



κοινωνικός
απολογισμός
2009





Πάντα πιστεύαμε στη δύναμη που έχουν οι μάρκες μας... να επηρεάζουν θετικά τη ζωή των ανθρώπων που τις επιλέγουν. Γνωρίζουμε επίσης πως όσο μεγαλώνουμε ως επιχείρηση, τόσο οι υποχρεώσεις μας αυξάνουν. Σήμερα που οι παγκόσμιες προκλήσεις, όπως η κλιματική αλλαγή, μας επηρεάζουν όλους, είναι η ώρα για πράξεις. Ακόμα και μικρές. Μικρές καθημερινές πράξεις που μπορούν να κάνουν μεγάλη διαφορά. Πράξεις που σκοπό έχουν να δημιουργήσουν έναν καλύτερο κόσμο.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Όραμα	4
Χαιρετισμός Προέδρου	6
Η Unilever στον Κόσμο	8
Η Unilever στην Ελλάδα	10
Βούρτσισμα Πρωί + Βράδυ	12
Πρωινό Γεύμα	14
Αληθινή Ομορφιά	16
Καθαρός Πλανήτης - Cleaner Planet	18
Αγνά και Φυσικά	20
Οικογενειακή Υπόθεση	22
Κάθε Μέρα Φρούτα και Λαχανικά	24
Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης - WFP	26
Η Υγεία της Καρδιάς	28
Προαγωγή Υγείας	30
Πρόγραμμα Τέχνης - Art Project	32
Ασπίδα για το Περιβάλλον	34
Εκπαίδευση και Αειφορία	36
Ασφάλεια κατά την Εργασία	38
Ένα Παγκόσμιο Κέρασμα	40
Μικρά Βήματα... Μεγάλα Αποτελέσματα	42



Όραμα

Η Unilever είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες παραγωγής και εμπορίας ταχέως κινούμενων καταναλωτικών προϊόντων παγκοσμίως.

Κάθε μέρα, 2 δισεκατομμύρια καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο χρησιμοποιούν κάποιο από τα προϊόντα Unilever. Τα προϊόντα μας επηρεάζουν την καθημερινότητα των ανθρώπων σε περισσότερες από 170 χώρες.

Μία μικρή αλλαγή, σε ένα σημείο του κύκλου ζωής, ενός μόνο από τα χιλιάδες προϊόντα μας, μπορεί να επιφέρει μια σημαντική βελτίωση στην κοινωνία ή/και το περιβάλλον.

Με γνώμονα αυτό το δεδομένο αλλά και έναν κόσμο που αλλάζει, τον Νοέμβριο του 2009, η Unilever ανακοίνωσε το καινούργιο όραμα της εταιρίας.

Το Όραμά μας

Εργαζόμαστε κάθε μέρα για να δημιουργήσουμε ένα καλύτερο μέλλον.

Βοηθάμε τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά, να έχουν καλή εμφάνιση και να απολαμβάνουν όλο και περισσότερο τη ζωή τους με προϊόντα και υπηρεσίες οι οποίες είναι καλές για τους ίδιους και τους αγαπημένους τους.

Θα εμπνέουμε τους ανθρώπους για να κάνουν κάθε μέρα μικρές πράξεις οι οποίες όλες μαζί μπορούν να κάνουν τον κόσμο μας καλύτερο.

Θα αναπτύσσουμε νέους τρόπους προσέγγισης της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, που θα μας επιτρέψουν να διπλασιάσουμε το μέγεθος της εταιρίας και ταυτόχρονα να μειώσουμε τις επιπτώσεις - από τις δραστηριότητές της - στο περιβάλλον.

Το νέο όραμα αντικατοπτρίζει τη φιλοδοξία και το στόχο για τη μακροπρόθεσμη πορεία της εταιρίας και διέπεται από διαχρονικές αξίες για βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Είναι σχεδιασμένο για να δώσει απαντήσεις στις προκλήσεις του 21^{ου} αιώνα.

«Ένα ταξίδι 1000 χιλιομέτρων αρχίζει με ένα απλό βήμα. Ας αναλογιστούμε τη δυνατότητα να κάνουμε τον κόσμο γύρω μας καλύτερο με κάποιες μικρές, καθημερινές πράξεις, στα προϊόντα μας ή στον τρόπο που λειτουργούμε. Η τελική διαφορά στη ζωή όλων μας μπορεί να είναι πολύ μεγάλη».

Paul Polman
Unilever Chief Executive Officer



προϊόντα Unilever
X
κιυρές καθημερινές πράξεις
X
δισεκατομμύρια καταναλωτές
=
μεγάλη διαφορά

Χαιρετισμός Προέδρου



Σπύρος Δεσύλλας
Πρόεδρος

Ένα νέο όραμα αποτελεί συνήθως σταθμό για μια επιχείρηση. Γι' αυτό και θα ξεκινήσω αναφερόμενος στο νέο παγκόσμιο όραμα της Unilever, ένα μεγαλόπνοο όραμα που στοχεύει στο διπλασιασμό της εταιρίας μέσα στα επόμενα χρόνια, χωρίς να προστεθεί ούτε ένα γραμμάριο ρύπων διοξειδίου του άνθρακα. Ένα όραμα, το οποίο – πέρα από τους οικονομικούς στόχους – ενσωματώνει με απόλυτη ευκρίνεια τη δέσμευση και την ευθύνη μας απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Έτσι η περιβαλλοντική πολιτική της εταιρίας αποκτάει ιδιαίτερη σημασία, τόσο σε μακροχρόνια όσο και σε καθημερινή βάση. Η παγκόσμια προσπάθεια που ξεκίνησε εδώ και 15 χρόνια για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των εργοστασίων μας – και η οποία μέχρι στιγμής επέφερε 41% μείωση στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, 65% μείωση της κατανάλωσης νερού και 73% μείωση των αποβλήτων ανά τόνο παραγόμενου προϊόντος – θα πρέπει όχι απλώς να συνεχιστεί, αλλά να κλιμακωθεί ώστε να επιτύχουμε μια περαιτέρω μείωση των ρύπων κατά 50% τα επόμενα χρόνια.

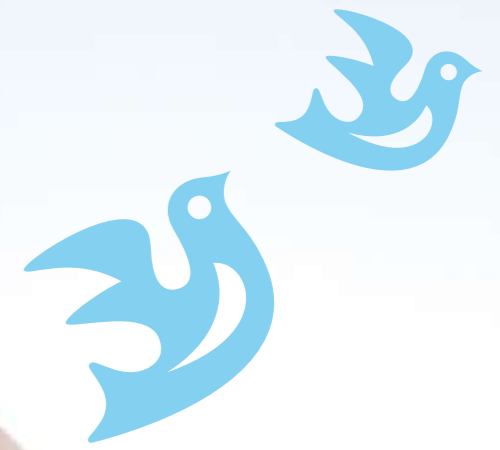
Οι δεσμεύσεις μας σχετικά με την αειφόρο ανάπτυξη και το «ευ επιχειρείν» παραμένουν αναλλοίωτες: Συνεχίζουμε να αντικαθιστούμε τα ψυγεία παγωτού με φιλικά προς το περιβάλλον μοντέλα, έχοντας έως σήμερα επιτύχει την αντικατάσταση του μισού περίπου «στόλου» μας.

Επίσης, αντί του 2015 που αρχικά είχαμε θέσει ως καταληκτική ημερομηνία, η χώρα μας ήδη από το 2010 θα χρησιμοποιεί φοινικέλαιο με πιστοποίηση από την οργάνωση "Green Palm". Η πρωτοβουλία αυτή υλοποιείται στο πλαίσιο της προσπάθειας της Unilever να σταματήσει η καταστροφή των τροπικών δασών της Ινδονησίας για την φύτευση φοινικόδεντρων.

Ένα σημαντικό κομμάτι των νέων μας προϊόντων – κυρίως τα καθαριστικά και τα είδη προσωπικής υγιεινής – έχουν πλέον ξεκάθαρους περιβαλλοντικούς στόχους, τους οποίους πρέπει να επιτύχουν. Το «περιβαλλοντικό αποτύπωμα» κάθε προϊόντος ποσοτικοποιείται και συνυπολογίζεται στην απόφαση να λανσάρουμε ή όχι κάποιο προϊόν.

Το 2005, τα Ben & Jerry's έγιναν τα πρώτα παγωτά στον κόσμο με συστατικά Fairtrade. Σήμερα, τα παγωτά Ben & Jerry's συνεργάζονται με το Δίκαιο και Αλληλέγγυο Εμπόριο για το σύνολο σχεδόν των πρώτων υλών που χρησιμοποιούν. Έχουμε μάλιστα δεσμευτεί επίσημα ότι έως το 2013 όλα τα παγωτά Ben & Jerry's θα παρασκευάζονται από πρώτες ύλες πιστοποιημένες κατά Fairtrade.

Πίσω από όλες τις παραπάνω πρωτοβουλίες, αλλά και τις πολλές ακόμα που υλοποιεί η εταιρία μας, βρίσκονται οι εργαζόμενοι της Unilever, οι άνθρωποι μας. Είναι χαρακτηριστικό ότι όλοι μαζί έχουμε ήδη επιτύχει μια μείωση της τάξης του 20% στις εκπομπές ρύπων, στα κεντρικά μας γραφεία στο Μαρούσι. Μια προσπάθεια που συνεχίζεται καθημερινά, με γνώμονα το σεβασμό στο περιβάλλον.



Η μεγάλη μας ποικιλία σε τρόφιμα και προϊόντα οικιακής και προσωπικής φροντίδας, έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών παγκοσμίως. Δεκατρία από τα προϊόντα μας κάνουν συνολικές ετήσιες πωλήσεις πάνω από 23 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ τα 25 κορυφαία μας προϊόντα αντιπροσωπεύουν το 75% των πωλήσεών μας.

Τα σημαντικότερα από αυτά, στην Ελληνική αγορά, είναι τα: Skip, Omo, Dove, Beceel, Βιτάμ, Άλτις, Hellmann's, Knorr, Lipton, Rexona, Axe και τα παγωτά Algida και Ben & Jerry's.

