

ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΕ

Ανάπτυξη και Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007

Περιεχόμενα



06	Ανάπτυξη και Προσφορά
08	Επενδύουμε στη Διαφάνεια
10	Η ελληνική αγορά της μπίρας
12	Λίγα λόγια για την «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»
18	Μπίρα –Ένα φυσικό προϊόν
24	Σχέσεις Σεβασμού και Αξιοπιστίας με την αγορά
30	Κύρια οικονομικά μεγέθη
38	Επιχειρηματική Ηθική
40	Διαρκής μέριμνα για το περιβάλλον
48	Οι άνθρωποί μας
58	Ενεργός Εταιρικός Πολίτης
65	Δεσμευόμαστε γιατί είμαστε υπεύθυνοι
66	Έκθεση Διασφάλισης Περιεχομένου

Ανάπτυξη και Προσφορά

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποτελεί από το 1963 σημαντικό παράγοντα της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Ως παραγωγικό σύνολο, με αποτελεσματικότητα και πιστή τήρηση των αρχών και αξιών που μας εκφράζουν, διατηρούμε την πρωτοπορία στον κλάδο μας. Είμαστε μία μεγάλη ομάδα, με μεγάλη συνεισφορά.

Ένα ενδεικτικό μέρος αυτής της προσφοράς παρουσιάζεται στην παρούσα έκδοση «Ανάπτυξη και Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007». Είναι η πρώτη φορά στην ιστορία μας που δημοσιοποιούμε επιμέρους δράσεις και στόχους μας, σκιαγραφώντας το επιχειρηματικό και το κοινωνικό μας πρόσωπο, παρουσιάζοντας τις δεσμεύσεις μας για τη συνέχεια.

Η συγκεκριμένη έκθεση ενημερώνει για την πρόοδο που έχει σημειωθεί σε διάφορους τομείς. Περιέχει τις συστηματικές δράσεις της εταιρείας για την τόνωση της τοπικής οικονομίας, την προστασία του περιβάλλοντος, την ασφάλεια των εργαζομένων και τις κοινωνικές μας πρωτοβουλίες.

Αυτό σημαίνει στην πράξη ότι φιλοδοξούμε να συνεχίσουμε τη λειτουργία μας, επιτυγχάνοντας τους επιχειρηματικούς μας στόχους, διασφαλίζοντας την υψηλή ποιότητα των προϊόντων μας, πραγματοποιώντας συνεχείς επενδύσεις, εξασφαλίζοντας δεκάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας και φυσικά προστατεύοντας το περιβάλλον.

Το τρίπτυχο «Άνθρωπος, Περιβάλλον, Επιχειρηματικότητα», είναι για μας θεμελιώδες, καθώς βασικό στοιχείο της φιλοσοφίας τόσο της μητρικής εταιρείας, της Heineken N.V., όσο και της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», είναι ο αρμονικός συγκερασμός της οικονομικής ανάπτυξης με το σεβασμό προς τον άνθρωπο και το

περιβάλλον. Θεωρούμε ότι είναι υποχρέωσή μας να ανταποκρινόμαστε με αυτό τον τρόπο στις προσδοκίες όλων των εργαζομένων, των συνεργατών, των μετόχων και των καταναλωτών μας.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στηρίζεται στη συνεχή προσπάθεια και αφοσίωση των ανθρώπων της, αλλά και τη σταθερή εμπιστοσύνη των καταναλωτών, που προτιμούν επί σειρά ετών τα προϊόντα μας.

Όλοι μαζί κάναμε την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αυτό για το οποίο σήμερα υπερηφανευόμαστε και που μας δεσμεύει για το μέλλον.

Jac van Herpen
Διευθύνων Σύμβουλος

Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Μία οικονομικά
ακμαία και
κοινωνικά υπεύθυνη
εταιρεία



Επενδύουμε στη Διαφάνεια

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αναγνωρίζοντας την ευθύνη που της αναλογεί απέναντι στην κοινωνία και στο περιβάλλον, δημοσιοποιεί την πρώτη της έκθεση για την «Ανάπτυξη και την Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007». Πρακτική μας ήταν και είναι, να είμαστε ανοιχτοί στην κοινωνία και οι δραστηριότητές μας να χαρακτηρίζονται από διαφάνεια, εξωστρέφεια και σεβασμό.

Στην παρούσα έκθεση παρουσιάζονται οι δράσεις και οι δεσμεύσεις της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» σε τέσσερα θεμελιώδη και εξίσου σημαντικά πεδία: το επιχειρηματικό, το οικονομικό, το κοινωνικό και το περιβαλλοντικό.

Διαβάζοντας την έκθεση αυτή θα γίνετε κοινωνοί της καθημερινής προσπάθειάς μας για την επιχειρηματική ανάπτυξη και την κοινωνική συνεισφορά μας, με δραστηριότητες όπως:

- Η πρόσφατη συνεργασία της εταιρείας μας με Έλληνες αγρότες για την προμήθεια κριθαριού
- Τα προγράμματα που εκπονούμε για την περαιτέρω μείωση των περιβαλλοντικών ρύπων καθώς και την ορθολογικότερη χρήση νερού και ενέργειας
- Η ένταξη της ανακύκλωσης στην καθημερινή πρακτική της εταιρείας, αλλά και η ανάδειξη περιβαλλοντικής κουλτούρας τόσο στους εργαζόμενους, όσο και στους πελάτες της
- Η αύξηση των επενδύσεων και η εξέλιξη του μηχανολογικού εξοπλισμού

- Η ελαχιστοποίηση της πιθανότητας πρόκλησης ατυχήματος
- Η προσπάθεια για υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.

Η έκθεση αυτή συντάχθηκε βάσει των κριτηρίων σύνταξης απολογισμών εταιρικής βιωσιμότητας του Ομίλου Heineken. Χρησιμοποιήθηκαν εσωτερικά στοιχεία που αντλήθηκαν από τους επικεφαλής των διευθύνσεων Πωλήσεων, Marketing, Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Οικονομικών και Ανθρωπίνου Δυναμικού για τη δράση της εταιρείας, καθώς και από την πρόσφατη έρευνα της εταιρείας Triple Value για την καταμέτρηση του Οικονομικού Αντίκτυπου (Economic Assessment Reporting System). Στο πλαίσιο της έρευνας μετρήθηκε και προσδιορίστηκε με επιστημονική ακρίβεια η επίδραση της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», τόσο στην ελληνική οικονομία συνολικά, όσο και στην άμεση αλλά και την έμμεση απασχόληση.

Η διασφάλιση της εγκυρότητας των στοιχείων της παρούσας έκθεσης ανετέθη στο ελληνικό γραφείο του παγκοσμίου δικτύου ανεξαρτήτων εταιρειών παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών, KPMG. Στο Παράρτημα παρέχονται πληροφορίες για τις εργασίες που εκτέλεσε η KPMG καθώς και η Έκθεση Διασφάλισης Περιεχομένου.

Η επόμενη ανάλογη έκθεση θα εκδοθεί το 2010. Μέχρι τότε συνεχίζουμε να αναπτύσσουμε συγκεκριμένες δράσεις και πρωτοβουλίες που δεσμευόμαστε να επανεξετάζουμε σε συνεχή βάση και να θέτουμε προς συζήτηση με όλους εσάς.

Η έκθεση «Ανάπτυξη και Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007» σηματοδοτεί μια νέα εποχή στην επικοινωνία της εταιρείας, όπου οι ενδιαφερόμενοι θα ενημερώνονται αναλυτικά για τα πεπραγμένα και τις προοπτικές της εταιρείας μας. Όλοι εμείς στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» είμαστε υπερήφανοι που η εταιρεία μας συμβάλλει ουσιαστικά στην προσπάθεια για ένα καλύτερο αύριο.



Μηνάς Μαυρικάκης
Δ/της Επικοινωνίας και Εταιρικών Σχέσεων
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Σε αυτή την
προσπάθεια
είμαστε **όλοι μαζί!**

Η ελληνική αγορά της μπίρας

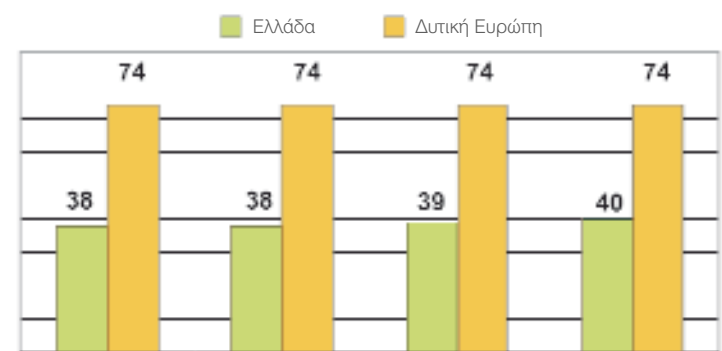
Η εκτιμώμενη αγορά της μπίρας, με βάση τον εισπραχθέντα από το Δήμοσιο Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης (Ε.Φ.Κ.) παρουσίασε άνοδο από 4.179 εκατόλιτρα (hls) το 2004, σε 4.409 εκατόλιτρα (hls) το 2007. Η άνοδος αυτή εκτιμάται ότι οφείλεται κυρίως στις καιρικές συνθήκες που επικράτησαν τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο στην Ελλάδα, στην αλλαγή των συνηθειών του καταναλωτή και στην αύξηση των προσφερόμενων εμπορικών σημάτων.

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση το 2007 έφτασε τα 40 λίτρα, εξακολουθεί όμως να είναι μικρότερη από το μέσο όρο της υπόλοιπης Ευρώπης.

Η παραγωγή και η πώληση μπίρας στην Ελλάδα δύσκολα μπορούν να συγκριθούν με αντίστοιχες δραστηριότητες σε άλλες χώρες του κόσμου, όπου η γεωγραφική διάχυση των ζυθοποιείων είναι εντελώς διαφορετική. Στη χώρα μας οι επιχειρήσεις ζυθοποιίας είναι μικρότερου μεγέθους και δεν διαθέτουν τις οικονομίες κλίμακας των μεγαλύτερων εταιρειών άλλων περιοχών της Ευρώπης. Επίσης, λόγω της γεωγραφικής ιδιομορφίας της Ελλάδας, η διανομή των προϊόντων μπίρας γίνεται συχνά με σύνθετους τρόπους μεταφοράς (π.χ. οδικώς, μέσω θαλάσσης), ενώ παράλληλα οι ελληνικές ζυθοποιίες αντιμετωπίζουν αυξανόμενο κόστος, εξαιτίας της αύξησης των τιμών των πρώτων υλών και των υλικών συσκευασίας που εισάγονται.

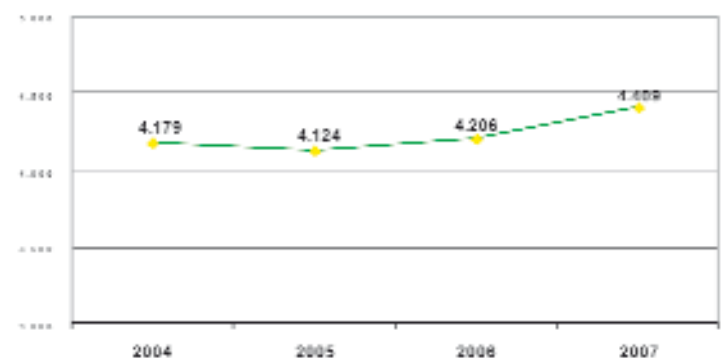
Πηγή: Canadian

ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΜΠΙΡΑΣ



ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΜΠΙΡΑΣ

Τιμές σε εκατόλιτρα 000 (hls)



Λίγα λόγια για την

«Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»



Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» είναι η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής και εμπορίας μπίρας στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1963 από μια ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών και αποτελεί μέλος του Ομίλου Heineken N.V.. Το 1965 τέθηκε σε λειτουργία το πρώτο εργοστάσιο στην Αθήνα, το οποίο παρήγαγε την μπίρα Amstel. Το δεύτερο εργοστάσιο άνοιξε το 1975 στη Θεσσαλονίκη επεκτείνοντας την παραγωγή, ενώ το 1977 η Amstel αναδείχθηκε η πρώτη σε πωλήσεις μπίρας στην ελληνική αγορά, θέση την οποία διατηρεί μέχρι σήμερα. Το 1981 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άρχισε την παραγωγή της μπίρας Heineken, ενώ δημιουργήθηκε το 1985 ένα τρίτο εργοστάσιο στη ΒΙ.ΠΕ. Πάτρας. Το 1990 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ξεκίνησε την παραγωγή της μη αλκοολούχου μπίρας Buckler, ενώ το 1993 εγκαινίασε τη μονάδα εμφιάλωσης του φυσικού μεταλλικού νερού Ιόλη σε σύγχρονες εγκαταστάσεις στη Λαμία, μια περιοχή γνωστή για τα νερά και τις πηγές της. Παράλληλα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμπλουτίζει τη σειρά των προϊόντων της με μεγάλα ονόματα εισαγόμενων ετικετών όπως οι: η Erdinger, Murphy's Irish Stout, Murphy's Irish Stout Red, Duvel, Chimay, Kirin, McFarland, Carib και η Desperados. Το 1999 η εταιρεία προσέθεσε στην παραγωγή της την αλσατικής προέλευσης μπίρα Fischer, ενώ το 2000 ακολούθησε η παραγωγή της παραδοσιακής ελληνικής μπίρας ΑΛΦΑ. Σήμερα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξαάγει τα προϊόντα της σε 26 χώρες στην Ευρώπη, την Αφρική, την Αμερική, την Ασία και την Ωκεανία.



45 ΧΡΟΝΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ - ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ

- **1963** Ίδρυση Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
- **1965** Λειτουργία του πρώτου εργοστασίου στην Αθήνα με δυνατότητα παραγωγής 45.000 εκατόλτρων μπίρας. Εμφάνιση του σήματος Amstel στην ελληνική αγορά.
- **1975** Νέο ζυθοποιείο στη Θεσσαλονίκη.
- **1977** Η Amstel αποκτά το προβάδισμα στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών (γίνεται market leader).
- **1981** Εμφάνιση του σήματος της Heineken στην ελληνική αγορά.
- **1985** Νέο ζυθοποιείο στην Πάτρα.
- **1990 -1993** Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία λανσάρει στην ελληνική αγορά την μπίρα χωρίς αλκοόλ Buckler και εισάγει 10 ακόμη μάρκες.
- **1993** Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία λανσάρει το φυσικό μεταλλικό νερό Ιόλη.
- **1996** Πιστοποίηση των συστημάτων διαχείρισης για την προστασία του Περιβάλλοντος.
- **1990 -1999** Επενδύσεις για περαιτέρω εξοπλισμό των εργοστασίων και ανάπτυξη των εξαγωγικών της δραστηριοτήτων.
- **1999** Πιστοποίηση OHSAS για την ασφάλεια και υγεία του προσωπικού.
- **1999 - 2000** Λανσάρισμα των σημάτων Fischer και ΑΛΦΑ στην ελληνική αγορά.
- **2000** Πιστοποίηση του συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001.
- **2001** Μέσω του σήματος της Heineken γίνεται χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.
- **2002** Πιστοποίηση BVQI (Bureau Veritas Quality International) HACCP DS 3027-2002 για την άρτια διοργάνωση του συστήματος Διαχείρισης για την Ασφάλεια των Τροφίμων.
- **2006** Λανσάρισμα της Amstel Pulse και του 5λτρου βαρελιού Heineken.
- **2007** Λανσάρισμα καινοτόμων προϊόντων και συσκευασιών όπως το BeerTender της Heineken και το ποτό Segredo.

Μας οδηγούν οι αξίες μας

Βασικό αντικείμενο της εταιρείας μας είναι η παροχή ποιοτικών προϊόντων μπίρας, στις πιο ανταγωνιστικές τιμές. Στόχος της εταιρείας μας είναι η συνεχής βελτίωση σε όλους τους τομείς της δραστηριοποίησής της.

Το όραμα της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»

Όραμά μας είναι να διατηρήσουμε την πρωτοπορία μας στην ελληνική αγορά ως ο καλύτερος προμηθευτής για τους πελάτες και τους καταναλωτές μας, να διαθέτουμε ένα δίκαιο και αξιοκρατικό εργασιακό περιβάλλον για τους ανθρώπους μας, να λειτουργούμε ως μια διαφανής και ακμαία επιχείρηση για τους μετόχους μας και να είμαστε ένας ευαισθητοποιημένος και δραστήριος εταιρικός πολίτης για την κοινωνία.

Η εταιρεία μας βασίζει το όραμά της σε επτά επιμέρους θεμελιώδεις αξίες, οι οποίες λειτουργούν ως κατευθυντήριες γραμμές για τους εργαζομένους της. Με αυτόν τον τρόπο καθίστανται ικανοί πρεσβευτές των αξιών αυτών, μέσα από την εργασία και τη συμπεριφορά τους τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον.

Κάθε αξία αντιπροσωπεύει την εταιρεία και όλες μαζί τη φιλοσοφία της:

- ΗΘΟΣ
- ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ
- ΣΕΒΑΣΜΟΣ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ
- ΚΕΦΙ
- ΟΜΑΔΙΚΟΤΗΤΑ

Έμφαση στην Ποιότητα

Πολιτική και Συστήματα Ποιότητας

Η δέσμευση της εταιρείας για την Ποιότητα, Ασφάλεια και Υγεία του προσωπικού μας καθώς και τη Φροντίδα του Περιβάλλοντος, εκφράζεται στην Πολιτική Ποιότητας της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», η οποία είναι αναρτημένη στους χώρους εργασίας και είναι δημόσια διαθέσιμη.



ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ, ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», ακολουθεί την εξής πολιτική για να διασφαλίσει ότι όλες οι δραστηριότητές της πραγματοποιούνται με φροντίδα για την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων, των πελατών και των καταναλωτών, με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον και ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της ανταποκρίνονται στις ποιοτικές απαιτήσεις των πελατών. Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» δραστηριοποιείται στην παραγωγή Φυσικού Μεταλλικού Νερού στη Λαμία. Κάθε ιδιόκτητη εγκατάστασή της λειτουργεί με σεβασμό προς την κοινωνία και πληροί τις απαιτήσεις που πηγάζουν από τη νομοθεσία όσον αφορά στα προϊόντα και τις δραστηριότητές της σε σχέση με το περιβάλλον, τους προμηθευτές, εξωτερικούς συνεργάτες και δημόσιες αρχές, καθώς και την Υγεία και Ασφάλεια του προσωπικού, των πελατών και των καταναλωτών. Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» για το σκοπό αυτό έχει εφαρμόσει ένα σύστημα διαχείρισης μέσω του οποίου αναγνωρίζονται οι

ανάγκες, σχεδιάζονται λύσεις, διαμορφώνονται κανόνες και εφαρμόζονται και τεκμηριώνονται οι απαραίτητες διαδικασίες. Στο σύστημα αυτό συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι, οι οποίοι εκπαιδεύονται και ενθαρρύνονται συνεχώς. Η εταιρεία θέτει μέσω του συστήματος μετρήσιμους στόχους ανά διεργασία, οι οποίοι παρακολουθούνται, επικαιροποιούνται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, έτσι ώστε να λαμβάνονται έγκαιρα οι σωστές αποφάσεις και έτσι να επιτυγχάνεται η συνεχής βελτίωση της απόδοσής μας.

Η εταιρεία δεσμεύεται να παρέχει τους πόρους και τα μέσα που απαιτούνται για την επίτευξη των ακόλουθων κύριων σκοπών:

Σκοποί Ποιότητας

- Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μας να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και ανάγκες των πελατών
- Η εμπιστοσύνη των πελατών στην εταιρεία μας να αυξάνεται διαρκώς
- Η διατήρηση της θέσης και εικόνας στην αγορά
- Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των προμηθευτών μας να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις μας

Σκοποί Περιβαλλοντικοί

- Υιοθέτηση της καλύτερης διαθέσιμης και οικονομικά βιώσιμης περιβαλλοντικής τεχνολογίας
- Κατάλληλη διαχείριση των αποβλήτων που δημιουργούνται
- Εφαρμογή ολοκληρωμένου συστήματος ελέγχου περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Σκοποί Υγείας και Ασφάλειας

- Διασφάλιση της ασφάλειας και υγείας της εργασίας για όλο το προσωπικό
- Εφαρμογή ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ελέγχου κινδύνων

Σκοποί για την ασφάλεια του προϊόντος

- Διασφάλιση ότι τα προϊόντα μας είναι ασφαλή και δεν βλάπτουν την υγεία των καταναλωτών
- Εφαρμογή ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης ελέγχου κινδύνων
- Εφαρμογή των βέλτιστων βιομηχανικών πρακτικών καθ' όλη την παραγωγική αλυσίδα.

Η πολιτική της εταιρείας είναι γνωστή σε όλο το προσωπικό της και διαθέσιμη στο κοινό.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος

J. VAN HERPEN

Ημερομηνία: 24/05/06

Συστήματα Ποιότητας

Η εταιρεία έχει αναπτύξει και εφαρμόζει ολοκληρωμένα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας ως εργαλεία για την υλοποίηση της πολιτικής ολικής ποιότητας.

Τα ολοκληρωμένα αυτά Συστήματα Διαχείρισης διασφαλίζουν την ποιότητα και ακεραιότητα των προϊόντων μας και υποστηρίζουν κάθε δραστηριότητα και διαδικασία που στοχεύει στην υγεία και ασφάλεια του προσωπικού, την περιβαλλοντική φροντίδα και τη συμμόρφωση με τις νομοθετικές και κανονιστικές απαιτήσεις.

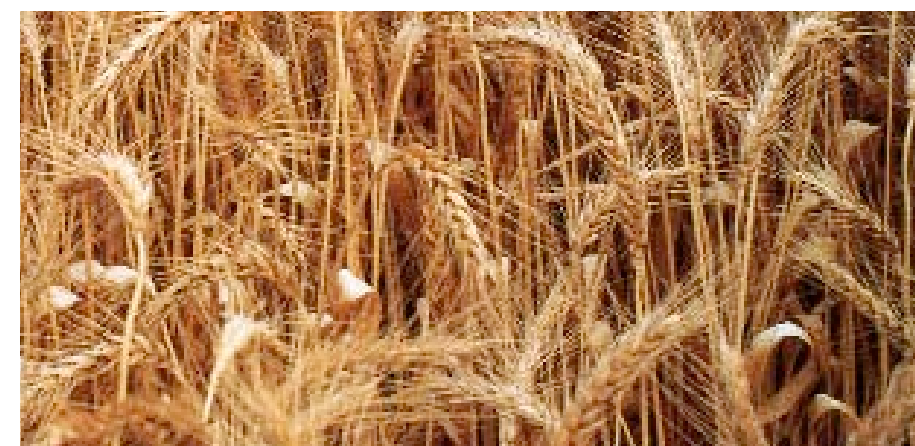
Η συνολική απόδοση των ανωτέρω παρακολουθείται με χρήση των προκαθορισμένων μετρήσιμων Βασικών Δεικτών Απόδοσης (Key Performance Indices), οι οποίοι αξιολογούνται περιοδικά με συστηματικό τρόπο ώστε να επιτυγχάνεται η συνεχής βελτίωση με την έγκαιρη λήψη κατάλληλων προληπτικών και διορθωτικών μέτρων.

