



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΛΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΤΑΤΙΑΝΑ ΤΟΚΑΤΛΙΔΗ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΑΝΙΑΤΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2022

Δήλωση Πνευματικών Δικαιωμάτων

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα Διπλωματική Εργασία με τίτλο

«ΟΛΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ:
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ»

καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και οι πηγαίοι κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν και η οποία έχει εκπονηθεί στο Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Πειραιώς αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο, αρχεία ή / και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

Copyright (C) Τατιάνα Τοκατλίδη , 2022, Αθήνα

Υπογραφή Φοιτητή:



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή.....	4
2. Προφίλ εταιρίας.....	5
2.1. Ιστορική πορεία.....	5
2.2. Τα προϊόντα.....	6
2.3. Οργανωτική δομή.....	7
2.4. Ολιστική προσέγγιση βιώσιμης ανάπτυξης.....	7
2.5. Διακρίσεις και Συμμετοχές.....	10
3. Πυλώνες στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης – Στρατηγική ESG.....	11
3.1. Ενδιαφερόμενα μέλη.....	12
3.2. Προτεραιότητες βιώσιμης ανάπτυξης.....	14
3.3. Επιδράσεις δραστηριοτήτων.....	16
3.4. Στόχοι ανάπτυξης 2020.....	17
3.5. Στόχοι ανάπτυξης 2030.....	18
4. Κοινωνία.....	19
4.1. Επενδύοντας στις τοπικές κοινωνίες.....	19
4.2. Οικονομικός αντίκτυπος στην κοινωνία.....	21
4.3. Προώθηση αξιών και ορθών επιχειρηματικών πρακτικών.....	22
4.4. Ανθρώπινα δικαιώματα στην εργασία.....	24
4.5. Ασφαλής χώρος εργασίας.....	25
5. Περιβάλλον.....	32
5.1. Ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα.....	32
5.2. Ανθρακικό αποτύπωμα στην αλυσίδα αξίας.....	33
5.3. Κατανάλωση ενέργειας και εκπομπές αέριων ρύπων.....	36
5.4. Ενίσχυση κυκλικότητας.....	41
5.5. Χρήση νερού.....	44
6. Υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.....	47
6.1. Αρχές & Προώθηση θετικής εικόνας της υπεύθυνης κατανάλωσης.....	47
7. Πιστοποίηση προϊόντων & Ετικετοποίηση προϊόντων.....	50
8. Βιβλιογραφία & Παράρτημα.....	52
9. Ευχαριστίες.....	53

1. Εισαγωγή

Σε ένα κόσμο που μεταβάλλεται και εξελίσσεται ραγδαία, οι αξίες της ευελιξίας και της προσαρμοστικότητας είναι οι πυλώνες της ανθρώπινης προσπάθειας για επιβίωση και συνέχεια. Άνθρωπος και περιβάλλον είναι δίπολο που συγκρούεται και συνδέεται και οι έννοιες της ανάπτυξης και της βιωσιμότητας είναι καθοριστικές για το μέλλον τους. Η παγκόσμια επιχειρηματική δράση στοχεύοντας στην οικονομική ανάπτυξη της, οφείλει να έχει στραμμένο το βλέμμα και προς την κοινωνία και το περιβάλλον και η βιώσιμη ανάπτυξη να είναι δέσμευση και προτεραιότητα της. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, το 2023 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κλείνει 60 χρόνια παραγωγικής δράσης με συνεχή ανάπτυξη. Είναι η μεγαλύτερη και πιο ιστορική ελληνική βιομηχανία ζυθοποιίας ξεκίνησε την πορεία της με την παραγωγή μιας μπίρας και από τότε εξελίσσεται συνεχώς, διευρύνοντας τη γκάμα των προϊόντων της και ενισχύοντας την παραγωγική της βάση στην Ελλάδα. Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία ανταποκρινόμενη όχι μόνο στον παραγωγικό της ρόλο αλλά θέτοντας ως στρατηγικό στόχο την δημιουργία της αξίας συνολικά, συνδέει άμεσα την επιχειρηματική της δράση με τις έννοιες της υπευθυνότητας και της προσφοράς στην εθνική οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον έχοντας ως μεντορικό κίνητρο το «Παράγουμε ένα Καλύτερο Αύριο».

Σε μία εποχή που δεν υπάρχουν σταθερά δεδομένα, οι ενέργειες κοινωνικής υπευθυνότητας και ανταποδοτικότητας, οι πρωτοβουλίες για την στήριξη και την προστασία των εργαζομένων της εταιρίας, η κλιματική αλλαγή και η επιβάρυνση του περιβάλλοντος είναι ένας αδιάκοπος αγώνας. Με γνώμονα την βιωσιμότητα οι στόχοι και οι ενέργειες της βιομηχανίας εστιάζονται:

α) στην υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ με μέτρο και της υπεύθυνης οδηγικής συμπεριφοράς μέσω της ενημέρωσης και της συνεργασίας με φορείς, οργανισμούς καθώς και το καταναλωτικό κοινό την μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
β) την μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, μέσω της μείωσης των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα κατά την παραγωγική διαδικασία, την ορθή διαχείριση του νερού, ως βασικής πρώτης ύλης των προϊόντων και την τοποθέτηση πράσινων ψυγείων στα σημεία πώλησης. Συγχρόνως η εταιρία θέτει σε εφαρμογή προγράμματα συνολικής διαχείρισης υγρών αποβλήτων, ώστε να μην καταλήγουν σε ΧΥΤΑ.

γ) την κάλυψη της εγχώριας παραγωγής από τους τοπικούς παράγωγους. με το πρόγραμμα «Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού» στην Ελλάδα», καθώς επίσης εξαγοντας βύνη αλλά και η διαδικασία πιστοποίησης του παραγόμενου κριθαριού ως προϊόν αειφόρου γεωργικής παραγωγής προβάλλει την ποιοτική ελληνική παραγωγή στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

δ) στην ασφάλεια των εργαζομένων επιδιώκοντας τον μηδενισμό των ατυχημάτων. Οι παραπάνω στόχοι της βιομηχανίας καθορίζονται ως βασικοί πυλώνες αειφόρου ανάπτυξης και σε αυτή την εργασία θα καταγραφούν αναλυτικά με σκοπό να καταδείξουν την Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως μελέτη περίπτωσης ηθικής και εταιρικής ευθύνης και ολιστικής προσέγγισης βιώσιμης ανάπτυξης.

2. Προφίλ εταιρίας

2.1. Ιστορική πορεία

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι η μεγαλύτερη εταιρία παραγωγής και εμπορίας μπίρας στον ελληνικό χώρο και δραστηριοποιείται εδώ και 60 χρόνια. Ιδρύθηκε το 1963 από 3 Έλληνες επιχειρηματίες. Το 1965 είναι η χρονιά που αγοράζονται οι πρώτες ύλες, τα υλικά συσκευασίας, οι φιάλες και τα αυτοκίνητα της εταιρίας, προσλαμβάνεται και εκπαιδεύεται προσωπικό, ενώ ετοιμάζεται και η πρώτη διαφημιστική καμπάνια. Μια δεκαετία μετά την ίδρυση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η Amstel γίνεται η Νο.1 μπίρα στην Ελλάδα με κορυφαίες πωλήσεις και διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση. Η αναγκαιότητα επέκτασης της παραγωγής είναι σαφής και οδηγεί στην ίδρυση και δεύτερου ζυθοποιείου, που αποτελεί πόλο ανάπτυξης για τη Βόρειο Ελλάδα. Το 1981 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία φέρνει στην Ελλάδα τη Heineken, μια μπίρα με παγκόσμιας φήμης. Η ανοδική πορεία της συνεχίζεται κι έτσι το 1985 η εταιρία επεκτείνεται, αγοράζοντας το παλαιό ζυθοποιείο της Löwenbräu στην Πάτρα και απορροφώντας τους 240 εργαζομένους του. Πραγματοποιούνται σημαντικές επενδύσεις, που το ανάγουν σε μια υπερσύγχρονη μονάδα, τη μεγαλύτερη της εταιρίας. Την δεκαετία 1990-1998 εισάγονται διάσημες μπίρες από όλο τον κόσμο, προσφέρουν περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές και προωθούν την ανάπτυξη της κουλτούρας της μπίρας στην Ελλάδα. Το 1993 εγκαινιάζεται μονάδα εμφιάλωσης φυσικού μεταλλικού νερού ΙΟΛΗ στη Λαμία. Από 1999 έως και σήμερα λανσάρονται νέες ετικέτες και οι επιλογές για τον καταναλωτή αυξάνονται καθώς συστήνονται στο κοινό, νέες κατηγορίες μπίρας. Από το 2014 και η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παράγει μπίρα χρησιμοποιώντας 100% ελληνικό κριθάρι στηρίζοντας έτσι τους τοπικούς παραγωγούς αλλά και στο σύνολό της την ελληνική οικονομία. Τέλος το 2019 ξεκίνησε η πρώτη γραμμή παραγωγής μηλίτη στο εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην Πάτρα και παράγονται προϊόντα πλέον στην Ελλάδα από 100% ελληνικές πρώτες ύλες.

Το 2013-2014 η βιομηχανία κατακτά την πρώτη θέση στο διαγωνισμό Best Workplace στην Ελλάδα ανάμεσα σε 50 εταιρείες, με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ευρώπη. Η βράβευση καθιστά επιβεβαίωση του υγιούς εργασιακού κλίματος στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Το 2013, και ύστερα από δύο συνεχόμενες χρονιές Πλατινένιων Διακρίσεων, η υπεύθυνη ανάπτυξη της εταιρίας επισφραγίζεται με τη μοναδική στη χώρα μας Διαμαντένια Διάκριση στον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το 2015 ιδρύεται το ΑΘΗΝΕΟ, ο πρώτος χώρος δημιουργικής ζυθοποιίας, όπου στεγάζεται ένα μικρό «μουσείο» αφιερωμένο στη μπίρα. Εκεί, παράγονται μπίρες μικροζυθοποιείου, περιορισμένης κυκλοφορίας.

Σήμερα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποτελεί μέλος του ομίλου HEINEKEN N.V. ο οποίος κατέχει το 94,84% του συνόλου των μετοχών της εταιρίας. Η εταιρία διανέμει τα προϊόντα της σε 19 χώρες και στις 5 ηπείρους. Στην Αμερική (ΗΠΑ, Καναδάς, Παναμάς), στη Ωκεανία (Αυστραλία), στην Αφρική (Μοζαμβίκη) και στην Ευρώπη (Αυστρία, Ιταλία, Νορβηγία, Σερβία, Ισπανία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Κύπρος, Ρουμανία, Βόρεια Μακεδονία, Αλβανία).

2.2. Τα προϊόντα

Προϊόντα
Η εταιρεία μας παράγει στην **Ελλάδα** τις παρακάτω μπίρες από **100% ελληνικό κριθάρι**.

ΜΠΙΡΕΣ 

 ΑΜΣΤΕΛ	 ΑΜΣΤΕΛ Dark	 ΑΜΣΤΕΛ Radler
 ΑΜΣΤΕΛ Free	 ΑΜΣΤΕΛ Free Lemon	 ΑΜΣΤΕΛ KARGO IPA
 Heineken	 ΑΛΦΑ	 ΑΛΦΑ Strong
 ΑΛΦΑ Weiss	 ΑΛΦΑ Χωρίς	 Fischer
 ΜΑΜΟΣ	 ΝΥΜΦΗ	 Buckler

ΜΗΛΑΙΤΕΣ 

 Μηλοκλέφτης	 Μηλοκλέφτης με κεράσι	 Strongbow Gold Apple	 Strongbow Red Berries
---	---	--	---

2.3. Οργανωτική δομή

Η οργανωτική της δομή αποτελείται από μία διοικητική ομάδα η οποία χαράζει στρατηγική σε παγκόσμιες και εγχώριες προκλήσεις σε επιχειρησιακά, περιβαλλοντικά όσο και κοινωνικά θέματα. Αποτελείται από:

1. Οικονομικό Διευθυντή
2. Νομική Σύμβουλο
3. Διευθυντή Πωλήσεων
4. Διευθυντή Marketing
5. Διευθυντή Εφοδιαστικής Αλυσίδας
6. Διευθύντρια Ανθρώπινου προσωπικού
7. Διευθυντή Επικοινωνίας & Εταιρικών Σχέσεων

Παράλληλα έχει συσταθεί Επιτροπή Βιώσιμης Ανάπτυξης η οποία λειτουργεί συνεργατικά με την Διοικητική ομάδα, δημιουργώντας δύο νέες θέσεις εργασίας του “Supply Chain Sustainability Lead” στη Διεύθυνση Εφοδιαστικής Αλυσίδας και του “Sustainability Manager” στη Διεύθυνση Επικοινωνίας & Εταιρικών Σχέσεων. Οι κεντρικοί στόχοι είναι απόρροια των σύγχρονών κοινωνικών και περιβαλλοντικών απαιτήσεων:

- Συνεργασία βιώσιμης ανάπτυξης μεταξύ όλων των Διευθύνσεων και την ευθυγράμμιση των πρωτοβουλιών κάτω από την ίδια στοχοθεσία με κοινό όραμα.
- Αξιολόγηση υπάρχουσών και νέων πρακτικών με στόχο την επίτευξη εταιρικών στόχων
- Λειτουργία μίας δεξαμενή|tank) όσον αφορά νέες πρωτοβουλίες.
- Δράση ως φιλοσοφία και κινητήρια δύναμη στην ανάπτυξη των στρατηγικών σχεδίων σε θέματα βιωσιμότητας
- Επικοινωνία των πρωτοβουλιών βιωσιμότητας τόσο σε εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό κοινά

2.4. Ολιστική Προσέγγιση βιώσιμης ανάπτυξης

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακολουθεί μία ολιστική προσέγγιση στην βιώσιμη ανάπτυξη, δίνοντας έμφαση και αξία σε κάθε κομμάτι της παραγωγικής διαδικασίας, Από «το χωράφι... έως το ποτήρι» περικλείοντας μέσα σε αυτή την φράση μια ελληνική διαδρομή παραγωγικής προσπάθειας με όραμα η δημιουργία της προστιθέμενης αξίας να διαχέεται δίκαια σε παραγωγούς, συνεργάτες, εργαζόμενους και καταναλωτές, οικοδομώντας ένα κοινό όραμα βιώσιμης ανάπτυξης αλλά και επιδιώκοντας ένα θετικό αποτύπωμα της εταιρίας με τις τοπικές κοινωνίες και το περιβάλλον ειδικότερα.

Η στήριξη των τοπικών κοινωνιών και η συμμετοχή στην ανάπτυξη της εγχώριας οικονομίας πραγματοποιείται, από το 2008, μέσω της χρησιμοποίησης 100% ελληνικού κριθαριού για την παραγωγή των προϊόντων. Επίσης από το 2019 έχει

προχωρήσει σε εξαγωγές βύνης ελληνικού κριθαριού στην Ευρώπη. Για να επιτευχθεί αυτό συνεργάζεται η εταιρία με 2.000 παραγωγούς από 19 νομούς όλης της χώρας, μέσω του προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού.

Η συνεργασία της εταιρίας με 893 προμηθευτές από Ελλάδα, Ευρώπη και ΗΠΑ εκτιμάται σε αξία πληρωμών στα 91,4 εκατ. Ευρώ. Οι προμήθειες αφορούν υλικά συσκευασίας, πρώτες ύλες, ενέργειας, ανταλλακτικών, υπηρεσίες και logistics. Είναι σημαντικό ότι το 95% των προμηθευτών δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και υπολογίζεται το 83% της εκτιμώμενης αξίας πληρωμών παραμένει στην εσωτερική αγορά.

Η προμήθεια των υλικών συσκευασίας (καπάκια, ετικέτες, φιάλες, αλουμίνια κουτιά) πραγματοποιείται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο. Σε συνεργασία με τους προμηθευτές επιλέγονται υλικά φιλικά προς το περιβάλλον και δίνεται έμφαση στην αποτελεσματικότερη δυνατή χρήση με σκοπό την οικονομική και περιβαντολογική προστασία. Επίσης εκτιμώντας ότι κάθε μεταφορά φορτίου σημαίνει και εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από τη χρήση καυσίμων η διαχείριση των μεταφορών επιδιώκεται να είναι ελεγχόμενη, επιδιώκοντας το καλύτερο οργανόγραμμα των δρομολογίων αλλά και του τρόπου φόρτωσης.

Τέλος, μέσω των πελατών χονδρεμπόρων/διακινητών οι οποίοι καλύπτουν τόσο τα καταστήματα «κρύας αγοράς» όσο και της «ζεστής» και από τις αλυσίδες του μοντέρνου λιανεμπορίου τα προϊόντα φτάνουν στον καταναλωτή όπου και εάν βρίσκεται. Με το βλέμμα στραμμένο προς αυτόν αναζητούνται νέα καινοτόμα προϊόντα σε προσιτές τιμές και φιλικές συσκευασίες που θα προσφέρουν γευστικές εμπειρίες και θα ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του. Παράλληλα, σε κοινωνικό επίπεδο, η υπεύθυνη κατανάλωση του αλκοόλ είναι ένας βασικός ηθικός στόχος, τον οποίο προσπαθεί να επικοινωνήσει με το κοινό. Η συνεργασία με μη κυβερνητικούς οργανισμούς (ΜΚΟ) και φορείς είναι σταθερή και είναι κομμάτι της αλυσίδας αξίας της, προσπαθώντας να μεταλαμπαδεύσει την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ και την αποφυγή οδήγησης υπό την επήρεια του.

Οι εργαζόμενοι της εταιρίας δεν θα μπορούσαν να μην είναι η καρδιά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Το 2020 ο συνολικός αριθμός εργαζομένων έφτασε στους 805 (653 άντρες και 152 γυναίκες). Υπάρχει μερίδιο σε εργαζομένους που κάνουν την πρακτική άσκηση τους και λόγω της εποχικότητας το προσωπικό αυξάνεται σε 100 πρόσθετους εργαζομένους κατά την υψηλή καλοκαιρινή περίοδο. Το συνολικό ποσοστό υπαλλήλων που καλύπτονται από συλλογικές συμβάσεις εργασίας ήταν 94,6% με το υπόλοιπο ποσοστό να αφορά διευθυντικά στελέχη και εργαζομένους που έχουν επιλέξει να μην ανήκουν στο σωματείο της εταιρίας.

Πίνακας 1. Σύνολο εργαζομένων ανά φύλο, γεωγραφική περιοχή και σύμβαση εργασίας (2020) **(GRI 102-8)**

Στοιχεία εργαζομένων	2020							
	Αθήνα		Θεσσαλονίκη		Πάτρα		Λαμία	
	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες
Σύμβαση αορίστου χρόνου	217	91	130	21	137	18	23	1
Σύμβαση ορισμένου χρόνου	10	11	58	5	76	5	2	0
Σύμβαση πλήρους απασχόλησης	227	102	188	26	213	23	25	1
Σύμβαση μερικής απασχόλησης	0	0	0	0	0	0	0	0
Σύνολο Ανά Φύλο & Γεωγραφική Περιοχή	227	102	188	26	213	23	25	1
Σύνολο Ανά Γεωγραφική Περιοχή	329		214		236		26	
Σύνολο Ανδρών	653							
Σύνολο Γυναικών	152							
Γενικό Σύνολο	805							

*1. Υπάρχει μερίδιο δραστηριοτήτων που εκτελούνται από προσωπικό τρίτων εταιρειών/εργολάβων στις εγκαταστάσεις μας (κυρίως υπηρεσίες ασφάλειας, καθαρισμού, τεχνική υποστήριξη, υποστήριξη σε εργοστάσια και αποθήκες), αλλά και από εργαζόμενους που πραγματοποιούν την πρακτική άσκηση τους.