- Κύκλος εργασιών: 39.823 εκατομμύρια ευρώ
- Λειτουργικό κέρδος: 5.020 εκατομμύρια ευρώ
- Λειτουργικό περιθώριο κέρδους: 12,6 %
- Ρυθμός οργανικής ανάπτυξης πωλήσεων: 3,5 %

Σημαντικά στοιχεία

- Τα προϊόντα μας κατέχουν παγκοσμίως ηγετική θέση σε 7 κατηγορίες
- 163.000 εργαζόμενοι
- Τα κορυφαία διευθυντικά στελέχη της εταιρίας προέρχονται από 20 διαφορετικές εθνικότητες
- 170 χώρες στις οποίες πωλούνται τα προϊόντα μας
- 89 εκατ. ευρώ προσφέρθηκαν σε κοινότητες σε όλο τον κόσμο το 2009
- 891 εκατ. ευρώ επένδυση σε Έρευνα και Ανάπτυξη παγκοσμίως
- Κορυφαία θέση στους 7 σημαντικότερους διεθνείς οργανισμούς για θέματα Αειφόρου Ανάπτυξης με αντίστοιχες διακρίσεις

MILAN

Δυναμική ανάπτυξη και το 2009

Τρόφιμα

- Κύκλος εργασιών: 13.256 εκατ. ευρώ
- Λειτουργικό κέρδος: 1.840 εκατ. ευρώ

Παγωτά & Ροφήματα

- Κύκλος εργασιών: 7.753 εκατ. ευρώ
- Λειτουργικό κέρδος: 731 εκατ. ευρώ

Προϊόντα προσωπικής φροντίδας

- Κύκλος εργασιών: 11.846 εκατ. ευρώ
- Λειτουργικό κέρδος: 1.834 εκατ. ευρώ

Προϊόντα οικιακής φροντίδας

- Κύκλος εργασιών: 6.968 εκατ. ευρώ
- Λειτουργικό κέρδος: 615 εκατ. ευρώ

GREECE

η Unilever στον κόσμο

Κοινωνικά στοιχεία

- 2 δις καταναλωτές χρησιμοποιούν κάθε μέρα τουλάχιστον ένα από τα προϊόντα μας
- 17 εκατ. σχολικά γεύματα προσφέρθηκαν μέσω της συνεργασίας μας με το WFP (World Food Programme) σε 80.000 παιδιά το 2009
- 9% μείωση στο δείκτη συχνότητας των καταγεγραμμένων ατυχημάτων το 2009

Περιβαλλοντικά στοιχεία

- 430.000 ψυγεία φιλικά προς το περιβάλλον έχουν αγοραστεί από το 2004
- 41% μείωση σε εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα για κάθε τόνο προϊόντος που παρήχθη την περίοδο 1995-2009
- 65% μείωση του νερού για κάθε τόνο προϊόντος που παρήγαμε την περίοδο 1995 - 2009
- 73% μείωση των συνολικών αποβλήτων για κάθε τόνο προϊόντος που παρήγαμε την περίοδο 1995 - 2009
- 11 χρόνια ηγέτες στο δείκτη αειφορίας "Dow Jones" (Dow Jones Sustainability Index)
- 15% του τσαγιού μας προέρχεται από αγρότες πιστοποιημένους από την μη κερδοσκοπική οργάνωση Rainforest Alliance
- 185.000 τόνοι φοινικέλαιου προέρχονται από φυτείες πιστοποιημένες από την "Green Palm"

η Unilever στην Ελλάδα

- Κύκλος εργασιών: 598 εκατ. ευρώ
- Το 2009 επιστρέψαμε στην κοινωνία το 16,3% του τζίρου
- 78 λανσαρίσματα προϊόντων
- 19 νέες γεύσεις παγωτών
- 45% των ψυγείων που χρησιμοποιούμε είναι οικολογικά ψυγεία προπανίου. Στόχος μας είναι η αντικατάσταση του συνόλου των ψυγείων μας με αντίστοιχα φιλικά προς το περιβάλλον.
- Διεθνές Βραβείο στο Lipton από τη Διεθνή Ένωση Δημοσίων Σχέσεων (IPRA), σε συνεργασία με την εταιρία Solid Relations για το επικοινωνιακό πρόγραμμα λανσαρίσματος του Lipton Linea στον ετήσιο διεθνή θεσμό IPRA GOLDEN WORLD AWARDS 2009

Επιτυχίες & Διακρίσεις

- Βράβευση του Άλτις ανάμεσα σε 525 προϊόντα στον Παγκόσμιο Διαγωνισμό Superior Taste Award 2009 που διοργανώθηκε από το International Taste & Quality Institute - ITQi
- Χρυσό Βραβείο στο Άλτις Βίο στο διεθνή διαγωνισμό τροφίμων Great Taste Awards
- Χρυσό βραβείο στην ΕΛΑΪΣ - Unilever Hellas στα Business Ethics Excellence Awards EBEN 2009 στους τομείς: Κοινωνική Προσφορά, Ενέργειες για το Περιβάλλον και Επιχειρησιακή Ανάλυση
- Βράβευση της προωθητικής ενέργειας "Smiley House" στα Marketing Excellence Awards 2009 στην κατηγορία «Διαχείριση Δικτύων Διανομής και Trade Marketing»
- Αναγνώριση από την Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EFSA - European Food Safety Authority) της δράσης των φυτικών στερολών, συστατικό του Becel pro-activ στη μείωση του κινδύνου εμφάνισης καρδιοπάθειας
- Βραβείο «Προϊόν της Χρονιάς 2009» από τους Έλληνες καταναλωτές στο τσάι Lipton Linea, στην οδοντόβουρτσα Aim Style Tech και στα αφρόλουτρα Dove Go Fresh
- Σύσταση της χλωρίνης Klinex από το Ινστιτούτο Κοινωνικής & Προληπτικής Ιατρικής (ΙΚΠΙ) για την αποτελεσματική απολύμανση και την υγιεινή των χώρων για την αντιμετώπιση του ιού H1N1

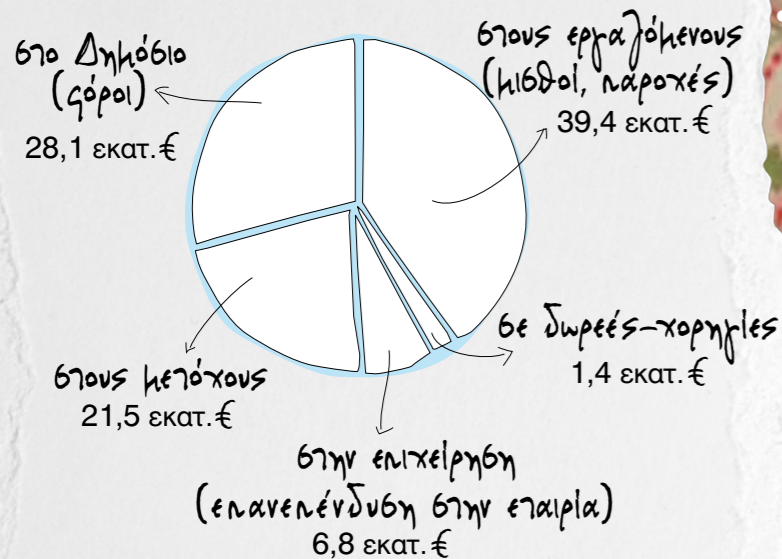
Το κοινωνικό μας αποτύπωμα

- 14 χρόνια συνεργασίας με την Τράπεζα Τροφίμων. Μόνο το 2009 δόθηκαν πάνω από 9.000 κιβώτια προϊόντων
- Παραπάνω από 30 χρόνια στήριξης της διοργάνωσης του Χριστουγεννιάτικου Παζαριού του Ομίλου Φιλανθρωπικών Εκδηλώσεων (ΟΦΕ)
- Ακολουθούμε το σύστημα EU - Pledge, μαζί με άλλες 10 μεγάλες διαφημιζόμενες εταιρίες τροφίμων σε 27 χώρες. Λαμβάνουμε εθελοντικά, μέτρα αυτοδέσμευσης για τη διαφήμιση προς τα παιδιά ηλικίας κάτω των 12 ετών
- Χορηγία προϊόντων χλωρίνης Klinex σε κοινωφελείς οργανισμούς όπως η Εταιρία Προστασίας Σπαστικών, το Ίδρυμα Βρεφών Μητέρα, η Κιβωτός του Κόσμου, τα Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδος, το Χαμόγελο του Παιδιού, το Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα Παιδικής Προστασίας

- Προϊόντα μας, αξίας 27.000 ευρώ χορηγήθηκαν για τους συνανθρώπους μας σε ανάγκη μέσω του Κοινωνικού Παντοπωλείου Carrefour
- Συνεργασία με επιστημονικούς φορείς, όπως το Ελληνικό Ίδρυμα Καρδιολογίας, την Ελληνική Εταιρία Αθληροσκήρωσης, την Ελληνική Καρδιολογική Εταιρία, την Ελληνική Παιδιατρική Εταιρία, την Ελληνική Ιατρική Εταιρία Παχυσαρκίας, την Εταιρία Λιπιδιολογίας - Αθληροσκήρωσης, τον Πανελλήνιο Σύλλογο Διαιτολόγων - Διατροφολόγων, τον Πανελλήνιο Σύλλογο Διαιτολόγων - Τεχνολόγων Διατροφής, το Ινστιτούτο Κοινωνικής και Προληπτικής Ιατρικής

Η κατανομή του κοινωνικού μας προϊόντος

επιβρέζουμε στην κοινωνία 97,2 εκατ. €



Βούρτσισμα πρωί + βράδυ

Στη Unilever δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση στα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και κυρίως στους τομείς που αφορούν την υγεία, τη διατροφή, το περιβάλλον ενώ στα πλαίσια του καθημερινού ευ ζην, προωθούμε εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά.