Επιπλέον, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» έχει πιστοποιηθεί από τη Lloyd's Register Quality Assurance Limited με τα ακόλουθα:

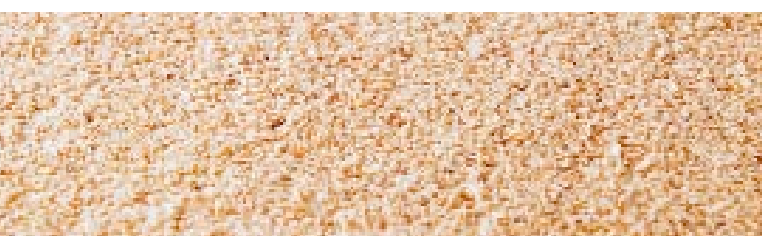
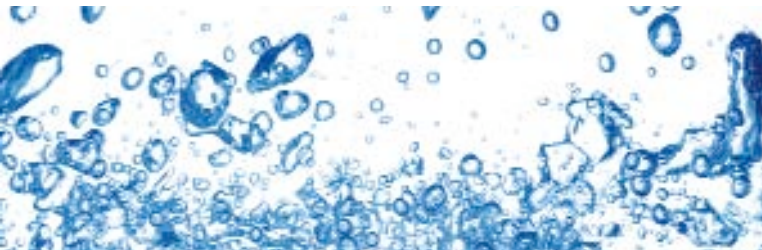
- ISO 9001 - 2000 για την ποιότητα των προϊόντων
- ISO 22000 - 2005 για την ασφάλεια των προϊόντων
- ISO 14001 - 2004 για το περιβάλλον και
- OHSAS 18001 - 1999 για την ασφάλεια και υγεία του προσωπικού.

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» εφαρμόζει επίσης τη μεθοδολογία Ολικής Παραγωγικής Διαχείρισης (TPM) ως πρόσθετο εργαλείο, που δρα συμπληρωματικά στα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας για συνεχή βελτίωση.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων TPM, όλοι οι εργαζόμενοι συμμετέχουν σε ομάδες για τον εντοπισμό τομέων προς βελτίωση με συστηματικό τρόπο. Τα προβλήματα συζητούνται και αναλύονται σε βάθος με ανάλυση των γενεσιουργών αιτιών ώστε οι αποφάσεις για προληπτικά / διορθωτικά μέτρα να βασίζονται σε γεγονότα.



Μπίρα - Ένα φυσικό προϊόν



Η καλή εικόνα χτίζεται με άριστα υλικά

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί άριστα και αγνά υλικά για την παραγωγή υψηλής ποιότητας μπίρας. Τα υλικά αυτά είναι το νερό, η βύνη κριθαριού, ο λυκίσκος και η μαγιά. Με χρήση παραδοσιακών τεχνικών ζυθοποίησης, τα υλικά αυτά καθορίζουν και διαφοροποιούν το ειδικό προφίλ γεύσης καθενός από τα προϊόντα μας.

Νερό

Το νερό είναι το βασικό συστατικό της μπίρας, με περιεκτικότητα περίπου 90% ανά λίτρο. Τα δικά μας πρότυπα ποιότητας έχουν πολύ αυστηρότερες προϋποθέσεις έναντι του πόσιμου νερού. Για να διασφαλίσουμε τα υψηλά αυτά πρότυπα θέτουμε υπό συνεχή χημική και μικροβιολογική παρακολούθηση το νερό που χρησιμοποιούμε στα ζυθοποιεία μας.

Βύνη

Η βύνη προέρχεται από ειδικά επιλεγμένες ποικιλίες κριθαριού, που ονομάζονται «ζυθοποιητικές», καλλιεργούνται αποκλειστικά για την παραγωγή της μπίρας διασφαλίζουν καλή ζυθοποίηση και συνεισφέρουν εν μέρει στη γεύση και στο άρωμά της.

Λυκίσκος

Ο λυκίσκος προσδίδει στην μπίρα τη χαρακτηριστική πικρή γεύση και το ευχάριστο, μοναδικό άρωμα.

Μαγιά

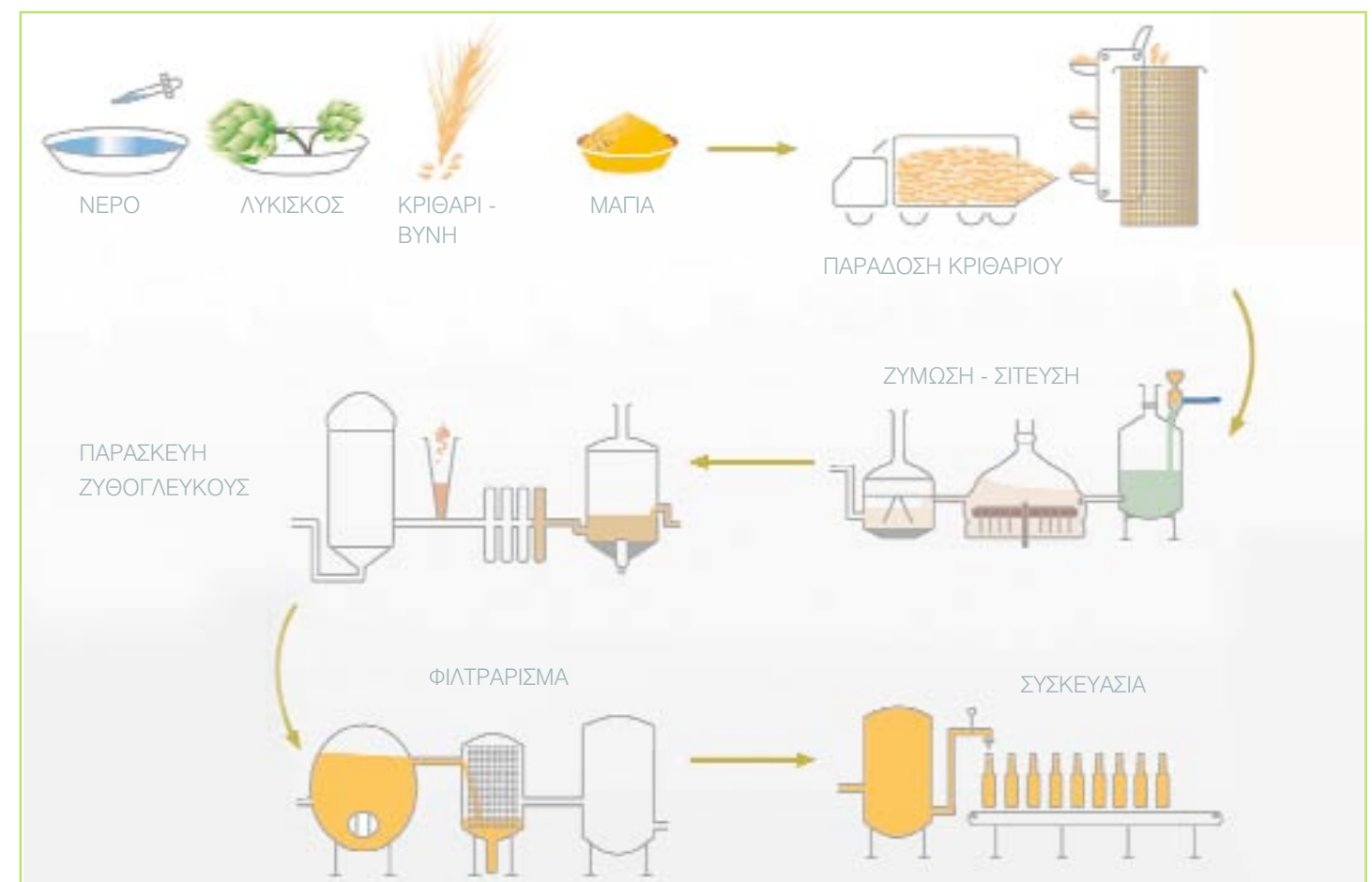
Η μαγιά είναι απαραίτητη για τη διαδικασία της ζύμωσης που μετατρέπει το ζυθογλεύκος σε μπίρα. Εκτός από το αλκοόλ και το διοξείδιο του άνθρακα, η μαγιά παράγει ουσίες που αποτελούν επίσης μέρος της χαρακτηριστικής γεύσης του τελικού προϊόντος.

Παραδοσιακή διαδικασία ζυθοποίησης

Η βύνη προέρχεται από μερικώς βλαστημένο κριθάρι και έχει αναπτύξει χρήσιμα ένζυμα. Αλέθεται με νερό, σε ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας και χρόνου και κατά το στάδιο αυτό τα ένζυμα διασπούν το άμυλο της βύνης σε ζυμώσιμα σάκχαρα. Το μίγμα βράζεται με προσθήκη λυκίσκου ώστε να παραχθεί ο μούστος της μπίρας (ζυθογλεύκος).

Στη συνέχεια το ζυθογλεύκος αερίζεται και αμέσως μετά προστίθεται η απαραίτητη ποσότητα μαγιάς. Η μαγιά «τρέφεται» με τα ζυμώσιμα σάκχαρα και τα μετατρέπει σε αλκοόλη και διοξείδιο του άνθρακα. Η διαδικασία ολοκληρώνεται με τη σίτευση, το φιλτράρισμα και τη συσκευασία.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΥΝΟΠΟΙΗΣΗΣ - ΖΥΘΟΠΟΙΗΣΗΣ - ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ





Παραγωγή βύνης

Πολλά ζυθοποιεία αγοράζουν βύνη από εταιρείες παραγωγής βύνης. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία καλύπτει μόνο μικρό μέρος των αναγκών της σε βύνη από τις εταιρείες αυτές.

Η υπόλοιπη ποσότητα παράγεται στα 2 εργοστάσιά μας στην Πάτρα και τη Θεσσαλονίκη, όπου λειτουργούν βυνοποιεία, από εν μέρει εισαγόμενο και εν μέρει επιλεγμένο τοπικό κριθάρι που καλλιεργείται στη Βόρεια Ελλάδα. Η καλλιέργεια του κριθαριού αυτού γίνεται με πιστοποιημένο σπόρο και υπό την επιτήρησή μας ώστε να διασφαλίζονται τα υψηλά πρότυπα της πρώτης ύλης που απαιτούνται για τις μπίρες μας.

Παρασκευή του ζυθογλεύκου

Η αλεσμένη βύνη αναμιγνύεται με νερό υπό ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας και χρόνου. Θερμαίνεται υπό ανάδευση σε θερμοκρασίες από 60 °C ως 78 °C.

Στο στάδιο αυτό τα ένζυμα που περιέχονται στη βύνη διασπούν το άμυλό της σε ζυμώσιμα σάκχαρα.

Στη συνέχεια, το μίγμα που λαμβάνεται με αυτόν τον τρόπο βράζεται με προσθήκη λυκίσκου. Μετά το στάδιο του βρασμού έχει παραχθεί το ζυθογλεύκος, το οποίο είναι πια έτοιμο για την επόμενη φάση της ζύμωσης. Κατά το βρασμό επιτυγχάνεται η αποστείρωση του ζυθογλεύκου, καθώς και η εκχύλιση όλων των γευστικών, αρωματικών και των άλλων συστατικών του λυκίσκου.

Ζύμωση - Σίτευση

Στη συνέχεια το ζυθογλεύκος ψύχεται, αερίζεται και προστίθεται σε αυτό η μαγιά. Μεταφέρεται σε ειδικές αποστειρωμένες δεξαμενές ζύμωσης (οριζόντια ή κυλινδρικοκωνικά δοχεία από ανοξείδωτο χάλυβα). Κατά τη ζύμωση η μαγιά ζυμώνει τα ζυμώσιμα σάκχαρα και τα μετατρέπει κυρίως σε αλκοόλη και διοξείδιο του άνθρακα. Επιπλέον, παράγει άλλα προϊόντα μεταβολισμού, τα οποία συμβάλλουν καθοριστικά στη χαρακτηριστική γεύση και οσμή της μπίρας.

Στο ίδιο δοχείο ακολουθεί το στάδιο της σίτευσης, κατά το οποίο βελτιώνονται περαιτέρω οι ιδιότητες του προϊόντος.

Φιλτράρισμα

Η μπίρα τώρα είναι μεν έτοιμη, αλλά είναι θολή λόγω υπολειμμάτων μαγιάς και πρωτεΐνης. Χρειάζεται λοιπόν φιλτράρισμα για να γίνει διαυγής και για να απομακρυνθούν οι



ουσίες που μπορεί να περιορίσουν το χρόνο ζωής της. Έτσι παράγεται μπίρα διαυγής, έτοιμη να συσκευασθεί.

Συσκευασία

Η μπίρα συσκευάζεται σε φιάλες, κουτιά και βαρέλια με αυτοματοποιημένη διαδικασία.

Κατά τη διαδικασία συσκευασίας η μπίρα παστεριώνεται ήπια για να διασφαλιστεί η διάρκεια ζωής στην αγορά.

Στη συνέχεια οι συσκευασίες τοποθετούνται σε κιβώτια, τα οποία στοιβάζονται σε παλέτες και μεταφέρονται στους πελάτες.

Πάθος για ποιότητα

Έχουμε αναπτύξει τελευταίας τεχνολογίας εξοπλισμό και πολλά μέσα ελέγχου και παρακολούθησης της ποιότητας όλων των διαδικασιών, με σκοπό τη διασφάλιση των προτύπων υψηλής ποιότητας των προϊόντων μας (βλ. ενότητα «Έμφαση στην Ποιότητα»). Επιπλέον, τα πρότυπα υψηλής ποιότητας των προϊόντων μας τηρούνται χάρη στις ικανότητες, την εμπειρία και το πάθος των ανθρώπων μας.





Κάθε προϊόν και ένας διαφορετικός κόσμος

Amstel

Η Amstel ανήκει στην κατηγορία lager και είναι η πρώτη σε κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα, με 40 χρόνια ποιοτικής παρουσίας. Τα αγνά υλικά δημιουργούν τη δημοφιλή μπίρα με το ξανθό χρώμα και τον πλούσιο αφρό.

Οι αξίες που αποπνέει η μπίρα Amstel, είναι γνωστές στους απανταχού φίλους της. Την επιλέγουν λοιπόν σταθερά για την ελληνικότητα της γεύσης της και την ποιότητα παρασκευής της, αλλά και για εκείνα τα χαρακτηριστικά στα οποία παραπέμπει - ελευθερία, φιλία, αξιοπιστία, κοινωνικότητα.

Heineken

Η καινοτόμος Heineken έγινε πολύ γρήγορα η αγαπημένη «πράσινη» των καταναλωτών. Η μπίρα Heineken κυκλοφορεί σε περισσότερες από 200 χώρες στον κόσμο και το χαρακτηριστικό πράσινο μπουκάλι αναγνωρίζεται παγκοσμίως ως σήμα αυθεντικότητας και ύψιστης εμπειρίας στη μπίρα. Απευθύνεται σε ανοιχτόμυαλους, δυναμικούς, νέους και στους κοσμοπολίτες φανατικούς της μπίρας με θετική στάση στη ζωή που την εκτιμούν για τη δροσιστική γεύση της, την ελαφρά πικρή επίγευσή της και το διακριτικό άρωμα του λυκίσκου, της βύνης και της μοναδικής μαγιάς τύπου «Α', που ανακάλυψε το 1886 ο μαθητής του L.Pasteur, Dr. Elion.

Fischer

Η FISCHER είναι μια αυθεντικά παραδοσιακή μπίρα, η οποία κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1863 στο Στρασβούργο και έλαβε το όνομά της από το δημιουργό της, Jean Fischer. Το 1999 παράχθηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Μέχρι σήμερα η Fischer παράγεται επιλεκτικά σε συγκεκριμένες χώρες με την αυθεντική μέθοδο της ζυθοποιίας Brasseries Fischer & Adelshoffen Alsace. Η Fischer είναι μια μπίρα με φίνα χαρακτηριστικά και πλούσια γεύση και απευθύνεται σε καταναλωτές υψηλών απαιτήσεων. Στις διαχρονικές της αξίες περιλαμβάνεται η ξεχωριστή της ταυτότητα, το κύρος, η ευρωπαϊκή φινέτσα και η αυθεντικότητα. Είναι γνωστή επίσης από τη ιδιαίτερη συσκευασία της στο πράσινο μπουκάλι με τη σκαλιστή εικόνα του Καθεδρικού Ναού του Στρασβούργου.

Άλφα

Το 2000, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» εξαγόρασε το σήμα της μπίρας ΑΛΦΑ από την οικογένεια Κάρολου Α. Φίξ και το εισήγαγε στην αγορά σε ανανεωμένη συσκευασία, χρησιμοποιώντας όμως την ίδια, παραδοσιακή συνταγή. Η μπίρα ΑΛΦΑ συνδέθηκε με τον ελληνικό τρόπο ζωής και ψυχαγωγίας καθώς και την αυθεντική ταυτότητα του Έλληνα που αποζητά την άνεση, σέβεται την παράδοση και εκτιμά την ελληνική κληρονομιά. Οικεία όσο καμία άλλη, η μπίρα ΑΛΦΑ τηρεί τις υποσχέσεις της διατηρώντας πάντα το λαμπερό χρυσοκίτρινο χρώμα της και το απαλό άρωμα βύνης και μαγιάς.

Amstel Pulse

Καινοτόμα, σύγχρονη, εξωστρεφής, η μπίρα AMSTEL PULSE απευθύνεται σε νέους, ζωντανούς, επιλεκτικούς, αισιόδοξους και μοντέρνους ανθρώπους. Η πρωτοποριακή, με καμπύλες, φιάλη σε συνδυασμό με το καινοτόμο άνοιγμα προσφέρουν μία πραγματικά ξεχωριστή πρόταση στο χώρο της μπίρας. Έχει διαυγές χρυσαφί χρώμα, ελαφρώς φρουτώδες άρωμα, καθαρή

γεύση και πλούσιο, πυκνό αφρό. Επιπλέον, η μάρκα επιτυγχάνει ένα ξεχωριστό συνδυασμό ποιοτικών χαρακτηριστικών πλήρους γεύσης με χαμηλότερη ποσότητα αλκοόλ και περιορισμένο αριθμό υδαταθράκων και θερμίδων, διασφαλίζοντας την απολύτη γευστική και δροσιστική εμπειρία.

Mc Farland

Η ιρλανδικής καταγωγής Mc FARLAND είναι μια μπίρα με προσωπικότητα, ώριμη, ιδιαίτερη, κομψή και αυθεντική. Απευθύνεται σε ξεχωριστούς καταναλωτές, που επιζητούν μια μπίρα με γεμάτη -ελαφρώς γλυκιά- γεύση με πικρή επίγευση, «γεμάτο» σώμα, πλούσιο άρωμα φρούτων και κεχριμπαρένιο χρώμα.

Carib

Η Carib εισάγεται από την Καραϊβική και αντιπροσωπεύει το νεανικό, μοντέρνο τρόπο ζωής. Κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1950 και συνέδεσε το όνομά της με την ανεμελιά και τη διασκέδαση της ζωής στην Καραϊβική. Στην Ελλάδα η Carib έχει ένα πιστό κοινό, που αγαπά την εξωτική, γεμάτη γεύση της, τον αντισυμβατικό τρόπο ζωής, τη φιλικότητα, την προοδευτική στάση ζωής και την εξωστρέφεια που φιλοδοξεί να πρεσβεύει η μάρκα.

Ιόλη

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εισήλθε στην αγορά εμφιαλωμένου νερού το 1993 με το φυσικό μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ, το οποίο εμφιαλώνεται στο εργοστάσιο της εταιρείας, στη Λαμία. Το φυσικό μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ αναβλύζει στους πρόποδες της Οίτης. Συνιστά ένα προϊόν ανώτερης ποιότητας, αγνό, με ισορροπημένη περιεκτικότητα σε μεταλλικά ιχνοστοιχεία, τα οποία προσλαμβάνει από τους γεωλογικούς σχηματισμούς που συναντά στην υπόγεια διαδρομή του. Το φυσικό μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ έχει συνδέσει εδώ και μία δεκαετία το όνομά του με την τέχνη, φιλοξενώντας στις επικέτες και στα ποτήρια του έργα μεγάλων καταξιωμένων αλλά και νέων ταλαντούχων Ελλήνων ζωγράφων. Έργα των Δημήτρη Μυταρά, Αλέκου Φασιανού, Δημήτρη Κούκου, Παύλου Σάμιου και άλλων Ελλήνων καλλιτεχνών κοσμούν τις συλλεκτικές φιάλες του δημιουργώντας ένα ξεχωριστό εικαστικό αποτέλεσμα.



ΕΛΕΝΑ ΜΑΘΙΟΥ

Δ/τρια Marketing

«Πώς υποδέχτηκαν οι καταναλωτές την καινούρια πρόταση της Amstel, την Amstel Pulse;»

«Η Amstel εκτιμάται ότι σήμερα είναι η δημοφιλέστερη μπίρα στην Ελλάδα. Η μοναδική της γεύση σε συνδυασμό με την υψηλή της ποιότητα φέρνουν την Amstel στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των Ελλήνων. Το 2006 στην οικογένεια της Amstel και κοντά στην Amstel Bock και την Amstel Light προστέθηκε μία πρωτοποριακή εκδοχή, αυτή της Amstel Pulse. Σύμφωνα με την έρευνα U&A (Usage & Attitudes Study)¹ που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο 2007 σε δείγμα 1.000 ατόμων πανελλαδικά, η μάρκα έχει κερδίσει ήδη την εμπιστοσύνη του κοινού, κυρίως από τις νεότερες ηλικίες (άνδρες και γυναίκες 18-34 ετών) που θεωρούν ότι είναι μοντέρνα και με άποψη. Η Amstel Pulse διατηρώντας τη γεμάτη γεύση της με περιεκτικότητα 4,7% σε αλκοόλ, προσφέρει ταυτόχρονα μια ευκολόπιστη πρόταση με περιορισμένη περιεκτικότητα σε θερμίδες και υδατάνθρακες».