2. Λόγω εποχικότητας, το προσωπικό αυξάνεται κατά προσέγγιση σε 100 πρόσθετους εργαζόμενους κατά την υψηλή περίοδο (καλοκαιρινούς μήνες).

3. Σχετικά με τον τρόπο σύνταξης των δεδομένων, έχει χρησιμοποιηθεί ο αριθμός των εργαζομένων βάσει head count 31/7 για να αποτυπωθεί ο συνολικός αριθμός εργαζομένων του έτους.

Το ταλέντο, η έμπνευση, οι ίσες ευκαιρίες, το δίκαιο και ασφαλές περιβάλλον, η αποδοχή της διαφορετικότητας, η συνεργασία είναι στοιχεία που οικοδομούν ένα εργασιακό περιβάλλον. Το 2020 υπέγραψε την Χάρτα Διαφορετικότητας, μία πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που ξεκίνησε στην Ελλάδα το 2019. Οι αξίες της εταιρίας στο εργασιακό πεδίο καθορίζονται στο τετράπτυχο συνεργασία, ευελιξία, ανάπτυξη και αφοσίωση:

1. Συνεργασία και επικοινωνία με σεβασμό και διαφάνεια
2. Λειτουργία με ταχύτητα, ευελιξία και προνοητικότητα
3. Ανάπτυξη και υψηλή απόδοση μέσω της εμπιστοσύνης στη δυναμική των εργαζομένων.
4. Αφοσίωση στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών και των πελατών.

Το αξιοκρατικό, ποιοτικό και ασφαλές εργασιακό περιβάλλον αποφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη όπως η ενίσχυση της παραγωγικότητας, η αύξηση της αποτελεσματικότητας, η προσέλκυση και η διατήρηση ταλαντούχων επαγγελματιών καθώς η ενθάρρυνση της καινοτομίας και της δημιουργικότητας.

2.5. Διακρίσεις και Συμμετοχές

Για τη συνεχή διασφάλιση και προαγωγή της βιώσιμης ανάπτυξης από την εταιρεία μας, η συμμετοχή σε διεθνείς πρωτοβουλίες είναι πρόκληση και ο στόχος είναι η πιστοποίηση να δίνεται με ευρέως αποδεκτά πρότυπα. Είναι η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα που έχει κατακτήσει την ανώτατη Διαμαντένια διάκριση του Εθνικού Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης (CR Index) το 2013, καθώς και πολυάριθμες βραβεύσεις για την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα που έχει επιδείξει, τη σταθερή επίδοσή στη βιώσιμη ανάπτυξη, την μέριμνα για την κοινωνία και το περιβάλλον, καθώς και το εργασιακό μας περιβάλλον.

Επιπλέον, προσυπογράφουμε τις πρωτοβουλίες του Ομίλου HEINEKEN, οι οποίες έχουν ως πρωταρχικό στόχο τη συμβολή στους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης του ΟΗΕ (SDGs).

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, έχει πιστοποιηθεί με τα παγκόσμια πρότυπα ISO 9001:2015 για τη διαχείριση της ποιότητας των προϊόντων μας από τη TUV AUSTRIA HELLAS, το FSSC (Food Safety SupplyChain) 22000:Version 5.1 για την ασφάλεια των προϊόντων μας, το ISO 14001:2015 για την προστασία του περιβάλλοντος και το ISO 45000 για την ασφάλεια και υγεία του προσωπικού.

Τέλος στη στοχοθεσία διακρίνεται η ενεργή υποστήριξη και συμμετοχή σε πλήθος επιχειρηματικών φορέων και συνδέσμων προωθώντας τις υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές. Συμμετέχει στην Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών, στην Ελληνική Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης, στην Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Επιχειρήσεων, στην Ελληνική Παραγωγή–Συμβούλιο Βιομηχανιών για την Ανάπτυξη, στον Ελληνικό Σύνδεσμο Βιομηχανιών Επώνυμων Προϊόντων, στο Ελληνοαμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, στο Ελληνοβρετανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, στον Ελληνοολλανδικό Εμπ. & Βιομηχανικό Σύνδεσμο, στην Εταιρεία Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων, στο Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στο Ινστιτούτο Πωλήσεων Ελλάδος Συμβούλιο Έλεγχου Επικοινωνίας, στην Συμμαχία για την Ελλάδα Σύνδεσμος Ανωτύμων Εταιριών & ΕΠΕ, στο Σύνδεσμο Βιομηχανιών Αττικής και Πειραιώς, στο Σύνδεσμο Βιομηχανιών Βόρειου Ελλάδας, στο Σύνδεσμο Βιομηχανιών Πελοποννήσου & Δυτικής Ελλάδας, στον Σύνδεσμο Διαφημιζόμενων Ελλάδος, στο Σύνδεσμο Διοίκησης Ανθρωπίνου Δυναμικού Ελλάδος, στο Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων, στο Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, στο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων & Βιομηχανιών, στο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Θεσσαλίας & Στερεάς Ελλάδας, στο Σύνδεσμο Εταιριών Εμφιαλώσεως Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού, στο Σύνδεσμο Στελεχών Διοίκησης Προσωπικού, στο Alba University, στο Csr Hellas Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στο Efficient Consumer Response Council Hellas και τέλος στο Global Sustain Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

3. Πυλώνες στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης – Στρατηγική ESG

Η φιλοσοφία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας βασίζεται σε μία κεντρική ιδέα που στοχεύει όλες οι ενέργειες να αφήνουν ένα θετικό στίγμα προς την κοινωνία. Κάνοντας ωθητική δύναμη την φράση «Παράγουμε ένα καλύτερο αύριο» επικεντρώνεται σε τρεις βασικούς πυλώνες της κοινωνίας, του περιβάλλοντος της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Σύμφωνο του ΟΗΕ για την βιώσιμη ανάπτυξη και συμπορεύεται με ενέργειες σύμφωνα με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs).

Η δέσμευση αυτή ήρθε αντιμέτωπη το 2020 με τις επιπτώσεις της πανδημίας και τα αποτελέσματα της διακοπής λειτουργίας για μεγάλο διάστημα της οικονομικής δραστηριότητας και ως εκ τούτου και της χαμηλότερης παραγωγής λόγω χαμηλής ζήτησης. Η εταιρία προσπάθησε κάτω από αυτό το απειλητικό και δυσοίωνα περιβάλλον να στηρίξει τους εργαζόμενους και να εργαστεί εντατικά όχι μόνο διατηρήσει τους στόχους της, αλλά και να θέσει νέες προτεραιότητες για την επόμενη δεκαετία.

Ως αρχή και λειτουργώντας ως «οικογένεια» παρέχει στους εργαζόμενους ένα περιβάλλον δίκαιο, ισότιμο, δημιουργικό, επενδύοντας σε ένα κλίμα εμπιστοσύνης, διαλόγου, κινήτρων, διαφάνειας και αμοιβαίου σεβασμού. Αφουγκράζεται τόσο τις ανάγκες και τις προσδοκίες των εργαζομένων όσο και των προμηθευτών των τοπικών κοινωνιών προσπαθώντας να ανταποκριθεί καλλιεργώντας ένα κλίμα δικαιοσύνης και ίσων ευκαιριών.

Ταυτόχρονα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύει σε νέες μεθόδους για ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα και μείωση κατανάλωσης του νερού κατά την παραγωγική διαδικασία, ανακυκλώσιμες συσκευασίες (one-way), η επαναχρησιμοποίηση (επιστρεφόμενων φιαλών) και αξιοποίηση των υποπροϊόντων που προκύπτουν από την διαδικασία παραγωγής.

Ένας από τους βασικότερους πυλώνες της στρατηγικής της εταιρείας είναι η προστασία του περιβάλλοντος. Η προσπάθεια της παραγωγής προϊόντων με τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση για το περιβάλλον καθορίζεται και ως πράσινη στρατηγική με αφορμή αυτό η εταιρεία έχει προχωρήσει στην πιστοποίηση όλων των μονάδων της κατά ISO 14001:2015 (προστασία περιβάλλοντος).

Επιπρόσθετα οι πολιτικές στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία αφορούν ενέργειες της διαχείρισης αλλαγών που έχουν να κάνουν με τον καθορισμό σταδίων σε περίπτωση που προκύψει ανάγκη για αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας ή της διανομής των προϊόντων. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο το περιβαλλοντολογικό αποτύπωμα είναι πάντα προς εξέταση. Η στάση αυτή της εταιρείας αναδεικνύει στην προσπάθειά της να διαχειριστεί κινδύνους κατά το σχεδιασμό και την παραγωγή νέων προϊόντων, αλλά και να βελτιώσει τα ήδη υπάρχοντα.

Ταυτόχρονα το κριθάρι και το νερό ως πρώτες ύλες και ως φυσικοί πόροι απαιτούν μία ορθή διαχείριση. Πάνω σε αυτή τη λογική έχουν τοποθετηθεί σε όλες τις

βιομηχανικές μονάδες συστήματα διαχείρισης υγρών αποβλήτων αλλά και μέσω συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά προγράμματα και συνεχούς ενημέρωσης αναζητούνται τρόποι για τη μείωση της κατανάλωσης και την επαναχρησιμοποίηση του νερού από τις παραγωγικές εγκαταστάσεις Όσο αφορά το κριθάρι, η εταιρεία έχει ξεκινήσει την πιστοποίηση της παραγωγής του, μέσω του προγράμματος συμβολαϊκής καλλιέργειας ως προϊόν αειφόρου γεωργικής πρακτικής σύμφωνα με το πρότυπο της TUV Austria Hellas. Παράλληλα, υλοποιείται πιλοτικό πρόγραμμα ψηφιακής τεχνολογίας το οποίο παρέχει δεδομένα σχετικά με το αποτύπωμα της καλλιέργειας βοηθώντας στο στόχους τις μειώσεις του.

3.1. Ενδιαφερόμενα μέλη

Η βιώσιμη ανάπτυξη ταυτίζεται με στρατηγικές που αφορούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών της εταιρείας. Ενδιαφερόμενα μέρη ορίζονται όλα τα φυσικά και νομικά πρόσωπα που επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τη λειτουργία της εταιρείας τους στόχους και τις πολιτικές της. Οι προσδοκίες της κοινωνίας είναι αυτές που καθορίζουν την επικοινωνία και τον διάλογο μέσα στις ομάδες που δημιουργούνται από αυτά τα ενδιαφερόμενα μέλη. Η αμοιβαία εμπιστοσύνη συνεργασία και συνένωση δυνάμεων είναι παράγοντες που διασφαλίζουν ότι τα αναπτυξιακά αποτελέσματα της εταιρείας θα περάσουν σε όλους τους ενδιαφερόμενους. Δημιουργούνται κανάλια επικοινωνίας με κάθε ομάδα για να ακουστούν συνολικά οι απόψεις όλων. Διοργανώνονται τακτικές συναντήσεις, διεξάγονται θεματικές συζητήσεις και workshop σε μικτές ομάδες, πραγματοποιούνται έρευνες εργασιακού κλίματος και διατηρείται σε υψηλό επίπεδο η ενίσχυση πρωτοβουλιών ενδοεταιρικής επικοινωνίας. Η «Ανοικτή επικοινωνία» είναι μία πρωτοβουλία όπου τα μέλη της Διοικητικής Ομάδας παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της εταιρείας και το σχεδιασμό αυτής στους εργαζόμενους κάθε μονάδας. Αντίστοιχα οι εργαζόμενοι τοποθετούν ερωτήματα, απορίες, προτάσεις που τους απασχολούν και τους ενδιαφέρουν. Η διοργάνωση δράσεων «Μία ώρα για κουβέντα» είναι ωραίες συναντήσεις σε μικρές ομάδες 8 με 10 εργαζομένων της εταιρείας με μέλη διοικητικής ομάδας, οι οποίες δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19. Με σκοπό να διερευνηθεί η επίδραση αυτής σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο αυτή η προσπάθεια, η ανοικτή επικοινωνία κατά τη διάρκεια της πανδημίας παρουσιάστηκε με μία συχνότητα μηνιαίων διαδικτυακών συναντήσεων. Τέλος αξιοποιούνται όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την διάδοση στόχων και αποτελεσμάτων και την αμοιβαία επικοινωνία μεταξύ του καναλιού εταιρίας-κοινωνίας.

Αναλυτικότερα οι βασικές ομάδες ενδιαφερομένων μελών καθορίζονται στους μετόχους, τους πελάτες, τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, την επιχειρηματική κοινότητα, τις βιομηχανικές επιχειρηματικές ενώσεις, την τοπική και ευρύτερη κοινωνία (ΜΜΕ, ΜΚΟ, Τοπική Αυτοδιοίκηση), την πολιτεία και οι κανονιστικές αρχές.

Οι μέτοχοι επικοινωνούν μέσω της γενικής συνέλευσης σε ετήσια βάση και τα βασικά θέματα που προκύπτουν αφορούν:

1. Την προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας
2. Το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
3. Την προώθηση αξιών και συμπεριφορών
4. Τη μείωση της κατανάλωσης του νερού
5. Την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ

Οι πελάτες διαβουλεύονται και επικοινωνούν μέσω της ετήσιας έρευνας Voice of Customer, ανά περίπτωση σε συστηματικές και προκαθορισμένες επισκέψεις ανά έτος και μέσω της συνεχής γραμμής εξυπηρέτησης πελατών. Τα θέματα που προκύπτουν αφορούν:

1. Την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας
2. Την χρήση τοπικών πρώτων υλών γεωργίας
3. Τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
4. Την προώθηση αξιών και συμπεριφορών
5. Την δημιουργία οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων

Η επικοινωνία με τους καταναλωτές γίνεται μέσω της ετήσιας έρευνας φήμης, της έρευνας ανά brand, των ερευνών usage & attitude και της 24ώρης γραμμής Καταναλωτή. Τα βασικά θέματα που προκύπτουν είναι:

1. Ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
2. Η χρήση τοπικών πρώτων υλών Γεωργίας
3. Η προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας
4. Η προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ
5. Η χρήση πρώτων υλών εφόρου γεωργίας

Η επικοινωνία με τους εργαζόμενους γίνεται μέσω της ετήσιας έρευνας εργασιακού κλίματος, των εξαμηνιαίων συναντήσεων ανοιχτής επικοινωνίας και μηνιαίων για το 2020, της ετήσιας συνάντησης «Μία ώρα για κουβέντα» για το 2020 και έρευνες για θέματα πανδημίας και τηλεργασίας ανά περίπτωση για το 2020. Τα θέματα που συζητούνται είναι:

1. Η προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας
2. Ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
3. Η προώθηση αξιών και συμπεριφορών
4. Η δημιουργία Οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
5. Η χρήση πρώτων υλών αειφόρου γεωργίας

Οι προμηθευτές συναντιούνται με τοπικούς παραγωγούς και συνεργάτες-συγκεντρωτικές κριθαριού σε ετήσια βάση. Τα θέματα που συζητούνται είναι:

1. Η διασφάλιση της εφαρμογής υπεύθυνων πρακτικών στην εφοδιαστική αλυσίδα
2. Η προώθηση αξιών και συμπεριφορών
3. Η προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας

4. Η χρήση τοπικών πρώτων υλών γεωργίας
5. Η χρήση πρώτων υλών αειφόρου γεωργίας

Η επιχειρηματική κοινότητα (βιομηχανικές/ επιχειρηματικές ενώσεις) συμμετέχουν σε συνεδριάσεις επιμελητηρίων, επαγγελματικών και κλαδικών φορέων, ανά περίπτωση. Τους απασχολούν θέματα:

1. Δημιουργίας Οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
2. Προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας
3. Σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
4. Ο θετικός αντίκτυπος τις κοινωνίες προώθηση αξιών και συμπεριφορών

Η συνάντηση με την τοπική και ευρύτερη κοινωνία (ΜΜΕ,ΜΚΟ, τοπική αυτοδιοίκηση γίνεται με μεθόδους διαβουλεύσεις όπως η ετήσια έρευνα φήμης, οι συναντήσεις με φορείς και ΜΜΕ ανά περίπτωση και οι εξαμηνιαίες οργανωμένες συναντήσεις με δημοσιογράφους. Θέματα που συζητούνται είναι:

1. Ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
2. Ο θετικός αντίκτυπος στις κοινωνίες
3. Η δημιουργία οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
4. Η μείωση κατανάλωσης νερού
5. Η προώθηση Υγείας και Ασφάλειας

Τέλος, η πολιτεία και οι κανονιστικές αρχές συναντιούνται με την εταιρεία ανά περίπτωση για θέματα:

1. Την προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας
2. Τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
3. Την προώθησης αξιών και συμπεριφορών
4. Την δημιουργία οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
5. Την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ

3.2. Προτεραιότητες βιώσιμης ανάπτυξης

Η διαμόρφωση της στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη βασίστηκε στα διεθνή πρότυπα GRI και πιο συγκεκριμένα στην Αρχή της Ουσιαστικότητας, την Αρχή της Πληρότητας, την αρχή της Συμμετοχικότητας των ενδιαφερόμενων μελών και την αρχή του Πλαισίου βιώσιμης ανάπτυξης. Στο πλαίσιο της τήρησης των παραπάνω αρχών πραγματοποιήθηκε ανάλυση ουσιαστικότητας η οποία συνέβαλε στη διαμόρφωση της στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Η εταιρεία θεωρεί αυτά τα θέματα ως τα σημαντικότερα της λειτουργίας της αφού εκτίμησε ότι συσχετίζονται με τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών αλλά συνδέονται άμεσα και με τις ευρύτερες επιδράσεις στην Ελληνική οικονομία, στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Οι διεργασίες της ανάλυσης ουσιαστικότητας ολοκληρώθηκαν τον Απρίλιο του 2021 και διεξήχθησαν μέσα σε ένα πλαίσιο τριών φάσεων:

Φάση 1. Αναγνώριση

Στην πρώτη φάση της ανάλυσης ουσιαστικότητας συντάχθηκε μία λίστα από τα θέματα βιωσιμότητας που σχετίζονται με τις δραστηριότητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και βρίσκονται σε ευθυγράμμιση με τις προτεραιότητές της HEINEKEN τα οποία είτε επηρεάζουν τις αποφάσεις και αξιολόγησης των ενδιαφερομένων μερών της είτε αντικατοπτρίζουν ευρύτερες οικονομικές, περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές επιδράσεις της εταιρείας.