Μία από τις δράσεις που πραγματοποιούμε αφορά το χώρο της οδοντικής υγείας. Η ιδέα για την δημιουργία κινητών οδοντιατρικών μονάδων, ξεκίνησε το 1988 μετά από μια σειρά επαφών που είχε τότε η AIM με τα πρωτοβάθμια και τα δευτεροβάθμια όργανα των οδοντιάτρων στην Ελλάδα. Την αμέσως επόμενη χρονιά, με την υποστήριξη της AIM, εξοπλίστηκαν δύο κινητές μονάδες με σκοπό την προσφορά υπηρεσιών οδοντιατρικής φροντίδας κυρίως σε παιδιά νηπιαγωγείου, δημοτικού και σε ιδρύματα, κυρίως στις απομακρυσμένες περιοχές της χώρας, όπου δεν υπάρχουν οδοντιατρεία. Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα έχουν συμμετάσχει εθελοντικά μέχρι σήμερα, περισσότεροι από 8.000 οδοντίατροι, οι οποίοι εξετάζουν τα παιδιά - πάνω από 225.000 παιδιά έχουν εξεταστεί από την αρχή του προγράμματος -, δίνοντας τους παράλληλα συμβουλές για τους κανόνες στοματικής υγιεινής και κάνοντας επίδειξη του σωστού τρόπου βουρτσίσματος.

Κάθε χρόνο εξετάζονται πάνω από 20.000 παιδιά. Το 2009, η Κινητή Μονάδα Προληπτικής Οδοντιατρικής της AIM σύναψε συμφωνία με τον Οδοντιατρικό Σύλλογο Πειραιά και με τον Οδοντιατρικό Σύλλογο Αθηνών ώστε να παρέχει οδοντιατρικές εξετάσεις/έλεγχο και στα παιδιά των δημοτικών σχολείων των περιοχών της Αθήνας. Ο οδηγός της Κινητής Μονάδας Προληπτικής Οδοντιατρικής, Κώστας Καστρίτσιος, βραβεύτηκε από τον Οδοντιατρικό Σύλλογο Πειραιά για την 20ετή συνεχή προσφορά και εργασία του. Η μονάδα επισκέφθηκε και τις παιδικές κατασκηνώσεις του Δήμου Αθηναίων στη Νέα Μάκρη, προσφέροντας δωρεάν οδοντιατρικό έλεγχο σε 5.000 παιδιά.

Παράλληλα, στο πλαίσιο της κοινωνικής μας καμπάνιας «**Βούρτσισμα Πρωί + Βράδυ**», που δημιουργήθηκε για να επισημάνει τη σημασία του συχνού βουρτσίσματος των δοντιών, το οποίο οι ειδικοί αναγνωρίζουν ότι είναι η πιο ευεργετική συνήθεια για τη στοματική υγεία, λειτουργεί από το Σεπτέμβριο του 2009 στην Ελλάδα το site www.brushdayandnight.gr. Εκεί θα βρείτε χρήσιμες πληροφορίες, εύκολα προσβάσιμες σε γονείς, δασκάλους και οδοντιάτρους.

Στόχος του site είναι να αντλήσουν οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί πληροφορίες και συμβουλές ώστε να μετατρέψουν αυτό που συχνά μπορεί να αποτελεί πραγματική δοκιμασία. Να πείσουν δηλαδή τα παιδιά να βουρτσίσουν τα δόντια τους μέσα από μια διασκεδαστική και εκπαιδευτική εμπειρία, χρησιμοποιώντας χιούμορ, παιχνίδια και πρωτότυπες ιδέες. Σε ειδική ενότητα για τους εκπαιδευτικούς, παρέχεται ολοκληρωμένο σχολικό πρόγραμμα, πρωτότυπο εκπαιδευτικό υλικό, άρθρα και βιβλιογραφία, ώστε η σωστή φροντίδα των δοντιών να αποτελέσει αντικείμενο ενός εύκολου και ευχάριστου μαθήματος. Αντίστοιχα, στην ενότητα για τους οδοντιάτρους, παρέχονται εκπαιδευτικό υλικό και παιχνίδια για την καλύτερη προσέγγιση των μικρών ασθενών και την προώθηση του μηνύματος «**Βούρτσισμα Πρωί + Βράδυ**».



Πρωινό γεύμα

Τα τελευταία 20 χρόνια η διατροφή των Ελλήνων έχει αλλάξει δραστικά. Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι οι περισσότεροι πλέον δεν τρώμε πρωινό, φεύγοντας βιαστικά από το σπίτι για τη δουλειά ή το σχολείο. Το ξεκίνημα της ημέρας μας, αλλά και της οικογένειάς μας με ένα διατροφικά ισορροπημένο πρωινό μπορεί να είναι το πρώτο βήμα για μία πιο σωστή διατροφή και κατά συνέπεια μία καλύτερη υγεία.

Ένα διατροφικά ισορροπημένο πρωινό, είναι αυτό που περιλαμβάνει όλες τις ομάδες τροφίμων και την ιδανική αναλογία υδατανθράκων, πρωτεϊνών και «καλών» πολυακόρεστων λιπαρών. Ένα πρωινό με μαργαρίνη τύπου soft, όπως το BITAM, που περιέχει απαραίτητα καλά λιπαρά, είναι ευεργετικό και απαραίτητο για τα παιδιά, που έχουν αυξημένες ενεργειακές και θρεπτικές απαιτήσεις.

Είναι σημαντικό στο πρωινό μας να έχουμε λιπαρά, καθώς παρέχουν ενέργεια και απαραίτητες βιταμίνες. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι μαλακές φυτικές μαργαρίνες από τη δεκαετία του '90 παρασκευάζονται χωρίς trans λιπαρά οξέα και παρέχουν τα πολυακόρεστα λιπαρά οξέα ω-3 και ω-6 και τις βιταμίνες Α, D, Ε.

Μελέτες έχουν δείξει ότι τα παιδιά τα οποία δεν τρώνε πρωινό έχουν χαμηλότερη απόδοση στις εργασίες που απαιτούν συγκέντρωση και εγρήγορση και πολλές φορές μοιάζουν κουρασμένα και νωχελικά. Επίσης, οι ενήλικες που δεν τρώνε πρωινό, έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν παχύσαρκοι αφού τρώνε μεγαλύτερες ποσότητες στο μεσημεριανό γεύμα ή «τσιμπολογούν» σνακ.

Το πρωινό γεύμα είναι σημαντικό και καλό θα ήταν να γίνει οικογενειακή υπόθεση, τόσο για τα παιδιά όσο και για τους γονείς. Αν υπάρχει έλλειψη χρόνου, σχεδιάστε το πρωινό από το προηγούμενο βράδυ και γιατί όχι στρώστε το τραπέζι μαζί με τον σύντροφο ή τα παιδιά σας. Γενικότερα, όσοι είμαστε γονείς θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας, πως αν τα παιδιά, βλέπουν εμάς τους ίδιους να τρώμε πρωινό, είναι πολύ πιθανότερο να ακολουθήσουν κι αυτά αυτή την τόσο σημαντική συνήθεια και να τη διατηρήσουν για την υπόλοιπη ζωή τους.

Το BITAM και η «Άννα στη χώρα των γευμάτων» κοντά στα πρωτάκια

Το BITAM, βασικό συστατικό για ένα δυνατό και γευστικό ξεκίνημα της μέρας, ευχήθηκε «καλή αρχή» σε 45.000 πρωτάκια του δημοτικού σε Αθήνα, Λάρισα, Θεσσαλονίκη, Δράμα, Κόρινθο και Πάτρα, μοιράζοντας παιδικές ποδίτσες κουζίνας μαζί με ένα πολύ χρήσιμο σχολικό και όχι μόνο βοήθημα: την εικονογραφημένη έκδοση «Η Άννα στη χώρα των γευμάτων» με απλές συμβουλές και μικρά θαύματα μαγειρικής που κέρδισαν τις μητέρες αλλά και τα παιδιά.

Η «Άννα», η νέα ηρωίδα του BITAM, είναι μια πολύ έξυπνη πιτσιρίκα που θέλει να μεγαλώσει γρήγορα, όπως όλα τα παιδιά και μαθαίνει πώς να το πετύχει κάνοντας το χατίρι της μαμάς της, δηλαδή τρώγοντας σωστά!

Η ενέργεια εντυπωσίασε γονείς και μαθητές, που υποδέχτηκαν με ενθουσιασμό τα δώρα και τις ευχές του BITAM για καλή σχολική χρονιά.

Τα πρωτάκια έχουν ανάγκη από καλές συνήθειες για τη σωστή τους ανάπτυξη και το BITAM είναι καθημερινά μαζί τους για να το πετύχουν.



αληθινή ομορφιά

Τα σημερινά πρότυπα ομορφιάς είναι αρκετά δύσκολο να επιτευχθούν, με αποτέλεσμα πολλές γυναίκες να καταλήγουν να είναι δυσαρεστημένες με την εικόνα τους.

Αναγνωρίζοντας λοιπόν πως τα σημερινά στερεότυπα ομορφιάς λειτουργούν πολλές φορές καταπιεστικά, ξεκινήσαμε μία παγκόσμια καμπάνια με τίτλο "Campaign for real beauty". Η καμπάνια αυτή άνοιξε μία συζήτηση γύρω από την ομορφιά, δίνοντάς της μια έννοια που συμπεριλαμβάνει όλες τις γυναίκες.

Απώτερος στόχος της ήταν να βοηθήσει όλες τις γυναίκες να αγαπήσουν τον εαυτό τους όπως είναι **και να αντιληφθούν και να «κρίνουν» την ομορφιά με ουσιαστικά και όχι επιφανειακά κριτήρια**, διαμορφώνοντας μια αμερόληπτη και ισορροπημένη άποψη γύρω από αυτή.

Εκτός από την κεντρική αυτή καμπάνια, το Dove επεκτείνει τη φιλοσοφία του και σε άλλους χώρους. Με όχημα το Dove και την ενεργή υποστήριξη της ΑΝΑΣΑ, της πρώτης μη κερδοσκοπικής εταιρίας στην Ελλάδα που ασχολείται με το σύγχρονο ψυχοπαθολογικό πρόβλημα υγείας των διατροφικών διαταραχών, ξεκινήσαμε μία σειρά από δράσεις.

Οι δράσεις αφορούσαν στη συνεχή ενημέρωση του κοινού για την ύπαρξη και τις διαστάσεις του προβλήματος των διατροφικών διαταραχών, στη στήριξη των ατόμων που πάσχουν από διατροφικές διαταραχές όπως η ανορεξία και η βουλιμία και στην υποστήριξη ερευνητικών προγραμμάτων στην Ελλάδα.