¹Την έρευνα U&A (Usage & Attitudes Study) πραγματοποιεί για λογαριασμό της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» η εταιρεία GfK

Σχέσεις σεβασμού & αξιοπιστίας με την αγορά



Δίκτυο πωλήσεων και διανομής

Τα δύο τελευταία χρόνια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ακολουθώντας τη συνολική αγορά μπίρας, εμφανίζει ανάκαμψη στις πωλήσεις της. Το μερίδιό της για το έτος 2007 έχει διαμορφωθεί στο 74,9% (εκτίμηση της εταιρείας βασιζόμενη στον εισπραχθέντα από το Δήμοσιο Εθνικό Φόρο Κατανάλωσης) με τους μεγαλύτερους όγκους πωλήσεων να προέρχονται από τις Amstel και Heineken.

Για τη διάθεση - διανομή των προϊόντων της στην ελληνική αγορά, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, βασίζεται σε ένα δίκτυο 1.700 ανεξάρτητων χονδρεμπόρων, οι οποίοι καλύπτουν απ' άκρου εις άκρον τη χώρα. Πρόκειται για επιχειρήσεις κυρίως τοπικής εμβέλειας που προσφέρουν πολύ σημαντικές υπηρεσίες στην εφοδιαστική αλυσίδα. Συνολικά τα προϊόντα της Αθηναϊκής

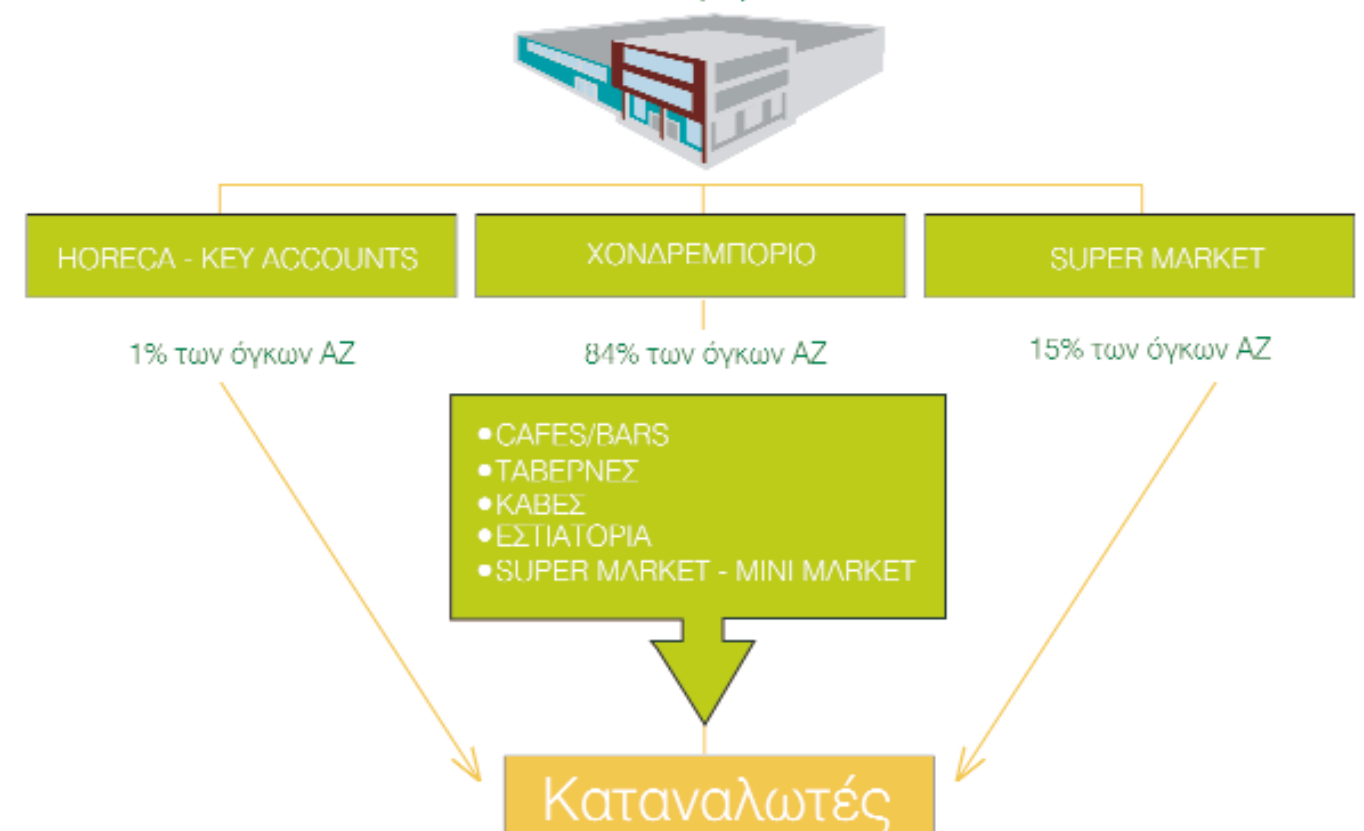
ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΖ



Ζυθοποιίας διατίθενται σε περίπου 125.000 καταστήματα - 65.000 σημεία πώλησης «κρύας αγοράς» (π.χ. ταβέρνες, bar, café κ.λπ.) και 60.000 «ζεστής αγοράς» (super market, mini market κ.λπ.).

Όλες οι δραστηριότητες που αφορούν στο δίκτυο πωλήσεων και διανομής της εταιρείας μας, έχουν ως στόχο την ικανοποίηση του τελικού καταναλωτή, ο οποίος βρίσκεται πάντα στο κέντρο του συστήματος αξιών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η προτεραιότητα που δίνει η εταιρεία στον τελικό καταναλωτή είναι ακόμα πιο έντονη στη σημερινή εποχή, όπου το διαρκώς μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς προκαλεί τον καταναλωτή να αυξάνει δικαίως τις απαιτήσεις του και να ανεβάζει διαρκώς τον πήχυ της επιθυμητής εξυπηρέτησης και ποιότητας των προϊόντων που επιλέγει.

Διανομή ΑΖ



Εξυπηρέτηση Πελατών

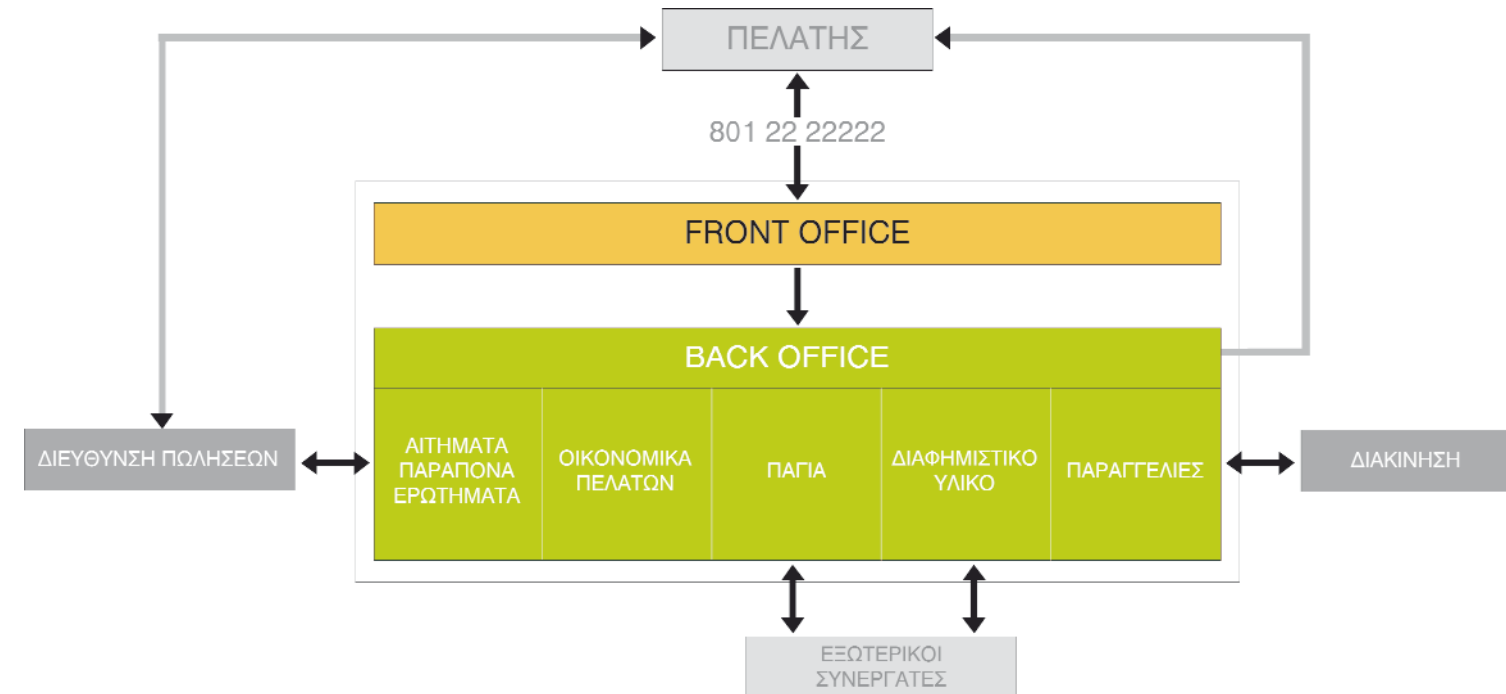
Προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη και ταχύτερη διαχείριση και εξυπηρέτηση των σχέσεων με τους πελάτες αλλά και με τους καταναλωτές, αναπτύχθηκε συγκεκριμένο σύστημα CRM – Customer Relationship Management (Διαχείριση Σχέσεων με πελάτες), που λειτουργεί ολοκληρωμένα και αποτελεσματικά. Με αυτόν το σύγχρονο τρόπο δημιουργούνται οι κατάλληλες προσβάσεις προς τον πελάτη και τον καταναλωτή και διευκολύνεται η επικοινωνία μαζί τους.

Σημειώνεται ότι το σύστημα CRM της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας συγκαταλέγεται στα πιο ολοκληρωμένα και προηγμένα ανάμεσα στις λοιπές εμφιαλώτριες εταιρείες της Heineken N.V., παγκοσμίως. Εκτιμάται επίσης ότι αποτελεί μια από τις πιο διευρυμένες εφαρμογές CRM στον τομέα των καταναλωτικών προϊόντων στη χώρα μας.

Επιπλέον, σταθερή είναι η μέριμνα της εταιρείας μας ώστε να υπάρχει «αποκλειστικό σημείο επαφής» (single point of contact) μεταξύ του πελάτη και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με στόχο την ταχύτερη και καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Ο ανωτέρω στόχος πραγματοποιήθηκε και με τη δημιουργία τμήματος εξυπηρέτησης πελατών (Customer Care & Sales Services). Το Front Office του συγκεκριμένου τμήματος δέχεται κλήσεις από όλη την Ελλάδα, στο τηλέφωνο 801-22-22222 (με αστική χρέωση), τόσο για παραγγελίες, όσο και για οποιοδήποτε άλλο θέμα. Παράλληλα, συστάθηκε «γραμμή καταναλωτή», στο τηλέφωνο 801-22-20000 (αστική χρέωση) ώστε η εταιρεία να λαμβάνει γνώση και να επιλύει, χωρίς καθυστέρηση, θέματα που αφορούν άμεσα τον τελικό καταναλωτή.

Η ενίσχυση μιας ήδη πολύ **ΚΑΛΗΣ** σχέσης με τον πελάτη και η πιο στενή προσέγγιση καταστημάτων και καταναλωτών



Οι ανωτέρω ενέργειες και διαδικασίες έχουν σημαντικά αποτελέσματα, όπως είναι:

- Η παρακολούθηση των αιτημάτων, των ερωτημάτων και των θεμάτων που απασχολούν τους πελάτες μας, ώστε να απαντούμε και να επιλύουμε το σύνολό τους σε όσο το δυνατόν πιο πρώιμο στάδιο
- Η δυνατότητα για τα στελέχη του τμήματος πωλήσεων να μπορούν να εργαστούν αυτόνομα και αποτελεσματικά, χωρίς να είναι αναγκαία η φυσική τους παρουσία στο γραφείο
- Η επίτευξη αποκλειστικού σημείου επαφής (single point of contact - front office)
- Η εντυπωσιακή μείωση της γραφειοκρατίας (έως και κατά 90%)
- Η αύξηση της κάλυψης αγοράς από τους Επιθεωρητές Πωλήσεων της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» - «κέρδος» έως και 70% στο χρόνο τηλεφωνημάτων λόγω συστηματικής χρήσης από πελάτες της γραμμής εξυπηρέτησης πελατών και επίλυσης θεμάτων μέσω front & back office
- Η αύξηση της ταχύτητας διαχείρισης και διεκπεραίωσης

αιτημάτων (απόκλιση από το επιθυμητό επίπεδο εξυπηρέτησης στο 1%, σύμφωνα με τις μετρήσεις της εταιρείας)

- Η βελτίωση διαχείρισης παγίων - εκτίμηση μείωσης απωλειών κατά 60% μείωση κόστους τεχνικών επισκέψεων κατά 15% μέσω επίλυσης από front office - (σύμφωνα με τις μετρήσεις της εταιρείας)
- Η διαθεσιμότητα αξιόπιστης και τρέχουσας πληροφόρησης
- Η υιοθέτηση κοινής γλώσσας επικοινωνίας
- Η συνεισφορά στη θέσπιση ξεκάθαρων και μετρήσιμων στόχων
- Η άμεση και αποτελεσματική επικοινωνία με τον καταναλωτή
- Η εδραίωση της επαγγελματικής εικόνας των ανθρώπων μας που έρχονται σε επαφή με τους πελάτες, με τη μετατροπή τους από απλούς «επιλυτές προβλημάτων» σε επαγγελματίες που λαμβάνουν αποφάσεις, έγκαιρα και ορθολογικά
- Η αποτελεσματική, αξιόπιστη, ομαλή αλλαγή ενός ήδη επιτυχημένου μηχανισμού Πωλήσεων της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» (Change Management).

Στο πλαίσιο περαιτέρω **ανάπτυξης των εξαγωγών**, κατόπιν λεπτομερούς διερεύνησης και ιεράρχησης στοχεύουμε

- στην εστίαση των κυριότερων αγορών όπως η Αυστραλία, ο Καναδάς, οι ΗΠΑ και η Αλβανία και
- στη διεύρυνση της παρουσίας μας σε νέες αναδυόμενες αγορές του πλανήτη

Από την Ελλάδα σε όλον τον κόσμο

Η εξαγωγική δραστηριότητα της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», ξεκίνησε το 1971 με κάποιες σποραδικές κινήσεις και αναπτύχθηκε σταθερά παρά τις προκλήσεις της αγοράς όπως εκφράζονται με:

- τον ισχυρό εξωτερικό ανταγωνισμό
- την υψηλή ισοτιμία EUR/USD
- το υψηλό ρίσκο νομικών εμπλοκών ανά χώρα και
- το υψηλό κόστος διεθνών μεταφορών

Αυτή τη στιγμή τα εξαγόμενα προϊόντα της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», Amstel, Heineken, Fischer, Marathon, Alfa, Furstenbrau και το φυσικό μεταλλικό και ανθρακούχο νερό Ιόλη, διατίθενται σε 26 χώρες και στις πέντε ηπείρους:

- Στην Ευρώπη: Αγγλία, Βέλγιο, Κύπρο, Τσεχία, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Μάλτα, Ολλανδία, Ισπανία, Σουηδία και Ελβετία
- Στη Νοτιοανατολική Ευρώπη (Βαλκάνια): Αλβανία, Κόσοβο και Σερβία
- Στην Αμερική: ΗΠΑ, Καναδάς, Παναμάς και Σουρινάμ (Ν. Αμερική)
- Στην Ασία: Ιαπωνία και Σιγκαπούρη
- Στην Αφρική: Ν. Αφρική και Δυτική Ακτή - Ακτή Ελεφαντοστού και Σιέρα Λεόνε
- Στην Ωκεανία: Αυστραλία.

Επίσης, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» εφοδιάζει το δίκτυο DUTY FREE σε:

- 31 Καταστήματα Αφορολογίτων Ειδών (Κ.Α.Ε.) ανά την Ελλάδα και
- 5 Εταιρείες Εφοδιασμού Πλοίων Γραμμών Εξωτερικού.

Με βάση τα στατιστικά στοιχεία του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών (ΟΠΕ)² υπολογίζεται ότι οι εξαγωγές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποτελούν κατά προσέγγιση

- το 7,8% του συνολικού μεριδίου τζίρου εξαγωγίμων αλκοολούχων ποτών και
- το 0,07% του συνολικού τζίρου όλων των ελληνικών εξαγωγίμων προϊόντων, εξαιρουμένων πετρελαιοειδών και πλοίων.

² <http://www.hepo.gr>, Δελτίο Τύπου ΟΠΕ, Ε.Σ.Υ.Ε, 03/03/2008, «Εξαγωγική Αποτελεσματικότητα 2007»



ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΔΑΝΙΗΛΙΔΗΣ
Δ/ντης Πωλήσεων Ελλάδας

«Ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν την τελική τιμή καταναλωτή των προϊόντων της «Αθηναϊκής Ζυθοποιία Α.Ε.»;

«Η διαμόρφωση της εργοστασιακής τιμής των προϊόντων της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» στην Ελλάδα είναι το αποτέλεσμα ενός συνδυασμού κριτηρίων που σχετίζονται με το κόστος παραγωγής και μεταφοράς, την εποχικότητα και την εμπορική πολιτική της εταιρείας. Επισημαίνουμε ότι η πολιτική της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» είναι αυτή της «ενιαίας εργοστασιακής τιμής» σε πανελλαδική βάση, ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές, παρά τη μεγάλη μεταφορική επιβάρυνση.

Θα πρέπει ακόμα να σημειώσουμε ότι η τελική τιμή καταναλωτή, αυτή δηλαδή που διαμορφώνεται στο τελικό σημείο πώλησης αφορά σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας και όχι αποκλειστικά στην παραγωγό εταιρεία.

Είναι σημαντικό να εστιάσουμε στους παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές των δικών μας προϊόντων στην Ελλάδα:

α) Πρώτες ύλες:

Ένα μεγάλο μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εισάγεται από άλλες χώρες. Για το λόγο αυτό η τιμή είναι υψηλότερη όσο μακρύτερα βρισκόμαστε από το σημείο παραγωγής των πρώτων υλών.

β) Κόστος προσωπικού, εγκαταστάσεων και συντήρησης σε σχέση με την εποχικότητα: το 50% της ετήσιας κατανάλωσης μπίρας στην Ελλάδα γίνεται κατά τη διάρκεια των τριών θερινών μηνών. Παρά τη σημαντική εποχικότητα των προϊόντων στην Ελλάδα, το κόστος παραγωγής, εγκαταστάσεων, συντήρησης αλλά και προσωπικού (η πλειονότητα είναι μόνιμοι υπάλληλοι) μένει σταθερό για όλο το χρόνο. Αυτό παίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του κόστους και, κατά συνέπεια, της τιμής των προϊόντων.

γ) Το μεταφορικό κόστος στην Ελλάδα είναι υψηλότερο από ό,τι σε άλλες χώρες εξαιτίας των γεωγραφικών χαρακτηριστικών της. Η μεταφορά στα νησιά, που αποτελούν ένα από τα κύρια σημεία κατανάλωσης για τα προϊόντα της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», είναι αρκετά πιο ακριβή από την αντίστοιχη στην ενδοχώρα. Επιπλέον, το κόστος μεταφορών στην ηπειρωτική Ελλάδα είναι υψηλό εξαιτίας ιδιαιτεροτήτων του οδικού δικτύου, της μορφολογίας του εδάφους και της πληθυσμιακής διασποράς. Τα ζητήματα αυτά αποτελούν ιδιαιτερότητες που δεν αντιμετωπίζουν άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

δ) Εμπορική πολιτική, κανάλια διανομής:

Η εμπορική πολιτική της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» παρουσιάζει σταθερότητα και είναι ενιαία ανά κανάλι διανομής (χονδρεμπόριο, super market). Η σχετική βαρύτητα των καναλιών διαφέρει σημαντικά από τις περισσότερες ευρωπαϊκές αγορές καθώς η «κρύα αγορά» αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων μας σε αντίθεση με άλλες χώρες όπου η «ζεστή αγορά» είναι εκείνη που αποτελεί το κύριο κανάλι διανομής.

Επίσης, σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές, η μπίρα θεωρείται προϊόν - σημαία που χρησιμοποιείται από τα super markets για την προσέλκυση καταναλωτών, λόγω της ισχυρής κουλτούρας μπίρας που υπάρχει στις αγορές αυτές. Γι' αυτό και συχνά προσφέρουν εξαιρετικά ανταγωνιστικές τιμές στην μπίρα, καμιά φορά ακόμα και μικρότερες του κόστους, ως μέρος των προωθητικών τους ενεργειών.

Τελικά, η τιμή καταναλωτή στην ελληνική αγορά επηρεάζεται από την εμπορική πολιτική ολόκληρης της εφοδιαστικής αλυσίδας (παραγωγός, χονδρέμπορος / διακινητής, τελικό σημείο πώλησης) και βρίσκεται στο μέσο όρο της ευρωζώνης, συγκρινόμενη με τα επίπεδα τιμών των άλλων ευρωπαϊκών χωρών».