Φάση 2. Ιεράρχηση

Σε αυτή τη φάση της ανάλυσης πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά εσωτερική έρευνα με σκοπό να ιεραρχηθούν τα θέματα βιωσιμότητας ως προς το βαθμό που φαίνεται να επηρεάζουν τις αποφάσεις και αξιολόγησης των ενδιαφερομένων μερών και αντικατοπτρίζουν ευρύτερες οικονομικές περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές επιδράσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Φάση 3. Επικύρωση

Στο τελευταίο στάδιο επικυρώθηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας από τα μέλη της Ανώτατης διοίκησης της αθηναϊκής ζυθοποιίας και καθορίστηκαν 17 ουσιαστικά θέματα:

1. Χρήση πρώτων υλών αιεφόρου γεωργίας
2. Χρήση τοπικών πρώτων υλών γεωργίας
3. Διασφάλιση της εφαρμογής υπευθύνων πρακτικών στην εφοδιαστική αλυσίδα
4. Μείωση της κατανάλωσης νερού
5. Ορθή διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων
6. Μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου
7. Προώθηση της κυκλικής οικονομίας στη χρήση των υλικών
8. Προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ
9. Διασφάλιση συνεργασιών στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κατανάλωσης αλκοόλ
10. Βελτίωση της διαφάνειας στη σήμανση όσο αφορά στα συστατικά και τη διατροφική αξία των προϊόντων
11. Προώθηση καινοτόμων προϊόντων στην κατηγορία χαμηλής ή μηδενικής περιεκτικότητας σε αλκοόλ
12. Θετικός αντίκτυπος της κοινωνίας
13. Δημιουργία Οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
14. Προώθηση αξιών και συμπεριφορών. Λειτουργία της επιχείρησης με δικαιοσύνη εντιμότητα τήρηση των νόμων και των κανόνων και του κώδικα επιχειρησιακής δεοντολογίας
15. Υποστήριξη της συμπερίληψης και διαφορετικότητας

16. Σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
17. Προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας

3.3. Επιδράσεις δραστηριοτήτων

Οι δραστηριότητες της εταιρείας δημιουργούν οικονομικές κοινωνικές και ψυχολογικές επιδράσεις σε όλες τις φάσεις της παραγωγής. Η γεωργία, η βυνοποίηση, η παραγωγή μύρας, τα υλικά συσκευασίας, η ψύξη, η διανομή, η εμπορία και η κατανάλωση είναι οι βασικότερες φάσεις αλυσίδας αξίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τις οποίες προκαλούνται οι σημαντικότερες οικονομικές κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές επιδράσεις. Η υπεύθυνη διαχείριση των επιδράσεων είτε αυτές προκαλούνται από την εταιρεία είτε από τρίτους που σχετίζονται με τις δραστηριότητές της πριν ή μετά την παραγωγική διαδικασία αποτελεί τον πυρήνα της συνεισφοράς και δέσμευσης στη βιώσιμη ανάπτυξη. Η εταιρεία αναφέρεται στην όλη διαδικασία ως «Αλυσίδα αξίας»

Σε αυτή την αλυσίδα αξίας υπάρχουν 12 ουσιαστικά θέματα με ευρύτερες οικονομικές κοινωνικές /ή και περιβαλλοντολογικές επιδράσεις που προκαλούνται από αυτά, ενδιαφερόμενα μέλη που επηρεάζονται άμεσα από το θέμα, φάσεις αλυσίδας αξίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που προκαλούν σημαντικές, οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές επιδράσεις καθώς και ενδιαφερόμενα μέλη εκτός της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ενδέχεται να προκαλούν ή να συνδέονται με την πρόκληση των επιδράσεων. Αφορούν τις παρακάτω θεματικές:

1. Η χρήση πρώτων υλών αειφόρου γεωργίας
2. Η χρήση τοπικών πρώτων υλών Γεωργία
3. Η διασφάλιση της εφαρμογής υπεύθυνων πρακτικών στην εφοδιαστική αλυσίδα
4. Η μείωση κατανάλωσης νερού
5. Η ορθή διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων
6. Η μείωση εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου
7. Η προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ
8. Ο θετικός αντίκτυπος της κοινωνίας
9. Η δημιουργία οικονομικών και κοινωνικών επιδράσεων
10. Η προώθηση αξιών και συμπεριφορών (λειτουργία της επιχείρησης με δικαιοσύνη εντιμότητα τήρηση των νόμων και των κανόνων και του Κώδικα Επιχειρησιακής Δεοντολογίας)
11. Σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
12. Προώθηση της Υγείας και Ασφάλειας

Οι επιδράσεις των παραπάνω θεμάτων έχουμε άμεση σχέση με αξίες όπως υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή, η ζωή στη στεριά, η δράση για το κλίμα, η αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη, η καλή υγεία και ευημερία, η ισότητα των φύλων, λιγότερες ανισότητες, η ειρήνη και η δικαιοσύνη, οι ισχυροί θεσμοί, το καθαρό νερό και η αποχέτευση, η ζωή το νερό, βιώσιμη ανάπτυξη/επιχείρηση.

Τα ενδιαφερόμενα μέλη που επηρεάζονται άμεσα από αυτά τα θέματα είναι μέτοχοι πελάτες καταναλωτές προμηθευτές εργαζόμενοι επιχειρηματική κοινότητα τοπική και ευρύτερη κοινωνία πολιτεία και κανονιστικές αρχές.

3.4. Στόχοι ανάπτυξης 2020

Η στρατηγική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέχρι το 2020 εστίασε στους παρακάτω σημαντικούς τρεις άξονες προτεραιότητας περιβάλλον-κοινωνία-υπεύθυνη κατανάλωση:

Περιβάλλον

Βελτίωσε τις περιβαλλοντολογικές της επιδόσεις κατά τη διαδικασία παραγωγής και εμπορίας των προϊόντων α) μειώνοντας κατά 20% την κατανάλωση του νερού την τελευταία δεκαετία, β) μειώνοντας κατά 14% στις εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα στην παραγωγή από το 2013, γ) τοποθετώντας 100% πράσινα ψυγεία στην αγορά από το 2011, έχοντας θέσει σε εφαρμογή προγράμματα διαχείρισης υγρών αποβλήτων σε όλα τα εργοστάσια, δ) πετυχαίνοντας τη διαχείριση του 100% των στερεών αποβλήτων ώστε να μην καταλήγουν σε ΧΥΤΑ και ε) πιστοποίησε το 35% των συνολικών παραγομένων ποσοτήτων την εφαρμογή του προγράμματος Συμβολαϊκής Καλλιέργειας της εταιρείας ως προϊόντα ορθής γεωργικής πρακτικής/αειφόρου διαχείρισης.

Κοινωνία

Από το 2014 η εγχώρια παραγωγή των προϊόντων καλύπτεται με 100% ελληνικό κριθάρι μέσω του προγράμματος συμβολαϊκής καλλιέργειας. Από το 2008 ως σήμερα ως αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας είναι να στηρίζονται οικονομικά 2.000 Έλληνες παραγωγοί οι οικογένειές τους και να ενδυναμώνονται οι τοπικές κοινωνίες.

Παράλληλα, η επένδυση σε θέματα κουλτούρας και ασφάλειας της εταιρείας, με σκοπό να ενδυναμώσει και να προασπίσει τους ανθρώπους της και τους συνεργάτες της είχε σαν αποτέλεσμα το 2020 να έχει μηδενικά ατυχήματα.

Υπεύθυνη κατανάλωση

Με την ανάπτυξη υπευθύνων πρακτικών επικοινωνίας, σήμανσης, κατανάλωσης μπίρας αλλά και τη δυναμική συνεργασία με φορείς και άλλους εμπλεκόμενους ενισχύθηκε τον θετικό αντίκτυπο της αθηναϊκής ζυθοποιίας στην κοινωνία. Διατηρήθηκε η χρόνια συνεργασία με τη ΜΚΟ «Νηφάλιοι-στην υγεία μας». Και ταυτόχρονα υπάρχει συνεχής διάλογος και επικοινωνία με αρμόδιους φορείς σε σημαντικές θεματικές που έχουνε κάνουν με την οδική συμπεριφορά και την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.

Έχει θεσπίσει κανόνες αυτοδέσμευσης σε σχέση με την επικοινωνία και τη σήμανση των προϊόντων πάνω σε αυτά τα θέματα αξιοποιώντας κάθε χρόνο το 10% media budget της μάρκας HEINEKEN για την προβολή καμπανιών σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση. Τέλος διαθέτει 5 προϊόντα στην ελληνική αγορά χωρίς αλκοόλ.

3.5. Στόχοι ανάπτυξης 2030

Με τα μάτια στο μέλλον, η εταιρεία συνεχίζει να θέτει στόχους για την επόμενη δεκαετία ανά πυλώνα βιώσιμης ανάπτυξης. Ο σχεδιασμός της είναι πάλι κάτω από την ομπρέλα του περιβάλλοντος της κοινωνίας και της υπεύθυνης κατανάλωσης.

Όσο αφορά την προστασία του περιβάλλοντος η στοχοθεσία καθορίζεται:

1. Στο ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα προσπαθώντας να επιτευχθούν α) μηδενικές εκπομπές στην παραγωγή μέχρι το 2040 και β) 100% βιώσιμες πρώτες ύλες (λυκίσκος και κριθάρι) μέχρι το 2030.
2. Την ενίσχυση της κυκλικότητας με την μετατροπή αποβλήτων και την επαναχρησιμοποίηση και
3. Στις υγιείς λεκάνες απορροής (ύδατα) με την μείωση της μέσης χρήσης νερού στην παραγωγή κατά 31%, σε 2,1 hl/hl μέχρι το 2030.

Οι στόχοι για την κοινωνία αφορούν:

1. Την συμπερίληψη και διαφορετικότητα α) τοποθετώντας 30% γυναίκες σε διοικητικές θέσεις μέχρι το 2025 και 40% μέχρι το 2030 και β) εκπαιδεύοντας το 100% της διοίκησης σε θέματα ηγεσίας χωρίς αποκλεισμούς μέχρι το 2023.
2. Τον δίκαιο και ασφαλή χώρο εργασίας α) με τη δίκαιη αμοιβή για εργαζόμενους και κάλυψη των όποιων κενών μέχρι το 2023 β) τον ίδιο μισθό για την ίδια εργασία και αξιολόγηση των ενεργειών μέχρι το 2030, γ) τα δίκαια πρότυπα ζωής και εργασίας για εργαζόμενους τρίτων εταιρειών και δ) την ενίσχυση κουλτούρας για μηδενικά σοβαρά ατυχήματα στους χώρους εργασίας.
3. Τον θετικό αντίκτυπο στις κοινωνίες με την υλοποίηση μιας τουλάχιστον πρωτοβουλία με θετικό κοινωνικό αντιπηκτικό.

Οι στόχοι στο σημαντικό θέμα της υπεύθυνης κατανάλωσης οι στόχοι εστιάζονται:

1. Στα προϊόντα χωρίς αλκοόλ πάντα και παντού διαθέσιμα με την α) διατήρηση του διευρυμένου χαρτοφυλακίου προϊόντων χωρίς αλκοόλ και β) την διατήρηση της σαφήνειας και διαφάνειας στις πληροφορίες για τον καταναλωτή στο 100% των προϊόντων.
2. Στην αντιμετώπιση της κατάχρησης αλκοόλ διατηρώντας τουλάχιστον μια συνεργασία για την αντιμετώπιση της κατάχρησης αλκοόλ.
3. Στην προώθηση της θετικής εικόνας της υπεύθυνης κατανάλωσης με τη συνέχιση της επένδυσης 10% του media budget της μάρκας HEINEKEN σε καμπάνια υπεύθυνης κατανάλωσης.

4. Κοινωνία

4.1. Επενδύοντας στις τοπικές κοινωνίες

Η στήριξη των τοπικών κοινωνιών καθώς και γενικότερα της ελληνικής κοινωνίας αποτελεί ένα από τα βασικότερα μελήματα της αθηναϊκής ζυθοποιίας γενικότερα. Αναπτύσσεται μία σταθερή στήριξη όταν προκύπτουν θέματα ανάγκης πανδημίας ή φυσικές καταστροφές. Ταυτόχρονα η εταιρία συμμετέχει σε ηθικά ζητήματα που αφορούν τον κλάδο της μπίρας σε σχέση με την κοινωνική υπευθυνότητα όπως στο θέμα της υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ. Για τέτοιες φύσεως κοινωνικά θέματα, μέσω Εταιρικών Κοινωνικών Επενδύσεων (Corporate Social Investments) έχουν διοχετευθεί 117.000 ευρώ το 2019 και 190.000 χιλιάδες του 2020.

Υπολογίζοντας τα γραφεία και τις παραγωγικές μονάδες της Αθήνας, της Πάτρας και Θεσσαλονίκης και Λαμία και Κρήτη καθώς και του συνόλου των μικροεπιχειρήσεων που αφορούν τις πωλήσεις η εταιρεία απασχολεί περισσότερους από 800 εργαζόμενους σε όλη τη χώρα.

Παράλληλα το γεγονός ότι η προμήθεια της πρώτης ύλης του κριθαριού, γίνεται εξ' ολοκλήρου από την ελληνική γη εδώ και 13 χρόνια και είναι μία δέσμευση του προγράμματος της Συμβολαιακής Καλλιέργειας κριθαριού πιστοποιεί την αδιάκοπη στήριξη των τοπικών κοινωνιών, αλλά και της ελληνικής οικονομίας γενικότερα.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμεύεται για συνεχή στήριξη της κοινωνίας, η οποία παίρνει μορφή με πολλές δράσεις. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το 83% του συνολικού προϋπολογισμού του τμήματος προμηθειών ετησίως είναι ύστερα από συνεργασία με εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, η έμπρακτη υποστήριξη της κοινωνίας δίνεται με πολλαπλές δράσεις που παρατίθενται ως εξής:

Υποστήριξη στο πλαίσιο της πανδημίας

Ελήφθησαν μέτρα και πρωτοβουλίες βασισμένες στις εθνικές οδηγίες για την καταπολέμηση της εξάπλωσης του κορωνοϊού. Με σκοπό τη φροντίδα των ενδιαφερομένων μερών της εταιρίας αλλά και τη συμβολή στις προσπάθειες των υγειονομικών αρχών και της πολιτείας:

1. Δόθηκε δωρεά α) 100.000 масκών προς τον ΕΟΔΥ β) παροχή εμφιαλωμένου νερού σε ατομικά μπουκαλάκια στο ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό σε νοσοκομεία και γ) δωρεά προστατευτικών στολών μιας χρήσης στο πλαίσιο της στήριξης του δήμου Αθηναίων και της ΚΕΔΕ(κεντρική ένωση δήμων Ελλάδος).
2. Παρά τον περιορισμό της ζήτησης μπίρας λόγω των περιορισμών στην εστίαση η εταιρεία πιστή στις δεσμεύσεις της απορρόφησε το σύνολο των συμφωνημένων ποσοτήτων κριθαριού των παραγωγών που συμμετείχαν στο πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού.
3. Υποστήριξη την εστίαση για την επαναλειτουργία της, α) απολυμαίνοντας όλα τα συστήματα βαρελιού και β) εκδίδοντας ένα οδηγό εναρμονισμένο με τις

απαιτήσεις του ΕΟΠΥΥ με οδηγίες για κάθε επιχείρηση και με σκοπό τη διασφάλιση των εργαζομένων και κάθε ενδιαφερόμενου μέλους.

Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας

Μέσω του Προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας, στόχος της εταιρείας ήταν να στηρίξει στην Ελληνική Αγροτική οικονομία και κυρίως τον πρωτογενή αγροτικό τομέα. Από το 2008 που εγκαινιάστηκε το Πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού, για την παραγωγή Μπύρας, 2.000 καλλιεργητές παραδίδουν την παραγωγή τους στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Το 2014 ο στόχος, που είχε τεθεί στην αρχή του προγράμματος και ο οποίος ήταν να καλύπτονται οι ανάγκες της παραγωγής από 100% εγχώριο ελληνικό κριθάρι. επιτευχθεί Έτσι, προσφέρεται διέξοδο και προοπτική στην αγροτική παραγωγή και συμβάλλει η εταιρεία στην απασχόληση και στην ενδυνάμωση των ανθρώπων της ελληνικής περιφέρειας. Από το 2018 έως και το 2020 510.000 τόνου ελληνικού κριθαριού υψηλής ποιότητας έχει προμηθευτεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από το ελληνικό αγροτικό χωράφι.

Η αξιολόγηση και παρακολούθηση περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων, από την καλλιέργεια και την παραγωγή, γίνεται έλεγχος βάση προτύπου ISO 14001 :2015. Ο έλεγχος μελέτα την ατμοσφαιρική ρύπανση, την υποβάθμιση των υδάτων, την υποβάθμιση του εδάφους και την ανάλωση των πόρων που έχουν σχέση με τις παραγωγικές εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

Επιμορφωτικές δράσεις

1. Με στόχο την αύξηση της καλλιεργητικής απόδοσης εφαρμόζεται ένα πιλοτικό πρόγραμμα ψηφιακής τεχνολογίας και συμμετέχοντες τους καλλιεργητές Επίσης σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και τις μελέτες που πραγματοποιούνται από το 2011 σε χωράφια στην Ελλάδα μελετούνται νέες ποικιλίες κριθαριού προσαρμοσμένες στο Ελληνικό κλίμα. Αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών είναι να αυξηθούν οι καλλιεργητικές αποδόσεις κατά 30% μέχρι σήμερα.
2. Παράλληλα διοργανώνονται σεμινάρια με θέματα φυτοπροστασίας, τη χρήση λιπασμάτων, την καταπολέμηση ζιζανίων και πιστοποιήσεις από επιστήμονες των κλάδων, με σκοπό να ενημερώνονται οι παραγωγοί για τις τρέχουσες εξελίξεις. Συνολικά από το 2014 έχουν πραγματοποιηθεί 12 επιμορφωτικά σεμινάρια και στα οποία έχουν παρακολουθήσει 700 παραγωγοί.
3. Με το βλέμμα στραμμένο στους νέους παραγωγούς και στόχο μία νέα γενιά αγροτών με σύγχρονες γνώσεις καλλιέργειας και καινοτόμες αντιλήψεις στην αγροτική παραγωγή ένα πρόγραμμα υποτροφιών εντάσσεται στο στρατηγικό σχεδιασμό της εταιρείας. Στο πλαίσιο αυτό προσφέρθηκε μία πλήρη υποτροφία στο ΙΕΚ της αμερικανικής Γεωργικής Σχολής που αφορούσε την ειδικότητα «Διαχειριστής Γεωργοκτηνοτροφικών Εκμεταλλεύσεων» με έναρξη φοίτησης το 2020-2021.

4. Η εταιρεία υποστηρίζει το Orange Grove μία Πρωτοβουλία της Ολλανδικής Πρεσβείας στην Ελλάδα η οποία έχει σκοπό να υποστηρίξει start-up επιχειρήσεις στην Ελλάδα, και όσους θέλουν να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές δεξιότητές τους, να εκπαιδευτούν και να αποκτήσουν εμπειρίες.