Πιο συγκεκριμένα οι ενέργειες ξεκίνησαν με τα εγκαίνια του Κέντρου Ημέρας ΑΝΑΣΑ στις 30 Σεπτεμβρίου 2008 και μέσα στο 2009 έλαβαν χώρα, η εκδήλωση στο «Αττικό Μετρό» για την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, ο εορτασμός των δύο χρόνων λειτουργίας της ΑΝΑΣΑ και η επίσημη παρουσίαση του ομώνυμου τραγουδιού και το 1^ο Πανελλήνιο Forum Διαταραχών Πρόσληψης Τροφής.

16

11:50 - Κέρκυρα. Για την Αλεξάνδρα και την Κατερίνα, η ομορφιά ξεκινά από το χαμόγελο.

17



Dove



cleaner planet



Αξεπέραστη καθαριότητα, πιο καθαρό περιβάλλον

Οι δράσεις και τα προϊόντα μας έχουν αντίκτυπο σε κάθε στάδιο της ζωής τους... είτε μιλάμε για τις πρώτες ύλες τους, είτε για την κατασκευή τους, τη συσκευασία τους, τη διανομή τους και τη χρησιμοποίησή τους. Βασίζονται σε πρώτες ύλες που συνεχώς περιορίζονται, ενώ την ίδια στιγμή η κλιματική αλλαγή μετατρέπεται, εκτός από ένα πρόβλημα για τον πλανήτη, σε μία ουσιαστική απειλή για την οικονομία και την κοινωνική σταθερότητα.

Το Skip αναλαμβάνει δράση για μεγαλύτερη προστασία στο περιβάλλον με τις νέες πιο συμπυκνωμένες σκόνες του για καλύτερα αποτελέσματα. Η νέα τεχνολογικά εξελιγμένη σύνθεσή του προσφέρει μεγάλη καθαριότητα με μικρότερη δοσολογία ανά πλύση. Η συμπύκνωση αυτή εντάσσεται στη γενικότερη προσπάθεια του Skip για φροντίδα του περιβάλλοντος και οδηγεί σε λιγότερα υλικά συσκευασίας, εξοικονόμηση Νερού και Ενέργειας και σε λιγότερα απορρίμματα. Πλένοντας σήμερα τα ρούχα στους 30°C με ένα προϊόν που περιέχει λευκαντικές ουσίες, εξασφαλίζετε παρόμοια αποτελεσματικότητα με εκείνη που επιτυγχάνονταν πριν μερικά χρόνια όταν τα ρούχα υποβάλλονταν στη διαδικασία του βρασμού. Αυτό ακριβώς πετυχαίνει και το νέο Skip.

Παράλληλα το Skip προχώρησε στη δημιουργία ενός site "www.cleanerplanetplan.com", που μέσα από συμβουλές, στατιστικά στοιχεία και πληροφορίες, ενημερώνει και ευαισθητοποιεί όλους μας να κάνουμε απλές κινήσεις για να διατηρήσουμε έναν υγιή πλανήτη. Αξίζει να αναφέρουμε κάποια πολύ σημαντικά στοιχεία τα οποία προκύπτουν από την προσπάθεια του Skip όπως:

- Για την παραγωγή του Skip Πανίσχυρο μικρό, στην Ευρώπη έχουν εξοικονομηθεί 70 εκατομμύρια λίτρα, ποσότητα ικανή για να γεμίσει 450.000 μπανιέρες
- Τα απόβλητα έχουν μειωθεί σημαντικά, ενώ η μείωση της χρήσης πλαστικού αντιστοιχεί σε 460 εκατομμύρια πλαστικές σακούλες μόνο στην Ευρώπη
- Χρησιμοποιούμε 60% λιγότερα υλικά συσκευασίας και παράγουμε 37% λιγότερα αέρια του θερμοκηπίου
- Πλένοντας στους 30°C και όχι στους 40°C, εξοικονομούμε ενέργεια αρκετή για τον φωτισμό 9 δωματίων για έναν ολόκληρο χρόνο.

Αν όλοι χρησιμοποιούσαμε συμπυκνωμένα υγρά θα εξοικονομούσαμε 4,3 εκατομμύρια τόνους διοξειδίου του άνθρακα ετησίως, ποσότητα που αντιστοιχεί στην απόσυρση εκατομμυρίων αυτοκινήτων από τους δρόμους.

Μεγάλες αλλαγές λοιπόν, μπορούν να συντελεστούν με την συνδρομή όλων μας, μέσα από μικρά βήματα, γιατί μια μικρή προσπάθεια από πολλούς, μπορεί να οδηγήσει σε μεγάλα οφέλη συνολικά. Με αυτόν τον τρόπο αλλά και με τις απλές συμβουλές που σας προτείνει το Skip συμμετέχετε κι εσείς στην προσπάθεια για την προστασία του πλανήτη!



skip



αγνά και φυσικά

Όλοι εμείς στη Unilever Foodsolutions, δηλαδή το τμήμα της εταιρίας που απευθύνεται στον επαγγελματικό χώρο εστίασης, βρισκόμαστε πάντα δίπλα στους μικρούς μας φίλους και πιο συγκεκριμένα στους Μικρούς Πρόσκοπους και Ανιχνευτές. Για δεύτερη συνεχή χρονιά χορηγήσαμε επαγγελματικά προϊόντα Knorr, Hellmann's και Carte D'Or για τις ανάγκες της καλοκαιρινής κατασκήνωσης του 15^{ου} Συστήματος Προσκόπων Αθηνών. Η κατασκήνωση φιλοξενεί παιδιά ηλικίας 8 – 16 ετών και η κουζίνα τους, την οποία διαχειρίζονται τα ίδια τα παιδιά, καλείται να σερβίρει καθημερινά 5 γεύματα για κάθε παιδί της κατασκήνωσης.

Παράλληλα στηρίζουμε τους Chef του αύριο μέσα από την εκπαίδευση. Χορηγήσαμε δωρεάν προϊόντα για την διεξαγωγή των εργαστηριακών μαθημάτων των σπουδαστών της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών Le Monde και διοργανώσαμε σε συνεργασία με τη Σχολή, σεμινάριο με θέμα την χρήση του ζωμού στην επαγγελματική κουζίνα.

Η προσπάθειά μας όμως δεν σταματά στα παραπάνω. Ανταποκρινόμενοι στο μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον και με σκοπό την προσφορά αξίας στις επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, εγκαινιάσαμε μία πρωτοβουλία που θα προασπίζει την κερδοφορία τους. Με μία ολοκληρωμένη πρόταση για Chef και επιχειρηματίες μαζικής εστίασης, δημιουργήσαμε μία ενέργεια που αφορούσε στο πώς μπορούν σε μία δύσκολη οικονομικά περίοδο να βελτιώσουν την λειτουργία της επιχείρησής τους και να κερδίσουν περισσότερα από την προσφορά φαγητού.

Τέλος, βελτιώσαμε την γκάμα των προϊόντων μας προσφέροντας στους επαγγελματίες Chef εξειδικευμένα προϊόντα για την παρασκευή των οποίων χρησιμοποιούνται πιο φυσικά, αγνά συστατικά. Ήδη το 2009 λανσαρίστηκαν στην αγορά νέες συνταγές και προϊόντα τα οποία δεν περιέχουν ενισχυτικά γεύσης, συντηρητικά, τεχνητές χρωστικές και αρώματα.

Παραδείγματα της προσπάθειας αυτής είναι:

- Οι νέοι Επαγγελματικοί Ζωμοί Knorr σε μορφή τζελ
- Οι ethnic σάλτσες της Knorr
- Οι νέες Vinaigrettes της Hellmann's
- Εκτός από τα παραπάνω η αυθεντική μαγιονέζα Hellmann's όπως και η Hellmann's Light παρασκευάζονται πλέον αποκλειστικά με αυγά από κόττες ελευθέρως βοσκής.



ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΉ ΥΠΟΘΕΣΗ

Με αφορμή τις αρνητικές συνέπειες του σύγχρονου τρόπου ζωής, που οδηγεί σε έλλειψη επικοινωνίας, πραγματοποιήσαμε διεθνώς, μέσω της Knorr, μια καμπάνια ενημέρωσης με στόχο να αναδείξουμε το θεσμό του οικογενειακού γεύματος σε ασπίδα προστασίας, ιδιαίτερα για τα παιδιά και την υγιή ανάπτυξή τους. Στην Ελλάδα, τα μηνύματα της Knorr, που στηρίζουν αυτή τη «φιλοσοφία», παρουσιάστηκαν σε όλα τα τηλεοπτικά κανάλια και επομένως, «ακούστηκαν» από εκατομμύρια Έλληνες τηλεθεατές.

Το 2009, και στην Ελλάδα, ξεκινήσαμε μία παράλληλη σειρά εκδηλώσεων, επιδιώκοντας ο θεσμός του οικογενειακού γεύματος να αποτελέσει αφορμή για συζήτηση τόσο στην εκπαιδευτική και ιατρική κοινότητα όσο και στα ΜΜΕ της χώρας μας.

Έτσι, στις 27 Ιανουαρίου 2009, πραγματοποιήθηκε παρουσίαση με ομιλητές τη Τατιάνα Γκούσκου, Διευθύντρια Νηπιαγωγείου Νέας Γενιάς Ζηρίδη, τον Αναστάσιο Παπαλαζάρου, Διαιτολόγο, τη Φρόσω Τζιντζηροπούλου, Ψυχολόγο Υγείας και τον Άρη Τσανακλίδη, Σεφ.