Κύρια Οικονομικά Μεγέθη



Χρηματοοικονομικά στοιχεία 2007

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι μια υγιής και κερδοφόρος επιχείρηση. Κατά την οικονομική χρήση που έληξε την 31η Δεκεμβρίου 2007, τα καθαρά κέρδη της εταιρείας ανήλθαν σε περίπου 78,2 εκατ. ευρώ, έναντι περίπου 65,4 εκατ. ευρώ το 2006 (βλ. Πίνακα Α), σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 19,6%. Στην αύξηση αυτή της κερδοφορίας συνέβαλαν αρκετοί παράγοντες μεταξύ των οποίων οι εξής:

- Οι καθαρές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά περίπου 10%, λόγω της κατ' όγκον αύξησής τους
- Το κόστος κίνησης των αποθεμάτων αυξήθηκε κατά 21%, λόγω κυρίως της αύξησης του όγκου αλλά και του κόστους παραγωγής
- Οι φόροι και τα τέλη αυξήθηκαν κατά περίπου 5%, λόγω κυρίως της αύξησης του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης, ως

συνέπεια της κατ' όγκον αύξησης των πωλήσεων

- Τα έξοδα προσωπικού αυξήθηκαν κατά περίπου 4%, κυρίως λόγω της αύξησης των δαπανών για αμοιβές που προήλθαν από την ετήσια αύξηση μισθών
- Τα λοιπά λειτουργικά έξοδα αυξήθηκαν κατά περίπου 12%, λόγω κυρίως της αύξησης των δαπανών προβολής και διαφήμισης, του κόστους μεταφορών και ενέργειας, καθώς και της χρήσης σήματος (λόγω της αύξησης των πωλήσεων)
- Τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα αυξήθηκαν σημαντικά, λόγω της αύξησης των επιτοκίων
- Οι αποσβέσεις μειώθηκαν κατά περίπου 2%, λόγω κυρίως της ορθολογικότερης διαχείρισης των επενδύσεων
- Ο φόρος εισοδήματος αυξήθηκε, κυρίως λόγω της μεγαλύτερης επιβάρυνσης από τη διενέργεια φορολογικού ελέγχου για τις χρήσεις 2005-2006, αλλά και της σημαντικής μείωσης του εσόδου από αναβαλλόμενη φορολογία συγκριτικά με την προηγούμενη χρήση.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α

Πωλήσεις	435.264.067	395.337.359
Λοιπά λειτουργικά έσοδα	7.007.805	5.833.372
Κίνηση αποθεμάτων	(69.619.196)	(57.505.799)
Φόροι & τέλη	(48.447.505)	(46.161.389)
Έξοδα προσωπικού	(72.695.510)	(69.928.888)
Αποσβέσεις	(30.159.537)	(30.883.508)
Λοιπά λειτουργικά έξοδα	(118.668.897)	(106.183.833)
Λειτουργικά κέρδη προ χρηματοοικονομικών αποτελεσμάτων και φόρων	102.681.227	90.507.314
Χρηματοοικονομικά έσοδα	7.142.799	4.195.064
Χρηματοοικονομικά έξοδα	(83.882)	(96.107)
Καθαρά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα	7.058.917	4.098.957
Κέρδη προ φόρων	109.740.144	94.606.271
Φόρος εισοδήματος	(31.504.012)	(29.211.724)
Κέρδη μετά φόρων	78.236.132	65.394.547
Κέρδη μετά φόρων ανά μετοχή βασικά και προσαρμοσμένα	43,00	35,94

31 Δεκεμβρίου 2007 (ποσά σε ευρώ)	31 Δεκεμβρίου 2006 (ποσά σε ευρώ)
435.264.067	395.337.359
7.007.805	5.833.372
(69.619.196)	(57.505.799)
(48.447.505)	(46.161.389)
(72.695.510)	(69.928.888)
(30.159.537)	(30.883.508)
(118.668.897)	(106.183.833)
102.681.227	90.507.314
7.142.799	4.195.064
(83.882)	(96.107)
7.058.917	4.098.957
109.740.144	94.606.271
(31.504.012)	(29.211.724)
78.236.132	65.394.547
43,00	35,94

Η φορολόγηση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αντιστοιχεί στο 40% της τελικής τιμής (έμμεσοι φόροι, Φ.Π.Α., φόροι εισοδήματος, δημοτικοί φόροι, λοιποί φόροι). Το 2007 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέγραψε έσοδα 435 εκατ. ευρώ, απασχολώντας 1.217 άτομα. Το σύνολο των φόρων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έφθασε τα 155 εκατ. ευρώ αντιπροσωπεύοντας το 0,37% των συνολικών φορολογικών εσόδων της Ελλάδας (περί τα 400.000 ευρώ ημερησίως).	ΦΟΡΟΙ (ποσά σε ευρώ)	Ποσοστό	2007
	Φόρος Εισοδήματος	25%	29.234.135,00
	ΕΦΚ Ζύθου		45.084.379,00
	Φ.Π.Α.	19%	52.658.425,00
	Δημοτική Φορολογία	3%	12.086.416,00
	Φόρος Μισθωτών		8.589.499,00
	Πρόσθετοι φόροι		5.525.784,00
	Φόρος επί των δικαιωμάτων (royalties)	7%	1.304.206,00
	Τέλη Διαφήμισης	2%	521.314,60
	Φόρος Μεγάλης Ακίνητης Περιουσίας		208.079,00
	Λοιποί Φόροι		196.815,00
			155.409.052,60
	Ασφαλιστικά Ταμεία - Εργοδότη		10.493.942,62



Επενδύουμε στην τεχνολογία και την καινοτομία

Η εταιρεία επένδυσε τα τελευταία 10 χρόνια περισσότερα από 370 εκατ. ευρώ με στόχο τη βελτίωση και ανανέωση του εξοπλισμού της, με αποτέλεσμα οι εγκαταστάσεις της να θεωρούνται από τις πιο σύγχρονες και παραγωγικές στην Ευρώπη.

Ενδεικτικά, σημειώνεται πως το εργοστάσιο της Πάτρας είναι από τα πιο σύγχρονα στη Ν. Ευρώπη, ενώ η μονάδα της Αθήνας παράγει κατά μέσο όρο 75.000 κιβώτια ή 1.500.000 φιάλες την ημέρα.

Διαχείριση Κινδύνων

Όπως κάθε επιχείρηση, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πρέπει να προβλέπει και να διαχειριστεί, αν εμφανιστούν, αρκετά σημαντικούς κινδύνους από τη χρήση των χρηματοοικονομικών μέσων όπως:

- Πιστωτικός κίνδυνος
- Κίνδυνος ρευστότητας
- Κίνδυνος συνθηκών αγοράς

Η Διοικούσα Επιτροπή φέρει τη συνολική ευθύνη για τη δημιουργία και εποπτεία του πλαισίου διαχείρισης κινδύνου. Οι σχετικές πολιτικές της εταιρείας εφαρμόζονται προκειμένου να αναγνωρίζονται και να αναλύονται οι υφιστάμενοι κίνδυνοι, να τίθενται όρια ανάληψης κινδύνου και να πραγματοποιούνται έλεγχοι ως προς αυτά.

Οι πολιτικές διαχείρισης κινδύνου εξετάζονται περιοδικά, ώστε να ενσωματώνουν τις αλλαγές που παρατηρούνται στις συνθήκες της αγοράς και τις δραστηριότητες της εταιρείας.

Πιστωτικός κίνδυνος

Πιστωτικός κίνδυνος είναι αυτός της ζημίας της εταιρείας σε περίπτωση που ένας πελάτης ή τρίτος σε συναλλαγή χρηματοοικονομικού μέσου δεν εκπληρώσει τις συμβατικές του υποχρεώσεις. Σχετίζεται δηλαδή κατά κύριο λόγο, με τις απαιτήσεις από πελάτες.

Η διοίκηση εφαρμόζει συγκεκριμένη πιστωτική πολιτική και η έκθεση σε πιστωτικούς κινδύνους παρακολουθείται συστηματικά. Κανένας πελάτης δεν ξεπερνά το 10% των πωλήσεων και επομένως ο πιστωτικός κίνδυνος είναι κατανοητός σε μεγάλο αριθμό πελατών.

Πιστοληπτικές αξιολογήσεις διενεργούνται για όλους τους πελάτες και λαμβάνονται εμπράγματα εγγυήσεις σε περιπτώσεις που αυτό κρίνεται απαραίτητο.

Η εταιρεία καταχωρεί πρόβλεψη απαξίωσης, που αντιπροσωπεύει την εκτίμησή της για ζημίες σε σχέση με τους πελάτες και τις λοιπές απαιτήσεις. Η πρόβλεψη αυτή αποτελείται κυρίως από ζημίες απαξίωσης συγκεκριμένων απαιτήσεων σημαντικού ρίσκου που εκτιμάται βάσει των δεδομένων συνθηκών ότι θα πραγματοποιηθούν, αλλά δεν έχουν ακόμα οριστικοποιηθεί.

Κίνδυνος ρευστότητας

Κίνδυνος ρευστότητας σημαίνει να μη δύναται η εταιρεία να εκπληρώσει τις χρηματοοικονομικές της υποχρεώσεις όταν αυτές καταστούν ληξιπρόθεσμες. Η προσέγγιση που υιοθετεί η εταιρεία στο θέμα αυτό είναι να διασφαλίζει, όσο γίνεται περισσότερο, ότι θα διαθέτει πάντα αρκετή ρευστότητα ώστε να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της όταν αυτές λήγουν, υπό οποιεσδήποτε συνθήκες, είτε συνήθεις είτε έκτακτες, χωρίς να υφίστανται μη αποδεκτές ζημιές ή να διακυβεύεται η φήμη της. Για την αποφυγή των κινδύνων ρευστότητας, κατά τη σύνταξη του ετήσιου προϋπολογισμού η εταιρεία διενεργεί πρόβλεψη ταμειακών ροών για περίοδο έτους, καθώς και μηνιαία κυλιόμενη πρόβλεψη, έτσι ώστε να εξασφαλίζει ότι έχει αρκετά ταμειακά διαθέσιμα για να καλύψει τις λειτουργικές της ανάγκες, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών υποχρεώσεών της. Η πολιτική αυτή δεν λαμβάνει υπόψιν της τη σχετική επίδραση από ακραίες συνθήκες που δεν μπορούν να προβλεφθούν.

Κίνδυνος συνθηκών αγοράς

Ο κίνδυνος συνθηκών αγοράς αφορά στις αλλαγές τιμών, όπως οι συναλλαγματικές ισοτιμίες και τα επιτόκια, που επηρεάζουν τα αποτελέσματα της εταιρείας ή την αξία των χρηματοοικονομικών της μέσων. Ο σκοπός της διαχείρισης κινδύνου από τις συνθήκες της αγοράς είναι να ελέγχεται η έκθεση της εταιρείας στους κινδύνους αυτούς, στο πλαίσιο αποδεκτών παραμέτρων με παράλληλη βελτιστοποίηση των αποδόσεων.

Η εταιρεία δεν χρησιμοποιεί παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα και μέσα αντιστάθμισης κινδύνου προκειμένου να διαχειριστεί τον κίνδυνο από τις συνθήκες της αγοράς.

α) Συναλλαγματικός κίνδυνος

Η εταιρεία δραστηριοποιείται κυρίως στην Ελλάδα και δευτερευόντως σε λοιπές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συνεπώς το μέγιστο μέρος των συναλλαγών της γίνεται σε ευρώ.

β) Κίνδυνος επιτοκίων

Οι έντοκες απαιτήσεις και υποχρεώσεις της εταιρείας συνδέονται με κυμαινόμενα επιτόκια, τα οποία προσαρμόζονται ανάλογα με τη διακύμανση του επιτοκίου Euribor.

Διαχείριση κεφαλαίου

Η πολιτική της Διοικούσας Επιτροπής της εταιρείας συνίσταται στη διατήρηση, σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα, μιας ισχυρής βάσης κεφαλαίου, ώστε να εξασφαλίζεται η εμπιστοσύνη των μετόχων, των πιστωτών και της αγοράς και να επιτρέπεται η μελλοντική ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της εταιρείας. Η Διοικούσα Επιτροπή παρακολουθεί την απόδοση του συνόλου των επενδυμένων κεφαλαίων, στοχεύοντας στη βελτιστοποίησή της, ώστε να εξασφαλίζεται η δυνατότητα διανομής μερίσματος στους μετόχους σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, καθώς και η δυνατότητα εξυπηρέτησης των υποχρεώσεων της εταιρείας. Επίσης, η ελληνική εταιρική νομοθεσία προβλέπει την υποχρεωτική κράτηση τακτικού αποθεματικού ετησίως, τη διανομή μερίσματος, καθώς και τη διατήρηση του ύψους της καθαρής θέσης της εταιρείας στο 50% τουλάχιστον του καταβλημένου μετοχικού κεφαλαίου. Τέλος, δεν υπήρξαν αλλαγές στην προσέγγιση της εταιρείας σχετικά με τη διαχείριση κεφαλαίου κατά τη διάρκεια της χρήσης του 2007.

Συμβολή στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας

Οικονομικός Αντίκτυπος

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, έχοντας επίγνωση του ρόλου της στην ελληνική κοινωνία, αποφάσισε να καταμετρήσει επιστημονικά τις οικονομικές επιδράσεις της στα εμπλεκόμενα μέρη. Για το σκοπό αυτό, το 2007 ζητήθηκε η εκπόνηση Εκτίμησης Οικονομικού Αντίκτυπου. Στη μελέτη, την οποία διενέργησε η εταιρεία Triple Value Strategy Consultants βασιζόμενη στα στοιχεία του 2006, μετρήθηκαν και προσδιορίστηκαν οι συνέπειες από τη δράση της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», τόσο στην ελληνική οικονομία γενικότερα, όσο και στην άμεση και έμμεση απασχόληση.



Ενισχύουμε τα επόμενα χρόνια το ρόλο των εγχώρια παραγόμενων πρώτων υλών στην παραγωγή των προϊόντων μας

Οι συνέπειες διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

Άμεσες: είναι αυτές που προέρχονται από τις άμεσες δραστηριότητές μας (αριθμός ατόμων που εργάζονται για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, καταβαλλόμενοι φόροι).

Έμμεσες: είναι οι συνέπειες από την αγορά και πώληση αγαθών και υπηρεσιών εκ μέρους μας (αριθμός ατόμων που απασχολούνται από έναν προμηθευτή, υπολογιζομένης της αξίας αγορών της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» ή το κέρδος που προκύπτει από έναν εμπορικό αντιπρόσωπο ως αποτέλεσμα της πώλησης των προϊόντων μας).

Απορρέουσες: είναι οι συνέπειες που προκαλούνται από τα έσοδα των νοικοκυριών ως αποτέλεσμα των άμεσων ή έμμεσων δραστηριοτήτων μας.

Η παρουσία της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» δημιουργεί 1.492 εκατ. ευρώ σε προστιθέμενη αξία στην ελληνική οικονομία (ή 1.046 εκατ. ευρώ όταν συντηρητικά δεν περιλαμβάνονται οι απορρέουσες συνέπειες). Από αυτά, 642 εκατ. ευρώ (43%) σχετίζονται με τις άμεσες συνέπειες της αλυσίδας αξιών της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» και 850 εκατ. ευρώ (57%) με τις έμμεσες και απορρέουσες συνέπειες. Το συνολικό φορολογικό εισόδημα που δημιουργείται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ανέρχεται σε 467 εκατ. ευρώ, που αντιπροσωπεύει το 1,05% των συνολικών φορολογικών εσόδων του ελληνικού κράτους! Το 72% από τους φόρους αυτούς (336 εκατ. ευρώ) δημιουργείται από τις συνέπειες της άμεσης αλυσίδας αξιών της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» (π.χ. έμμεσοι φόροι, Φ.Π.Α. και εταιρικοί φόροι), αντιστοιχώντας στο 0,75% των φορολογικών εσόδων της Ελλάδας.

Εξασφαλίζουμε 34.822 θέσεις εργασίας

Η αλυσίδα αξιών της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» συντηρεί περίπου 35.000 εργαζόμενους, η πλειονότητα των οποίων ανήκει στους τομείς της λιανικής πώλησης και της διανομής των προϊόντων. Αυτό σημαίνει ότι σε κάθε απασχολούμενο της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» αντιστοιχούν 27 εργαζόμενοι εκτός αυτής. Συνεκτιμώντας δε, όλες τις έμμεσες και απορρέουσες υπερβάλλουσες συνέπειες, η συνολική απασχόληση ανεβαίνει περίπου στα 55.000 άτομα!

Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία παρέχει άμεσα απασχόληση σε 1.274 άτομα (το 2006). Οι άμεσοι προμηθευτές παρέχουν επιπλέον 2.859 θέσεις εργασίας και οι εμπορικοί εταίροι χονδρικής και λιανικής άλλες 30.689. Σε ολόκληρη την αλυσίδα αξιών (από αγρότες που προμηθεύουν κριθάρι έως μικρούς λιανέμπορους που πωλούν το τελικό προϊόν) συντηρούνται 34.822 θέσεις εργασίας. Ένας αριθμός, αδιάψευστος μάρτυρας του μεγέθους συνεισφοράς της εταιρείας στο ζωτικό κεφάλαιο της απασχόλησης.

Το 2006, 4,45 εκατ. άτομα κατείχαν θέσεις εργασίας στην Ελλάδα και αυτές που συνδέονται με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντιπροσωπεύουν το 1,2% του συνολικού εργατικού δυναμικού. Τονίζεται ότι το 88% των θέσεων εργασίας, που δημιουργούνται στην άμεση αλυσίδα αξιών «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», σχετίζεται με το εμπόριο και τη διανομή.

Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη επιστημονική έρευνα, αν η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εισήγαγε όλα τα προϊόντα της (μπίρες, νερό κ.ά.), αυτό θα συνέβαλε σε μείωση της προστιθέμενης αξίας στην ελληνική οικονομία κατά 149 εκατ. ευρώ (84 εκατ. ευρώ από το εισόδημα των νοικοκυριών + 25 εκατ. ευρώ από φορολογούμενο εισόδημα + 40 εκατ. ευρώ από κέρδη και αποταμιεύσεις). Επίσης, από την αλυσίδα αξιών θα χάνονταν 1.902 θέσεις εργασίας και από την οικονομία συνολικά 4.232 θέσεις εργασίας. Δηλαδή, θα σημειωνόταν αύξηση της ανεργίας στην Ελλάδα κατά 0,1% (από 8,8% το 2006, στο 8,9%). Αυτό βεβαίως είναι ένα σενάριο εργασίας. Ο στόχος της εταιρείας είναι διαμετρικά διαφορετικός, αφού σταθερή επιδίωξη της είναι τόσο η περαιτέρω ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, όσο και η στήριξη της ελληνικής κοινωνίας.



ΙΩΑΝΝΑ ΤΡΙΦΥΛΛΗ
Οικονομική Δ/ντρια

«Σε ποιο βαθμό επωφελείται η τοπική και εθνική οικονομία από την απόφαση της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» να προμηθεύεται κριθάρι από Έλληνες γεωργούς;»

«Η τοπική και εθνική οικονομία έχει σημαντικά οφέλη από την απόφαση της εταιρείας να αυξήσει την ποσότητα κριθαριού που προμηθεύεται από την εγχώρια αγορά.

Συγκεκριμένα, για το 2008 και σύμφωνα με τους υπολογισμούς μας, η αξία της ποσότητας αγοράς εγχώριου κριθαριού αναμένεται να ανέλθει στα 3,7 εκατ. ευρώ, έναντι 650.000 ευρώ το 2007.

Η αύξηση της ποσότητας αγοράς του εγχωρίως παραγόμενου κριθαριού κατά 3,05 εκατ. ευρώ, συντελεί στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» στα 3,39 εκατ. ευρώ.

Επιπλέον η αύξηση αυτή, το 2008, υπολογίζεται ότι θα συμβάλει στη δημιουργία 209 νέων θέσεων εργασίας. Απ' αυτές, η πλειονότητα (172 θέσεις) αφορούν στον αγροτικό τομέα.

Σημειώνεται ότι επειδή το κριθάρι πρέπει να τύχει επεξεργασίας και να μεταφερθεί στους τόπους παραγωγής ζύθου, καταγράφονται επιπροσθέτως έμμεσες και απορρέουσες συνέπειες, ενώ η αύξηση του εισοδήματος των επωφελουμένων νοικοκυριών αυξάνει την αγοραστική ζήτηση.

Από τα ανωτέρω γίνεται φανερό ότι η στροφή της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» σε εγχώριες προμήθειες δημιουργεί πολλαπλά οφέλη για την ελληνική οικονομία, γεγονός που αποδεικνύει έμπρακτα τη θέληση της εταιρείας να συνδράμει στη γενικότερη ανάπτυξη της χώρας».



Επιχειρηματική Ηθική

Πιστή στις αξίες και το όραμά της και σύμφωνα με τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει θεσπίσει κώδικες και πολιτικές που καθορίζουν τη λειτουργία της σε σχέση με τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες της.

Επιχειρησιακός Κώδικας Δεοντολογίας

Η εταιρεία μας εφαρμόζει, ήδη από το 2005, κώδικα επιχειρησιακής δεοντολογίας. Ο κώδικας αυτός θέτει κανόνες και αρχές σε μια σειρά θεμάτων που άπτονται της δράσης όλων των εργαζομένων. Τα κύρια πεδία αναφοράς του είναι: η συμβατότητα με την ελληνική νομοθεσία και τις τοπικές αρχές, η πρόληψη της απάτης, η αντιμετώπιση της δωροδοκίας και της διαφθοράς, η αντιμετώπιση περιπτώσεων σύγκρουσης συμφερόντων και η υπευθυνότητα σε όλη την αλυσίδα παραγωγής. Παράλληλα, εφαρμόστηκε μια εσωτερική διαδικασία, για την αναφορά τυχόν σημαντικών παραβιάσεων της εταιρικής πολιτικής.

Στο πλαίσιο αυτό διοργανώνονται ειδικά σεμινάρια διαρκώς από το 2005 για την εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού, ενώ όλοι οι εργαζόμενοι έλαβαν εγχειρίδιο του κώδικα. Τονίζεται ότι την περίοδο αυτή δεν υπήρξαν σοβαρές αναφορές

για παραβιάσεις των επιχειρηματικών κανόνων.

Η εταιρεία μας, παράλληλα με τον κώδικα συμπεριφοράς, ευθυγραμμίζεται και με τις διατάξεις της ελληνικής και κοινοτικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού.

Για το σκοπό αυτό εκπαιδεύουμε τους εργαζομένους μας και προσπαθούμε με κάθε τρόπο ώστε να μην παραβιασθεί, είτε εκούσια είτε ακούσια, η ελληνική και κοινοτική νομοθεσία περί ανταγωνισμού.

Αρχές Συμπεριφοράς Προμηθευτών

Από το καλοκαίρι του 2007 η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» εφαρμόζει τις «Αρχές Συμπεριφοράς Προμηθευτών» ως μέρος του Κώδικα της Εφοδιαστικής Αλυσίδας.

Ως πρώτο βήμα, ο κώδικας προμηθευτών της Heineken N.V. μεταφράστηκε στα ελληνικά και ενσωματώθηκε στην πολιτική της εταιρείας, ενώ παράλληλα ενσωματώθηκε στο τοπικό εγχειρίδιο της αγοραστικής πολιτικής.

Σε επόμενο στάδιο, το σύνολο των προμηθευτών με αγοραστική αξία άνω των 50.000 ευρώ εντάχθηκε στη σχετική λίστα και ξεκίνησε η διαδικασία για την αποδοχή του σχετικού κώδικα.