4.2. Οικονομικός αντίκτυπος στην κοινωνία

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει ως στόχο να βάζει θετικό πρόσημο σε τομείς που έχουν σχέση με την ανάπτυξη, την καινοτομία και την επιχειρηματική αριστεία. Προάγει την βιώσιμη επιχειρηματικότητα επενδύοντας σε υπεύθυνες και γόνιμες συνεργασίες. Προσπαθεί να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία μέσα από τις δραστηριότητες της, να είναι αποτελεσματική και να συνεισφέρει στον Κρατικό Προϋπολογισμό με την καταβολή φόρων τελών και εισφορών. Η υλοποίηση του επενδυτικού της πλάνου αποτελεί μέρος της συλλογικής προσπάθειας ενίσχυσης της Ελληνικής οικονομίας.

Για την καταγραφή της προστιθέμενης αξίας πραγματοποιείται κάθε πέντε χρόνια μελέτη του κοινωνικοοικονομικού αντίκτυπου της εταιρείας και μαζί με τα αποτελέσματα των κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων που εξετάζουν οι διετείς εκθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης δημοσιοποιούνται μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της.

Η διαδικασία που ονομάζεται η «Ελληνική Διαδρομή» αναφέρεται στην παραγωγή των προϊόντων που ξεκινούν από το ελληνικό χωράφι στο οποίο καλλιεργείται το κριθάρι συνεχίζει στα βυνοποιεία και καταλήγει στα ζυθοποιεία όπου εκεί παράγονται τα προϊόντα. Επίσης από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, προμηθεύεται τα καπάκια, τις ετικέτες και τα κουτάκια. Όλη αυτή η διαδικασία ενισχύει την Ελληνική οικονομία και κοινωνία.

Παράλληλα, για τρίτη χρονιά προχώρησε σε εξαγωγή βύνης ελληνικού κριθαριού στις αγορές της Ιταλίας, Αλβανίας, Βόρειας Μακεδονίας και Βουλγαρίας ενώ από το 2019 τονι βύνης εξήχθησαν σε Αυστρία και Ισραήλ. Η αύξηση των εξαγωγών είχε στόχο να ισοβαθμίσει τη μειωμένη παραγωγή μύρας στον ελληνικό χώρο εξαιτίας των επιπτώσεων της πανδημίας. Οι εξαγωγές είναι δύσκολος τομέας και η πανδημία τον έχει επηρεάσει συνολικά. Το γεγονός όμως ότι επιτεύχθηκαν συμφωνίες, έρχεται να επιβεβαιώσει την υψηλή ποιότητα του κριθαριού που παράγεται μέσω του προγράμματος συμβολαιακής καλλιέργειας.

	2020	2019
Σύνολο υποχρεώσεων	€ 96.652.067	€ 80.242.437
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	€ 139.615.242	€ 132.314.988

4.3. Προώθηση αξιών και ορθών επιχειρηματικών πρακτικών

Ένα από τα στοιχεία που καθορίζουν μία υγιή εταιρεία είναι η επικοινωνία ανάμεσα στη διοίκηση, με τους εργαζόμενους και τους μετόχους αλλά και η διαφάνεια στις ενέργειές τους. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για αυτό το λόγο αναπτύσσει δομές και μηχανισμούς με σκοπό τη συμμετοχή και την επικοινωνία όλων των μελών. Όσο αφορά την επικοινωνία υλοποιεί ενέργειες αξιών και συμπεριφορών και διασφαλίζει την εφαρμογή υπεύθυνων πρακτικών στην εφοδιαστική αλυσίδα με στόχο τη διαφάνεια. Τέτοιες πρακτικές είναι: 1) ο καθορισμός του Κώδικα δεοντολογίας, 2) ο Κώδικας Προμηθευτή, 3) η πολιτική SPEAK UP, 4) η Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, 5) η διαφάνεια σε όλες τις διαδικασίες, 6) η διαδικασία αυτοελέγχου της διοίκησης και 7) η συνέπεια στις αρχές του υγιούς ανταγωνισμού.

Οι βασικές αρχές για να διεξάγονται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες με ακεραιότητα και δικαιοσύνη περιλαμβάνονται στον Κώδικα Δεοντολογίας. Εκεί καθορίζονται οι αρχές και οι κανόνες που κατευθύνουν τις εσωτερικές διαδικασίες αλλά και τις σχέσεις μεταξύ των συνεργατών με τις κρατικές αρχές. Ο κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας περιλαμβάνει:

- a) πολιτική αναγνώρισης κινδύνων διαφθοράς
- b) πολιτική σχετικά με τα δώρα ψυχαγωγία φιλοξενία
- c) πολιτική για δωροδοκία
- d) πολιτική για εμπιστευτικές πληροφορίες
- e) πολιτική σχετικά με σύγκρουση συμφερόντων
- f) πολιτική για την απάτη
- g) πολιτική για τον ανταγωνισμό
- h) πολιτική για τη νομιμοποίηση εσόδων από παράνομη δραστηριότητα

Στο πλαίσιο του Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας έχει σχεδιαστεί μία διαδικασία αξιολόγησης κινδύνων απάτης για την αποφυγή τους ή τις πιθανές επιπτώσεις στην εταιρεία από την πραγματοποίησή τους και τον περιορισμό αυτών των κινδύνων. Όπως αξιολογήθηκαν από την εταιρεία οι σοβαρές απάτες για το 2020 ήταν:

- a) ο κίνδυνος παράνομης έγκρισης πιστωτική ορίου σε πελάτες
- b) ο κίνδυνος υπεξαίρεσης κενών εμπορικών παγίων ενεργητικού
- c) ο κίνδυνος υπεξαίρεσης έτοιμου προϊόντος
- d) ο κίνδυνος παράνομης εγγραφής επιστρεφόμενου προϊόντος
- e) ο κίνδυνος παράνομων Επενδύσεων παροχών και εκπτώσεων σε έμμεσους και άμεσους χονδρεμπόρους πελάτες
- f) ο κίνδυνος παράνομης λογιστικής χειραγώγησης
- g) ο κίνδυνος χειραγώγησης υπηρεσιών κατασκευής και συντήρησης
- h) ο κίνδυνος υπεξαίρεσης του προωθητικού υλικού
- i) ο κίνδυνος παράνομης επεξεργασίας των πληροφοριών των πελατών
- j) ο κίνδυνος παράνομων Επενδύσεων παροχών μέσω εκούσιας Αποκάλυψης εμπιστευτικών πληροφοριών

Για κάθε κίνδυνο απάτης έχει καταρτιστεί ένα πλάνο ενεργειών για τον περιορισμό και την αποφυγή σχετιζόμενων περιστατικών απάτης, Επίσης κάθε χρόνο όλοι οι εργαζόμενοι εκπαιδεύονται στον κώδικα δεοντολογίας και στις πολιτικές του για την κατανόηση του περιεχομένου του αλλά και τη δέσμευση τους στην τήρηση αυτού.

1. Ο Κώδικας Προμηθευτή περιέχει όλες τις ισχύουσες νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις που πρέπει να τηρούνται από συνεργάτες, πελάτες και προμηθευτές .Επίσης παρέχεται στο Πλαίσιο Διαδικασίας Συνεργασίας με νέους προμηθευτές και υπογράφεται από τους ίδιους.
2. Η πολιτική SPEAK UP είναι μία προσπάθεια επικοινωνίας με τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες, με σκοπό την προσπάθεια ενός κλίματος δικαιοσύνης, σεβασμού στους νόμους της εταιρείας αλλά και τους γενικότερους Είναι μέρος του κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας και παροτρύνει τα μέλη να εκφράζουν με εχεμύθεια και εμπιστευτικότητα τυχόν προβληματισμού ή υποψίες που έχουν να κάνουν με την καταστρατήγηση του Κώδικα δεοντολογίας ή της ισχύουσας νομοθεσίας.
3. Η εταιρεία συμβαδίζει συνεχώς με την ισχύουσα νομοθεσία όσο αφορά την Προστασία Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα βάζοντας προτεραιότητα όλα τα προσωπικά δεδομένα τα οποία επεξεργάζεται.
4. Ο Εσωτερικός Έλεγχος αφορά όλες τις διαδικασίες που εφαρμόζονται στην εταιρεία και είναι ανεξάρτητο τμήμα της αθηναϊκής ζυθοποιίας υποστηρίζει το έργο της διοίκησης διενεργώντας ειδικούς ελέγχους σε περιπτώσεις διασφάλιση συμμόρφωσης των αποφάσεων της διοίκησης, με τους εσωτερικούς κανόνες και τους νόμους κώδικας δεοντολογίας (Νόμος περί ανταγωνισμού πολιτική αλκοόλ).
5. Οι διαδικασίες αυτοελέγχου της διοίκησης έχουν σκοπό να επιβεβαιώσουν αν τηρούνται οι εταιρικοί κανόνες και διαδικασίες από τα μέλη της ομάδας διοίκησης Για αυτό το σκοπό έχουν αναπτυχθεί ερωτηματολόγια αυτοελέγχου self-assessment, τα οποία καλούνται να συμπληρώσουν κάθε χρόνο τα μέλη της ομάδας Διοίκηση
6. Η συνέπεια στις αρχές του υγιούς ανταγωνισμού είναι κινητήριος δύναμη για την εταιρεία. Η λειτουργία της σε συμμόρφωση με την Ελληνική και Ευρωπαϊκή Νομοθεσία σε θέματα ανταγωνισμού και η πιστή τήρηση των νόμων και των κανόνων της αγοράς, είναι ένα ουσιαστικό ζητούμενο. Εφαρμόζονται αρχές και κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης και ενημερώνονται και εκπαιδεύονται οι εργαζόμενοι ώστε να αποφεύγονται πρακτικές και συμπεριφορές που βλάπτουν τον υγιή ανταγωνισμό. Επίσης δημιουργήθηκε ειδικό έντυπο για τη νομοθεσία περί αθέμιτου ανταγωνισμού και τη σημασία της συμμόρφωσης με τις ρυθμίσεις που περιλαμβάνει. Τέλος, οι πολιτικές στη διεύθυνση πωλήσεων για λόγους τήρησης της αρχής της διαφάνειας υπό το πρίσμα των κανόνων του δικαίου ανταγωνισμού βρίσκονται σε διαρκή ανανέωση και αξιολόγηση.

Με βάση όλων των παραπάνω ενεργειών η εταιρεία κατά την περίοδο 2019-2020 παρουσίασε μηδενικό ποσοστό επιβεβαιωμένων περιστατικών διαφθοράς και μηδενικό αριθμό δικαστικών υποθέσεων. Εμφανίζει μόνο μία εκκρεμή εκδίκαση διοικητικού ποινικού και αστικού σκέλους της υπ' αρ. 590/ 2014 απόφασης της

επιτροπής ανταγωνισμού με την οποία διαπιστώθηκε και επιβλήθηκε πρόστιμο προς αυτήν για παράβαση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Τέλος, σε αυτή την περίοδο δεν υπήρξαν πρόστιμα οι κυρώσεις για τη μη συμμόρφωση με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς σε οικονομικό και κοινωνικό πλαίσιο.

4.4. Ανθρώπινα δικαιώματα στην εργασία

Η πολιτική της εταιρείας βασισμένη πάνω τα διεθνή πρότυπα θεωρεί ουσιαστικό το θέμα του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Το 2020 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπέγραψε τη Χάρτα Διαφορετικότητας, μία Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Στις αρχές του Κώδικα Δεοντολογίας της η δέσμευση των εργαζομένων να σέβονται την αξιοπρέπεια της ανθρώπινης υπόστασης είναι απαίτηση. Οι εργαζόμενοι συμμορφώνονται με τις αρχές της εταιρείας και ενθαρρύνονται με την παρέμβαση της Speak up, όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη, οι εργαζόμενοι, οι συνεργάτες, οι προμηθευτές, οι πελάτες να μιλούν για πιθανές παραβιάσεις ή καταπατήσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Γενικότερα καλλιεργείται κλίμα ο σέβεται την ποικιλομορφία και προωθεί την ενσωμάτωση αντιμετωπίζοντας τους ανθρώπους με ισότητα δικαιοσύνη και σεβασμό χωρίς διακρίσεις. Επιβραβεύεται η προσπάθεια με βάση την αρχή της ισότητας των ευκαιριών χωρίς διάκριση βάση φυλής χρώματος, φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, θρησκείας, κοινωνικής προέλευσης, ηλικίας και πιθανής αναπηρίας.

Στο ίδιο μοτίβο και ο Κώδικας Προμηθευτή παροτρύνει προμηθευτές να αποκρίνονται στα ελάχιστα πρότυπα σεβασμού της αξιοπρέπειας προς όλους. Επίσης στο κοινωνικό συμβόλαιο εμπεριέχονται συμβάσεις που υπογράφονται από την εταιρεία, με σκοπό να ανταποκρίνονται στην υγεία και την ασφάλεια, την εργατική και την ασφαλιστική νομοθεσία των συνεργατών.

Σε όλο το κομμάτι της παραγωγικής διαδικασίας η παιδική εργασία προστατεύετε σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων. Για την περίοδο 2019 2020 δεν υπήρξε κανένα καταγεγραμμένο περιστατικό εμφάνισης παιδικής εργασίας εντός της εταιρείας, αλλά και στις άλλες συνεργαζόμενες. Στον κώδικα προμηθευτή, τον οποίο δεσμεύονται να υπογράψουν όλοι οι προμηθευτές, δεσμεύονται να σέβονται τα δικαιώματα του παιδιού, όπως προορίζονται στη σύμβαση για τα Δικαιώματα του Παιδιού (δικαίωμα στην εκπαίδευση, στην ανάπαυση, στο παιχνίδι στην κάλυψη των αναγκών). Ο προμηθευτής οφείλει να μην επιτρέπει την παιδική εργασία στις εγκαταστάσεις του και να ακολουθεί τον ορισμό του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ΔΟΕ-ILO) για την ελάχιστη ηλικία εισόδου και απασχόληση στην εργασία. Τα παιδιά προστατεύονται μέχρι 15 ετών να ολοκληρώνουν την υποχρεωτική σχολική φοίτηση και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να απασχολούνται ή να εργάζονται κάτω από αυτήν. Σε περίπτωση που είναι η νομοθεσία ορίζει μεγαλύτερη ηλικία για την παιδική εργασία ο προμηθευτής οφείλει να τη σεβαστεί.

Επιπλέον, ο προμηθευτής οφείλει να αναγνωρίζει το δικαίωμα στον επαρκή χρόνο ξεκούρασης και ψυχαγωγίας των εργαζομένων, να συμμορφώνεται πάντα με τους τοπικούς νόμους και κανονισμούς, όσο αφορά το ωράριο εργασίας και τις υπερωρίες και να καταβάλει δίκαιους μισθούς σύμφωνα με το νόμιμο κατώτατο μισθό, όπως αυτός προβλέπεται στις χώρες που δραστηριοποιούνται. Εάν αυτό δεν είναι εφικτό ο προμηθευτής οφείλει να καταβάλλει προσπάθειες επαρκούς μισθού ώστε να διασφαλίσει ένα αξιοπρεπές βιοτικό επίπεδο στους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους. Τέλος ο κώδικας δεοντολογίας δεσμεύει τους προμηθευτές στην ελεύθερη κυκλοφορία και την απαγόρευση της καταναγκαστικής εργασίας.

Για να επιτύχει η εταιρεία την εμπέδωση του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στους εργαζόμενους της, θεωρεί απαραίτητο να τους εκπαιδεύσει σε αυτές τις πολιτικές και τις διαδικασίες. Έτσι ο συνολικός αριθμός ωρών που αφιερώνεται σε εκπαίδευση για τα ανθρώπινα δικαιώματα σχετικές με τις λειτουργίες της εταιρείας το 2019 έφτασε τις 280 και το 2020 στις 190. Όσο για το ποσοστό των εργαζομένων που εκπαιδεύτηκαν άγγιξε το 86% του 2019 για το 84% του 2020. Το μειωμένο ποσοστό που παρατηρείται από τη μία χρονιά στην άλλη οφείλεται τις επιπτώσεις της πανδημίας και στο πρόβλημα της δια ζώσης επικοινωνίας που προκάλεσε αυτή.

4.5. Ασφαλής χώρος εργασίας

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θέτει ως βασική προτεραιότητα την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων και επιδιώκει μία συντονισμένη προσπάθεια διοίκησης και εργαζομένων. Οι τομείς στους οποίους επικεντρώνεται είναι:

- a) η περίοδος της αντιμετώπισης της πανδημίας COVID 19
- b) τα συστήματα διαχείρισης Υγείας και Ασφάλειας στο χώρο εργασίας
- c) την αναγνώριση κινδύνου εκτίμησης ρίσκου και διερεύνηση περιστατικών
- d) η επικοινωνία η συμμετοχή και συμβουλευτική των εργαζομένων σε θέματα Υγείας και Ασφάλειας στην εργασία
- e) η εκπαίδευση εργαζομένων σε θέματα Υγείας και Αασφάλειας
- f) τομέας των υπηρεσιών υγείας στο χώρο εργασίας
- g) η υποστήριξη της υγείας των εργαζομένων στην πρόληψη και μετριασμό των επιπτώσεων που συνδέονται άμεσα με την εργασία στην υγεία και στην ασφάλεια αυτών.

Από την αρχή της πανελλήνιας η εταιρεία ήταν από τις πρώτες που έλαβαν μέτρα για την προστασία των ενδιαφερόμενων μερών προσπαθώντας να διατηρήσει κτήμα Μάλι Τέρη λειτουργία της σχηματίστηκε από το Φεβρουάριο του 2020 η ομάδα διαχείρισης κρίσης η οποία παρακολουθούσε όλες τις οδηγίες και τα μέτρα πρόληψης που εξήγγειλε Η πολιτεία και συνεργαζόταν με τους ιατρούς κάθε εγκατάστασης υλοποιώντας άμεσα σενάρια διαχείρισης κρίσης δόθηκε η άδεια στις ευπαθείς ομάδες πριν ακόμα εξαγγελθεί από την πολιτεία να παραμείνουν στο σπίτι τους με σκοπό την ασφάλεια του και ενώ οι εργαζόμενοι εργάζονταν μέχρι εργασία

ή δεν εργάζονταν πάλι φυσική τους παρουσία ήταν απαραίτητη υπήρχε πλήρη μισθολογική κάλυψη.

Ταυτόχρονα πραγματοποιούνταν τακτικές ενημερώσεις σχετικές με τα δεδομένα και τα μέτρα προφύλαξης και συντάχθηκε ένα αυστηρό πρωτόκολλο διαχείρισης κρουσμάτων και επαφών και επίσης πάρθηκαν επιπλέον μέτρα ασφαλείας και Προστασίας εγκατάστασης την ίδια περίοδο η μεταφορά των εργαζομένων με πλοία αεροπλάνα τάχθηκε με σκοπό να διασφαλιστεί η υγεία του ανθρώπου.