Ανάμεσα στα οφέλη του οικογενειακού τραπεζιού που αναπτύχθηκαν και βασίστηκαν τόσο σε μελέτες όσο και σε προσωπικές εμπειρίες των ομιλητών ήταν τα εξής:

- Ο ρόλος του διαλόγου στον εμπλουτισμό του λεξιλογίου και στην ικανότητα σύνταξης ολοκληρωμένων προτάσεων, αλλά και στη διευκόλυνση της εκμάθησης της ανάγνωσης
- Η καθιέρωση προτύπων σε μικρή ηλικία μέσα από την εμπλοκή, την επιρροή των γονέων και τις κοινές δραστηριότητες της οικογένειας. Η ενίσχυση των δεσμών της οικογένειας και η ανάπτυξη καλύτερων και πιο σταθερών σχέσεων μέσω των ευκαιριών επικοινωνίας
- Η ανάπτυξη δεξιοτήτων και η ομαλότερη κοινωνικοποίηση παιδιών και ιδιαίτερα εφήβων, με αποτέλεσμα την αποφυγή παραβατικών συμπεριφορών
- Η αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ της συχνότητας των οικογενειακών γευμάτων και της παιδικής παχυσαρκίας

Όλα τα παραπάνω ήταν για κάποιους από εμάς μία καθημερινή συνήθεια και κομμάτι του τρόπου ζωής μας. Φυσικά, σήμερα όλα αυτά έχουν αλλάξει, τα ωράρια είναι πιεστικά και διαφορετικά μέσα σε μία οικογένεια. Αν θυμηθούμε, όμως, κάποιες παλιές αξίες και αλήθειες, ίσως να μπορέσουμε να καλυτερέψουμε τις ζωές τις δικές μας, αλλά και τις ζωές των παιδιών μας. Άλλωστε, κάποιες μικρές αλλαγές μπορούν να κάνουν μεγάλη διαφορά.



Κάθε μέρα φρούτα και λαχανικά

Όλοι γνωρίζουμε, ότι τα φρούτα και τα λαχανικά είναι απαραίτητα για την υγεία μας, ιδιαίτερα για τα παιδιά. Είναι, επίσης, γεγονός ότι διεθνώς συνιστάται, από τους πλέον έγκριτους επιστημονικούς φορείς, η κατανάλωση τουλάχιστον 400g φρούτων και λαχανικών ημερησίως.

Παρ' όλα αυτά, οι περισσότεροι άνθρωποι – και αυτό αφορά και τα παιδιά- δεν τρώνε αρκετά φρούτα και λαχανικά σε καθημερινή βάση. Με αυτό το δεδομένο αναπτύξαμε ειδικά το Knorr Vie Kidz για να βοηθήσουμε τα παιδιά να παίρνουν καθημερινά μεγαλύτερες ποσότητες φρούτων και λαχανικών με γεύση που θα τα ενθουσιάσει.

Κάθε μπουκαλάκι παρασκευάζεται από τουλάχιστον 100g γλυκών γευστικών φρούτων και 100g λαχανικών. Η ποσότητα αυτή αντιπροσωπεύει το 50% των φρούτων και λαχανικών σας. Εννοείται βέβαια ότι και η υπόλοιπη οικογένεια μπορεί να απολαμβάνει και να επωφελείται από τις ιδιότητες του Knorr Vie Kidz.

Θα πρέπει φυσικά να τονίσουμε ότι το Knorr Vie Kidz δεν είναι υποκατάστατο των φρούτων και λαχανικών αλλά δημιουργήθηκε για να συμπληρώνει την καθημερινή πρόσληψή τους. Έτσι βοηθάει τα παιδιά μας - αλλά και εμάς - να καταναλώνουμε τη συνιστώμενη ημερήσια πρόσληψη σε φρούτα και λαχανικά.

Με στόχο να αναδείξουμε την ευεργετική σημασία των φρούτων και των λαχανικών τόσο στο πρωινό όσο και γενικότερα στην καθημερινή διατροφή, το Knorr Vie Kidz σε συνεργασία με το τμήμα

διατροφής, συμμετείχε στο Breakfast Festival 2009, που πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία στο Μετρό του Συντάγματος. Μέσα από το περίπτερό μας, τα διαδραστικά παιχνίδια που είχαν σχεδιαστεί ειδικά για παιδιά, αλλά και την ομιλία που έγινε για τη σημασία των λιπαρών, οι μικροί μας φίλοι και οι γονείς που προσήλθαν έμαθαν για τη διατροφική αξία του Knorr Vie Kidz που είναι απαραίτητη για μία ισορροπημένη και θρεπτική διατροφή.

Πιο συγκεκριμένα, στο Breakfast Festival υπήρχαν περίπτερα με επιστήμονες διαιτολόγους που έδιναν συμβουλές διατροφής και έκαναν προτάσεις για το ιδανικό πρωινό, στις οποίες συμπεριλαμβανόταν και το Knorr Vie Kidz.

Τα παιδιά που επισκέφθηκαν την εκδήλωση είχαν την ευκαιρία να ζωγραφίσουν σουπλά και να παίξουν παιχνίδια με σκοπό να μάθουν τη σημασία ενός καλού και γεμάτου ενέργεια πρωινού.





Στη Unilever στηρίζουμε το Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης (World Food Programme - WFP) του ΟΗΕ από το 2007

Το Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης (World Food Programme-WFP) του ΟΗΕ είναι η μεγαλύτερη ανθρωπιστική οργάνωση στον κόσμο. Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, η πείνα

απειλεί την υγεία των παιδιών και τα αναγκάζει να εγκαταλείψουν το σχολείο για να εργαστούν, προκειμένου να επιβιώσουν. Όμως η έλλειψη βασικής εκπαίδευσης και ο υποσιτισμός μειώνουν τις πιθανότητές τους να ξεφύγουν από τον κλοιό της φτώχειας και να διεκδικήσουν μια καλύτερη ζωή.

Παρέχοντας λοιπόν σχολικά γεύματα, το καινοτόμο αυτό πρόγραμμα αναγκάζει ουσιαστικά τα παιδιά να πηγαίνουν σχολείο, να μορφώνονται και να έχουν τη δυνατότητα να συνεχίσουν τις σπουδές τους και να ξεφύγουν έτσι από τον κύκλο της πείνας. Αναγκάζει ταυτόχρονα και τους γονείς να τα στέλνουν στο σχολείο, αφού έτσι εξασφαλίζεται ένα τουλάχιστον γεύμα την ημέρα. Ένα γεύμα προσαρμοσμένο στις δικές τους διατροφικές ανάγκες και συνήθειες, αλλά και στις συνθήκες και στις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας.

Η συνεργασία μας με το World Food Programme έχει ξεκινήσει από το 2007 και ανανεώθηκε και για το 2010 με τον ίδιο πάντα στόχο: όσο το δυνατόν περισσότερα σχολικά γεύματα και άρα όσο το δυνατόν περισσότερες ώρες παρακολούθησης στο σχολείο.

Το WFP έγινε ευρέως γνωστό στην Ελλάδα από τη σύνδεσή του με την Unilever και το Βιτάμ. Κι αυτό γιατί για κάθε ειδική συσκευασία των 500g που πωλείται, μέρος των εσόδων – ποσό ίσο με ένα σχολικό γεύμα – προσφέρεται στο WFP.

Το World Food Programme όμως αγκαλιάστηκε και από όλους τους εργαζόμενους της εταιρίας μας στην Ελλάδα. Εθελοντές εργαζόμενοι συγκέντρωσαν χρήματα συμμετέχοντας σε ενέργειες για την ενημέρωση του κόσμου για το πρόγραμμα, δημοπρατώντας συσκευασίες του Βιτάμ και άλλων προϊόντων της Unilever, όπως το Knorr Vie και τα παγωτά Algida, προσφέροντας μέρος του μισθού τους για να αυξηθούν τα σχολικά γεύματα. Είναι αξιοσημείωτο ότι από το σύνολο των 1.500.000 σχολικών γευμάτων που συγκεντρώθηκαν, τα 800.000 γεύματα προήλθαν από τις πρωτοβουλίες αυτές των εργαζομένων!

Το 2009 προχωρήσαμε ένα βήμα παραπάνω... Πραγματοποιώντας μια σπουδαία συνεργασία με έναν από τους μεγαλύτερους πελάτες μας, την Carrefour Hellas, προσφέραμε μεγαλύτερη στήριξη στους σκοπούς του WFP. Τον Οκτώβριο έως και τα μέσα Νοεμβρίου σε όλα τα super markets Carrefour στην Ελλάδα, οργανώθηκε μια κοινή εταιρική ενέργεια στην οποία οι καταναλωτές είχαν την επιλογή να συνεισφέρουν και οι ίδιοι στην ενίσχυση του WFP με την αγορά μιας σειράς προϊόντων. Το αποτέλεσμα... 50.000 περισσότερα σχολικά γεύματα, 50.000 περισσότερα χαμόγελα.

world food programme



Έχουμε προδέρει
περισσότερα από 1.500.000
σχολικά γεύματα
μέχρι σήμερα...
και συνεχίζουμε!

η υγεία της καρδιάς

Becel pro-activ και Υγεία της Καρδιάς

Το Becel και το Becel pro - activ δεν χρειάζονται συστάσεις σε όσους θέλουν να προσέχουν την υγεία της καρδιάς τους. Από την ημέρα που τα λανσάραμε στην ελληνική αγορά, άρχισε και ένα συνεχές πρόγραμμα ενημέρωσης και προληπτικών εξετάσεων του κοινού, αλλά και των εργαζομένων στην εταιρία.

Το Becel και η ομάδα Επιστημονικής επικοινωνίας της εταιρίας μας, σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς, αλλά και τις ιατρικές, επιστημονικές κοινότητες της Ελλάδας, έχει πραγματοποιήσει πάμπολλες επιστημονικές ημερίδες και δωρεάν μετρήσεις χοληστερόλης σε όλη την Ελλάδα. Το 2009, το πρόγραμμα αυτό συνεχίστηκε

και εμπλουτίστηκε με τη διοργάνωση διήμερων εκδηλώσεων ενημέρωσης και μέτρησης της αρτηριακής πίεσης, σε Θεσσαλονίκη και Αθήνα, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Υπέρτασης.

Στόχος των εκδηλώσεων, που πραγματοποιήθηκαν το Μάιο 2009 με την επιστημονική υποστήριξη της Εταιρίας Αθροσκήρωσης Βορείου Ελλάδος και της Α' Καρδιολογικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών, αντίστοιχα, ήταν η ευαισθητοποίηση του κοινού για τη σημασία του ελέγχου της αρτηριακής πίεσης και της διατήρησής της σε φυσιολογικά επίπεδα.