Κάθε εργαζόμενος στο τμήμα αγορών, παρακολουθεί ένα ειδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα το οποίο βασίζεται στους κανόνες του αγοραστικού εγχειριδίου, ώστε να ανταποκρίνεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις υποχρεώσεις του.

Σημειώνεται ότι στο πλαίσιο της πολιτικής της Heineken N.V. οι προμηθευτές που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις του σχετικού κώδικα έχουν συγκεκριμένο χρονικό διάστημα εντός του οποίου οφείλουν να βελτιώσουν τις πρακτικές τους, ακολουθώντας τα ζητούμενα πρότυπα.

Ο Ελληνικός Κώδικας Αρχών Συμπεριφοράς Προμηθευτών θα αποτελέσει ένα βασικό τμήμα των αγοραστικών συμβολαίων και θα υπόκειται σε συνεχείς ελέγχους.



ΤΑΛΙΤΑ ΤΣΕΚΟΥΡΑ
Νομική Σύμβουλος

«Ποιες αρχές διέπουν τη σχέση σας με την αγορά;»

«Η πολιτική και οι διαδικασίες που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, θεωρούμε ότι είναι διαφανείς και εναρμονισμένες με την Ευρωπαϊκή και Ελληνική Νομοθεσία περί ελεύθερου ανταγωνισμού, καθώς και με τις αρχές και τις αξίες της ίδιας της εταιρείας σε σχέση με την προστασία και το σεβασμό προς τον πελάτη και τον καταναλωτή.

Οι εργαζόμενοι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία ενημερώνονται κατά τακτά χρονικά διαστήματα για την πολιτική και τις αρχές της, καθώς και τη σημασία της εφαρμογής τους στις συναλλαγές της εταιρείας.»

Στοχεύουμε να ολοκληρώσουμε μέχρι το τέλος του 2008 την απαραίτητη εκπαίδευση καθώς και την πλήρη ανάπτυξη του κώδικα για τους προμηθευτές με **50.000 ευρώ**

Διαρκής μέριμνα για το περι- βάλλον



Το νερό και η ηλεκτρική και θερμική ενέργεια, είναι στοιχεία απαραίτητα για την παραγωγή της μπίρας. Το δε νερό είναι απαραίτητο για ολόκληρη την παραγωγική διαδικασία.

Με τη μείωση της κατανάλωσης θερμικής και ηλεκτρικής ενέργειας έχουμε επίσης ως αποτέλεσμα τη μείωση των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα (CO₂).

Η βελτίωση της αποτελεσματικότητάς μας στη διαχείριση της ενέργειας αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της περιβαλλοντικής στρατηγικής μας.

Στα κοινά περιβαλλοντικά θέματα διακρίνουμε τέσσερις επιμέρους παραμέτρους:

- Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας
- Κατανάλωση θερμικής ενέργειας
- Κατανάλωση νερού
- Διαχείριση αποβλήτων - ενθάρρυνση της ανακύκλωσης για

όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος των κατάλοιπων υλικών μας, με στόχο να μειωθεί η απόρριψή τους και να περιοριστεί το κόστος διαχείρισης αποβλήτων.

Η απόδοσή μας σε θέματα χρήσης της ενέργειας μετράται μέσω δεικτών που συνήθως χρησιμοποιούνται στον κλάδο της ζυθοποιίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΕΙΚΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

	Μονάδα Μέτρησης	Μονάδα σχετική με την ζυθοποιία ανά εκατόλιτρο
Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας Κατανάλωση θερμικής ενέργειας Κατανάλωση νερού Μη ανακυκλώσιμα βιομηχανικά απόβλητα	Kwh (Κιλοβατώρα) MJ (Μεγατζάουλ) hl (Εκατόλιτρο) Kg (Κιλά)	Kwh/hl MJ/hl hl/hl Kg/hl
Η παραγωγή της μπίρας και νερού μετράται σε εκατόλιτρα = hl, 1hl = 100 λίτρα		

Θα συνεχίσουμε την προσπάθεια για **μείωση** της κατανάλωσης **ηλεκτρικού ρεύματος**

Ενέργεια και περιβάλλον

Ο καλύτερος τρόπος αξιοποίησης της ενέργειας αποτελεί αδιάλειπτο και συνεχή στόχο για την «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.». Τα ενεργειακά στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω αφορούν στην παραγωγική διαδικασία της ζυθοποίησης και συσκευασίας της μπίρας και στο σύνολο της παραγωγικής διαδικασίας της εμφιάλωσης του νερού στη Λαμία.

Ηλεκτρική ενέργεια

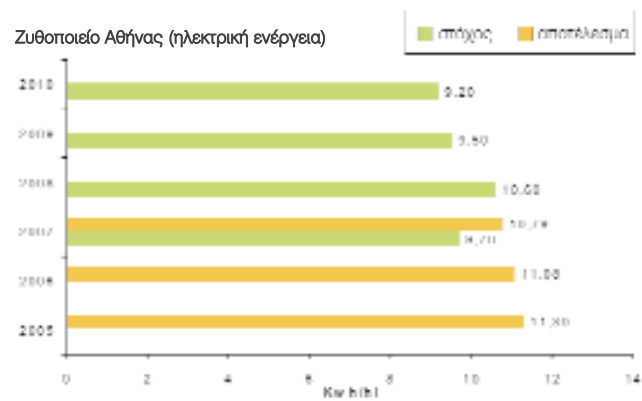
Η χρησιμοποιούμενη ηλεκτρική ενέργεια προέρχεται από το δίκτυο της ΔΕΗ.

Θερμική ενέργεια

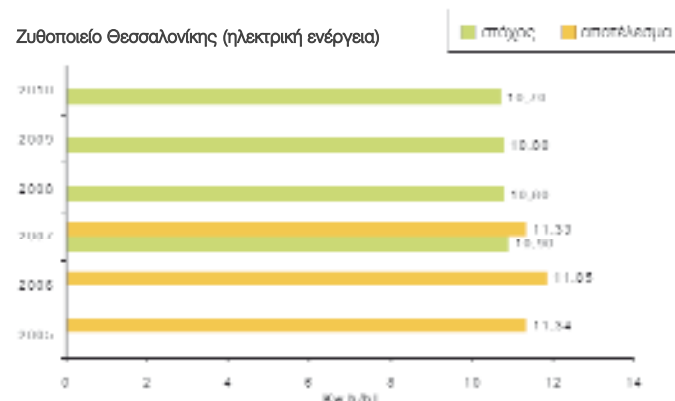
Ο συγκεκριμένος τύπος ενέργειας χρησιμοποιείται σε πολλά στάδια της παραγωγικής διαδικασίας και προέρχεται από διάφορες πηγές όπως είναι το φυσικό αέριο για τα Εργοστάσια Αθήνας και Θεσσαλονίκης, το μαζούτ για το Εργοστάσιο της Πάτρας (λόγω έλλειψης εγκαταστάσεων φυσικού αερίου στην βιομηχανική περιοχή της Πάτρας), το υγραέριο για το Εργοστάσιο της Λαμίας.

Θα συνεχίσουμε την προσπάθεια για **μείωση** της κατανάλωσης **θερμικής ενέργειας**

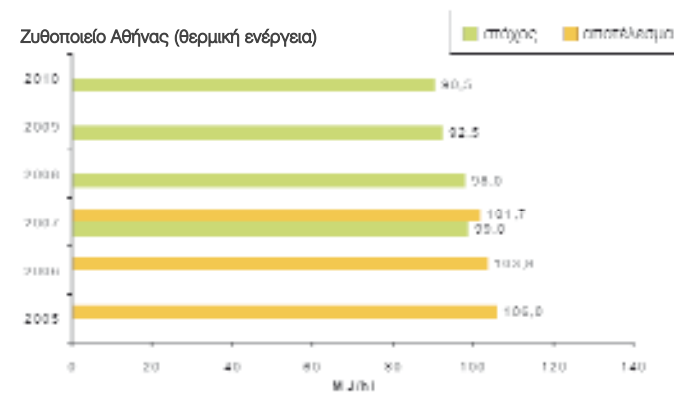
Το Εργοστάσιο των **Αθηνών** κατανάλωσε 10,79 Kwh/hl το 2007. Ο στόχος μας για το 2010 είναι να μειώσουμε την ενέργεια αυτή σε 9,20 Kwh/hl.



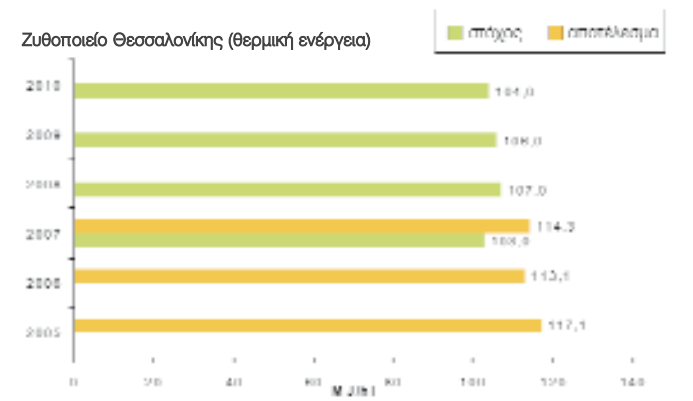
Το Εργοστάσιο της **Θεσσαλονίκης** κατανάλωσε 11,33 Kwh/hl το 2007 και ο στόχος μας για το 2010 είναι να περιορίσουμε την κατανάλωση σε 10,70 Kwh/hl.



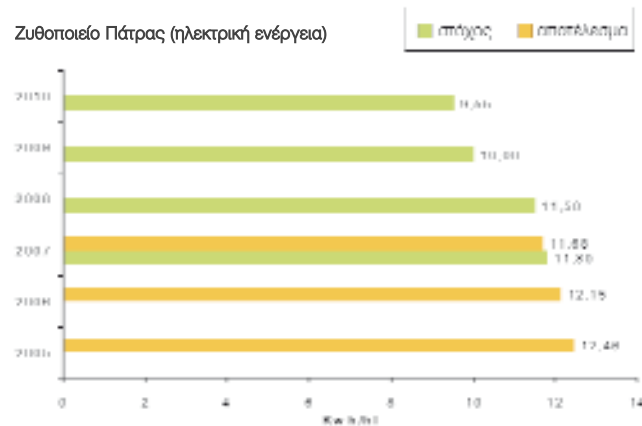
Το Εργοστάσιο των **Αθηνών** το 2007 κατανάλωσε 101,7 MJ/hl και ο στόχος για το 2010 είναι 90,5 MJ/hl.



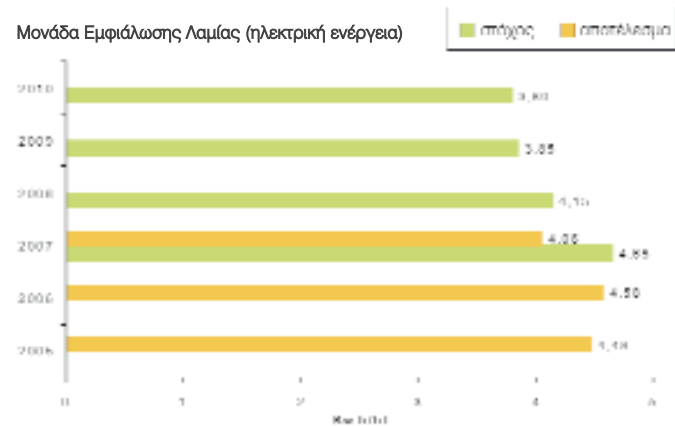
Το Εργοστάσιο της **Θεσσαλονίκης** το 2007 κατανάλωσε 114,3 MJ/hl και ο στόχος για το 2010 είναι 104,0 MJ/hl.



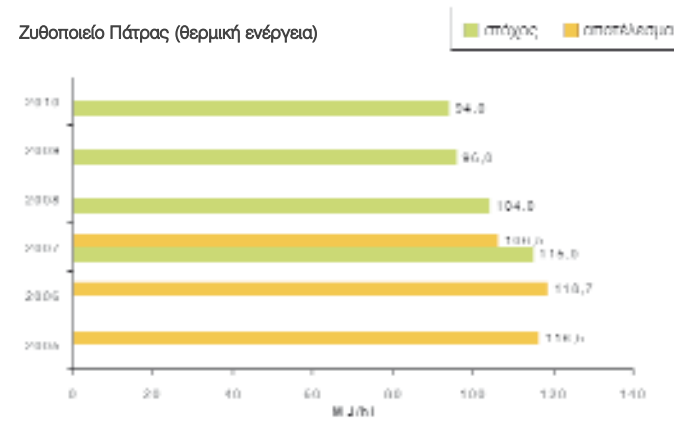
Το Εργοστάσιο της **Πάτρας** το 2007 κατανάλωσε 11,68 Kwh/hl και ο στόχος για το 2010 είναι να μειώσουμε την ενέργεια σε 9,55 Kwh/hl.



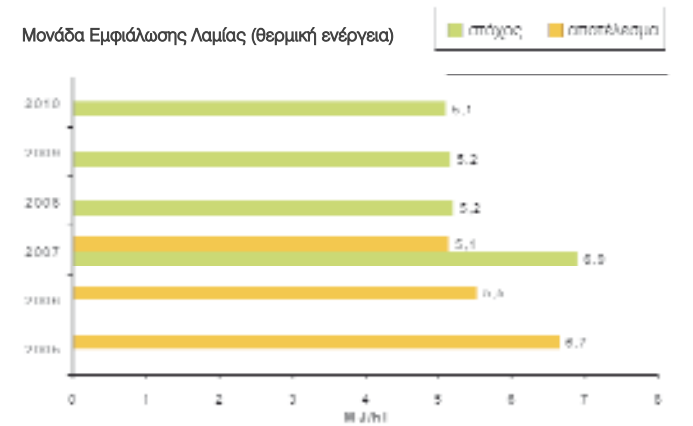
Το Εργοστάσιο της **Λαμίας** το 2007 κατανάλωσε 4,06 Kwh/hl. Εκτιμούμε ότι μέχρι το 2010 η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας θα μειωθεί σε 3,80 Kwh/hl.



Το Εργοστάσιο της **Πάτρας** το 2007 κατανάλωσε 106,5 MJ/hl και ο στόχος για το 2010 είναι 94,0 MJ/hl.



Το Εργοστάσιο της **Λαμίας** το 2007 κατανάλωσε 5,1 MJ/hl, μια επίδοση που επιθυμούμε να διατηρήσουμε μέχρι το 2010.

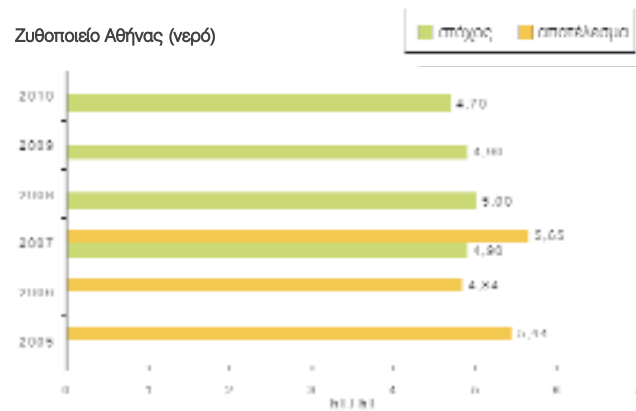


Νερό

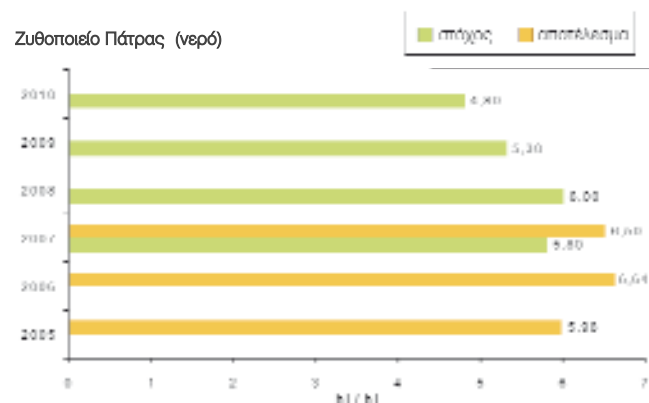
Σταθερός στόχος μας είναι να μειώνουμε συνεχώς την ποσότητα νερού που χρησιμοποιούμε στα εργοστάσιά μας και επιπλέον ως αποτέλεσμα της μείωσης της κατανάλωσης του νερού να έχουμε μείωση των υγρών αποβλήτων, ελαττώνοντας με αυτόν τον τρόπο τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον.

Το χρησιμοποιούμενο νερό στις εγκαταστάσεις της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» προέρχεται από το δίκτυο της ΕΥΔΑΠ, της ΕΥΑΘ της ΒΙΠΕ ΠΑΤΡΩΝ και από γεωτρήσεις στη Λαμία.

Το Εργοστάσιο των **Αθηνών** το 2007 κατανάλωσε 5,65 hl/hl και ο στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση σε 4,70 hl/hl το 2010.

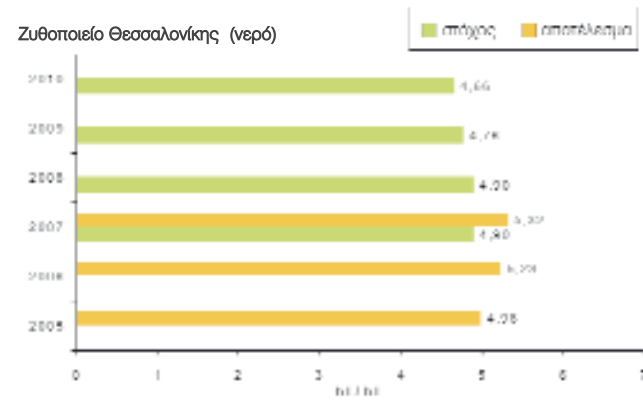


Το Εργοστάσιο της **Πάτρας** το 2007 κατανάλωσε 6,50 hl/hl και ο στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση σε 4,80 hl/hl το 2010.

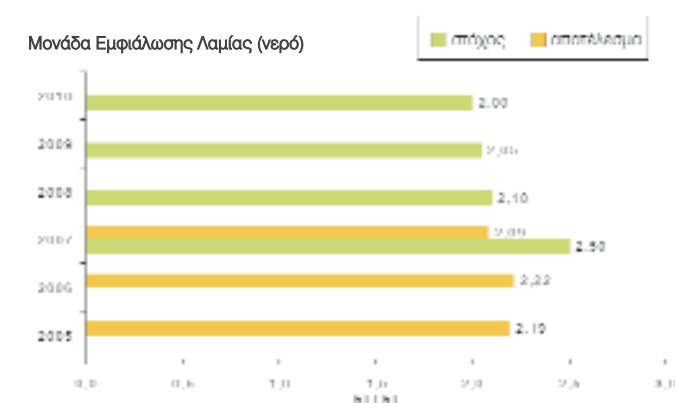


Τα στοιχεία που παρουσιάζονται κατωτέρω αφορούν στην παραγωγική διαδικασία ζυθοποίησης και συσκευασίας μπίρας για κάθε εργοστάσιο καθώς και το σύνολο της παραγωγικής διαδικασίας της εμφιάλωσης του νερού στη Λαμία.

Το Εργοστάσιο της **Θεσσαλονίκης** το 2007 κατανάλωσε 5,32 hl/hl και ο στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση σε 4,66 hl/hl το 2010.



Το Εργοστάσιο της **Λαμίας** το 2007 κατανάλωσε 2,09 hl/hl και ο στόχος είναι να μειωθεί η κατανάλωση σε 2,00 hl/hl το 2010.



Θα συνεχίσουμε την προσπάθεια για τη **μείωση** της **κατανάλωσης νερού**

Απόβλητα και Ανακύκλωση

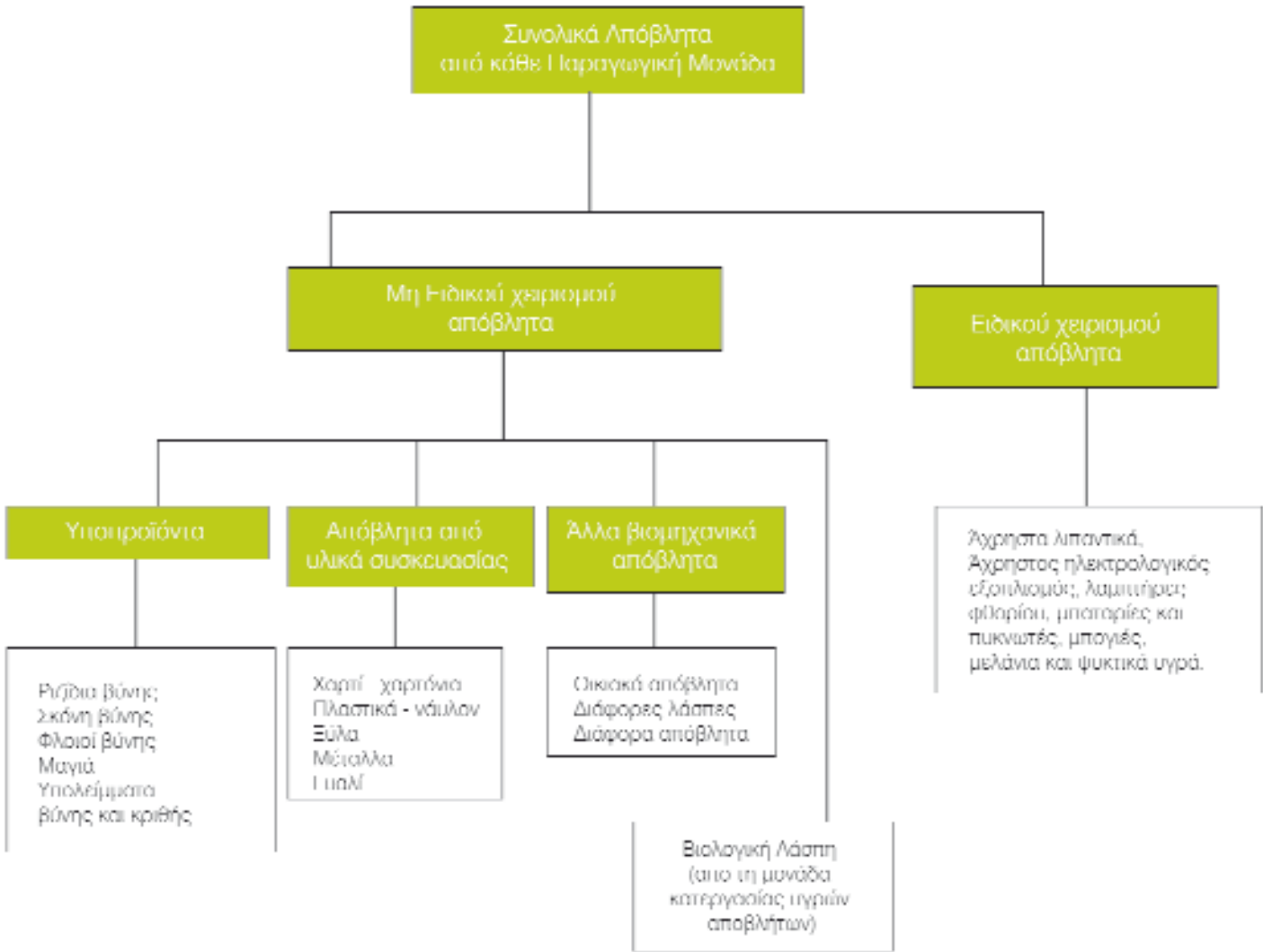
Η σωστή διαχείριση των αποβλήτων είναι ιδιαίτερα σημαντική για την «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», στο πλαίσιο της ευρύτερης πολιτικής μας για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η συνολική ποσότητα των αποβλήτων μιας Παραγωγικής Μονάδας χωρίζεται σε δύο επιμέρους κατηγορίες: Στα «Ειδικού Χειρισμού Απόβλητα» και τα «Μη Ειδικού Χειρισμού Απόβλητα».

