναι να συνεχίσουμε να αφουγκραζόμαστε τις ανάγκες της ελληνικής κοινωνίας, να τη στηρίζουμε με συγκεκριμένες δράσεις, αλλά και να εξασφαλίζουμε μακροπρόθεσμα οφέλη για τους 1.000 εργαζόμενους μας, τους συνεργάτες μας, τους καταναλωτές μας, αλλά και το κοινωνικό σύνολο.

Βασική μέριμνα όλων μας στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία παραμένει η διατήρηση των θέσεων εργασίας, η καινοτομία μέσα από νέα προϊόντα και η σταθερή επένδυση στην Ελλάδα.

Η εταιρεία έχει διαχρονική παρουσία στις διακρίσεις του CR Index. Αποτελούν οι διακρίσεις αυτές ένα «μέτρο» αξιολόγησης για την ΕΚΕ σας;

Βεβαίως. Δίνουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στον θεσμό, στον οποίο συμμετέχουμε για 5η συνεχή χρονιά, και ο οποίος αποτελεί για μας βασικό εργαλείο για τη συνεχή βελτίωση της απόδοσής μας στην ΕΚΕ, αφού μας βοηθάει να αξιολογούμε τη στρατηγική και τις δράσεις μας.

Οι εκθέσεις αξιολόγησης του CR Index όλα αυτά τα χρόνια συνεισέφεραν ουσιαστικά στη στρατηγική μας, τόσο επιβεβαιώνοντας κάποιες επιλογές, όσο και οδηγώντας σε διορθωτικές κινήσεις, όπου αυτό χρειάστηκε. Έτσι και εμείς κάθε χρόνο γινόμασταν πιο στοχευμένοι, αφενός αναλύοντας πιο αποτελεσματικά τα ρίσκα και τις ευκαιρίες για κάθε μας δράση και αφετέρου, ενισχύοντας ή ξεκινώντας νέα προγράμματα.

Ποια είναι τα βασικά σημεία στα οποία δίνει έμφαση το Πρόγραμμα ΕΚΕ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας;

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διαθέτει ξεκάθαρη στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία βασίζεται στη διατήρηση και δημιουργία θέσεων εργασίας, στη δημιουργία προστιθεμένης αξίας για τον τόπο μας, στην προμήθεια ελληνικών πρώτων υλών, στη διατήρηση ενός υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος, στην επιχειρηματικότητα σύμφωνα με τις αρχές της δικαιοσύνης και της διαφάνειας και στη φροντίδα για το περιβάλλον.

Πόσο σημαντική είναι η συμβολή του εθελοντισμού των εργαζομένων της εταιρείας στο Πρόγραμμα ΕΚΕ;

Εμείς στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, θεωρούμε πολύ σημαντικό να μοιραζόμαστε με τους ανθρώπους μας το όραμά μας για την Εταιρική Υπευθυνότητα και να προσπαθούμε μαζί για την επίτευξη κοινών στόχων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το πρώτο συστηματικό Πρόγραμμα Εθελοντισμού Εργαζομένων «Μαζί για τα Καλά», που ξεκινήσαμε με επιτυχία το 2012, δίνοντας από την αρχή τον πρώτο λόγο στους ανθρώπους μας, ώστε να επιλέξουν ποιες οργανώσεις ήθελαν να στηρίξουμε μέσα από ψηφοφορία.

Στο Πρόγραμμα σήμερα συμμετέχουν συστηματικά 180 εργαζόμενοι μας από όλες τις Διευθύνσεις, οι οποίοι έχουν προσφέρει χιλιάδες ώρες εθελοντικής εργασίας σε τρεις ΜΚΟ στην Ελλάδα: στο Σύλλογο

Γονέων Κηδεμόνων και Φίλων Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες «Το Εργαστήρι» στην Αθήνα, στην Ελληνική Εταιρεία Νόσου Alzheimer και Συγγενών Διαταραχών στη Θεσσαλονίκη και στον Όμιλο Εθελοντών κατά του Καρκίνου – ΑγκαλιάΖΩ στην Πάτρα.

Πιστεύετε ότι οι καταναλωτές δείχνουν μέσω των αγορών τους τη στήριξή τους στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται δυναμικά στον τομέα της Εταιρικής Ευθύνης;

Αυτό προκύπτει από όλες τις έρευνες, τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως. Φαίνεται δηλαδή ότι οι καταναλωτές, και ειδικότερα οι νεότεροι σε ηλικία, σε όλον τον κόσμο είναι πιο ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι απέναντι στη στρατηγική και τη «συμπεριφορά» των εταιρειών, επιβραβεύοντας τις εταιρείες που ακολουθούν με συνέπεια και αξιοπιστία το δρόμο της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας. Έτσι, επιλέγουν να επιβραβεύσουν προϊόντα και εταιρείες που έχουν θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία, το περιβάλλον και την οικονομία, καθώς μέσω της προτίμησής τους νιώθουν πως συνεισφέρουν και οι ίδιοι σε ένα καλύτερο μέλλον.

πηγή: www.businessnews.gr

09/07/2014