Επίσης, το Becel pro - activ ήταν ο αποκλειστικός υποστηρικτής εκδήλωσης προληπτικής ιατρικής, που πραγματοποιήθηκε με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Γυναίκας, στις 5 & 6 Μαρτίου 2009 στην Πλατεία Αριστοτέλους στη Θεσσαλονίκη, υπό την αιγίδα της Αντινομαρχίας Υγείας και Πρόνοιας. Γιατροί και νοσηλευτές από την κινητή μονάδα ιατρικών εξετάσεων του Θεαγένειου Αντικαρκινικού Νοσοκομείου εξέτασαν δωρεάν τη χοληστερίνη των γυναικών, που παρευρέθησαν. Παράλληλα τους έδωσαν χρήσιμες συμβουλές - ιδιαίτερα στις γυναίκες άνω των 40 ετών, αφού κατά την εμμηνόπαυση τα επίπεδα χοληστερίνης αυξάνονται- για απλές αλλαγές στον τρόπο ζωής και διατροφής τους.

Δράσεις σαν κι αυτές στοχεύουν στην ενημέρωση του κόσμου για τους παράγοντες κινδύνου για τις καρδιοπάθειες και είναι ένα ακόμη βήμα για την πρόληψη και βελτίωση της δημόσιας υγείας.



Προαγωγή υγείας

Συνολικά στον όμιλό μας στην Ελλάδα, απασχολούνται περισσότερα από 800 άτομα. Οι άνθρωποι αποτελούν το κυριότερο κεφάλαιο της εταιρίας μας. Αυτός είναι ο λόγος που συνεχώς επενδύουμε σε αυτούς, πραγματοποιώντας συστηματικά, Προληπτικά Προγράμματα Προαγωγής Υγείας.

Μέσα στο 2009 πραγματοποιήθηκαν:

- Προληπτικές Εξετάσεις Αίματος των εργαζομένων (γενική αίματος, βιοχημικός έλεγχος για την πρόληψη του καρδιαγγειακού κινδύνου)
- Προληπτική μέτρηση οστικής πυκνότητας σε συνεργασία με τον Σύλλογο Υποστήριξης Ασθενών με οστεοπόρωση – εργαστήριο έρευνας παθήσεων σκελετού του Πανεπιστημίου Αθηνών
- Προληπτική Εξέταση για τον καρκίνο του εντέρου - Haemoccult (test αφανούς αιμορραγίας από το έντερο) σε συνεργασία με την Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρία και ένα προληπτικό Πρόγραμμα σε συνεργασία με τον Άγιο Σάββα για την πρώιμη ανίχνευση του καρκίνου της μήτρας

Παράλληλα, έγιναν Μαστογραφίες στις εργαζόμενες άνω των 40 ετών στο Σχηματάρι σε συνεργασία με την Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρία και διενέργεια προληπτικού εμβολιασμού για την κοινή γρίπη.

Και όπως κάθε χρονιά, έτσι και φέτος προσφέρθηκαν μέσω της Τράπεζας Αίματος 133 φιάλες αίμα στο Δρακοπούλειο κέντρο Αιμοδοσίας και στο Ιπποκράτειο Νοσοκομείο.

Στο κομμάτι της εκπαίδευσης και ενημέρωσης των εργαζομένων μας, διεξήγαμε μαθήματα Α' Βοηθειών σε ομάδες εργαζομένων κι ενημερώσαμε τους εργαζομένους μας για τη Νέα Γρίπη H1N1 και τους τρόπους προφύλαξης. Παράλληλα έγινε ενημέρωση συνεργατών και τρίτων συνεργείων για το παραπάνω θέμα. Επίσης διοργανώσαμε ενημερωτικές ομιλίες με θέμα «Διατροφή και Οστεοπόρωση» σε συνεργασία με το τμήμα Επιστημονικής Επικοινωνίας της εταιρίας μας.

Το παραπάνω κομμάτι ολοκληρώθηκε με τις εξής δράσεις:

- Στα πλαίσια των νέων μέτρων για την απαγόρευση του καπνίσματος πραγματοποιήθηκε ενημερωτική ομιλία για το κάπνισμα από τον καθηγητή Κοινωνικής & Προληπτικής Ιατρικής, Γιάννη Τούντα
- Ομάδα εργαζομένων συμμετείχε σε σεμινάριο του Εθνικού Δικτύου Προαγωγής Υγείας στους χώρους εργασίας που φιλοξενήθηκε στα γραφεία μας για τη «Διαχείριση του Εργασιακού Stress»
- Σεμινάριο με θέμα «Διατροφή εκτός Σπιτιού» στους πωλητές της εταιρίας
- Lamplighter program - πιλοτική εφαρμογή ενός σφαιρικού προγράμματος που σχετίζεται με το ευ ζην των εργαζομένων και βασίζεται σε τρεις πυλώνες: την άσκηση, την σωστή διατροφή και την ψυχική υγεία. Στόχος είναι το πρόγραμμα αυτό να εφαρμοστεί σε όλους τους εργαζόμενους το 2010
- Επίσκεψη και εκπαίδευση ειδικευόμενων γιατρών εργασίας στην εταιρία

art project

Διεθνές Σχολικό Πρόγραμμα Τέχνης και Turbinegeneration

Το Διεθνές Σχολικό Πρόγραμμα Τέχνης που πραγματοποιήθηκε διεθνώς από την Unilever, για όγδοη συνεχή χρονιά, ενθαρρύνει παιδιά από όλο τον κόσμο να δημιουργήσουν ένα έργο ζωγραφικής, ένα γλυπτό ή ακόμη και μια μικρή εγκατάσταση, πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Μέχρι σήμερα, έχουν συμμετάσχει στο πρόγραμμα παγκοσμίως, συνολικά περισσότερα από 135.000 παιδιά από 46 χώρες.

Στην Ελλάδα, συμμετείχαμε στο πρόγραμμα για τέταρτη συνεχή χρονιά, σε συνεργασία με το Μουσείο Ελληνικής Παιδικής Τέχνης. Υπολογίζεται ότι φέτος έλαβαν μέρος περισσότεροι από 3.000 μαθητές από σχολεία και καλλιτεχνικά εργαστήρια από όλη την Ελλάδα.

Το θέμα του προγράμματος 2008 - 2009, «Χώρος και Τόπος» εμπνεύστηκε από την δημιουργία της Dominique Gonzalez-Foerster, η οποία εκτέθηκε στην Αίθουσα Turbine της Tate Modern έως τις 13 Απριλίου 2009.

Το 2009 στο Διεθνές Σχολικό Πρόγραμμα Τέχνης της εταιρίας μας, νικήτρια αναδείχθηκε η Χρύσα Δεονά, μαθήτρια της Ε' Δημοτικού από το Εικαστικό Εργαστήριο του Δήμου Νίκαιας. Το έργο της, σε μορφή DVD, έχει τίτλο: «Ο χώρος μου» και η Χρύσα, μαζί με άλλους 16 νεαρούς καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο, ταξίδεψε στο Λονδίνο για να δει το έργο της να εκτίθεται στην Tate Modern στις 2 Απριλίου 2009.

Τα έργα των Ελλήνων μαθητών που συμμετείχαν στο φετινό Διεθνές Σχολικό Πρόγραμμα Τέχνης της Unilever εκτέθηκαν στο Πολιτιστικό Κέντρο «Μελίνα» του Δήμου Αθηναίων.

Παράλληλα, η χώρα μας συμμετείχε στο νέο πρωτοποριακό δικτυακό τόπο – το Turbinegeneration – που δημιουργήθηκε από την Tate Modern σε συνεργασία με τη Unilever, προκειμένου να παρέχει τη δυνατότητα στους νέους ανθρώπους να ανταλλάξουν απόψεις πάνω στην τέχνη και ιδέες με άτομα από όλο τον κόσμο.

Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι ανάμεσα στις 5 χώρες που κλήθηκαν να συμμετάσχουν πρώτες στο δικτυακό αυτό τόπο αποτελεί μια σημαντική αναγνώριση της προσπάθειας για το επίπεδο της παιδικής τέχνης στη χώρα μας.

Η πρωτοβουλία αυτή ξεκίνησε με τέσσερα ελληνικά σχολεία/εργαστήρια, τα οποία είναι τα: Γυμνάσιο Μελεσών (Ηράκλειο Κρήτης), Εκπαιδευτική Αναγέννηση, Σχολή Χιλλ και Εργαστήριο Φιλίππας Φλώρακα (Νάξος).

Αρωγοί στην ανάπτυξη αυτής της διαπολιτιστικής προσπάθειας είναι το Μουσείο Ελληνικής Παιδικής Τέχνης και το Μουσείο Μπενάκη.



Ο κόσμος του τσαγιού είναι ένας μεγάλος κόσμος: Η ετήσια παραγωγή του υπερβαίνει τα 3 εκατομμύρια τόνους, ενώ η εταιρία μας παγκόσμια αγοράζει, για τα προϊόντα Lipton, το 12% αυτής της παραγωγής.

Οι χώρες που τροφοδοτούν τις ποικιλίες Lipton είναι η Κίνα, η Ινδονησία, η Ινδία, η Σρι Λάνκα, η Κένυα, η Τανζανία κ.λπ. Οι χώρες αυτές παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, υψηλά ποσοστά ανεργίας και μεγάλη εξάρτηση από τη γεωργία.

Ένα βραβευμένο μοντέλο

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των δράσεων που αναλάβαμε για το τσάι Lipton, στην Κένυα και την Τανζανία, όπου η εταιρία διαθέτει φυτείες 11.000 εκταρίων, στα οποία απασχολούνται 25.000 άνθρωποι, οι οποίοι, μαζί με τα μέλη των οικογενειών τους, συνιστούν έναν πληθυσμό 100.000 ανθρώπων. Εκτός από τη δωρεάν στέγαση, η εταιρία παρέχει πλήρη ιατροφαρμακευτική φροντίδα – με νοσοκομεία και κέντρα υγείας- καθώς και σχολική εκπαίδευση για τα παιδιά. Επίσης, τηρούμε απαράβατα τη δέσμευσή μας για δίκαιη μεταχείριση και αμοιβή των εργατών. Σε ό,τι αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος εξάλλου, εκτός από το γεγονός ότι αναλάβαμε την αποκατάσταση του δασικού πλούτου της περιοχής, χρησιμοποιούμε 97% ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για την παραγωγή, ώστε να μην επιβαρύνεται το οικοσύστημα.