Τα «Μη Ειδικού Χειρισμού Απόβλητα» χωρίζονται σε: Υποπροϊόντα, Απόβλητα υλικών συσκευασίας, Άλλα βιομηχανικά απόβλητα και τη Βιολογική Λάσπη από τη μονάδα κατεργασίας υγρών αποβλήτων (βλ. παρακάτω σχήμα).

- Τα απόβλητα κάθε παραγωγικής μονάδας ανακυκλώνονται
- Τα «Ειδικού Χειρισμού Απόβλητα» και η «Βιολογική Λάσπη» ανακυκλώνονται σε ποσοστό 100%
- Τα «Υποπροϊόντα» δίδονται για ζωτροφή.

Είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι επειδή τα τελευταία χρόνια κατορθώσαμε να μειώσουμε ουσιαστικά τα «Μη Ανακυκλώσιμα βιομηχανικά απόβλητα»³ από τη λειτουργία των Εργοστασίων μας. Το ποσοστό των «Μη Ανακυκλώσιμων βιομηχανικών αποβλήτων» είναι μικρότερο από το 1% του συνόλου των αποβλήτων.⁴



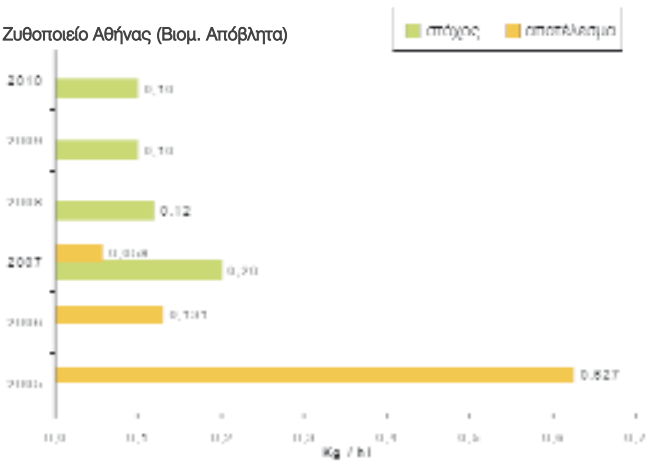
Τα στοιχεία που παρατίθενται κατωτέρω αφορούν στο σύνολο κάθε παραγωγικής μονάδας (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λαμία).

³Μη ανακυκλώσιμα βιομηχανικά απόβλητα είναι η ποσότητα των αποβλήτων από τα «Απόβλητα από υλικά συσκευασίας» που δεν ανακυκλώνεται αλλά απορρίπτεται σε χώρους υγειονομικής ταφής

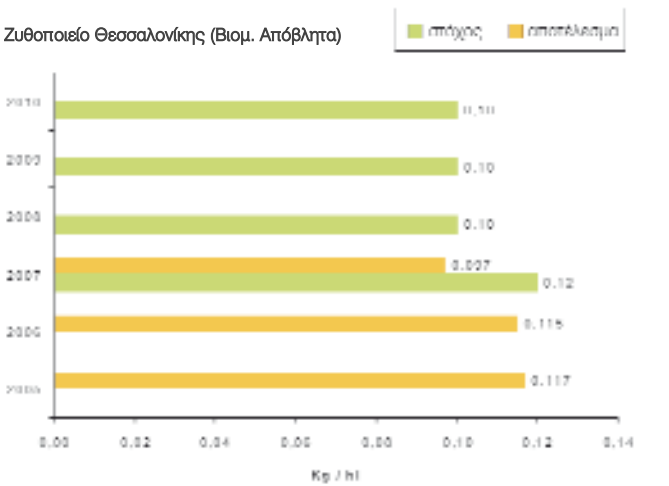
⁴Όλα τα «Άλλα βιομηχανικά απόβλητα» ανακυκλώνονται



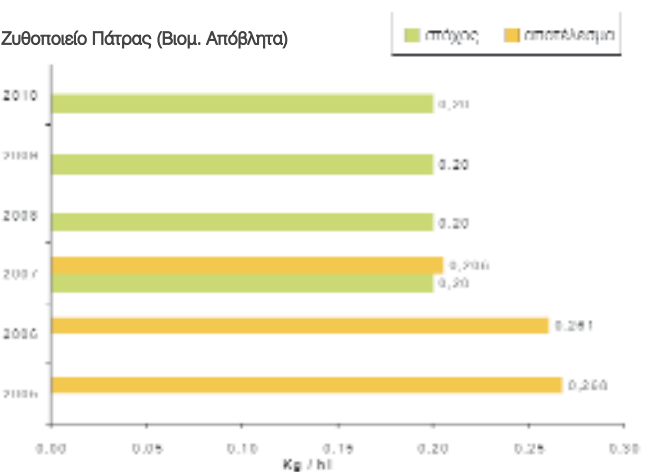
Το Εργοστάσιο των **Αθηνών** το 2007 πέτυχε μείωση στα 0,058 Kg/hl και ο στόχος για το 2010 είναι να διατηρηθεί αυτή η χαμηλή τιμή και να μην ξεπεραστεί το 0,100 Kg/hl.



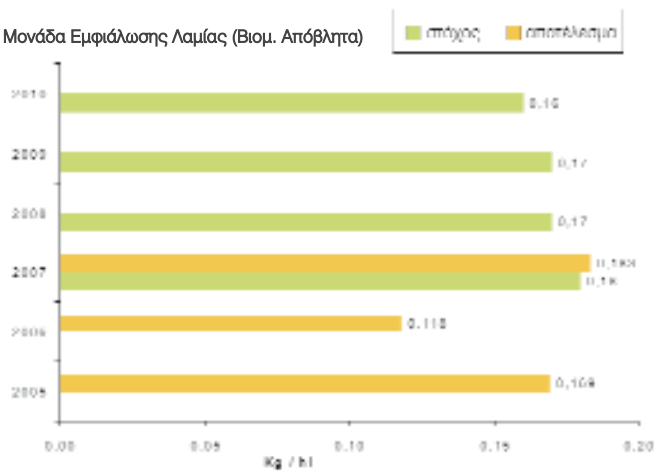
Το Εργοστάσιο της **Θεσσαλονίκης** το 2007 πέτυχε μείωση σε 0,097 Kg/hl και ο στόχος για το 2010 είναι να διατηρηθεί το χαμηλό αυτό επίπεδο και να μην υπερβεί το 0,100 Kg/hl.



Το Εργοστάσιο της **Πάτρας** το 2007 πέτυχε μείωση στο 0,206 Kg/hl, μια επίδοση που επιθυμούμε να διατηρήσουμε μέχρι το 2010 με τιμή μικρότερη από 0,200 Kg/hl.



Στο Εργοστάσιο της **Λαμίας** το 2007 ο δείκτης έφτασε το 0,183 Kg/hl, ενώ ο στόχος για το 2010 είναι να μειωθεί στο 0,160 Kg/hl.



Οι άνθρωποί μας...

Ασφάλεια και Υγεία των εργαζομένων

Δείκτες επίδοσης Ασφάλειας

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» υιοθετεί και υλοποιεί τις κατάλληλες ενέργειες για την υγεία και την ασφάλεια του πιο σημαντικού της κομματιού, των εργαζομένων της. Προνοεί ώστε να διασφαλίζει ότι οι εγκαταστάσεις της πληρούν τους απαραίτητους κανόνες ασφάλειας που αφορούν τόσο στη λειτουργία τους, όσο και στην προστασία της ευρύτερης περιοχής. Ενδεικτικά σημειώνεται ότι παρακολουθούνται τα επίπεδα θορύβου, οσμών και άλλων εργασιακών παραγόντων και, σε περίπτωση που χρειαστεί, λαμβάνονται αμέσως τα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα.

Αυστηρές πολιτικές για ασφαλή λειτουργία

Την πολιτική ασφάλειας της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» εκφράζει πιστά ο ακόλουθος κανόνας: καμία δράση δεν αναπτύσσεται για κανέναν επιχειρηματικό λόγο, αν προηγουμένως δεν είναι εγγυημένη η ασφάλεια των εργαζομένων. Στοχεύουμε στην εξάλειψη των ατυχημάτων στις εγκαταστάσεις μας. Με αυτή τη λογική προσεγγίζουμε τα θέματα ασφάλειας σε κάθε χώρο εργασίας.

- Στο προσωπικό μας διατίθενται Μέσα Ατομικής Προστασίας, τα οποία είναι απαραίτητα να χρησιμοποιούνται σε συγκεκριμένα τμήματα των εργοστασίων μας, για παράδειγμα, στο χώρο εμφιάλωσης, στα μηχανοστάσια καθώς και στους χώρους όπου χρησιμοποιούνται ειδικά καθαριστικά προϊόντα. Σ' αυτές τις περιπτώσεις προμηθεύουμε άμεσα τον κατάλληλο εξοπλισμό προστασίας σε κάθε εργαζόμενο, ο οποίος ενδέχεται να αντιμετωπίσει κάποιο κίνδυνο στο πλαίσιο της εργασίας του
- Για να μετρήσουμε τις επιδόσεις ασφαλείας στα Εργοστάσιά μας χρησιμοποιούμε γνωστούς δείκτες για το βιομηχανικό κλάδο της ζυθοποιίας, οι οποίοι παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα
- Οι τιμές οι οποίες παρουσιάζονται κατωτέρω περιλαμβάνουν το σύνολο του προσωπικού των Εργοστασίων (Αθήνας, Πάτρας, Θεσσαλονίκης, Λαμίας).

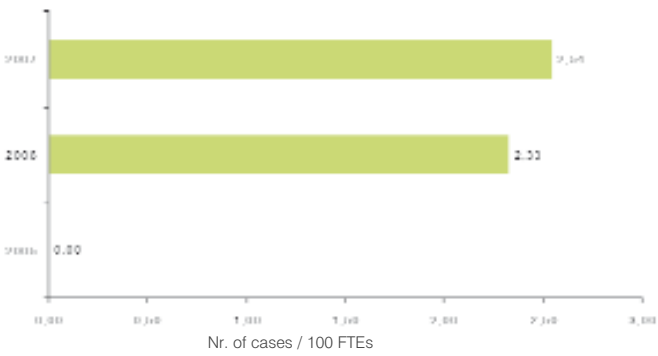
ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΕΙΚΤΩΝ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

	Απόλυτες Τιμές	Σχετικές τιμές ανά 100 εργαζόμενους (FTEs)
Συχνότητα Ατυχημάτων (Accident Frequency)	Αριθμός Ατυχημάτων (No. of cases)	Αριθμός Ατυχημάτων /100 εργαζόμενους (No. of cases /100 FTEs)
Σοβαρότητα Ατυχημάτων (Accident Severity)	Αριθμός ημερολογιακών ημερών απουσίας (No. of days)	Αριθμός ημερών / 100 εργαζόμενους (No. of days /100 FTEs)

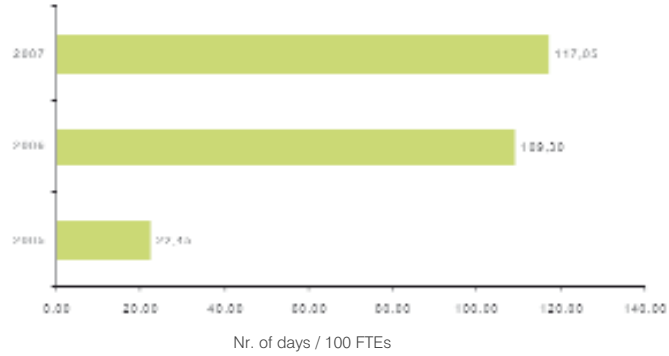
FTEs = Full Time Equivalents = Αριθμός Εργαζομένων
Πλήρους Απασχόλησης (Το σύνολο των ωρών εργασίας, κανονικές
υπερωριακές κ.λπ. αντιστοιχίζονται σε αριθμό εργαζομένων
κανονικής πλήρους απασχόλησης)



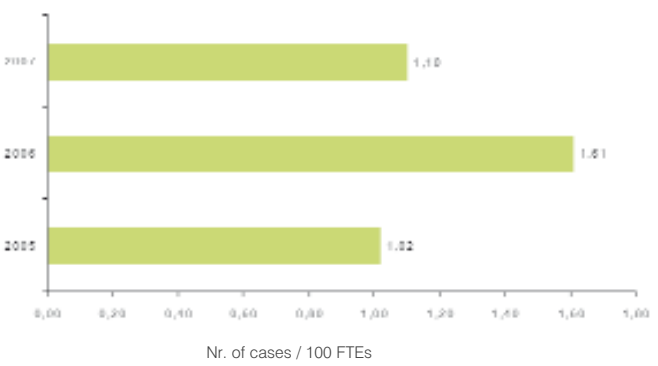
Ζυθοποιείο Αθήνας (Συχνότητα Ατυχημάτων)



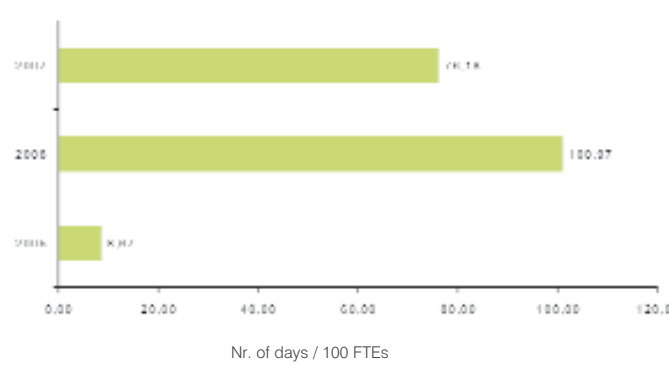
Ζυθοποιείο Αθήνας (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



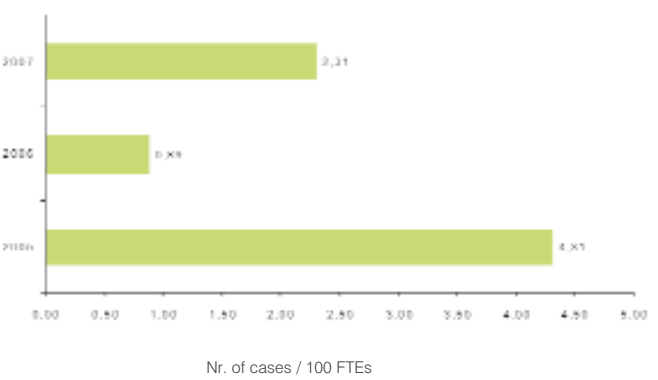
Ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης (Συχνότητα Ατυχημάτων)



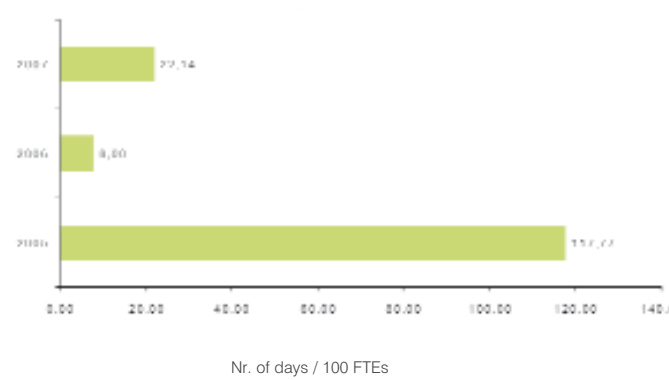
Ζυθοποιείο Θεσσαλονίκης (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



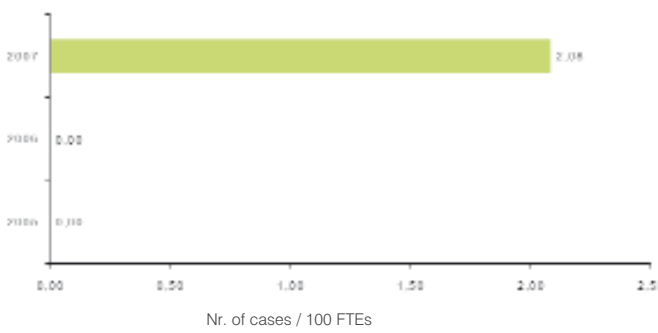
Ζυθοποιείο Πάτρας (Συχνότητα Ατυχημάτων)



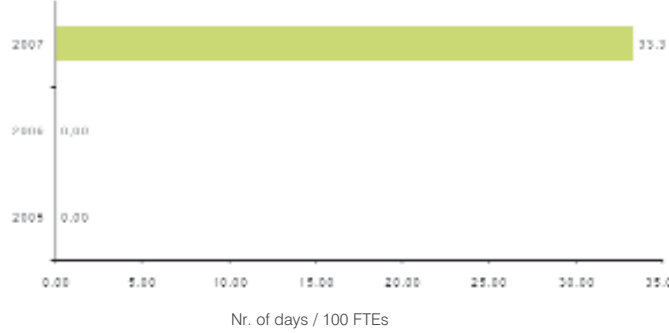
Ζυθοποιείο Πάτρας (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Συχνότητα Ατυχημάτων)



Μονάδα Εμφιάλωσης Λαμίας (Σοβαρότητα Ατυχημάτων)



Για να παρασκευάσουμε όμως την υψηλής ποιότητας μπίρα χρειαζόμαστε και το μεράκι των ανθρώπων μας

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» επενδύει ιδιαίτερα στο πιο δυναμικό της κομμάτι: τους εργαζόμενούς της.

Η εταιρεία είναι ένας δυναμικός εργοδότης, ο οποίος στοχεύει στην προσέλκυση ανθρώπων που ενστερνίζονται τις αξίες της και διαθέτουν αξιολογα προσόντα και ικανότητες.

Η εταιρεία εστιάζει ιδιαίτερα στην επαγγελματική εξέλιξη των εργαζομένων της, εφαρμόζοντας τα διεθνή πρότυπα λειτουργίας του Ομίλου της Heineken. Τα πρότυπα αυτά προσανατολίζουν τους ανθρώπους μας σε υψηλή απόδοση, συνεχή μάθηση και βελτίωση, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να εξελιχθούν επαγγελματικά, αναλαμβάνοντας διάφορους ρόλους μέσα στην εταιρεία.

Έτσι, μπορούμε να υποστηρίξουμε με ειλικρίνεια και σταθερότητα ότι κύριο συστατικό της επιτυχίας της εταιρείας μας, ήταν, είναι και θα είναι το προσωπικό της. Οι άνθρωποί μας δηλαδή, που με αμείωτο ενδιαφέρον, δημιουργικότητα και αφοσίωση συνεισφέρουν ουσιαστικά στην επιτυχημένη παρουσία της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» στην ελληνική αγορά και στην παραγωγή προϊόντων άριστης ποιότητας.



LORENZO POMINI
Δ/ντης Εφοδιαστικής Αλυσίδας

«Πώς η εταιρεία προσεγγίζει το θέμα ασφάλειας εργαζομένων στον εργασιακό χώρο;»

«Πρώτα η Ασφάλεια», είναι το όραμά μας. Η φιλοσοφία και η προτεραιότητά μας στη λειτουργία των εργοστασίων μας είναι η εξάλειψη των ατυχημάτων. Θεωρούμε ότι η πρόδοός μας στον τομέα αυτό είναι σημαντική και θα συνεχίσουμε τις προσπάθειές μας σε αυτήν την κατεύθυνση.

Η πολιτική μας στην ασφάλεια βασίζεται σε δύο άξονες:

- Α) Την τεχνική προσέγγιση, που αφορά στη συνεχή βελτίωση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού μας, σχετικά με την ασφάλεια και τις συνθήκες εργασίας. Παράλληλα, επενδύουμε κάθε χρόνο σε έργα υποδομής, προκειμένου να ανταποκριθούμε στις υψηλές προδιαγραφές ασφάλειας.
- Β) Την εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζομένων μας μέσω συγκεκριμένων προγραμμάτων και αναβάθμισης των διαδικασιών και του τρόπου δουλειάς μας. Επιπροσθέτως, πραγματοποιούμε σε καθημερινή βάση πληθώρα σύντομων σεμιναρίων του προσωπικού στις παραγωγικές εγκαταστάσεις, ώστε η ασφάλεια να παραμένει διαρκώς προτεραιότητα στο μυαλό των εργαζομένων και της Διοίκησης».

Συνολικά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία το 2007 απασχόλησε κατά μέσο όρο 1.217 άτομα στα 3 εργοστάσια παραγωγής μπίρας στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και στο εργοστάσιο εμφιάλωσης φυσικού μεταλλικού νερού στη Λαμία (βλ.πίνακα).