Η περίοδος της αντιμετώπισης της πανδημίας COVID 19

Από την αρχή της πανδημίας όταν εφαρμόστηκε το πρώτο lockdown η εταιρία ζήτησε από τους εργαζόμενους που επισκέπτονταν την αγορά να επικοινωνούν τηλεφωνικά με τους πελάτες. Η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων που εργάζονται σε εγκαταστάσεις εργάζονταν εκ περιτροπής και την ίδια στιγμή οι παραγωγικές εγκαταστάσεις λειτουργούσαν με το ελάχιστο δυνατό προσωπικό έχοντας όμως εξασφαλίσει τα αποθέματα ζήτησης.

Με τη λήξη του lockdown και την επιστροφή των εργαζομένων στην αγορά της εγκατάστασης πραγματοποιήθηκε εκπαίδευση και πληροφόρηση για το πώς θα προφυλαχτούν κατά την άσκηση των καθηκόντων του ενημερώθηκαν για τα προγράμματα απολύμανσης των εγκαταστάσεων αλλά και πιθανές ανασφαλείς συνθήκες σε συνεργασία τους με τους πελάτες. Γενικότερα η εταιρία από την αρχή της πανδημίας προσηλώθηκε όχι μόνο να εφαρμόζει τις οδηγίες της πολιτείας αλλά σε αρκετές περιπτώσεις να άρει αυστηρότερα μέτρα με σκοπό να εξασφαλίσει την υγεία των εργαζομένων της.

Με σεβασμό στον άνθρωπο και το δικαίωμα στην εργασία, παρά τις σημαντικές επιπτώσεις και τη μειωμένη ζήτηση της μύρας στην αγορά κανένας εργαζόμενος δεν τέθηκε σε αναστολή σύμβασης και όλοι είχαν πλήρη μισθολογικές κάλυψη. Επίσης μισθολογικά καλύφθηκαν και όσοι εργαζόμενοι νόσησαν ειδικά σε νοσοκομείο λόγω επιβεβαιωμένου κρούσματος COVID 19. Ο στόχος ήταν να μην υπάρξει κανένα αντικίνητρο για έγκαιρη ενημέρωση πιθανού κρούσματος, ώστε να υπάρξει άμεσα διαχείριση. Για τον ίδιο λόγο το τεστ ιχνηλάτησης των εργαζομένων καλύφθηκε για όλο το 2020 από στο 100% της εταιρείας.

Συστήματα διαχείρισης Υγείας και Ασφάλειας

Στο χώρο εργασίας η υγεία και η ασφάλεια είναι από τους πρώτους άξονες επισταμένης προσοχής της εταιρείας προς τους εργαζομένους, εφαρμόζοντας το πρότυπο OHSAS 18001. Για την ασφάλεια και την υγεία και για την σωστή εφαρμογή πιστοποιείται το πρόγραμμα από επίσημο φορέα κάθε χρόνο. Η συνολική προσπάθεια της εταιρείας να εφαρμόσει ένα σύστημα διαχείρισης Υγείας και Ασφάλειας στόχο έχει να προάγει και να διατηρήσει τα υψηλότερα επίπεδα σε αυτούς τους τομείς, δημιουργώντας συνθήκες προς αποφυγή ή τον περιορισμό εργασιακών ατυχημάτων η επαγγελματικών και με ότι αρνητικό μπορεί να συμβεί κατά τη διάρκεια της εργασίας σε σχέση με την υγεία και την ασφάλεια.

Το πρότυπο αυτό αφορά το σύνολο των εργαζομένων που δουλεύουν σε όλες τις μονάδες της εταιρείας, αλλά και για όσους εισέρχονται σε αυτή, ακόμα σε όσους την επισκέπτονται. Ακολουθεί όλες τις νομικές υποθέσεις για την υγεία και ασφάλεια και στο πλαίσιο αυτού του προτύπου προβλέπονται:

1. ο εντοπισμός και η καταγραφή όλων των πιθανών κινδύνων που μπορεί να βλάψουν την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων
2. η λήψη μέτρων εξάλειψη ή σημαντικής μείωσης του όποιου πιθανού κινδύνου
3. την ενημέρωση και εκπαίδευση όλων των εργαζομένων σε σχέση με τους κινδύνους και τα μέτρα προστασίας
4. η διάθεση των απαραίτητων πόρων για τη συνεχή βελτίωση του συστήματος Υγείας και Ασφάλειας
5. η παρακολούθηση της βελτίωσης του συστήματος Υγείας και Ασφάλειας με αντίστοιχους δείκτες απόδοσης

Αναγνώριση κινδύνων εκτίμηση ρίσκου για διερεύνηση περιστατικών

Λαμβάνοντας υπόψη τυχόν συμβάντα ατυχημάτων ή μικροτραυματισμών κατά τη διάρκεια της εργασίας, δημιουργήθηκε η ανάγκη να αναπτυχθεί ένα σύστημα αντιμετώπισης και αξιολόγησης πιθανών κινδύνων της Υγείας και Ασφάλειας των εργαζομένων. Το σύστημα καταγράφει τις δραστηριότητες των ανθρώπων και των μηχανημάτων στην εργασία αλλά καταγράφει και τους πιθανούς κινδύνους σε σχέση με αυτή. Με τη συμμετοχή Ιατρού Εργασίας και Τεχνικού Ασφαλείας έμπειρους και πιστοποιημένους αξιολογείται συχνά το περιβάλλον εργασίας και αναπροσαρμόζονται τα μέτρα προστασίας με σκοπό να βελτιωθούν οι συνθήκες του. Με αυτό τον στόχο εφαρμόζεται η πρακτική της Σωστής Ιεράρχησης (Hierarchy of controls) για την αξιολόγηση και τη λήψη μέτρων προστασίας. Σύμφωνα με αυτή η προτεραιότητα στρέφεται στα παρακάτω μέρη προστασίας:

1. στην εξάλειψη του κινδύνου είτε με απομάκρυνση του εργαζόμενου από την επικίνδυνη περιοχή είτε με την απομάκρυνση της πηγής κινδύνου
2. αντικατάσταση του κινδύνου με κινδύνου χαμηλότερου ρίσκου ή συνεπειών
3. μηχανική αποτροπή έκθεσης των εργαζομένων στον κίνδυνο με φυσική απομόνωση κινδύνου
4. διαδικασίες οδηγίες που ακολουθούν οι εργαζόμενοι για τη μη έκθεση στον κίνδυνο
5. χρήση μέσων ατομικής προστασίας για τη μείωση των οποίων πιθανής έκθεσης στον κίνδυνο

Ύστερα από την μελέτη πιθανών συμβάντων, ατυχημάτων και των μικροτραυματισμών που έχουν καταγραφεί στους χώρους εργασίας, το σύστημα Υγείας και Ασφάλειας επανεξετάζεται και επαναξιολογείται. Μετά τη διερεύνηση εφαρμόζονται απαραίτητα διορθωτικά μέτρα έτσι ώστε οι συνθήκες να είναι βελτιωμένες και να μην επανεμφανιστεί ο ίδιος κίνδυνος. Κατά την περίοδο 2019-2020 οι τραυματισμοί που καταγράφηκαν στους χώρους εργασίας ήταν το γλίστρημα, τσίμπημα εντόμου, γδάρισμα, επαφή με υπολείμματα χημικών, κόψιμο

από αιχμηρό αντικείμενο, οδικό ατύχημα, επαφή με θερμή επιφάνεια και η θραύση φιάλης δείγματος.

Παράλληλα ο γιατρός εργασίας αξιολογεί την υγεία των εργαζομένων και εκδίδει τα αντίστοιχα πιστοποιητικά καταλληλότητας για όλους. Εάν οι συνθήκες του εργαζομένου αλλάξουν ή μεταβληθεί η κατάσταση της υγείας του, τότε επαναξιολογείται η καταλληλότητα της εργασιακής θέσης. Εάν ο εργαζόμενος ζητήσει να αλλάξει θέση για λόγους προσωπικής σου υγείας, τότε σε συνεργασία με τον Ιατρό Εργασίας συζητούν για την από κοινού εκ νέου θέση εργασίας. Τέλος οι εργαζόμενοι ακολουθούν τακτικό πρόγραμμα ιατρικών εξετάσεων για το οποίο η εταιρεία διατηρεί αρχείο.

Επικοινωνία, συμμετοχή και συμβουλευτική εργαζομένων σε θέματα υγείας ασφαλείας και Εργασίας

Στους εργαζόμενους παρέχονται δυνατότητες που μπορούν να αξιοποιήσουν με σκοπό την ενημέρωση και επικοινωνία με τη διοίκηση για προβλήματα που αφορούν την υγεία και την ασφάλειά τους. Αρχικά έχουν εκλεγμένη επιτροπή Υγείας και Ασφάλειας στην εργασία που τους εκπροσωπεί στις συναντήσεις με τα αρμόδια διοικητικά μέλη, συμμετέχοντας και ο Τεχνικός ασφαλείας και ο Ιατρός εργασίας. Πραγματοποιούνται συναντήσεις- συσκέψεις σε τακτικά χρονικά διαστήματα και η επιτροπή έχει την αρμοδιότητα να αναπροσαρμόζει τις συνθήκες με σκοπό το βελτιωμένο εργασιακό περιβάλλον. Η επιτροπή αξιολογεί:

1. τις υφιστάμενες συνθήκες εργασίας και τα μέτρα ασφαλείας
2. προτείνει βελτιωτικές ενέργειες με σκοπό την πρόληψη των κινδύνων και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας
3. αξιολογεί τα μέτρα για τις συνθήκες ασφαλείας σε νέες δραστηριότητες ή σε τροποποιήσεις των ήδη υπαρχόντων

Εκτός τις ενέργειες της παραπάνω επιτροπής οι εργαζόμενοι ατομικά μπορούν να καταγράψουν και να επικοινωνήσουν με την εταιρεία τις πιθανές συνθήκες εργασίας που ενδέχεται να τους προβληματίζουν με τους εξής τρόπους:

1. τη καταγραφή σήμανσης ασφαλείας (safety tag) πόσο στην ηλεκτρονική πλατφόρμα (One2improve) όσο και σε χειρόγραφο καρτελάκι
2. την αναφορά κατά τη διάρκεια της Καθημερινής συναντήσεως της ομάδας(Daily Control System) η οποία πάντα ξεκινάει με πρώτο θέμα την υγεία και την ασφάλεια
3. την προφορική ενημέρωση στους επικεφαλής του Τμήματος για τον Τεχνικό ασφαλείας

Εκπαίδευση εργαζομένων σε θέματα Υγείας και Ασφάλειας στην εργασία

Η εταιρεία θεωρεί ότι η εκπαίδευση των εργαζομένων της είναι προς το συμφέρον αυτής και θέματα που έχουν σχέση με την υγεία και την ασφάλεια μπορούν να επικοινωνούνται με τους εργαζόμενους με ένα πλάνο πολλαπλών εκπαιδεύσεων. Οι

εκπαιδευτικές ενημερώσεις πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα και αυτές περιλαμβάνουν τα παρακάτω θέματα.

1. ενημέρωση για πιθανούς κινδύνους σε χώρους γραφείων αλλά και κοινόχρηστους χώρους
2. βασική εκπαίδευση για την αντιμετώπιση καταστάσεων εκτάκτων αναγκών
3. ειδική εκπαίδευση για κάθε θέση εργασίας ξεχωριστά ενημερώνοντας τους εργαζόμενους για κινδύνους και μέτρα προφύλαξης για τη συγκεκριμένη θέση
4. ενημέρωση πάνω σε ήδη καταγεγραμμένα συμβάντα ατυχημάτων και παρατηρήσεις για την ασφαλή συμπεριφορά των ομάδων εργασιών.
5. ύπαρξη ομάδας ειδικών σε θέματα ασφάλειας οι οποίοι κάνουν εκπαίδευσης εξειδικευμένου χαρακτήρα και ο στόχος είναι ο εντοπισμός και αξιολόγηση ρίσκου
6. εκπαίδευση και άσκηση ανά ομάδες σε θέματα πυρασφάλειας και ομάδες και σε διαχείριση εκτάκτων αναγκών

Υπηρεσίες υγείας στον χώρο εργασίας

Η εταιρεία παρέχει δωρεάν ιατρική ασφάλεια για εξετάσεις και ιατρικές επισκέψεις τόσο στους εργαζόμενους όσο και στην οικογένειά τους. Το πλάνο των εξετάσεων είναι ειδικά προσαρμοσμένο στη θέση εργασίας και ανάλογα με την ηλικία του εργαζομένου. Σε περίπτωση που ο Γιατρός εργασίας αξιολογήσει ότι είναι επιβεβλημένο, δίνεται η δυνατότητα για εξειδικευμένες εξετάσεις. Τα αποτελέσματα αυτών δίνονται στον ενδιαφερόμενο και καταχωρούνται στον Ιατρικό φάκελο της εταιρείας.

Παράλληλα σε εγκαταστάσεις με υψηλό ρίσκο ατυχήματος και η πρόσβαση στα νοσοκομεία δεν είναι άμεση διατηρείται μονάδα πρώτων βοηθειών επανδρωμένη με εκπαιδευμένο προσωπικό.

Υποστήριξη της υγείας των εργαζομένων

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ενδιαφέρεται για το σύνολο της υγείας τόσο εργαζομένων τόσο της σωματικής όσο και της ψυχολογικής. Διατηρεί τηλεφωνική γραμμή ψυχολογικής στήριξης με σκοπό να ενισχύσει όποιον εργαζόμενο η μέλος της οικογένειάς του χρειάζεται υποστήριξη σε δεδομένη στιγμή προσφέροντας συμβουλές διαχείρισης προβλήματος. Η επικοινωνία με τους εξωτερικούς σύμβουλος ψυχολογίας είναι ανώνυμη.

Επιπροσθέτως παρέχονται δωρεάν προγράμματα ενημέρωσης διατροφής και σωματικής υγείας και επίσης παρέχονται προγράμματα εκγύμνασης με στόχο την διαβίου άσκηση.

Τέλος για την προαγωγή της υγιεινής διατροφής στα εστιατόρια των εγκαταστάσεων η παρασκευή των γευμάτων είναι υπό την επίβλεψη ειδικού διατροφολόγου.

Πρόληψη και μετριασμός των επιπτώσεων που συνδέονται με την εργασία στην υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε θέματα ασφάλειας και πρόληψη έχει θεσπίσει κανόνες με την έκφραση «Οι 12 κανόνες που σώζουν ζωές», με σκοπό να δώσουν ασφαλείς οδηγίες συμπεριφοράς κατά τη διάρκεια των εργασιών και δραστηριοτήτων στους εργαζόμενους. Οι οδηγίες έχουν την μορφή απλών προτάσεων και μία εικόνα συνοδεύει κάθε οδηγία με σκοπό την εκπαίδευση και εμπέδωση αυτών:

1. Μείνε νηφάλιος και χωρίς την επίδραση ουσιών
2. Φόρεσε ζώνη οδήγησης η κράνος
3. Χρησιμοποίησε ένα όχημα μόνο όταν έχεις τη σχετική άδεια
4. Ακολούθησε τη διαδικασία για το CO2 όταν απαιτείται
5. Λάβε άδεια πριν εισέλθεις σε περιορισμένο χώρο
6. Λάβε άδεια πριν ξεκινήσεις οποιαδήποτε δραστηριότητα Θέρμης εργασίας
7. Χρησιμοποίησε το κινητό μόνο σε λειτουργία hands-free
8. Οδήγησε τηρώντας τα όρια ταχύτητας
9. ΛΟΤΟ προχώρησε σε κλείδωμα και επίσης η επισήμανση πριν ξεκινήσεις να εργάζεσαι Σε μηχανήματα η εξοπλισμό
10. Προστάτεψε τον εαυτό σου όταν εργάζεσαι σε χημικές ουσίες
11. Προστάτεψε τον εαυτό σου έναντι πτώσης όταν εργάζεσαι σε ύψος
12. Οδήγησε τα περνοφόρα οχήματα με ασφάλεια



Παράλληλα έχει ενεργοποιηθεί ειδικό πρόγραμμα για την υπεύθυνη κατανάλωση των προϊόντων της αθηναϊκής ζυθοποιίας σε αυτό έχουν ενταχθεί μη αλκοολούχα μπίρες Όστε οι καταναλωτές και οι εργαζόμενοι να απολαμβάνουν τα προϊόντα χωρίς να θέτουν σε κίνδυνο τις ζωές τους αλλά και τις ζωές των άλλων οδηγώντας με υπευθυνότητα.

Η εταιρεία δεν φροντίζει μόνο για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων αλλά ενδιαφέρεται και για τους εργαζόμενους των εργολάβων κατά μέσο όρο 280 εργαζόμενοι εργολάβων το 30% εργάζονται κάτω από το αντίστοιχο σύστημα Υγείας και Ασφάλειας φοβερή την ισχύουσα νομοθεσία η εφαρμογή του συστήματος επιθεωρείται τακτικά από την εταιρεία και πραγματοποιούνται αξιολόγησης της απόδοσης τους.

5. Περιβάλλον

5.1. Ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα

Η επιστημονική κοινότητα είναι πλέον βέβαιη, ότι το διοξείδιο του άνθρακα που παράγεται από την ανθρώπινη δραστηριότητα προκαλεί το «φαινόμενο του θερμοκηπίου». Οι αυξημένες εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα ευθύνονται για την κλιματική αλλαγή και αυτό γιατί οι παραπάνω ποσότητες αερίων, οι οποίες παράγονται από την έντονη βιομηχανική παγκόσμια δραστηριότητα εγκλωβίζονται στην ατμόσφαιρα της γης αυξάνοντας δραματικά την θερμοκρασία της.

Στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία η μείωση των αερίων και εξοικονόμηση ενέργειας είναι βασικές δεσμεύσεις επιδιώκοντας να παράγονται προϊόντα με τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση στο περιβάλλον. Η πολιτική της για την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων, του περιβάλλοντος, της ασφάλειας και την υγείας των εργαζομένων εκφράζεται μέσα από πέντε αρχές:

1. την υιοθέτηση της καλύτερης διαθέσιμης και οικονομικά βιώσιμης περιβαλλοντολογικής τεχνολογίας
2. την εφαρμογή ολοκληρωμένου συστήματος ελέγχου περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων από την TUV Austria κατά ISO 1400:2015
3. την υιοθέτηση ελληνικών και ευρωπαϊκών νόμων και κανονισμών και άλλων υποχρεώσεων
4. την εφαρμογή ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης κινδύνων
5. την ανάλυση επικινδυνότητας για την προστασία του περιβάλλοντος

Ο Όμιλος HEINEKEN και παρακολουθεί τις διεθνείς πρακτικές για θέματα εξοικονόμησης ενέργειας και ελέγχου καυσαερίων, θέτει κάθε χρόνο μετρήσιμους και συγκεκριμένους στόχους για την παραγωγή των προϊόντων του και παρακολουθεί σε μηνιαία βάση τις επιδόσεις, με σκοπό να κάνει έγκαιρα διορθωτικές αλλαγές.