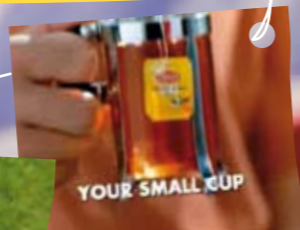
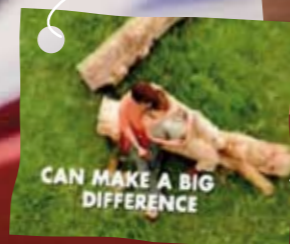
ασπίδα για το περιβάλλον

Με σκοπό να εφαρμόζουμε τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, απευθυνθήκαμε στη Rainforest Alliance. Η διαδικασία «ολιστικής» πιστοποίησης της Rainforest Alliance προβλέπει 10 βασικές αρχές και περισσότερα από 200 κριτήρια. Οι αρχές αυτές είναι:

- Κοινωνικό και Περιβαλλοντικό σύστημα διαχείρισης
- Προφύλαξη του οικοσυστήματος
- Προστασία της πανίδας
- Προστασία των υδάτινων πηγών
- Δίκαιη αντιμετώπιση των εργατών και καλές συνθήκες εργασίας
- Παροχές στους τομείς της Υγείας και της Ασφάλειας
- Προώθηση σχέσεων στην κοινότητα
- Ολοκληρωμένη διαχείριση της καλλιέργειας
- Διαχείριση και προφύλαξη των εδαφών
- Σωστή διαχείριση των αποβλήτων

Με τη συνεργασία της Rainforest Alliance, έχουμε προχωρήσει ήδη στη σχετική πιστοποίηση πολλών ποικιλιών τσαγιού Lipton. Το πρόγραμμα αυτό αναμένεται να ολοκληρωθεί το 2010 για τη Δυτική Ευρώπη και το 2015, παγκοσμίως, οπότε όλα τα προϊόντα τσαγιού της Unilever θα είναι πιστοποιημένα.

Με τις σωστές δράσεις, κάθε φλιτζάνι τσαγιού Lipton θα είναι κι ένα βήμα, με στόχο μία καλύτερη ζωή για τους αγρότες και τις οικογένειές τους και μία ασπίδα για το περιβάλλον.



εκπαίδευση και αειφορία



Είναι γεγονός πως πάνω από 1 στα 3 προϊόντα που επιλέγονται από τους καταναλωτές στα super market, περιέχουν φοινικέλαιο, το οποίο δεν παράγεται με αειφόρες μεθόδους, αποτελεί αιτία καταστροφής των τροπικών δασών.

Η Unilever προκειμένου να στρέψουμε την παραγωγή φοινικέλαιου προς αειφόρες καλλιέργειες, στηρίζουμε την πρωτοβουλία πιστοποίησης φυτειών από την "Green Palm" πρωμοδοτώντας τους καλλιεργητές που επιλέγουν αειφόρες μεθόδους γεωργίας.

Οι αειφόρες καλλιέργειες είναι ο μόνος τρόπος για να σταματήσει η αποψίλωση των δασών της Ινδονησίας, ενός από τους μεγαλύτερους πνεύμονες πρασίνου στη Γη.

Για το 2010, η Unilever πρώτη απ' όλους, εξασφάλισε επαρκή αριθμό πιστοποιητικών "Green Palm", τα οποία καλύπτουν το σύνολο των ετήσιων αναγκών της εταιρίας σε φοινικέλαιο για την ευρωπαϊκή αγορά.

Το γεγονός αυτό αποτελεί σταθμό στη δέσμευσή μας για αντικατάσταση όλου του φοινικέλαιου που χρησιμοποιούμε, με φοινικέλαιο από πιστοποιημένες αειφόρες πηγές σε παγκόσμιο επίπεδο μέχρι το 2015.

Αξίζει να αναφέρουμε και τις πρακτικές Αειφόρας Ανάπτυξης, που ακολουθεί η ΕΛΑΪΣ - Unilever Hellas και στην Ελλάδα. Στο εργοστάσιο βιομηχανικής τομάτας Pummato στη Γαστούνη συνεργαζόμαστε με 80 παραγωγούς, τους παροτρύνουμε να χρησιμοποιούν ορθές γεωργικές πρακτικές και υποστηρίζουμε τις προσπάθειές τους με συνεχή εκπαίδευση και ενημέρωση σε κάθε γεωργό ξεχωριστά. Ο σκοπός μας είναι όλοι οι παραγωγοί μας να έχουν επιτύχει τα υψηλά πρότυπα της αειφορικής γεωργικής πρακτικής που θέτει η Unilever παγκοσμίως μέσα στα επόμενα χρόνια.

Για να το καταφέρουμε αυτό απαιτείται καλύτερος έλεγχος στην καλλιέργεια της τομάτας. Έτσι προμηθεύουμε τους γεωργούς μας με σπόρους τομάτας που ευδοκούν στην περιοχή και έχουν υψηλά ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά. Έχουμε εγκαταστήσει ένα ηλεκτρονικό σύστημα δειγματοληψίας των φορτίων τομάτας από το 2004, για να προσδιορίσουμε σωστά την ποιότητα της τομάτας κάθε παραγωγού, τη στιγμή που έρχεται το κάθε φορτίο τομάτας στο εργοστάσιο. Επίσης δοκιμάζουμε νέες ποικιλίες τομάτας κάθε καλλιεργητική περίοδο, σε συνεργασία με τους παραγωγούς μας, με υψηλότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά για την παραγωγή άριστων προϊόντων Pummato.

Αυτή τη χρονιά, στο εργοστάσιο μας στη Γαστούνη, θα εγκαταστήσουμε ένα λογισμικό ελέγχου, διαχείρισης και αξιολόγησης της καλλιέργειας της τομάτας, που ονομάζεται Quickfire. Έτσι καταγράφουμε, ελέγχουμε και ιεραρχούμε τις βελτιώσεις που πρέπει να γίνουν. Ο σκοπός μας για το 2010 είναι να συμπεριληφθεί το 40% της συνολικής ποσότητας τομάτας που μεταποιούμε στο Quickfire.



ασφάλεια κατά την εργασία

Η υψηλότερη προτεραιότητα της εταιρίας μας είναι η ασφάλεια των εργαζομένων. Οι ευχάριστες συνθήκες εργασίας παρακινούν τους εργαζόμενους να παράγουν ποιοτικά προϊόντα δίνοντας προστιθέμενη αξία. Το 2009 διεξήγαμε εβδομαδιαίους ελέγχους ασφάλειας σε όλα τα εργοστάσια μας, από τους υπεύθυνους ασφάλειας αλλά και τους Διευθυντές των εργοστασίων, ασκήσεις ετοιμότητας σε κάθε εργοστάσιο με συμμετοχή όλων των εργαζομένων και εκπαίδευση, 16 ωρών κατά ελάχιστο σε κάθε εργαζόμενο με αποκλειστικό αντικείμενο την ασφαλή εργασία.

Παράλληλα έχουμε καθιερώσει εβδομάδα ασφαλούς εργασίας, όπου συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι και βραβεύονται για την καλύτερη πρότασή τους, καθώς και προγράμματα εκπαίδευσης για την προαγωγή της ασφαλούς συνείδησης στην εργασία.

Επίσης μελετάμε και εφαρμόζουμε διεθνή μοντέλα (Duponit) για την θωράκιση της ασφαλούς εργασίας και όλα τα εργοστάσιά μας είναι πιστοποιημένα από ανεξάρτητο οργανισμό, με το πρότυπο OHSAS 18001 για το σύστημα ασφαλούς εργασίας.

Πέρα όμως από την ασφάλεια, το κομμάτι του περιβάλλοντος παίζει σημαντικό ρόλο. Ο σεβασμός στον καταναλωτή πρέπει να αποδεικνύεται από τον σεβασμό που δείχνουμε στο περιβάλλον.

Μέχρι σήμερα μετράμε σε όλα τα εργοστάσια την ενέργεια, τα καύσιμα, το νερό και τους άλλους φυσικούς πόρους που καταναλώνουμε. Ακολουθούμε πρόγραμμα ανακύκλωσης για όλα τα απορρίμμάτα μας. Εκπαιδεύουμε τους ανθρώπους μας, ώστε να γίνουν περισσότερο ευαίσθητοι στο περιβάλλον. Επιθεωρούμε συνεχώς τις εγκαταστάσεις μας, με εκπαιδευμένους εσωτερικούς επιθεωρητές.

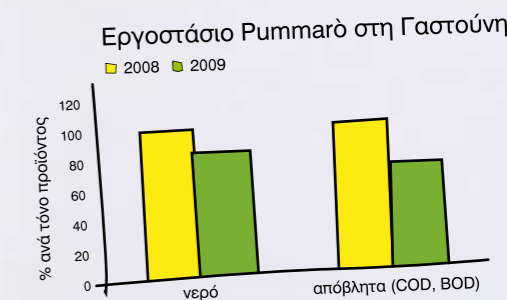
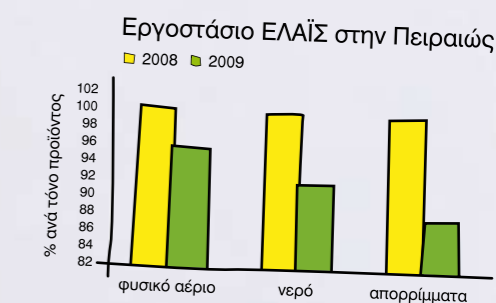
Πιο συγκεκριμένα όλα τα εργοστάσια μας πέτυχαν τους στόχους στην κατανάλωση της ενέργειας που είχαμε θέσει για το 2009.

- Εργοστάσιο στο Ρέντη: 3% λιγότερη ενέργεια, 5% λιγότερο νερό, 10% λιγότερα απορρίμματα
- Εργοστάσιο «ΕΛΑΪΣ» στη Πειραιώς: 8% λιγότερο νερό, 12% λιγότερα απορρίμματα, 4% λιγότερο φυσικό αέριο
- Εργοστάσιο στη Γαστούνη: 15% λιγότερο νερό, καλύτερη ποιότητα στα υγρά απόβλητα
- Εργοστάσιο στο Σχηματάρι, 4% λιγότερο νερό, ενώ ύστερα από βιολογικό καθαρισμό ποτίζουμε περισσότερα από 600 δένδρα στον περιβάλλοντα χώρο

Το 2009 τα εργοστάσια μας πιστοποιήθηκαν με το ISO 14001 από ανεξάρτητο Οργανισμό επιβεβαιώνοντας την ορθή Διαχείριση των Περιβαλλοντικών επιπτώσεων της εταιρίας μας.