ΕΡΓΑΤΟΔΥΝΑΜΙΚΟ 2007	ΜΟΝΙΜΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	ΕΠΟΧΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	ΣΥΝΟΛΟ
Αθήνα	428	46	474
Θες/νικη	279	83	362
Πάτρα	293	39	332
Λαμία	34	15	49
Σύνολο	1.034	183	1.217

Οι εργαζόμενοι που συμμετείχαν σε προγράμματα εκπαίδευσης μέσα στο 2007: Μέσος χρόνος εκπαίδευσης το χρόνο ανά εργαζόμενο, ανά κατηγορία

ΤΜΗΜΑ	Εκπαιδευμένοι Εργαζόμενοι	Ώρες Εκπαίδευσης	Μέσος χρόνος εκπαίδευσης ανά εργαζόμενο (ώρες)
Εφοδιαστική	557	9.276	17
Αλυσίδα		1.193	18
Οικονομικά		1.658	64
Marketing		8.384	38
Πωλήσεις	20	1.015	51
Ανθρώπινο Δυναμικό			

Αναγνωρίζουμε την αξία των ανθρώπων μας

Κεντρική φιλοσοφία και κατευθυντήρια γραμμή της εταιρείας είναι η υιοθέτηση όλων εκείνων των πρακτικών οι οποίες στοχεύουν στη διαρκή αξιοποίηση του ταλέντου των εργαζομένων μέσω συστημάτων και διαδικασιών και ταυτόχρονα οδηγούν στην προσέλκυση και τη διατήρηση ικανών στελεχών. Η διαρκής ανάπτυξη και η παροχή κινήτρων προς τους εργαζομένους αποτελεί μια άλλη σταθερά για την εξασφάλιση των κατάλληλων ατόμων στο σωστό χρόνο και τη σωστή θέση εργασίας. Αυτός είναι και ο ακρογωνιαίος λίθος της στρατηγικής μας στον τομέα διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού. Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» καλλιεργεί ένα εργασιακό περιβάλλον, που προσφέρει δυνατότητες σε κάθε εργαζόμενο. Για τις θέσεις εργασίας υπάρχουν περιγραφές, που αναλύουν τις κύριες αρμοδιότητες της θέσης καθώς και τα απαραίτητα προσόντα με σκοπό να αναλάβει τη θέση ο καταλληλότερος υποψήφιος. Όταν προκύπτει η ανάγκη κάλυψης μιας θέσης εργασίας δίνονται ίσες ευκαιρίες σε άτομα που πληρούν τις προϋποθέσεις. Οι υποψήφιοι προτείνονται από τον άμεσο προϊστάμενο και η καταλληλότητά τους αξιολογείται βάσει των προσόντων τους (γνώση, εμπειρία, ικανότητες) και ανάλογα με τις απαιτήσεις της θέσης. Κατά τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται ένα αξιοκρατικό περιβάλλον που ενθαρρύνει τη διαφορετικότητα, διότι δεν αποκλείεται κανένας από την ευκαιρία εξέλιξης της σταδιοδρομίας του. Έτσι σε όλη τη διάρκεια της καριέρας τους, οι εργαζόμενοί μας έχουν ευκαιρίες να εξελιχθούν με πολλαπλούς τρόπους μέσα στον οργανισμό βελτιώνοντας συνεχώς τις δεξιότητές τους.

Εξέλιξη και Κίνητρα για όλους

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» προσφέρει επίσης μια σειρά από ευκαιρίες εκπαίδευσης και ανάπτυξης, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι κάθε εργαζόμενος ανταποκρίνεται με το βέλτιστο τρόπο στις ανάγκες της εταιρείας, αλλά και στις προσδοκίες της προσωπικής εξέλιξής του. Στόχος της εκπαίδευσης είναι η ανάπτυξη των εργαζομένων και η βελτίωση της απόδοσής τους, ώστε να μπορούν να υλοποιηθούν τα σχέδια επαγγελματικής σταδιοδρομίας τους μέσα στην εταιρεία. Προκειμένου να διατηρήσει το υψηλό επίπεδο λειτουργίας της,

η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» πραγματοποιεί ετήσιες αξιολογήσεις εργαζομένων, όπου σταθμίζεται η επίτευξη των ατομικών κι εταιρικών στόχων και συζητείται η ατομική απόδοση του εργαζομένου. Σε κάθε περίπτωση και πέρα από τις επίσημες διαδικασίες, η εταιρεία ενθαρρύνει το συνεχή διάλογο μεταξύ προϊσταμένου και εργαζόμενου καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η εταιρεία χρησιμοποιεί επίσης διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα, εργαλεία και μεθόδους με σκοπό να αναπτύξει τις δεξιότητες των εργαζομένων της καθ' όλη τη διάρκεια της καριέρας τους. Με βάση τον εντοπισμό των δεξιοτήτων προς βελτίωση, όπως προκύπτουν από την αξιολόγηση, τις γνωστικές ανάγκες, αλλά και τις προτάσεις από τους προϊσταμένους / διευθυντές των τμημάτων προς τα κατά τόπους τμήματα εκπαίδευσης, δημιουργείται ένα πλάνο εκπαίδευσης από την Κεντρική Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού. Τα προγράμματα εκπαίδευσης υλοποιούνται κατά τη διάρκεια της χρονιάς είτε εσωτερικά είτε εξωτερικά από εξειδικευμένους επαγγελματίες, ανάλογα με τις συγκεκριμένες ομάδες κι ανάγκες του προσωπικού.

Οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα - εντός ή εκτός της εταιρείας - όπως: Εισαγωγικά προγράμματα γνωριμίας με την εταιρεία, συμμετοχή σε σεμινάρια του εταιρικού Πανεπιστημίου της Heineken, γενικά προγράμματα εκπαίδευσης για την ανάπτυξη δεξιοτήτων, προγράμματα υγείας, ασφάλειας, περιβάλλοντος κ.ά., που στοχεύουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα της εκπόνησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων με εφαρμογές e-learning, οι οποίες προσδίδουν πρόσθετη αξία στις υπάρχουσες γνώσεις. Το σύνολο των εκπαιδευτικών προγραμμάτων αξιολογείται από τους συμμετέχοντες.

Υπογραμμίζεται ότι η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» διαθέτει ειδικούς χώρους σε όλες τις εγκαταστάσεις της, στους οποίους διενεργούνται τα διάφορα προγράμματα από το τοπικό τμήμα εκπαίδευσης, υπό την επίβλεψη της κεντρικής υπηρεσίας εκπαίδευσης.

Τέλος, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» δίνει την ευκαιρία στους εργαζόμενους να εργαστούν στο πολυεθνικό περιβάλλον της Heineken, έχοντας ως στόχο τη διατήρηση υψηλού επιπέδου απόδοσης με βάση τα διεθνή πρότυπα του Ομίλου.

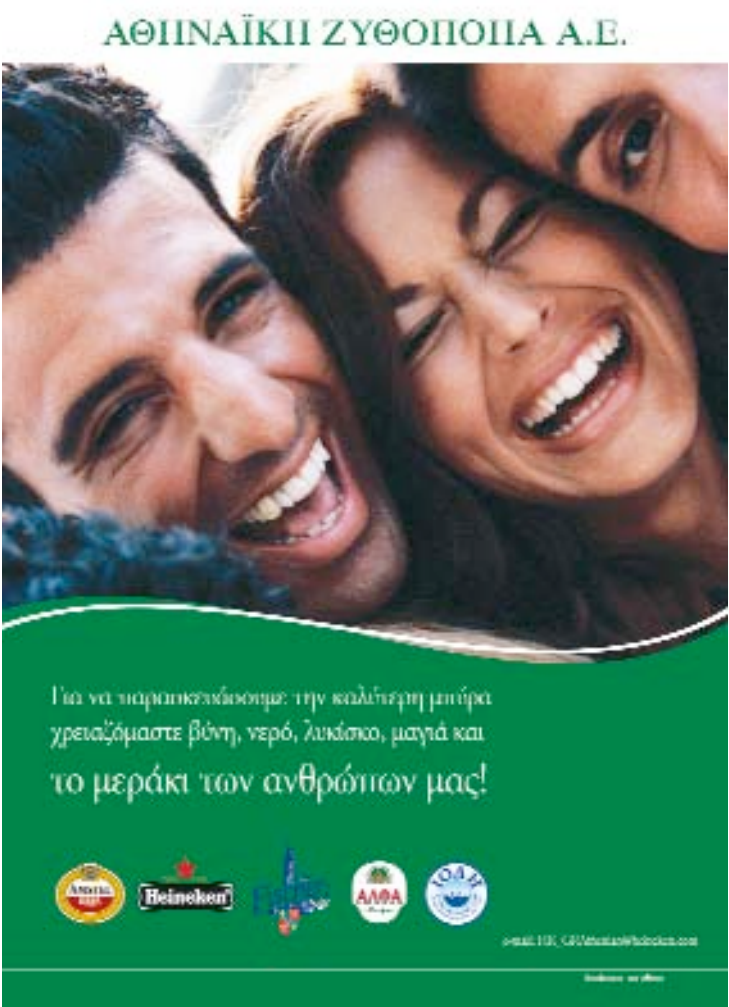




Ικανοποίηση των Εργαζομένων

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» ενθαρρύνει τους εργαζομένους να καταθέτουν τις προτάσεις τους σχετικά με το βαθμό ικανοποίησής τους, αλλά και τις απόψεις τους για την περαιτέρω αποτελεσματικότερη λειτουργία της. Για το λόγο αυτό οργανώνει και λαμβάνει μέρος σε έρευνες γνώμης από το 2004. Ο τίτλος της πρώτης έρευνας ήταν «Οδηγώντας την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο επόμενο επίπεδο... και ακόμη παραπέρα». Η πλέον πρόσφατη έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2006 και μέσω αυτής αξιολογήθηκε ο βαθμός ικανοποίησης των εργαζομένων στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.». Εξήντα μία εταιρείες συμμετείχαν στην έρευνα με τίτλο, «Best Workplaces» εκ των οποίων οι 27 ήταν πολυεθνικές και οι 34 ελληνικές. Η τελική αξιολόγηση των συμμετεχόντων βασίζεται κατά 80% στις απόψεις του προσωπικού και κατά 20% στην αξιολόγηση των πρακτικών της διεύθυνσης ανθρώπινου δυναμικού. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέταξαν την «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» στην 8η θέση.

Η δέσμευση και αφοσίωση των εργαζομένων στην εταιρεία, αποδεικνύεται και από το χαμηλό turnover της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» για το έτος 2007, που ορίζεται σε ποσοστό 3,45%.



Παροχές

Όπως προκύπτει από συγκρίσεις με την αγορά και από διάφορες έρευνες αποδοχών, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θεωρεί ότι προσφέρει ελκυστικές αποδοχές και παροχές στους εργαζομένους της. Το συνολικό πακέτο αποδοχών & παροχών περιλαμβάνει οικονομικές παροχές, δηλαδή μισθό και bonus, ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, συνταξιοδοτικό πρόγραμμα και κοινωνικές παροχές, όπως το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Ο Κόσμος Μου». Ταυτόχρονα, η εταιρεία υιοθετεί και άλλα προγράμματα για τους εργαζόμενους, όπως: διανομή εισιτηρίων σε δραστηριότητες της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», τράπεζα αίματος, εκδρομές, συμμετοχή σε παιδικές κατασκηνώσεις, εκπαιδευτικές υποτροφίες κ.ά.

Ο Κόσμος μου	Αποτελεί ένα «πρόγραμμα μελών» όπου οι εργαζόμενοι και οι οικογένειές τους έχουν οικονομικές εκπώσεις σε διάφορα καταστήματα με είδη καθημερινής ανάγκης. Οι εργαζόμενοι προτείνουν, κατά καιρούς, νέα καταστήματα ή προϊόντα τα οποία μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα.
Κοινωνικές εκδηλώσεις	Μετά από κλήρωση οι εργαζόμενοι λαμβάνουν δωρεάν εισιτήρια για αγώνες ποδοσφαίρου, μουσικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις κ.ά.
Τράπεζα αίματος	Η εταιρεία οργανώνει εθελοντική αιμοδοσία σε όλα της τα εργοστάσια. Στόχος είναι η ευαισθητοποίηση όλων των εργαζομένων στην εθελοντική προσφορά και η ανάπτυξη ομαδικού πνεύματος αλληλεγγύης και αλληλοβοήθειας. Αποδέκτες είναι οι οικογένειες όλων των εργαζομένων.



ΒΑΡΒΑΡΑ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΥ
Δ/ντρια Ανθρώπινου Δυναμικού

«Ποιος είναι ο στόχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τους εργαζόμενούς της;»

ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

«Πρώτιστος στόχος και δέσμευση της εταιρείας αποτελεί η περαιτέρω υποστήριξη ενός αξιοκρατικού περιβάλλοντος με ίσες δυνατότητες διάκρισης για όλους τους εργαζόμενους. Ο σεβασμός στον άνθρωπο και στις αξίες που τον διέπουν, η ανάπτυξη και παροχή υψηλών προδιαγραφών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, καινοτόμων για τα δεδομένα της ελληνικής αγοράς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της φιλοσοφίας και κουλτούρας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αναφορικά με τον κόσμο της. Η διαρκής και ουσιαστική επικέντρωση στις ανάγκες των ανθρώπων μας οριοθετεί τον πυρήνα της εταιρείας μας και δικαίως την κατατάσσει στις εταιρείες εκείνες με τη μεγαλύτερη αφοσίωση και δέσιμο μεταξύ του κόσμου της».

Η θέση των σωματείων εργαζομένων

Τα σωματεία εργαζομένων στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» ξεκίνησαν τη λειτουργία τους το 1971. Σκοπός τους είναι η διαφύλαξη και προαγωγή των κοινών επαγγελματικών συμφερόντων των μελών τους.

Η διοίκηση της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» διατηρεί ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας με τα σωματεία, προκειμένου να επιλύονται θέματα της καθημερινότητας και να συζητούνται ιδέες και προτάσεις για τη διαρκή βελτίωση του περιβάλλοντος εργασίας.

Σήμερα, τα σωματεία της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» συνεργάζονται με άλλα επαγγελματικά σωματεία ή με αρμόδιες κρατικές αρχές, για τη μελέτη, αντιμετώπιση και επίλυση των θεμάτων που προκύπτουν, πάντα προς το συμφέρον των εργαζομένων. Σύμφωνα με τους όρους της εργατικής νομοθεσίας, τα σωματεία -σε συμφωνία με τη Διοίκηση- συνάπτουν τις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας και συμβάλλουν στην καλλιέργεια πνεύματος συνεργασίας και αλληλεγγύης μεταξύ των μελών τους.

Ο διάλογος με τη Διεύθυνση της εταιρείας δεν περιορίζεται στα θέματα των όρων αμοιβής και εργασίας, αλλά καλύπτει ευρύτερα πεδία, με σκοπό τη συνεχή βελτίωση του εργασιακού κλίματος.

Δύο φορές το χρόνο η διοίκηση της εταιρείας πραγματοποιεί συναντήσεις με τους εκπροσώπους των σωματείων προς ανταλλαγή απόψεων για σημαντικά ζητήματα, σχετικά με την πορεία της εταιρείας.

Ιατρείο - Σταθμός Πρώτων Βοηθειών

Το ιατρείο κάθε μονάδας στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» στελεχώνεται από ειδικό ιατρό εργασίας και εξειδικευμένο νοσηλευτικό προσωπικό.⁵

Στο ιατρείο υπάρχει το κεντρικό φαρμακείο του κάθε εργοστασίου με επαρκές φαρμακευτικό και επιδεσμικό υλικό Α΄

⁵Στη μονάδα εμφιάλωσης Λαμίας, η επίσκεψη του ιατρού γίνεται μια φορά την εβδομάδα και ως χώρος εξέτασης χρησιμοποιείται μια αίθουσα εκπαίδευσης

Βοηθειών. Το ιατρείο λειτουργεί ως σταθμός πρώτων βοηθειών καθ' όλη τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας με νοσηλευτικό ή και ιατρικό προσωπικό κατά τη λειτουργία του συσκευαστηρίου. Χρησιμοποιείται επίσης ως εξεταστικός χώρος από τον ιατρό εργασίας για τον προληπτικό έλεγχο της υγείας των εργαζομένων.

Κάθε τμήμα ή παραγωγική μονάδα του εργοστασίου διαθέτει μόνιμο φαρμακείο τοίχου. Επιπλέον, κάθε όχημα διανομής των προϊόντων μας, ιδιοκτησίας της εταιρείας, φέρει φορητό φαρμακείο με τα απαραίτητα για την παροχή πρώτων βοηθειών. Για την παροχή πρώτων βοηθειών εκτός ιατρείου διατίθενται φορητό set ανάνηψης, φορητό kit πρώτων βοηθειών και φορείο. Επιπλέον η εταιρεία διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο ασθενοφόρο σε κάθε εργοστάσιό της.

Ανάλυση θέσεων εργασίας

Συνολικά για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. σε όλα τα επίπεδα

ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΤΡΕΣ
163	1054

Στατιστική ανάλυση θέσεων εργασίας στη διοίκηση το 2007

ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΤΡΕΣ
4	5



Ενεργός Εταιρικός Πολίτης

Η εταιρεία **δεσμεύεται** για τα επόμενα χρόνια να συνεχίσει και να αναπτύξει περαιτέρω τα προγράμματα προστασίας του περιβάλλοντος, δίνοντας ιδιαίτερο βάρος στην καθαριότητα των παραλιών

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», στο πλαίσιο της κοινωνικής της ευθύνης, έχει επιδείξει μία συνεχώς εξελισσόμενη, κοινωνική και περιβαλλοντική δράση. Η εταιρεία αναπτύσσει προγράμματα και ενέργειες, που στόχο έχουν να συμβάλουν στην περαιτέρω ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης σε θέματα που αφορούν την κοινωνία μας, όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η πολιτιστική ανάπτυξη, η ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων κ.ά.

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» επενδύει διαρκώς στην εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον (βλ. Κεφάλαιο «Διαρκής Μέριμνα για το Περιβάλλον»), με τη χρήση αντίστοιχων πηγών ενέργειας όπως το φυσικό αέριο και την αξιοποίηση μεθόδων, όπως ο βιολογικός καθαρισμός, η ανακύκλωση, η βέλτιστη διαχείριση των αποβλήτων και η λειτουργία

ολοκληρωμένου συστήματος ελέγχου των επιπτώσεών τους. Επιπλέον, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» αποτελεί ένα από τα ιδρυτικά μέλη της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης Ανακύκλωσης.

Συγκεκριμένα για το διάστημα 2006 - 2007 αναφέρουμε ενδεικτικά τις εξής δράσεις:

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» συνέβαλε με τη συμμετοχή της στη σημαντική πρωτοβουλία του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΪ για την περιβαλλοντική αναβάθμιση και αποκατάσταση του φυσικού τοπίου του ποταμού Κηφισού. Ακόμη, η εταιρεία μας συμμετείχε στον καθαρισμό παραλιών της Αναβύσσου, στο πλαίσιο του προγράμματος «Όμορφη Ελλάδα, είναι η καθαρή Ελλάδα», που πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με το περιοδικό «FORUM».

Μετά τις καταστροφικές πυρκαγιές του Αυγούστου 2007 αφού μελέτησε τις ανάγκες που προέκυψαν η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» υλοποίησε άμεσα πρόγραμμα υποστήριξης σε επίπεδο βοήθειας και πρόληψης. Σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές των περιοχών που επλήγησαν, διένειμε σε πυρόπληκτους και πυροσβέστες 250.000 λίτρα φυσικού μεταλλικού νερού ΙΟΛΗ. Παράλληλα ακύρωσε την αναμετάδοση των προγραμματισμένων τηλεοπτικών διαφημιστικών μηνυμάτων των προϊόντων της, προσφέροντας τα κονδύλια της αντίστοιχης διαφημιστικής δαπάνης στους πυροπαθείς των πληγεισών περιοχών. Επίσης, προσέφερε το ποσό των 500.000 ευρώ στον τηλεμαραθώνιο που διεξήγαγαν τότε τα ιδιωτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας.

Σε επίπεδο πρόληψης, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» προχώρησε στην αγορά 15 πυροσβεστικών οχημάτων, τα οποία προσφέρθηκαν σε ισάριθμους δήμους της χώρας. Πρόκειται για αυτόνομες πυροσβεστικές μονάδες, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις περιπόλους αποτροπής και πρόληψης δασικών πυρκαγιών, καθώς και από ταχυκίνητες μονάδες άμεσης επέμβασης, συμβάλλοντας στην έγκαιρη κατάσβεση της πυρκαγιάς.

Επιπλέον, το Νοέμβριο του 2007 η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» επέλεξε την Καλαμάτα, για τη διεξαγωγή του ετήσιου συνεδρίου της, προκειμένου να ενισχύσει την τοπική οικονομία, ενώ οι σύνεδροί της προέβλεψαν σε συμβολική δενδροφύτευση στον οικισμό Λαδά.





Συμμετοχή στα κοινωνικά, αθλητικά και πολιτιστικά δρώμενα

Η συμμετοχή στα κοινωνικά, αθλητικά και πολιτιστικά δρώμενα αποτελεί σημαντικό τομέα της δραστηριότητας της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.».

Το 2001 η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» γίνεται, με το εμπορικό σήμα της Heineken, Μέγας Χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα, ενώ από το 2005 ενισχύει τη χορηγική της δράση, συμβάλλοντας οικονομικά στη δημοφιλή αθλητική διοργάνωση UEFA Champions League. Παράλληλα, η Amstel στηρίζει για 3η συνεχή χρονιά, από το 2005, το ελληνικό ποδόσφαιρο, ενώ από το 2007 χορηγεί και τη SUPER LEAGUE.

Στο πλαίσιο των πολιτιστικών δρώμενων, η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» με το εμπορικό σήμα της Heineken, προσφέρει τη δυνατότητα στους λάτρεις της ξένης μουσικής να απολαμβάνουν μοναδικές μουσικές βραδιές, φέρνοντας στην Ελλάδα μεγάλα ονόματα της διεθνούς μουσικής σκηνής. Παράλληλα, η Amstel υποστηρίζει την ελληνική μουσική και τη θεατρική σκηνή, χορηγώντας παραστάσεις του Εθνικού Θεάτρου, του Φεστιβάλ Αθηνών, αξιόλογα περιφερειακά θέατρα και τοπικές εκδηλώσεις σε όλη την Ελλάδα.

Τέλος, η Fischer, συνδέεται με το χώρο του κινηματογράφου, όπου πρόσφατα έγινε χορηγός του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Θεσσαλονίκης.

Προτεραιότητα στην υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ

Στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.», εταιρεία που παράγει και εμπορεύεται μπίρα υψηλής ποιότητας, δίνουμε προτεραιότητα στην υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Για το λόγο αυτό, υλοποιούμε μια σειρά από δράσεις που προβάλλουν τα οφέλη από την ήπια και υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.

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.

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» με συναίσθηση της ευθύνης της ως ο μεγαλύτερος όμιλος ζυθοποιίας στη χώρα, συμμετέχει ενεργά στις προσπάθειες ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τους κινδύνους που εγκυμονεί η ανεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Θεωρούμε χρέος μας να συμβάλουμε με όλες μας τις δυνάμεις σε αυτήν την προσπάθεια, με στόχο τη σταδιακή αλλά και ουσιαστική κατανόηση, από την πλευρά των καταναλωτών, της επίδρασης του οινοπνεύματος στον οργανισμό μας.