Η κατανάλωση ενέργειας που απαιτείται για τις δραστηριότητες κατά την παραγωγική διαδικασία από το χωράφι στο ράφι ελέγχεται και αξιολογείται από την εταιρεία. Έχει τη μορφή της θερμικής και της ηλεκτρικής ενέργειας και τα αποτελέσματα των χρήσεων τους, μελετώνται, αναλύονται και γίνονται προσπάθειες διορθωτικών βελτιώσεων, με σκοπό το θετικό αποτύπωμα στο περιβάλλον.

Η θερμική ενέργεια με τη μορφή ατμού χρησιμοποιείται σε πολλά στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Αυτές οι διεργασίες όμως απαιτούν κατανάλωση καυσίμων και όσο τούτου εκπέμπονται μεγάλες ποσότητες διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Η μείωση της θερμικής ενέργειας στην παραγωγική διαδικασία είναι στόχευση της εταιρείας. Καταγράφονται διαρκώς τα κιλά του διοξειδίου του άνθρακα που εκπέμπονται ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος μέσα από την μεθοδολογία Total Production Management και ελέγχεται βήμα-βήμα όλη η διαδικασία, με σκοπό στην αξιολόγηση να υπάρχει πρόοδος ή εντοπίζονται κενά στο ζητούμενο στόχο και τέλος καταρτίζονται ομάδες για να μελετήσουν τα αποτελέσματα ώστε να προχωρήσουν σε βελτιώσεις.

Η ηλεκτρική ενέργεια είναι απαραίτητη για τη λειτουργία των μηχανημάτων των εργοστασίων και των ψυγείων. Παρόλο την αναγκαιότητα της στη λειτουργία αυτών γίνονται προσπάθειες να βελτιωθεί χρήση των μεγαλύτερων καταναλωτών ηλεκτρικής ενέργειας, του πεπιεσμένου αέρα και της ψύξης.

5.2. Ανθρακικό αποτύπωμα στην αλυσίδα αξίας

Το μοντέλο που έχει αναπτύξει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από την προμήθεια της πρώτης ύλης μέχρι την κατανάλωση περιέχει 6 στάδια που καθορίζουν και την αλυσίδα αξίας: α) η γεωργία, β) η επεξεργασία γ) η παραγωγή, δ) τα υλικά συσκευασίας, ε) οι μεταφορές και στ) η ψύξη. Σε όλα αυτά τα στάδια έχουν ληφθεί δεσμεύσεις και υλοποιούνται δράσεις για τη βελτίωση των προσπαθειών στον έλεγχο των αερίων του θερμοκηπίου.

Για αυτό το σκοπό έχει δημιουργηθεί το μοντέλο του ανθρακικού αποτυπώματος από τον όμιλο HEINEKEN για τον υπολογισμό των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά τη διάρκεια στη διαδικασία παραγωγής της μπίρας. Σε όλες τις εταιρείες του ομίλου η καταγραφή πραγματοποιείται κάθε χρόνο και δημοσιεύεται στην ετήσια έκθεση της HEINEKEN.

Συμμετέχοντας ενεργά στον έλεγχο εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου η εταιρεία έχει στόχο το 2030 να έχει μηδενικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και μία αλυσίδα αξίας μέχρι το 2040 με ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα.

Γεωργία: Συμβολαιακή Καλλιέργεια Κριθαριού

Η εταιρεία προσφέρει μία πιλοτική ψηφιακή πλατφόρμα, στην οποία συνδυάζονται τα δεδομένα από κοντινούς σταθμούς στη Θεσσαλία με απλά δεδομένα που εισάγουν στο σύστημα οι καλλιεργητές για να προσφέρει συμβουλές για ανάλογες καλλιεργητικές φροντίδες που πρέπει να εφαρμοστούν. Οι συμβουλές που δίνονται είναι ειδικά προσαρμοσμένες για τις ανάγκες κάθε χωραφιού χωριστά και 100 παραγωγοί συμμετέχουν και επωφελούνται από το πρόγραμμα. Το σημαντικό της εφαρμογής είναι ότι η πλατφόρμα παρέχει δεδομένα σχετικά με το αποτύπωμα CO₂ Της καλλιέργειας διαμορφώνοντας έτσι στρατηγικές μειώσεις διοξειδίου του άνθρακα.

Επεξεργασία και παραγωγή

Μετά την καλλιέργεια του κριθαριού και την αποκομιδή η αλυσίδα συνεχίζει το κομμάτι της βυνοποίησης του κριθαριού και της ζυθοποίησης. Για την καταγραφή του ενεργειακού αποτυπώματος έχει αναπτυχθεί μία πλατφόρμα στα πλαίσια του προγράμματος ECOFACT στο οποίο συμμετέχουν 19 μεγάλες Ευρωπαϊκές βιομηχανίες. Στόχος είναι εκτός την καταγραφή, να γίνει η διαχείριση και ο περιορισμός του ενεργειακού αποτυπώματος των εταιρειών. Στο πρόγραμμα συμμετέχουν ερευνητικά κέντρα, εταιρείες τεχνολογίας και ανάπτυξης λογισμικού. Στο τέλος του 2020 μετά τις δραστηριότητες των εταιρειών τεχνολογίας που θα έχουν προχωρήσει στη συλλογή των δεδομένων που τους προσφέρουν οι βιομηχανίες Στο

τέλος του 2022, μετά την ολοκλήρωση των διαδικασιών που έχουν να κάνουν με την καταγραφή των δεδομένων από τις εταιρείες τεχνολογίας στη συγκεκριμένη πλατφόρμα καθώς και τον συνδυασμό των αποτελεσμάτων από τα ερευνητικά κέντρα θα δημιουργηθεί ένα εργαλείο που θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλες τις ενδιαφερόμενες εταιρείες.

Υλικά συσκευασίας

Τα υλικά που χρησιμοποιούνται στη συσκευασία για την εμφιάλωση του παραγόμενου προϊόντος είναι φιλικά προς το περιβάλλον και σε συνεργασία με τους προμηθευτές και τους συνεργάτες γίνεται φροντίδα η αποτελεσματικότερη χρήση των υλικών προσπαθώντας να προκληθεί περιβαλλοντικό και οικονομικό όφελος.

Μεταφορές

Η διαδικασία των μεταφορών είναι επίσης μία δραστηριότητα στο στόχαστρο της εταιρείας και έχει μία ολιστική στάση. Οι δυνατότητες να περιοριστούν τα παραγόμενα αέρια, που επιδεινώνουν το φαινόμενο του θερμοκηπίου, δίνουν λόγο στις παρακάτω ενέργειες:

1. προσπάθεια την απευθείας παράδοσης της παραγωγής τους πελάτες χωρίς ενδιάμεσες στάσεις σε αποθήκες,
2. Διεξαγωγή ερευνών από την εταιρεία ανάπτυξης λογισμικού Logistics Service Providers LSPs, σχετικά με τη χρήση ηλεκτρικών φορτηγών για την παράδοση προϊόντων στο κέντρο της πόλης,
3. έρευνα σχετικά με τη χρήση telematics στα φορτηγά και τα οφέλη, όσο αφορά την κατανάλωση καυσίμων,
4. την αύξηση χρήσης Light Weight Trailer(ωφέλιμο φορτίο 20 >26,5 τόνους),
5. Αναβάθμιση των φορτηγών της εταιρείας με την μετατροπή τους οι μηχανές να καταναλώνουν ένα συνδυασμό 20% LPG και 80% πετρέλαιο σε σχέση με την παλαιότερη κατανάλωση που απαιτούσε έως 100% πετρέλαιο,
6. τη δρομολόγηση της εκτέλεσης δρομολογίων μεταξύ των εργοστασίων και των αποθηκών εταιρειών ώστε να μην χρειάζεται να επιστρέφουν τα φορτηγά πίσω χωρίς φορτίο και
7. χρήση περνοφόρων οχημάτων στις μεταφορές στις εγκαταστάσεις.



Ψύξη

Για το βασικότερο προϊόν της εταιρίας πού είναι η μύρα, η ψύξη είναι βασικός παράγοντας ποιότητας της. Επειδή όμως η λειτουργία των ψυγείων απαιτεί μεγάλη κατανάλωση ενέργειας, η προσπάθειά της εταιρείας είναι στο δρόμο των βελτιώσεων των ψυκτικών διαδικασιών, με στόχο να βελτιώσει την ενεργειακή αποδοτικότητα των συσκευών.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από το 2011, προμηθεύεται και διαθέτει στην αγορά οικολογικά και φιλικότερα προς το περιβάλλον ψυγεία όλων των τύπων, προσπαθώντας να ευθυγραμμιστεί με τις σύγχρονες προδιαγραφές που ισχύουν διεθνώς. Ένα σύγχρονο ψυγείο φιλικό προς το περιβάλλον καθορίζεται από 4 στοιχεία: α) τη χρήση του υδρογονάνθρακα (Hydrocarbon HC) ως ψυκτικό υγρό το οποίο είναι φιλικό προς το περιβάλλον, δεν καταστρέφει τον όζον και δεν αποτελεί απειλή για το κλίμα, β) σύστημα Controller EMS (Energy management system) που διαχειρίζεται τη λειτουργία του ψυγείου και επιτρέπει εξοικονόμηση ενέργειας, γ) φωτισμό LED αντί λαμπτήρων πυρακτώσεως με αποτέλεσμα να ελαττώνεται σημαντικά η κατανάλωση ενέργειας και δ) EC Fans motor (ανεμιστήρες ηλεκτρονικά ελεγχόμενος) που αυξομειώνει την κατανάλωση του ρεύματος χωρίς να ανεβάζει τη θερμοκρασία στην καμπίνα με συνέπεια να καταναλώνετε λιγότερο ρεύμα για την ψύξη.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, η εταιρεία προσπαθεί να χρησιμοποιήσει συσκευές οι οποίες να διαθέτουν ένα ή περισσότερα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά σε σύγκριση με τα ψυγεία συμβατικού τύπου. Η χρήση των πράσινων ψυγείων επιτυγχάνει εξοικονόμηση ενέργειας, σε ποσοστό 35%. Παράλληλα οι διαθέσιμοι ψύκτες βαρελίσιας μύρας είναι «πράσινης τεχνολογίας». Αυτοί ψύκτες από το 2011, με την ονομασία «David Green», διαθέτουν ένα σύστημα καλύτερης μόνωσης, που αξιοποιεί καλύτερα προς το περιβάλλον την ψυκτική ουσία. Ως αποτέλεσμα, αυτό το σύστημα έχει την ικανότητα να ψύχει γρηγορότερα και να καταναλώνουν 35% λιγότερη ενέργεια. Όσον αναφορά τους συμβατικούς ψύκτες βαρελίσιας μύρας από το 2012 και αυτοί διαθέτουν σύστημα HC με μειωμένη κατανάλωση έως 15% λιγότερη ενέργεια σε σχέση με την προηγούμενη τεχνολογία.

Ένα «πράσινο» ψυγείο διαθέτει τέσσερα χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα, λειτουργεί με:



5.3. Κατανάλωση ενέργειας και εκπομπές αέριων ρύπων

Εντός της εταιρείας κατά την περίοδο της πανδημίας Covid- 19 οι επιπτώσεις λόγω περιορισμών που επιβλήθηκαν έγιναν εμφανείς όταν η συνολική παραγωγή προϊόντων μειώθηκε αλλά οι διακοπές στην παραγωγική διαδικασία και οι πάγιες καταναλώσεις αύξησαν την κατανάλωση ενέργειας ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος σε σχέση με τα αποτελέσματα που έχει η εταιρεία κάτω από κανονικές συνθήκες παραγωγής.

Η σημαντικότερη κατηγορία κατανάλωσης ενέργειας που δεν αφορά το βιομηχανικό κομμάτι της εταιρείας είναι η κατανάλωση που γίνεται από τα ψυγεία που βρίσκονται στο χώρο πελατών. Ιδιαίτερη σημαντική επίδραση έχουν εκπομπές κατηγορίας Score 3 οι οποίες προέρχονται από το δίκτυο διανομής καθώς και τις εκπομπές των ψυγείων και ψυκτών σε χώρους πελατών.

Τα μειωμένα δρομολόγια λόγω των περιορισμών της πανδημίας είχαν ως φυσικό επακόλουθο τη μείωση των ρύπων κατά 17% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η ενεργειακή ένταση όπως και η ένταση εκπομπών ρύπων αποτελούν δύο σημαντικούς δείκτες στην εταιρεία και μία συνεχή προσπάθεια για αποδοτικότερες διαδικασίες παραγωγής που θα σέβονται τη χρήση ενέργειας για το περιβάλλον. Για

το 2020, παρότι τις δυσκολίες που επιφέρει στην παραγωγή η διακοπτόμενη λειτουργία, υπήρξε μείωση της έντασης των εκπομπών κατά 5,8%. Αυτό μεταφράζεται σε εκπομπές μικρότερης των 10 kg ισοδύναμου διοξειδίου του άνθρακα ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος.

Στα συγκεκριμένα στοιχεία, η κατανάλωση ενέργειας από μη ανανεώσιμες πηγές μειώθηκε κατά 19% για το έτος 2020, σε σχέση με το έτερο έτος αναφοράς για τους σκοπούς της συγκεκριμένης Έκθεσης (2019), όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα. Η μεγαλύτερη επιμέρους μείωση παρατηρείται στην κατανάλωση LPG (-39%). Να σημειωθεί εδώ ότι η αύξηση χρήσης ντίζελ που εμφανίζεται οφείλεται στην περιορισμένη καταγραφή των συγκεκριμένων δεδομένων κατά το έτος 2019.

Κατανάλωση ενέργειας από μη ανανεώσιμες πηγές* (GJ) (GRI 302-1)		
	2019	2020
Φυσικό αέριο	74.538	66.949
LPG	763	465
Heavy Fuel Oil	120.232	91.140
Ντίζελ	27	49
Σύνολο	195.560	158.602

*Για τον υπολογισμό της κατανάλωσης ενέργειας από μη ανανεώσιμες πηγές γίνεται χρήση των συντελεστών απόδοσης που δημοσιεύονται στο UNFCC Greece National Inventory Report

Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας από μη ανανεώσιμες πηγές ακολουθήθηκε και από μείωση των εκπεμπόμενων ρύπων κατηγορίας Scope 1. Η συγκεκριμένη κατηγορία εκπομπών μας για το 2020 σημείωσε ποσοστιαία πτώση 21% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Ως έτος αναφοράς επιλέχθηκε το 2019 λόγω διαθεσιμότητας και πληρότητας δεδομένων.

Εκπομπές ρύπων Scope 1* (tCO ₂ e) (GRI 305-1)		
	2019	2020
Σύνολο	13.125	10.337

* Για τον υπολογισμό της κατηγορίας εκπομπών Scope 1 εντός της εταιρείας χρησιμοποιούμε την προσέγγιση λειτουργικού ελέγχου, καθώς και συντελεστές εκπομπών βάσει IPCC (2006). Στους υπολογισμούς λαμβάνεται υπόψη το διοξείδιο του άνθρακα.

Επιπλέον, αντίστοιχα καταγράφηκε μείωση και στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας της τάξης του 16% σε σχέση με το 2019.

Κατανάλωση ενέργειας από παρόχους ενέργειας (GJ) (GRI 302-1)		
	2019	2020
Ηλεκτρική ενέργεια	84.515	71.032

Λογικό επακόλουθο αποτελεί και η μείωση των εκπεμπόμενων ρύπων κατηγορίας Score 2, οι οποίοι περιορίστηκαν κατά 14,4% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

Εκπομπές ρύπων Score 2* (tCO ₂ e) (GRI 305-2)		
	2019	2020
Σύνολο	11.255	9.637

* Ο υπολογισμός των εκπομπών κατηγορίας Score 2 γίνεται με τη χρήση συντελεστή εκπομπών (520,3 g CO₂e/kW IPCC) επί των καταναλώσεων ηλεκτρικής ενέργειας που καταγράφηκαν στη διάρκεια του έτους. Ως έτος βάσης επιλέχθηκε το 2019 λόγω διαθεσιμότητας και πληρότητας δεδομένων. Για τον υπολογισμό της κατηγορίας εκπομπών Score 2 εντός της εταιρείας χρησιμοποιούμε την προσέγγιση λειτουργικού ελέγχου. Στους υπολογισμούς λαμβάνεται υπόψη το διοξείδιο του άνθρακα.

Συνολικά, η εταιρεία κατανάλωσε 229.634 GJ ενέργειας το έτος 2020, σημειώνοντας ποσοστιαία μείωση 18% σε σχέση με το 2019.

Συνολική κατανάλωση ενέργειας εντός της Εταιρείας (GJ) (GRI 302-1)		
	2019	2020
Σύνολο	280.075	229.634

Κατανάλωση ενέργειας και εκπομπές ρύπων εκτός της εταιρείας

Εκτιμάται πως η σημαντικότερη κατηγορία κατανάλωσης ενέργειας εκτός των ορίων λειτουργικού ελέγχου της εταιρείας είναι η ενέργεια που καταναλώνουν τα ψυγεία που βρίσκονται και λειτουργούν σε χώρους πελατών.

Κατανάλωση ενέργειας εκτός Αθηναϊκής Ζυθοποιίας* (MJ) (GRI 302-2)		
	2019	2020
Κατανάλωση ενέργειας ψυγείων και ψυκτών	279.238.896	277.713.490

**Ο υπολογισμός των καταναλώσεων ψυγείων και ψυκτών γίνεται με βάση τις προδιαγραφές κατανάλωσης που κοινοποιούν οι κατασκευαστές.*

Ιδιαίτερα σημαντική επίδραση έχουν και οι εκπομπές ρύπων κατηγορίας Score 3 οι οποίες προέρχονται από το δίκτυο διανομής μας, καθώς και τις εκπομπές των ψυγείων και ψυκτών σε χώρους πελατών.

Η πανδημία COVID-19 επηρέασε και τις διανομές μας λόγω της χαμηλής ζήτησης, με φυσικό επακόλουθο τη μείωση των ρύπων αυτών κατά 17% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, λόγω των λιγότερων δρομολογίων που πραγματοποιήθηκαν. Παρόλα αυτά, κάτω από κανονικές συνθήκες η μείωση στις μεταφορές ανά εκατόλιτρο μπίρας θα ήταν ακόμα μεγαλύτερη, καθώς για το 2020 δεν ήταν πάντα εφικτό να πραγματοποιήσουμε τις βέλτιστες πρακτικές φόρτωσης και δρομολογίων.

Για τον υπολογισμό της εκπομπής του διοξειδίου λαμβάνονται υπόψη τρία στοιχεία της μεταφοράς.

- Η χιλιομετρική απόσταση που διανύει το φορτηγό
- Το βάρος του φορτίου του φορτηγού σε σχέση με το ωφέλιμο τονάζ του
- Η κατηγορία του φορτηγού με βάση το ωφέλιμο τονάζ του

Τα φορτηγά που πραγματοποιούν τις μεταφορές έχουν ταξινομηθεί σε κατηγορίες με βάση το ωφέλιμο τονάζ (π.χ. φορτηγά 6 τον, 14 τον, 25 τον, κ.ο.κ.). Η τελική ποσότητα διοξειδίου που εκπέμπεται είναι το γινόμενο του αριθμού των χιλιομέτρων που διένυσαν τα φορτηγά της κάθε κατηγορίας επί τον συντελεστή εκπομπής διοξειδίου που έχει υπολογισθεί με βάση το ποσοστό κάλυψης της χωρητικότητας της συγκεκριμένης κατηγορίας φορτηγών.