Με στόχο τη συνεχή βελτίωση, έχουμε θέσει κι επιπλέον στόχους τους οποίους είμαστε αποφασισμένοι να τους πετύχουμε. Οι στόχοι αφορούν εκπαιδεύσεις όλων των εργαζομένων μας σε θέματα ασφαλούς συμπεριφοράς και επιθεωρήσεις από τους ίδιους τους εργαζόμενους, διότι πιστεύουμε ότι γνωρίζουν καλύτερα από τον καθέναν το εργοστάσιό μας και τους τρόπους βελτίωσης της ασφαλούς εργασίας. Επίσης αφορούν και επιθεωρήσεις από ανεξάρτητους οργανισμούς ώστε να πιστοποιούμε το σύστημα ασφαλούς εργασίας.

Παράλληλα εκτός από τη μόνιμη συνεργασία με τον Ιατρό εργασίας για την μελέτη εργονομικής εργασίας, επενδύουμε στη συνεχή επιμόρφωση των Τεχνικών Ασφαλείας ώστε να γνωρίζουν όλες τις αντίστοιχες εξελίξεις και βραβεύουμε τις καλύτερες προτάσεις των εργαζομένων σχετικά με την βελτίωση της ασφαλούς συμπεριφοράς.



Ένα παγκόσμιο κέρασμα

Για μια ακόμη φορά τα παγωτά Ben & Jerry's πρωτοπορούν και αποδεικνύουν έμπρακτα τη δέσμευσή τους απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνία!

Στις 18 Φεβρουαρίου ανακοινώθηκε επίσημα ότι έως το 2013 όλα τα παγωτά Ben & Jerry's θα παρασκευάζονται από πρώτες ύλες πιστοποιημένες κατά Fairtrade. Έτσι, συστατικά όπως το κακάο, η βανίλια, οι μπανάνες, τα φρούτα και οι ξηροί καρποί, θα προέρχονται από παραγωγούς με τους οποίους συνεργάζεται το Fairtrade, παρέχοντάς καλύτερους μισθούς και συνθήκες εργασίας, αλλά και ένα καλύτερο μέλλον για τους ίδιους και τις οικογένειές τους. Στο πρώτο τρίμηνο του 2010, στις υπάρχουσες Fairtrade γεύσεις Chunky Monkey, Chocolate Macademia, Vanilla και Vanilla Toffee Crunch θα προστεθούν και έξι ακόμη, μεταξύ των οποίων οι Baked Alaska, Caramel Chew Chew και Chocolate Fudge Brownie. Στόχος είναι έως το τέλος Μαΐου του 2010, το 60% των γεύσεων να είναι Fairtrade και μέχρι το 2013 να είναι όλη η γκάμα Ben & Jerry's.

Όπως δηλώνει χαρακτηριστικά ο Jerry Greenfield, ένας από τους δύο ιδρυτές των Ben & Jerry's «Το Fairtrade έχει να κάνει με τη δίκαιη μοιρασιά της πίτας. Όλη η φιλοσοφία του Fairtrade ταιριάζει με τις αξίες μας και με την αίσθηση της δικαιοσύνης που πρεσβεύουμε. Κανείς μας δεν θέλει να αγοράσει ένα προϊόν το οποίο παρασκευάστηκε με την εκμετάλλευση κάποιου συνανθρώπου μας».



Ένα χαρακτηριστικό γεγονός του παρελθόντος, έγινε θεσμός που διαρκεί μέχρι σήμερα

Πριν 30 χρόνια ακριβώς, σε ένα πρώην εγκαταλελειμμένο βενζινάδικο, που σήμερα πουλάει παγωτό, ουρές ανθρώπων συνωστίζονταν για να ακούσουν ένα... ευχαριστώ. Το «ευχαριστώ» του Ben Cohen και του Jerry Greenfield, των δύο συμμαθητών που ψάχνοντας τι να κάνουν ξεκίνησαν το 1978 να φτιάχνουν παγωτό με το διάσημο πλέον όνομα: Ben & Jerry's. Και επειδή το εγχείρημα «τους πήγε καλά», αυθόρμητα και όπως θα ταίριαζε σε δύο χίπις, όπως αυτοί, όταν έκλεισαν τον πρώτο χρόνο τους, θέλησαν να πουν ευχαριστώ στους φίλους των παγωτών τους. Με ποιο τρόπο; Κερνώντας τους την αγαπημένη τους γεύση. Η ημέρα αυτή ονομάστηκε FREE CONE DAY (Ημέρα Δωρεάν Παγωτού) και οργανώνεται από τότε κάθε χρόνο σε όλες τις αγορές των Ben & Jerry's.

Τα θρυλικά παγωτά Ben & Jerry's είναι πιστά στο παγκόσμιο κέρασμα παγωτού κάθε Απρίλη, και έτσι στις 28 Απριλίου 2009, η παράδοση συνεχίστηκε στα Ster Cinemas στο Ίλιον, στο Allou! Fun Park, στο Golden Hall και στη Θεσσαλονίκη στα Ster Cinemas στο Εμπορικό Κέντρο Μακεδονία.

Χιλιάδες μπάλες παγωτού Ben & Jerry's, με τα τεράστια κομμάτια σοκολάτας, μπισκότου, καραμέλας, το άφθονο γάλα και την πλούσια κρέμα τους, μοιράστηκαν την Ημέρα Δωρεάν Παγωτού στην Ελλάδα.

Το παγκόσμιο κέρασμα που καθιέρωσαν τα Ben & Jerry's είναι χαρακτηριστικό δείγμα της φιλοσοφίας των ιδρυτών Ben και Jerry, οι οποίοι ως γνήσια παιδιά των λουλουδιών, ανέπτυξαν παράλληλα τόσο την επιχείρηση όσο και το κοινωνικό τους έργο από την πρώτη στιγμή. Βασικό τους πιστεύω «Να δημιουργείς το καλύτερο δυνατόν παγωτό με τον καλύτερο δυνατό τρόπο», επιστρέφοντας δηλαδή ένα μέρος των εσόδων στο περιβάλλον και στην κοινωνία.



Μικρά βήματα... Μεγάλα αποτελέσματα

Προκειμένου να πετύχουμε τους στόχους που έχουμε βάλει για τη νέα χρονιά και να συνεχίσουμε να πραγματοποιούμε τις ενέργειες που έχουμε σχεδιάσει και υλοποιήσει όλα αυτά τα χρόνια, πρέπει να μείνουμε πιστοί στο όραμά μας. Να το κάνουμε πυξίδα μας και κάθε φορά, με ένα μικρό βήμα, να πετυχαίνουμε κάτι μεγάλο.

Πετυχαίνουμε κάτι μεγάλο, με τα προϊόντα μας και επενδύοντας στην καινοτομία

Τα προϊόντα μας και η καινοτομία αποτελούν την καρδιά του επιχειρηματικού μας μοντέλου. Στοχεύουμε στο να προσφέρουμε στους καταναλωτές μας προϊόντα που απευθύνονται σε κάθε νοικοκυριό και ξεχωρίζουν για την ποιότητά τους. Την ίδια στιγμή η τεχνολογία που χρησιμοποιούμε δημιουργεί μεγαλύτερες και αποδοτικότερες καινοτομικές «πλατφόρμες», που απευθύνονται παράλληλα σε διαφορετικές αγορές.

Πετυχαίνουμε κάτι μεγάλο, εξελίσσοντας τη σχέση με τους συνεργάτες μας στην αγορά

Η μεγαλύτερη ευκαιρία για εμάς βρίσκεται στις συνεργασίες που «χτίζουμε» με το λιανεμπόριο, διερευνώντας συνεχώς μαζί τους τις ανάγκες και τα «θέλω» των καταναλωτών. Διατηρώντας και διευρύνοντας αυτή μας τη σχέση, θέτουμε γερές βάσεις για σταθερή ανάπτυξη.

Πετυχαίνουμε κάτι μεγάλο, μέσα από τη συνεχή βελτίωση

Στοχεύουμε στη συνεχή βελτίωση των λειτουργιών μας και τη περαιτέρω απλοποίηση τους, αναπτύσσοντας συγχρόνως νέες, ταχύτερες τεχνικές στην αλυσίδα παραγωγής, περισσότερη ευελιξία στο δίκτυο διανομής μας και νέα αποτελεσματικότερη διάσπαση στην επικοινωνία μας.

Πετυχαίνουμε κάτι μεγάλο, με τη βοήθεια των ανθρώπων μας

Είναι ζωτικής σημασίας για εμάς να έχουμε κοντά μας ανθρώπους με ταλέντο που μοιράζονται το ίδιο όραμα με εμάς. Κοιτάμε μπροστά, παρέχοντας στους ανθρώπους μας τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες αλλά και τα κίνητρα για να προχωρήσουμε όλοι μαζί στην επίτευξη του οράματός μας. Τους κάνουμε συμμετόχους και μοιραζόμαστε τις ίδιες αρχές και αξίες. Πάνω απ' όλα, τους δίνουμε και μας δίνουν συνεχώς τον καλύτερό τους εαυτό.

Το Όραμα μας είναι φιλόδοξο, αλλά έχει γερές βάσεις. Πάνω από όλα, βασίζεται στην επιθυμία όλων μας να «κάνουμε τη διαφορά» στο επιχειρείν, δρώντας με ακεραιότητα και ηθική, παραμένοντας αδιαπραγμάτευτα αμετακίνητοι στις αξίες μας, όπως αυτές διατυπώνονται στο Κώδικα Επιχειρηματικών Αρχών της ΕΛΑΪΣ - Unilever Hellas.





το έντυπο αυτό έχει τυπωθεί
σε αποχλωριοποιημένο χαρτί,
από δάση ελεγχόμενης
καλλιέργειας και με βερνίκι
φιλικό προς το περιβάλλον