Υπεύθυνη Ενημέρωση για όλους

Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» αναπτύσσει και υλοποιεί στοχευμένα προγράμματα ενημέρωσης για την υπεύθυνη κατανάλωση προς όλες τις ομάδες κοινού με τις οποίες έρχεται σε επαφή.

Τα εργαλεία επικοινωνίας που χρησιμοποιούμε στην προσπάθειά μας αυτή είναι: η τηλεόραση, το έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό, οι ιστοσελίδες των προϊόντων μας (www.heineken.gr και www.amstel.gr) καθώς και οι συσκευασίες των προϊόντων μας.

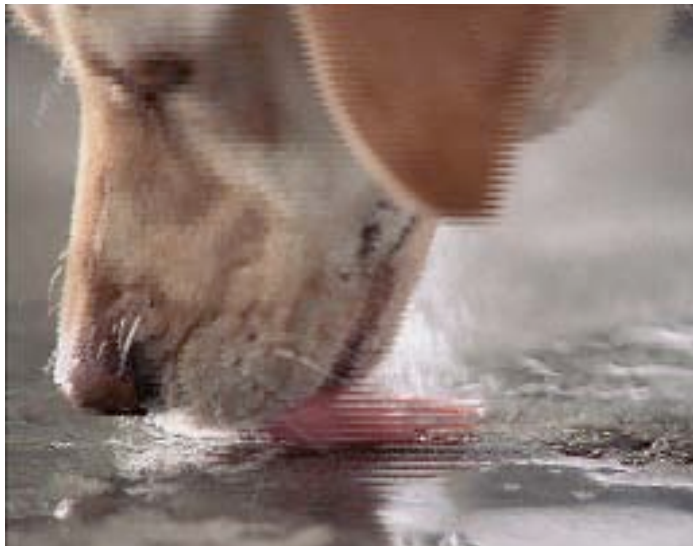




Τηλεόραση

Η εταιρεία, υιοθετώντας τις αρχές αυτορύθμισης του κλάδου, αυτοδεσμεύτηκε έγκαιρα για την προβολή των τηλεοπτικών διαφημιστικών των προϊόντων της μετά τις 19:00 και πάντα με το μήνυμα «Απολαύστε Υπεύθυνα». Παράλληλα, σύμφωνα με τη δέσμευση της εταιρείας, οι πρωταγωνιστές των διαφημιστικών ταινιών της πρέπει να είναι ενήλικα άτομα, ενώ το περιεχόμενό τους δεν πρέπει να συνδέει την κατανάλωση μπίρας με κοινωνική επιτυχία.

Επιπλέον, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δημιούργησε ειδική τηλεοπτική ταινία, με την υπογραφή της Heineken και πρωταγωνιστή ένα συμπαθέστατο σκύλο, για να μας θυμίζει ότι η διασκέδαση πρέπει να συνοδεύεται από υπεύθυνη συμπεριφορά. Κύριο μήνυμα της ταινίας αυτής είναι: «Εάν πίνεις και οδηγείς, είσαι κίνδυνος και για τους άλλους. Σκέψου το».



Έντυπο και Ηλεκτρονικό Υλικό

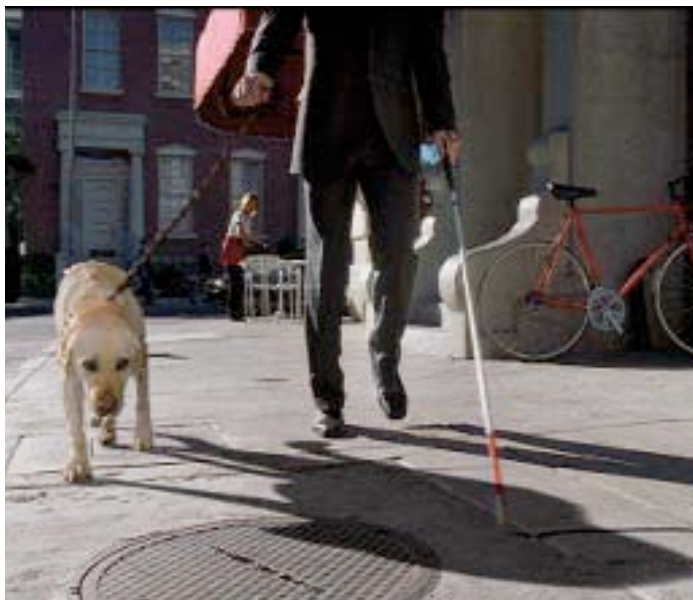
Η έντυπη επικοινωνία της υπεύθυνης κατανάλωσης της εταιρείας εκφράζεται τόσο με δελτία τύπου, που απευθύνονται στους εκπροσώπους των ΜΜΕ και κατ' επέκταση στους τελικούς καταναλωτές, όσο και με εξειδικευμένα έντυπα που στοχεύουν στους εργαζόμενους και τους συνεργάτες. Συγκεκριμένα, στο έντυπο «Τα οφέλη της ήπιας κατανάλωσης μπίρας» γίνεται εκτενής αναφορά στα ευεργετικά - για τον οργανισμό - χαρακτηριστικά της υπεύθυνης κατανάλωσης μπίρας, μεταξύ των οποίων είναι η τόνωση της καρδιάς, η μείωση της πιθανότητας εμφάνισης διαβήτη, οι θετικές επιπτώσεις στα οστά κ.ά.

Internet

Οι ιστοσελίδες των προϊόντων μας (www.heineken.gr και www.amstel.gr) περιλαμβάνουν την ενότητα «Απολαύστε Υπεύθυνα», που είναι αφιερωμένη στην ενημέρωση των καταναλωτών και την προτροπή για ήπια κατανάλωση αλκοόλ, ενώ περιλαμβάνει και τις «Αρχές της Πολιτικής για το Αλκοόλ» του Ομίλου μας.

Συσκευασίες

Όλες οι συσκευασίες φέρουν το μήνυμα «Απολαύστε υπεύθυνα», που παραπέμπει τους καταναλωτές στην ειδική ενότητα στις ιστοσελίδες της Heineken και της Amstel.



Κάθε εργαζόμενος είναι πρεσβευτής μας

Οι εργαζόμενοι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι οι πιο σημαντικοί και σταθεροί εκπρόσωποι της εταιρείας μας και των αξιών της. Γι' αυτούς, τους δικούς της ανθρώπους, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υλοποιεί το πρόγραμμα «Cool@Work», που έχει στόχο να εξασφαλίσει ότι όλοι οι εργαζόμενοι δρουν υπεύθυνα καταρχήν στον εργασιακό τους χώρο αλλά και στην καθημερινότητά τους γενικότερα.

Σε όλο το προσωπικό της εταιρείας διανεμήθηκε το 2006 το ειδικό έντυπο «Η πολιτική της Heineken για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ», το οποίο περιλαμβάνει βασικές αρχές που υποστηρίζουν την υπεύθυνη κατανάλωση του αλκοόλ. Στο έντυπο αυτό εξηγείται επίσης η επίδραση του αλκοόλ στον ανθρώπινο οργανισμό και οι επιπτώσεις από την κατάχρησή του, ενώ παρέχονται απλές και συγκεκριμένες συμβουλές για την υπεύθυνη κατανάλωση.

Για τα στελέχη του εμπορικού τμήματος της εταιρείας, ετοιμάστηκε το 2007 η εκπαιδευτική ταινία «Living the alcohol policy_The movie», με πρωταγωνιστές τους ίδιους τους εργαζόμενους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Μέσα από απλά παραδείγματα, η ταινία αυτή δείχνει με άμεσο και πρακτικό τρόπο την εφαρμογή της υπεύθυνης κατανάλωσης στην καθημερινότητα όλων μας. Εκτός από το εμπορικό τμήμα, η ταινία «Living the alcohol policy» παρουσιάζεται και διανέμεται σε όλους τους νεοπροσληφθέντες στην εταιρεία μας.

Τέλος, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει αναπτύξει ένα εγχειρίδιο κανόνων και οδηγιών υπεύθυνης εμπορικής επικοινωνίας καθώς και ένα ηλεκτρονικό εργαλείο εκμάθησης και κατανόησής τους.

Ενίσχυση της
επικοινωνίας της
υπεύθυνης κατανάλωσης,
με κύριο στόχο την
πρόληψη της ανεύθυνης
χρήσης ή/ και της
κατάχρησης αλκοόλ



Μηνάς Μαυρικάκης

Δ/της Επικοινωνίας & Εταιρικών Σχέσεων

«Ποια είναι η πολιτική της εταιρείας για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ;»

«Η Πολιτική για το Αλκοόλ της εταιρείας μας είναι βασισμένη σε συγκεκριμένες αρχές που προωθούν την υπεύθυνη κατανάλωση του αλκοόλ σε όλες τις ομάδες κοινού στις οποίες απευθυνόμαστε: τους εργαζομένους, τους συνεργάτες μας και τους καταναλωτές μας. Στόχοι της πολιτικής μας είναι η υιοθέτηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ, ο χειρισμός τυχόν περιπτώσεων κατάχρησής του αλλά και η διασφάλιση ότι η κατανάλωση αλκοόλ πρέπει να γίνεται στο πλαίσιο μιας κοινωνικά αποδεκτής συμπεριφοράς.

Επιγραμματικά, οι αρχές αυτές είναι:

- Η υπεύθυνη κατανάλωση μπίρας ταιριάζει με τον ισορροπημένο και θετικό τρόπο ζωής της πλειοψηφίας των ενηλίκων που επιλέγουν να πίνουν μπίρα
- Ο ενημερωμένος πολίτης έχει την ευθύνη της ατομικής του συμπεριφοράς
- Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» έχει δεσμευτεί να ενημερώνει σωστά το καταναλωτικό κοινό σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ
- Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» απαιτεί την υπεύθυνη συμπεριφορά από όλους τους εργαζομένους
- Η εταιρεία αναλαμβάνει να διασφαλίσει τη νόμιμη διεξαγωγή όλων των εμπορικών της δραστηριοτήτων και να αποθαρρύνει την ανεύθυνη κατανάλωση
- Η «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.» επιθυμεί να αποτρέπει την κατάχρηση και την ανεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ μέσω του διαλόγου και της ανάληψης συγκεκριμένων δράσεων.
- Η εταιρεία δεσμεύεται να καταγράφει και να προβάλλει τις ενέργειές της σχετικά με την Πολιτική για το Αλκοόλ.

Μέσα από την πολιτική μας για το αλκοόλ ενισχύουμε την προστασία της φήμης μας αλλά, πολύ περισσότερο, συμβάλλουμε στην υπεύθυνη ενημέρωση και την υιοθέτηση της ήπιας κατανάλωσης στην καθημερινή συμπεριφορά όλων μας».



Δεσμευόμαστε γιατί είμαστε υπεύθυνοι

Είμαστε μια μεγάλη επιχειρηματική μονάδα με σταθερό στόχο τη διάθεση στην αγορά υψηλής ποιότητας προϊόντων και τη διατήρηση, τόσο ενδοεταιρικά, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον, των κυρίαρχων αξιών μας: του ήθους, της δικαιοσύνης, του σεβασμού, της ποιότητας, της δημιουργικότητας, του κεφιοῦ και της ομαδικότητας.

Η εταιρεία μας μένει πιστή στο όραμα και στις αρχές, που την κάνουν να ξεχωρίζει και που έχει διαμορφώσει με την ουσιαστική συνδρομή όλων των εργαζομένων της.

Το ήθος, ο σεβασμός στην κοινωνία και τους κανόνες της, η διαφάνεια, η δίκαιη μεταχείριση όλων, η αναγνώριση της μοναδικής συμβολής του ατόμου, η αδιαπραγμάτευτη ποιότητα των προϊόντων και όλων των υπηρεσιών μας και οι συνεπείς ενέργειες για το περιβάλλον είναι οι δεσμεύσεις που υιοθετούμε όλοι εμείς οι εργαζόμενοι στην «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.».

Δεσμευόμαστε απέναντι στους καταναλωτές μας, στους συνεργάτες μας, στους μετόχους μας και στην ελληνική κοινωνία, ότι θα τιμούμε πάντα την εμπιστοσύνη τους.

Οι εργαζόμενοι της «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»

Έκθεση Διασφάλισης Περιεχομένου

Το Διοικητικό Συμβούλιο της «Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.» (εφεξής «η Εταιρεία») ανέθεσε στην KPMG Σύμβουλοι Α.Ε. την επισκόπηση της ελληνικής έκθεσης «Ανάπτυξη και Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007» (εφεξής «η Έκθεση») προκειμένου να διασφαλισθεί η ακρίβεια του περιεχομένου της. Η Έκθεση, συμπεριλαμβανομένης της αναγνώρισης των ουσιωδών θεμάτων, είναι ευθύνη της διοίκησης της Εταιρείας. Δική μας ευθύνη είναι η έκδοση μιας έκθεσης διασφάλισης για το περιεχόμενο της Έκθεσης.

Τι περιλαμβάνεται στο εύρος της εργασίας μας;

Η εργασία μας σχεδιάστηκε για να αποδώσει στους αναγνώστες της Έκθεσης, περιορισμένου εύρους διασφάλιση, σχετικά με την ακρίβεια του περιεχομένου της. Οι διαδικασίες που αφορούν στην απόδοση διασφάλισης περιορισμένου εύρους (limited level of assurance) αποσκοπούν στον προσδιορισμό της ικανοποιητικής παρουσίασης των πληροφοριών και είναι λιγότερο εκτενείς από τις διαδικασίες που αφορούν στην απόδοση διασφάλισης εύλογου εύρους (reasonable level of assurance).

Ποια κριτήρια σύνταξης απολογισμού χρησιμοποίησε η Εταιρεία;

Δεν υπάρχουν γενικά παραδεκτά πρότυπα για τη σύνταξη απολογισμών σχετικά με την επίδοση σε θέματα εταιρικής βιωσιμότητας. Η Εταιρεία εφαρμόζει τα κριτήρια σύνταξης απολογισμού σε θέματα εταιρικής βιωσιμότητας του Ομίλου Heineken.

Ποιο πρότυπο διασφάλισης περιεχομένου χρησιμοποιήσαμε;

Διενεργήσαμε την εργασία μας βάσει του Διεθνούς Προτύπου

για Εργασίες Διασφάλισης (ISAE 3000): Έργα Διασφάλισης μη ελεγκτικού χαρακτήρα ή Επισκόπηση Ιστορικών Χρηματοοικονομικών Πληροφοριών (Assurance Engagements other than Audits or reviews of Historical Financial Information), το οποίο εκδόθηκε από το Συμβούλιο Διεθνών Ελεγκτικών και Ασφαλιστικών Προτύπων (IAASB). Το Πρότυπο αυτό υπαγορεύει, ανάμεσα σε άλλες απαιτήσεις, ότι η ομάδα διασφάλισης περιεχομένου κατέχει συγκεκριμένη γνώση, δεξιότητες και επαγγελματική επάρκεια προκειμένου να κατανοήσει και να επισκοπήσει τις πληροφορίες που περιέχονται στην Έκθεση, και συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του Κώδικα Ηθικής για Επαγγελματίες Λογιστές (Code of Ethics for Professional Accountants - IFAC) για τη διασφάλιση της ανεξαρτησίας της.

Τι κάναμε για να καταλήξουμε στα συμπεράσματά μας;

Για να προσδιορίσουμε εάν οι πληροφορίες που περιέχονται στην Έκθεση είναι διατυπωμένες με ακρίβεια:

- αναλύσαμε πληροφορίες δημοσιευμένες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στο διαδίκτυο για θέματα περιβάλλοντος, ασφάλειας εργαζομένων και κοινωνικής ευαισθησίας που αφορούν την Εταιρεία, για τη λήψη σχετικής πληροφόρησης σε θέματα εταιρικής βιωσιμότητας της υπό αναφορά περιόδου,
- επισκοπήσαμε τα συστήματα και τις διεργασίες διαχείρισης πληροφοριών, εσωτερικών δομών ελέγχου και επεξεργασίας ποιοτικών και ποσοτικών πληροφοριών της Έκθεσης, σε επίπεδο Εταιρείας,
- επισκοπήσαμε τα συστήματα που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία, επικύρωση και συλλογή των δεδομένων περιβάλλοντος και ασφαλείας εργαζομένων, σε επίπεδο Εταιρείας,
- επισκεφτήκαμε τα κεντρικά γραφεία της Εταιρείας όπου και επισκοπήσαμε τις διαδικασίες κατάρτισης και διαχείρισης περιεχομένου της Έκθεσης, καθώς και την υπάρχουσα δομή της εταιρικής διακυβέρνησης σε θέματα εταιρικής βιωσιμότητας,
- διενεργήσαμε επίσκεψη στο εργοστάσιο της Εταιρείας στην Αθήνα κατά την οποία επισκοπήσαμε την τεκμηρίωση επιλεγμένων περιβαλλοντικών στοιχείων βάσει πρωτογενών πηγών και στοιχείων,
- διενεργήσαμε συνεντεύξεις με εργαζομένους και διοικητικό προσωπικό της Εταιρείας τα οποία συμμετείχαν στην κατάρτιση

συγκεκριμένων θεμάτων που παρατίθενται στην Έκθεση, συμπεριλαμβανομένων των θεμάτων: εσωτερικού ελέγχου, ανθρώπινου δυναμικού, επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων, εφοδιαστικής αλυσίδας, πωλήσεων, εξυπηρέτησης πελατών, οικονομικής απόδοσης, μάρκετινγκ και νομικών θεμάτων,

- συγκεντρώσαμε και επισκοπήσαμε ενδοεταιρικά και εξωεταιρικά έγγραφα για να προσδιορίσουμε εάν η ποιοτική πληροφόρηση υποστηρίζεται από ικανοποιητικά στοιχεία τεκμηρίωσης.

Κατά τη διάρκεια της διεργασίας διασφάλισης περιεχομένου συζητήσαμε με στελέχη της Εταιρείας ενδεχόμενες αλλαγές στο προσχέδιο της Έκθεσης και επισκοπήσαμε την τελική έκδοση της Έκθεσης για να επιβεβαιώσουμε ότι αντικατοπτρίζει τα ευρήματά μας.

Ποια είναι τα συμπεράσματά μας;

Βάσει των ανωτέρω πληροφοριών κατά τη διενέργεια της επισκόπησής μας δεν περιήλθε στην αντίληψή μας οτιδήποτε που θα μας οδηγούσε στο συμπέρασμα ότι η Έκθεση δεν είναι διατυπωμένη με ακρίβεια.

Τι άλλο παρατηρήσαμε;

Χωρίς να επηρεάζονται τα ανωτέρω συμπεράσματά μας, θα θέλαμε να επιστήσουμε την προσοχή των αναγνωστών στα παρακάτω.

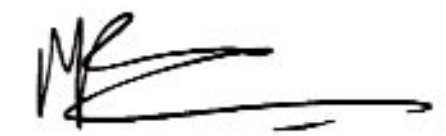
Η Έκθεση αυτή αποτελεί την πρώτη δημοσιευμένη προσπάθεια της Εταιρείας για την παρουσίαση θεμάτων εταιρικής βιωσιμότητας στο ευρύ κοινό. Με τη δημοσίευση της Έκθεσης αυτής, η Εταιρεία αποσκοπεί στην παροχή δομημένης και τακτικής πληροφόρησης στα ενδιαφερόμενα μέρη της, σχετικά με τις ενέργειες που έχει υλοποιήσει στον τομέα της εταιρικής βιωσιμότητας. Χαιρετίζουμε την έναρξη της προσπάθειας αυτής εκφράζοντας ταυτόχρονα την πεποίθηση ότι, στο πλαίσιο της συνεχούς βελτίωσης, το περιεχόμενο της Έκθεσης θα μπορούσε στο μέλλον να ενισχυθεί με θέματα που αφορούν:

- Τις εσωτερικές διαδικασίες διακυβέρνησης της εταιρικής υπευθυνότητας, προκειμένου να είναι κατανοητή στον αναγνώστη η διαδικασία καθορισμού των ουσιωδών θεμάτων που δημοσιεύονται στην Έκθεση. Στο πλαίσιο αυτό

συμπεριλαμβάνεται η αναφορά της διαδικασίας αναγνώρισης των ενδιαφερομένων μερών της Εταιρείας που έχουν σχέση με τις περιοχές στις οποίες η Εταιρεία επέλεξε να εστιάσει, καθώς και της διαδικασίας που ακολουθείται για τον καθορισμό των γενικότερων θεμάτων που τους απασχολούν σε σχέση με την εταιρική βιωσιμότητα. Προτείνουμε τη διενέργεια μιας τέτοιας διαδικασίας σε τακτά χρονικά διαστήματα καθώς και την κατάλληλη ενσωμάτωση των αποτελεσμάτων της στο περιεχόμενο της Έκθεσης.

- Την, κατά το δυνατό, ποσοτικοποίηση των στόχων που τίθενται, προκειμένου να είναι αποτελεσματικότερη η κατανόηση της διαχρονικής επίδοσης της Εταιρείας από τους αναγνώστες της Έκθεσης. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται επίσης η θέσπιση κοινού χρονικού ορίζοντα επίτευξης των στόχων για όλες τις περιοχές εταιρικής βιωσιμότητας που πραγματεύεται η Έκθεση.
- Την παρουσίαση των «κριτηρίων σύνταξης απολογισμού» (Reporting Basis) τα οποία χρησιμοποιήθηκαν από την Εταιρεία για την κατάρτιση της Έκθεσης.

KPMG Σύμβουλοι Α.Ε.



Γεώργιος Ραουνάς,
Γενικός Διευθυντής
Αθήνα, 9 Οκτωβρίου 2008

Για περισσότερες πληροφορίες:
Έλλη Παναγιωτοπούλου
Media Relations Manager
«Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»
Λεωφ. Κηφισού 107, 122 41 Αιγάλεω, Αθήνα
Τηλ.: + 30 210 5384911

Μάρνη Κοντοβράκη
External Communications & Public Affairs Brand Manager
«Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.»
Λεωφ. Κηφισού 107, 122 41 Αιγάλεω, Αθήνα
Τηλ.: + 30 210 5384911



Το έντυπο
Ανάπτυξη και Κοινωνική Ευθύνη 2006-2007

τυπώθηκε τον Οκτώβριο 2008 για την «**ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ Α.Ε.**»

Δημιουργία, καλλιτεχνική επιμέλεια & παραγωγή

ON TIME CONCEPT

Λεωφ. Μεσογείων 419, 153 43 Αγία Παρασκευή