Για τον συνολικό υπολογισμό της εκπομπής του διοξειδίου κατά τη διάρκεια της μεταφοράς των προϊόντων, πέραν από το χερσαίο τμήμα της διαδρομής, ανάλογος είναι και ο υπολογισμός και για το θαλάσσιο τμήμα της διαδρομής στα δρομολόγια όπου αυτό υπάρχει.

Η παρακολούθηση των δεικτών εκπομπής διοξειδίου πραγματοποιείται από την εταιρεία μας σε μηνιαία βάση. Ως έτος αναφοράς επιλέχθηκε το 2019 λόγω διαθεσιμότητας και πληρότητας δεδομένων.

Εκπομπές ρύπων Scope 3* (tCO ₂ e) (GRI 305-3)		
	2019	2020
Εκπομπές δικτύου διανομής	6.809	5.635
Εκπομπές ψυγείων και ψυκτών	43.515	43.277
Σύνολο	50.324	48.912

Ο υπολογισμός των εκπομπών ψυγείων και ψυκτών γίνεται με βάση τις προδιαγραφές που κοινοποιούν οι κατασκευαστές. Στους υπολογισμούς λαμβάνεται υπόψη το διοξείδιο του άνθρακα.

Ο υπολογισμός των εκπομπών για τις μεταφορές γίνεται με βάση τις προδιαγραφές που κοινοποιούν οι κατασκευαστές των φορτηγών. Στους υπολογισμούς λαμβάνονται υπόψη τα εξής αέρια: Διοξείδιο του άνθρακα (CO₂), Μεθάνιο (CH₄), Μονοξείδιο του Αζώτου (N₂O), Υδροφθοράνθρακες (HFCs), Υπερφθοράνθρακες (PFCs) και Εξαφθοριούχο θείο (SF₆).

Ένταση ενέργειας και εκπομπών

Η ενεργειακή ένταση, όπως και η ένταση εκπομπών ρύπων αποτελούν δύο σημαντικούς δείκτες για την εταιρεία μας στη συνεχή προσπάθειά μας για αποδοτικότερες διαδικασίες παραγωγής που θα σέβονται τη χρήση ενέργειας και το περιβάλλον. Για το έτος 2020, καταφέραμε, παρά τις δυσκολίες που επιφέρει στην παραγωγή η διακοπτόμενη λειτουργία, να μειώσουμε την ένταση των εκπομπών μας κατά 5,8%. Η επίδοσή μας μεταφράζεται σε εκπομπές μικρότερες των 10 κιλών ισοδύναμου διοξειδίου του άνθρακα ανά εκατόλιτρο παραγόμενου προϊόντος.

Ενεργειακή ένταση και ένταση εκπομπών (GRI 302-3, 305-4)		
	2019	2020
Ενεργειακή ένταση (MJ/'00L)	118,48	111,13
Ένταση εκπομπών (tCO ₂ e/'00L)	0,0103	0,0097

Για τον υπολογισμό της ενεργειακής έντασης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λαμβάνονται υπόψη οι καταναλώσεις καυσίμων και ηλεκτρικής ενέργειας εντός της εταιρείας όπως παρουσιάστηκαν παραπάνω, ενώ για τον υπολογισμό της έντασης των εκπομπών, οι κατηγορίες εκπομπών Scope 1 και 2.

5.4. Ενίσχυση κυκλικότητας

Με γνώμονα, ότι η φύση πρέπει να προστατευτεί από την ανθρώπινη δραστηριότητα για να επιβιώσει τόσο η χλωρίδα της όσο και η πανίδα, το βλέμμα της εταιρείας στρέφεται προς τον τρόπο παραγωγής και επεξεργασίας της πρώτης ύλης και τα υλικά των συσκευασιών. Η ενίσχυση της κυκλικότητας με τη χρήση πρώτων υλών αειφόρου γεωργίας καθορίζει την στρατηγική προς αυτό τον τομέα σχεδιάζοντας τις δραστηριότητες ως προς: α) το κριθάρι, β) τα υλικά συσκευασίας, γ) τη συνεργασία με τους προμηθευτές ως προς την μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου.

Πρώτες ύλες και υλικά συσκευασίας

Για την παρασκευή της μύρας το κριθάρι είναι το βασικό προϊόν για την παραγωγή της η επιλογή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αυτή η πρώτη ύλη να είναι 100% από την Ελληνική Γεωργία είναι μία συνειδητή επιλογή και σκοπό έχει να αναβαθμίσει την αλυσίδα αξίας και να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία στην αγορά μέσω του προγράμματος συμβολαιακής καλλιέργειας κριθαριού παρέχονται όλα τα κίνητρα η υποστήριξη του τεχνογνωσία προς τους Έλληνες παραγωγούς συνεργάτες.

Τα υλικά συσκευασίας της εταιρείας είναι ανακυκλώσιμες συσκευασίες, για να μειωθεί ο όγκος των απορριμμάτων Από τη χρησιμοποίησή τους, με τον τρόπο αυτό της ανακύκλωσης, εξοικονομούνται πολύτιμες πρώτες ύλες και ενέργεια. Επιπλέον παροτρύνονται οι προμηθευτές και οι καταναλωτές στην επιστροφή και στην επαναχρησιμοποίηση των γυάλινων φιαλών. Επίσης επαναχρησιμοποιούνται τα βαρέλια μύρας τα οποία διατίθενται στα καταστήματα εστίασης.

Στοχεύοντας στην υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά, οι προμηθευτές ενθαρρύνονται να εφαρμόζουν τη δική τους περιβαλλοντική πολιτική η οποία να περιλαμβάνει φιλόδοξους στόχους για τη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου σε σχέση με τις δραστηριότητές τους, όσον αφορά: α) τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και των σχετικών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, β) την υπεύθυνη διαχείριση νερού και λυμάτων, γ) τη μείωση των αποβλήτων μέσω της ανακύκλωσης την επαναχρησιμοποίηση και τον περιορισμό της Υγειονομικής ταφής αποβλήτων και δ) την προμήθεια πρώτων υλών από βιώσιμες ύλες.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή μύρας είναι γεωργικά προϊόντα είναι ανανεώσιμα και δεν είναι εξ ορισμού ανακυκλώσιμα. Το ποσοστό των πρώτων υλών και υλικών συσκευασίας το έτος 2020 ήταν 88,4% από ανανεώσιμα υλικά.

Σε αντιπαράθεση όμως τα ανακυκλωμένα υλικά συσκευασίας παρουσιάζουν είναι αυξητική επίδοσή τους για το 2020 και στο ποσοστό τους φτάνει σε 45,9% αυξημένο κατά 19,3 σε σχέση με το έτος 2019. Παράλληλα η επιστροφή των κενών φιαλών μύρας έρχεται να προσδώσει θετικό αντίκτυπο, αφού η επιστροφή φιαλών από πελάτες και καταναλωτές εφαρμόζεται με εξαιρετικά ποσοστά επιτυχίας. Από την πώληση των φιαλών που πραγματοποιήθηκε το 2020, 89,1% επιστράφηκαν

(βελτιωμένη επίδοση της τάξης του 2,6% από το 2019), γεγονός που επιβεβαιώνει επιτυχία της πολιτικής της επαναχρησιμοποίησης των φιαλών.

Συνολικό βάρος πρώτων υλών και υλικών συσκευασίας (GRI 301-1)		
	2019	2020
Ανανεώσιμα (t)	62.267	61.010
Μη ανανεώσιμα (t)	10.881	8.006
Σύνολο	73.148	69.016

Ποσοστό ανακυκλωμένων πρώτων υλών και υλικών συσκευασίας (GRI 301-2)		
	2019	2020
Ανακυκλωμένες πρώτες ύλες και υλικά συσκευασίας επί του συνόλου	5,8%	5,4%
Ανακυκλωμένα υλικά συσκευασίας επί του συνόλου υλικών συσκευασίας	38,5%	45,9%

Ανάκτηση προϊόντων και υλικών συσκευασίας (GRI 301-3)		
	2019	2020
Ανάκτηση επιστρεφόμενων φιαλών μπίρας	86,5%	89,1%

Απόβλητα

Η ανακύκλωση στερεών αποβλήτων που δημιουργούνται κατά την παραγωγική διαδικασία και η γενικότερη ορθή διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων είναι αγώνες προσπάθειας και επιτυχών επιδόσεων, στην αύξηση του όγκου των αποβλήτων που ανακυκλώνονται.

Από την παραγωγική διαδικασία προκύπτουν υποπροϊόντα, όπως υπολείμματα βύνης, κριθαριού και μαγιάς τα οποία είναι φυσικά συστατικά με υψηλή διατροφική αξία και χρησιμοποιούνται στις ζωτροφές. Τα υπόλοιπα υλικών συσκευασιών όπως

γυαλί, αλουμίνιο, χαρτόνια, πλαστικό και χαρτί ανακυκλώνονται στο μεγαλύτερο μέρος τους.

Η κατανάλωση των προϊόντων δημιουργεί ένα σημαντικό μέρος παραγόμενων αποβλήτων. Οι ανακυκλώσιμες συσκευασίες έρχονται να μειώσουν τον όγκο που καταλήγει σε χώρους υγειονομικής ταφής και να αυξήσουν τη δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης τους. Με τον τρόπο αυτό εξοικονομούνται πρώτες ύλες και ενέργεια, μειώνοντας τη δυσκολία διαχείρισης του όγκου τους. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι πρωτοπόρα στην κυκλική οικονομία αφού εφάρμοσε για πρώτη φορά το σύστημα ανταποδοτικής επιστροφής από το 1965, δηλαδή την επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση των γυάλινων φιαλών.

Έδωσε ουσιώδη σημασία την επιστροφή και επαναχρησιμοποίηση της γυάλινης φιάλης, η οποία καθαρίζεται πριν ανακυκλωθεί έως και 20 φορές μέσα από ειδική επεξεργασία. Σήμερα το 95% των φιαλών που εμπορεύεται η εταιρεία στην ελληνική αγορά είναι επιστρεφόμενες και υπολογίζεται ότι οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα μιας επιστρεφόμενης φιάλης είναι 83% λιγότερες από την αντίστοιχη φιάλη μιας χρήσεως. Η μπίρα διακινείται συνολικά στην αγορά μέσω επιστρεφόμενων συσκευασιών (μπουκάλια- βαρέλια) και οι επιστρεφόμενες συσκευασίες αποτελούν το 60% του συνολικού όγκου μπίρας που διακινείται στην αγορά. Τέλος το 100% των πλαστικών κιβωτίων που χρησιμοποιούνται για τις μεταφορές των επιστρεφόμενων φιαλών επιστρέφεται στις μονάδες και επαναχρησιμοποιείται.

Η προσπάθεια να περιοριστεί στον ελάχιστο βαθμό το περιβαλλοντολογικό αποτύπωμα του προϊόντος είναι η μείωση της παραγωγής επικίνδυνων και μη επικίνδυνων αποβλήτων. Αριθμητικά τα επικίνδυνα απόβλητα, που αποτελούν το 0,02% των συνολικών αποβλήτων, μειώθηκαν κατά 85% για το έτος 2020 σε σχέση με το 2019.

Στην αποκομιδή μεγάλης ποσότητας αποθηκευμένης λύσος στην Πάτρα το 2020, φαίνεται η προσπάθεια στόχου ανακύκλωσης του μεγαλύτερου ποσοστού των παραγομένων αποβλήτων. Γενικότερα ανακυκλώθηκαν 88% των αποβλήτων το 2019 και αυξήθηκε σε 89% κατά το 2020.

Παραγόμενα απόβλητα (t) (GRI 306-3)		
	2019	2020
Επικίνδυνα απόβλητα	67,93	10,37
Μη επικίνδυνα απόβλητα	48.204,19	60.407,04
Σύνολο	48.272,12	60.417,41

Εκτροπή αποβλήτων από την τελική απόρριψη (t) (GRI 306-4)		
	2019	2020
Επικίνδυνα απόβλητα		
On site	-	-
Off site (ανακύκλωση)	67,93	10,37
Μη επικίνδυνα απόβλητα		
On site	-	-
Off site (ανακύκλωση)	41.833,75	53.718,23

Τελική απόρριψη αποβλήτων (t) (GRI 306-5)		
	2019	2020
Επικίνδυνα απόβλητα		
On site	-	-
Off site	-	-
Μη επικίνδυνα απόβλητα		
On site	-	-
Off site (καύση με ανάκτηση ενέργειας)	5.788,71	6.156,38
Off site (καύση χωρίς ανάκτηση ενέργειας)	183,73	195,43
Off site (υγειονομική ταφή)	398,00	337,00

5.5. Χρήση νερού

Το νερό σημαντικός φυσικός πόρος αλλά παράγοντας στην καλλιέργεια του κριθαριού και στην παραγωγή της μύρας . Οι επιστημονικές μελέτες δίνουν στοιχεία για μείωση του φρέσκου νερού κατά 40% την επόμενη δεκαετία. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξαρτώμενη από την πρόσβαση σε νερό υψηλής ποιότητας για την ποιοτική συνέχεια της λειτουργίας της σχεδιάζει στρατηγικές με σκοπό τη μείωση της κατανάλωσης του νερού στα Ζυθοποιία της συνδυάζοντας και την ορθή διαχείριση των υγρών και στερεών αποβλήτων. Δεσμεύεται: α) να χρησιμοποιεί ορθολογικά το νερό μειώνοντας τις ποσότητες που καταναλώνονται κατά τη διαδικασία παραγωγής, β) να διασφαλίζει ότι το νερό που επιστρέφει στο οικοσύστημα μετά τη χρήση του

στις εγκαταστάσεις της είναι καθαρό και γ) να μην εμποδίζει την πρόσβαση άλλων χρηστών στο καθαρό νερό.

Η ορθή διαχείριση του νερού, από την εταιρία, υλοποιείται μέσω της μείωσης της κατανάλωσης του κατά 20% κατά την τελευταία δεκαετία. Επί σειρά ετών πραγματοποιούνται σημαντικές αναβαθμίσεις για την επίτευξη του στόχου του μηχανολογικού εξοπλισμού και στη βελτίωση των διαδικασιών μείωσης του απαιτούμενου νερού με εργασίες επαναχρησιμοποίησης του νερού. Επιπροσθέτως χρησιμοποιείται νερό από γεώτρηση στη διαβροχή της βύνης στο βυνοποιείο ενώ το νερό της ύδρευσης περνάει από κατεργασία και χρησιμοποιείται για τις υπόλοιπες παραγωγικές διαδικασίες.

Οι επιπτώσεις από τις βιομηχανικές διαδικασίες στο περιβάλλον και ιδιαίτερα στο νερό είναι προβληματισμός της εταιρείας και για αυτό αναπτύσσονται πολιτικές οι οποίες χαρτογραφούν τις συνέπειες των δραστηριοτήτων της εταιρείας στα ύδατα, της περιοχής που βρίσκεται η βιομηχανία. Καταγράφονται οι επιπτώσεις με συνεχείς ελέγχους και καθορίζεται υπεύθυνος για τις διορθωτικές ενέργειες και την απολογιστική έκθεση. Στα πλαίσια αυτά εφαρμόζονται προγράμματα δράσης βιώσιμης ανάπτυξης και κυκλικής οικονομίας: α) το πρόγραμμα διαχείρισης νερού AccelWater, β) το «Νερό για Αύριο» και γ) τη διαχείριση των αποβλήτων.

Το πρόγραμμα AccelWater υλοποιείται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Πάτρα. Επιπροσθέτως, εκεί βρίσκεται η μεγαλύτερη παραγωγική μονάδα της εταιρείας και συμμετέχουν το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο και ερευνητικός φορέας AGENSO.

Στο πλαίσιο του προγράμματος έχουν τοποθετηθεί ειδικά φίλτρα στο σύστημα διαχείρισης υγρών αποβλήτων της εταιρείας που συγκρατούν ουσίες έως και μικροσωματίδια που δεν θα ήταν εφικτό να συγκρατηθούν από τις υφιστάμενες διαδικασίες. Είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα κυκλικής οικονομίας σε θέματα νερού. Το επεξεργασμένο νερό εξάγεται από το σύστημα διαχείρισης πλήρως καθαρό και αξιοποιείται για την ύδρευση λαχανικών και δέντρων της περιοχής. Τέλος τα μικροστερεά που εγκλωβίζονται στα φίλτρα μεταφέρονται στην εταιρεία REZOS για να χρησιμοποιηθούν ως ενέργεια στην παραγωγή βιομάζας στην παραγωγή βιομάζας.

Το πρόγραμμα “Νερό για το Αύριο” υλοποιείται σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών με επόπτρια την κα Φοίβη Κουντούρη και την επιστημονική της ομάδα η οποία αποτελείται από ειδικούς ερευνητές Το πρόγραμμα υλοποιείται στην περιοχή της Θεσσαλίας αφού εκεί εντοπίζεται έντονα το φαινόμενο της λειψυδρίας ως αιτία επιπτώσεων πολλών παραγόντων Επίσης στην περιοχή συμμετέχουν 800 περίπου καλλιεργητές στο πρόγραμμα Συμβολαιακής Καλλιέργειας της εταιρείας που καλλιεργούν κριθάρι για την παραγωγή προϊόντων.

Παράλληλα στο πρόγραμμα συμμετέχουν μία σειρά από θεσμικούς παραγωγικούς και κοινωνικούς και ερευνητικούς εταίρους με σκοπό να δοθούν λύσεις βιώσιμες

διαχείρισης των υδάτινων πόρων και το πέρασμα σε ένα νέο αειφόρο μοντέλο διαχείρισης του νερού.

Τέλος, είναι γεγονός ότι όλα τα υγρά απόβλητα από τη λειτουργία των ζυθοποιείων και βυνοποιείων περιλαμβάνουν οργανικά υλικά και καθαριστικά χημικά η εταιρεία δεσμεύεται να τα επεξεργαστεί πριν την επιστροφή τους στο περιβάλλον με σκοπό να καταλήξουν σε αυτό με ασφάλεια.

Η μειωμένη παραγωγή λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας COVID 19 κατά το 2020 επηρέασαν θετικά τις ανάληψης και της απορρίψης ποσοτήτων νερού στο περιβάλλον. Οι αναλήψεις νερού μειώθηκαν συνολικά κατά 21% για το έτος 2020 σε σύγκριση με το 2019 και οι απορρίψεις νερού μειώθηκαν κατά 23%. Ως εκ τούτου δεν μπορούν να βγουν ασφαλή συμπεράσματα για την πρόοδο των προαναφερόμενων προγραμμάτων.

Αναλήψεις νερού (ML) (GRI 303-3)		
	2019	2020
Υπόγεια ύδατα	77,5	53,0
Παροχή ύδρευσης	1.020,0	812,5
Σύνολο	1.097,5	865,6

Απορρίψεις νερού (ML) (GRI 303-4)		
	2019	2020
Επιφανειακά ύδατα	39,87	32,10
Παροχή αποχετευτικού δικτύου	1.003,54	768,38
Σύνολο	1.043,4	800,5

6. Υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ

6.1. Αρχές & Προώθηση της θετικής εικόνας της υπεύθυνης κατανάλωσης

Στους βασικούς στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών είναι και η υγεία των Καταναλωτών. Η έγκαιρη πληροφόρηση και η προώθηση των προτερημάτων της υπεύθυνης κατανάλωσης είναι κομβικής σημασίας για την εταιρεία. Το αλκοόλ στα πλαίσια της κοινωνικότητας και της διασκέδασης πρέπει να καταναλώνεται με μέτρο. Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει ότι δεν θα πρέπει η στάση του να είναι επικίνδυνη τόσο προς τον εαυτό του όσο και προς τους άλλους, είτε οδηγεί είτε κάνει μία επικίνδυνη εργασία, ακόμα και αν γίνεται κατανάλωση προϊόντων χαμηλότερου αλκοολικού βαθμού. Επίσης η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δηλώνει σθεναρά ότι η πώληση και κατανάλωση αλκοόλ κατανάλωση από τους ανήλικους είναι παράνομη και επίσης είναι επικίνδυνη στην περίπτωση εγκυμονουσών γυναικών.

Μία σειρά δράσεων ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του καταναλωτικού κοινού πραγματοποιείται τακτικά με σκοπό την καλλιέργεια μιας ισχυρής κουλτούρας υπεύθυνης κατανάλωσης αλκοόλ και ορθής οδηγικής συμπεριφοράς από το 2008. Οι αρχές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην υπεύθυνη κατανάλωση έχουν καθοριστεί με την μορφή των παρακάτω δηλώσεων πίστης και δέσμευσης:

- Πίστη ότι η υπεύθυνη κατανάλωση μπίρας μπορεί να είναι μέρος ενός ισορροπημένου και θετικού τρόπου ζωής για τους ενήλικες που την επιλέγουν.
- Πίστη ότι ο ενημερωμένος πολίτης έχει την ευθύνη της ατομικής του συμπεριφοράς.
- Δέσμευση σωστής ενημέρωσης του καταναλωτικού κοινού σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.
- Θεώρηση ότι οι εργαζόμενοι της εταιρείας οφείλουν πρώτοι από όλους να υποδεικνύουν υπεύθυνη συμπεριφορά ως προς την κατανάλωση αλκοόλ.
- Δέσμευση ότι όλες οι εμπορικές δραστηριότητες θα τηρούν αυστηρά τη νομοθεσία αλλά και τις αρχές της εταιρείας αποθαρρύνοντας τη μη υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.
- Επένδυση στο διάλογο και στην ανάληψη συγκεκριμένων δράσεων σε συνεργασία με κοινωνικούς εταίρους ώστε να αποτραπεί η κατάχρηση και μη υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ.
- Δέσμευση παρακολούθησης αξιολόγησης και δημοσιοποίησης συστηματικά των ενεργειών για την προώθηση της υπεύθυνης κατανάλωσης.
- Δέσμευση να ακολουθείται η πολιτική για το αλκοόλ που έχει υιοθετήσει ο όμιλος HEINEKEN.

Η HEINEKEN και με την καμπάνια «Όταν Οδηγώ δεν Πίνω» συνεργάζεται με την μη κυβερνητική οργάνωση «Νηφάλιοι στην υγεία μας», προωθώντας την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ είναι ο αποκλειστικός χορηγός του προγράμματος «Νηφάλιος Οδηγός». Απευθύνεται σε νέους και κυρίως τον οδηγό της παρέας με σκοπό να

προωθήσει την καλλιέργεια κουλτούρας της κατανάλωσης αλκοόλ κατά τη βραδινή έξοδο, με γνώμονα το μέτρο και στόχο την ασφαλή επιστροφή της παρέας στο σπίτι στο τέλος της βραδιάς. Παράλληλα διαμορφώνονται συνεργασίες με άλλες ΜΚΟ και φορείς.

Στις αρχές του 2020 διοργανώθηκε συζήτηση στρογγυλής τραπέζης με θέμα την κατανάλωση το αλκοόλ και την ορθή οδηγική συμπεριφορά στην οποία συμμετείχαν θεσμικοί και κοινωνικοί φορείς. Κατά τις διεργασίες διαπιστώθηκε ότι σημαντικοί παράγοντας της κακής χρήσης του αλκοόλ και της μη ορθής οδηγικής συμπεριφοράς είναι: α) η ελλιπής ενημέρωση και εκπαίδευση σχετικά με την αλόγιστη χρήση του αλκοόλ καθώς και β) η μη υπεύθυνη πώληση των προϊόντων από τους επαγγελματίες του χώρου.

Στα θέματα επικοινωνίας και εκπαίδευση με θέμα την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ ως προς τους καταναλωτές όσο και με τους προμηθευτές η εταιρεία ακολουθεί δεσμευτικά τις παρακάτω ενέργειες:

- 1) Το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης έχει ενσωματωθεί στο σύνολο της επικοινωνίας της στην εμπορική της πολιτική και στις χορηγίες.
- 2) Κάθε Εμπορική δράση και επικοινωνία απευθύνεται αποκλειστικά σε ενήλικες.
- 3) Όλες οι διαφημίσεις των προϊόντων στην τηλεόραση προβάλλονται μετά τις 7:00 μ.μ. ,ενώ οι πρωταγωνιστές είναι άτομα άνω των 18 ετών και δεν παραπέμπουν σε ηλικίες μικρότερες των 25 ετών.
- 4) Δεν υλοποιούνται επικοινωνίες και προωθητικές ενέργειες που απευθύνονται σε εγκυμονούσες ακόμα κι αν αυτό αφορά προϊόντα χωρίς αλκοόλ.
- 5) Δεν χορηγούνται η υποστηρίζονται εκδηλώσεις που απευθύνονται σε ανήλικους.
- 6) Οι διαφημίσεις δεν προβάλλουν το αλκοόλ ως μέσο για κοινωνική επιχειρηματική ή αθλητική επιτυχία.
- 7) Δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στις ιστοσελίδες σε άτομα κάτω των 18 ετών.
- 8) Τοποθετείτε το μήνυμα «Απολαύστε Υπεύθυνα» σε όλες τις επικοινωνίες και τις συσκευασίες των προϊόντων.
- 9) Εκπαιδεύονται τα στελέχη του Τμήματος μάρκετινγκ στις αρχές υπεύθυνης εμπορικής επικοινωνίας μέσω e-learning που πραγματοποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- 10) Τόσο στην εταιρική ιστοσελίδα όσο και στις ιστοσελίδες κάθε μάρκας υπάρχουν ειδικές ενότητες ενημερώσεις για την υπεύθυνη κατανάλωση.

Στα πλαίσια της ενημέρωσης, το 2020 σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οδικής Ασφάλειας Πάνος Μυλωνάς και το δήμο Μοσχάτου-Ταύρου, κατά το διήμερο των καρναβαλικών εκδηλώσεων στην περιοχή, πραγματοποιήθηκαν ενέργειες ευαισθητοποίησης της σωστής χρήσης αλκοόλ. Με βιωματικές προσομοίωσης μέθης και εθελοντικά αλκοτέστ, στα οποία συμμετείχαν περισσότεροι από 600 πολίτες, έγινε ενημέρωση της αξίας της υπεύθυνης κατανάλωσης και των κινδύνων της οδήγησης υπό την επήρεια αλκοόλ. Κατά το 2020 επενδύθηκαν 11,3% του συνολικού media budget της μάρκας HEINEKEN στην καμπάνια όταν «Οδηγώ δεν πίνω».

Με στόχο την προσπάθεια ενσωμάτωσης της κοινωνικής ευθύνης στην κουλτούρα των Bartenders κατά την πώληση αλκοόλ, πραγματοποιήθηκε το Δεκέμβριο του 2020 διαδικτυακό σεμινάριο με θέμα την “Υπεύθυνη Διάθεση και Κατανάλωση Αλκοόλ». Το σεμινάριο υποστήριξε η μη κυβερνητική οργάνωση «Νηφάλιοι-στην Υγεία μας» και συμμετείχε η Ένωση Bartenders Ελλάδας. Συνολικά 70 εργαζόμενοι συνολικά από το χώρο της εστίασης ενημερώθηκαν από πιστοποιημένους εκπαιδευτές για θέματα που αφορούν το χώρο για το ρόλο που επιτελούν ως επαγγελματίες του χώρου στην ορθή διάθεση του αλκοόλ και στην άμεση σχέση που έχουν με τον καταναλωτή.

Τέλος, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύει στην ανάπτυξη προϊόντων χωρίς αλκοόλ με στόχο καταναλωτές που δεν επιθυμούν ή χρειάζεται να αποφύγουν να καταναλώσουν το αλκοόλ. Διαθέτει στο χαρτοφυλάκιό της πέντε μάρκες 1) Amstel free, 2) Amstel free με λεμόνι, 3) Heineken 0.0, 4) ΑΛΦΑ Χωρίς και 5) Bulker συνεχίζοντας να επενδύει συνεχώς και στην ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων χωρίς αλκοόλ.

7. Πιστοποίηση & Ετικετοποίηση προϊόντων

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παράγει το 100% των προϊόντων με μια προσπάθεια συνεχούς βελτίωσης των αναγνωρισμένων επιδράσεων αυτών στην υγεία και ασφάλεια. Ακολουθεί πιστά τον Ευρωπαϊκό κανονισμό 1169/2011 αναφορικά με τη λειτουργία των παραγωγικών εγκαταστάσεων καθώς και τον Εθνικό Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

Το σύνολο των προϊόντων του χαρτοφυλακίου της είναι πιστοποιημένο από την TUN AUSTRIA HELLAS με ISO 9001:2015 για την ποιότητα των προϊόντων FSSC (Food Safe Supply Chain) 22.000 Version 5.1 για την ασφάλεια των προϊόντων της.

Βάσει του κανονισμού 1169 2011 η επισήμανση στα προϊόντα πρέπει να αναφέρει τα παρακάτω στοιχεία: 1) τι προϊόν είναι, 2) αλκοολικό βαθμό 3) ανάλωση κατά προτίμηση, 4) περιεχόμενο και 5) συστατικά. Εάν τυχόν υπάρχουν αλλεργιογόνα συστατικά όπως η βύμη κριθαριού για την μπίρα και τα θειώδη για τους μηλίτες, αυτό αναγράφεται με έντονα γράμματα. Στην ίδια νομοθεσία ορίζεται ότι στα προϊόντα με αλκοόλ λιγότερα από 1,2% θα πρέπει να αναγράφονται στην ετικέτα τους όλα τα διατροφικά στοιχεία.

Για την έγκριση νέας ετικέτας ή τροποποίηση της ήδη υπάρχουσας ακολουθείται η διαδικασία έγκρισης επισήμανσης, που προβλέπει γραπτές εγκρίσεις από τα αρμόδια τμήματα ότι η ετικέτα είναι απόλυτα εναρμονισμένη με τις νομοθετικές απαιτήσεις και τις αυτοδεσμεύσεις της εταιρείας. Ελέγχονται 100% τα προϊόντα ώστε να καλύπτουν τις απαιτήσεις της νομοθεσίας και πιθανές αναθεωρήσεις της, στα πλαίσια ενημέρωσης των καταναλωτών αναγράφονται ενεργειακά διατροφικά στοιχεία σε όλες τις συσκευασίες και τις ιστοσελίδες των μαρκών για προϊόντα πώλησης άνω των 60.000 εκατολίτρων το χρόνο. Παράλληλα, στις ετικέτες υπάρχουν ξεκάθαρες οδηγίες κατανάλωσης σε περίπτωση:

1. εγκυμοσύνης,
2. ηλικίας κάτω των 18,
3. εάν κάποιος οδηγεί θα οδηγήσει,
4. συνολικά μηνύματα για την υπεύθυνη,
5. πληροφορίες για την ανακύκλωση κάθε συσκευασίας,
6. γραμμή επικοινωνίας καταναλωτή,
7. ιστοσελίδα πληροφοριών του εκάστοτε προϊόντος

Τέλος το καλοκαίρι του 2009 υπήρξαν τρία περιστατικά μη συμμόρφωση σε θέματα επισήμανσης που αφορούσαν το ένα σε προϊόν εισαγωγής και τα δύο σε προϊόντα βαρελιού για τα οποία επιβλήθηκαν στην εταιρεία διοικητικά πρόστιμα. Λαμβάνοντας αυτό υπόψη ελήφθησαν από την εταιρία διορθωτικά μέτρα και για την περίοδο 2019-2020 δεν υπήρχε κανένα άλλο συμβάν μη συμμόρφωσης με τον κανονισμό 1169 2011 ή με τις δεσμεύσεις της εταιρείας και τους εθελοντικούς κώδικες υπεύθυνη εμπορικής επικοινωνίας.

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παράγει το 100% των προϊόντων με μια προσπάθεια συνεχούς βελτίωσης των αναγνωρισμένων επιδράσεων αυτών στην υγεία και ασφάλεια. Ακολουθεί πιστά τον Ευρωπαϊκό κανονισμό 1169/2011 αναφορικά με τη λειτουργία των παραγωγικών εγκαταστάσεων καθώς και τον Εθνικό Κώδικα Τροφίμων και Ποτών.

Το σύνολο των προϊόντων του χαρτοφυλακίου της είναι πιστοποιημένο από την TUN AUSTRIA HELLAS με ISO 9001:2015 για την ποιότητα των προϊόντων FSSC (Food Safe Supply Chain) 22.000 Version 5.1 για την ασφάλεια των προϊόντων της.

Βάσει του κανονισμού 1169 2011 η επισήμανση στα προϊόντα πρέπει να αναφέρει τα παρακάτω στοιχεία: 1) τι προϊόν είναι, 2) αλκοολικό βαθμό 3) ανάλυση κατά προτίμηση, 4) περιεχόμενο και 5) συστατικά. Εάν τυχόν υπάρχουν αλλεργιογόνα συστατικά όπως η βύμη κριθαριού για την μπίρα και τα θειώδη για τους μηλίτες, αυτό αναγράφεται με έντονα γράμματα. Στην ίδια νομοθεσία ορίζεται ότι στα προϊόντα με αλκοόλ λιγότερα από 1,2% θα πρέπει να αναγράφονται στην ετικέτα τους όλα τα διατροφικά στοιχεία.

Για την έγκριση νέας ετικέτας ή τροποποίηση της ήδη υπάρχουσας ακολουθείται η διαδικασία έγκρισης επισήμανσης, που προβλέπει γραπτές εγκρίσεις από τα αρμόδια τμήματα ότι η ετικέτα είναι απόλυτα εναρμονισμένη με τις νομοθετικές απαιτήσεις και τις αυτοδεσμεύσεις της εταιρείας. Ελέγχονται 100% τα προϊόντα ώστε να καλύπτουν τις απαιτήσεις της νομοθεσίας και πιθανές αναθεωρήσεις της, στα πλαίσια ενημέρωσης των καταναλωτών αναγράφονται ενεργειακά διατροφικά στοιχεία σε όλες τις συσκευασίες και τις ιστοσελίδες των μαρκών για προϊόντα πώλησης άνω των 60.000 εκατολίτρων το χρόνο. Παράλληλα, στις ετικέτες υπάρχουν ξεκάθαρες οδηγίες κατανάλωσης σε περίπτωση:

1. εγκυμοσύνης,
2. ηλικίας κάτω των 18,
3. εάν κάποιος οδηγεί θα οδηγήσει,
4. συνολικά μηνύματα για την υπεύθυνη,
5. πληροφορίες για την ανακύκλωση κάθε συσκευασίας,
6. γραμμή επικοινωνίας καταναλωτή,
7. ιστοσελίδα πληροφοριών του εκάστοτε προϊόντος

Τέλος το καλοκαίρι του 2009 υπήρξαν τρία περιστατικά μη συμμόρφωση σε θέματα επισήμανσης που αφορούσαν το ένα σε προϊόν εισαγωγής και τα δύο σε προϊόντα βαρελιού για τα οποία επιβλήθηκαν στην εταιρεία διοικητικά πρόστιμα. Λαμβάνοντας αυτό υπόψη ελήφθησαν από την εταιρεία διορθωτικά μέτρα και για την περίοδο 2019-2020 δεν υπήρχε κανένα άλλο συμβάν μη συμμόρφωσης με τον κανονισμό 1169 2011 ή με τις δεσμεύσεις της εταιρείας και τους εθελοντικούς κώδικες υπεύθυνη εμπορικής επικοινωνίας.

8. Βιβλιογραφία & Παράρτημα

Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε./ Athenian Brewery SA. (19 Οκτωβρίου 2021) “Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2019-2020”

Οι αναφορές και τα στοιχεία της διπλωματικής εργασίας «ΟΛΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ» έχουν βασιστεί στην πιο πρόσφατη Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2019-2020 της εταιρείας Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.».

Τα επιμέρους στοιχεία και οι στρατηγικές του HEINEKEN Group είναι confidential ενδοεταιρικά δεδομένα που παραχωρήθηκαν για τις ανάγκες εκπόνησης της εργασίας.

Η Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης (Έκθεση) αφορά την ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία «Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.». Η Έκθεση δημοσιοποιείται σε επίπεδο διετίας και αναφέρεται στην επίδοση της εταιρείας σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης. Οι ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις αφορούν τα οικονομικά μεγέθη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.

Η Έκθεση αποτελεί την πέμπτη Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης της εταιρείας και καλύπτει την περίοδο αναφοράς από την 1η Ιανουαρίου 2019 έως τις 31 Δεκεμβρίου 2020 (1/1/2019 - 31/12/2020 - διετής κύκλος αναφοράς). Τα ποσοτικά στοιχεία της Έκθεσης αφορούν τα έτη 2019 – 2020. Η πιο πρόσφατη Έκθεση της εταιρείας δημοσιεύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2016 και αφορά τα έτη 2014 και 2015.

Η Έκθεση αφορά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που πραγματοποίησε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. στην Ελλάδα στο παραπάνω χρονικό διάστημα σε όλες τις μονάδες λειτουργίας της.

Η Έκθεση έχει συνταχθεί σύμφωνα με τα Πρότυπα του Οργανισμού Global Reporting Initiative (GRI Standards - Επιλογή Core) και περιλαμβάνει δημοσιοποιήσεις οι οποίες ανταποκρίνονται στις ανάγκες και προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών, καθώς και πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο διαχείρισης των ουσιαστικών θεμάτων βιώσιμης ανάπτυξης της εταιρείας.

Ο πίνακας περιεχομένων GRI παρουσιάζει τους δείκτες που αποτυπώνουν τη δραστηριότητα της εταιρείας βάσει των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών της επιδράσεων και της ευρύτερης συνεισφοράς της στην επίτευξη των παγκόσμιων Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης του Ο.Η.Ε.

Η Έκθεση έχει αναπτυχθεί με την υποστήριξη του τμήματος Υπηρεσιών Κλιματικής Αλλαγής και Βιώσιμης Ανάπτυξης της ΕΥ Ελλάδος. Η ευθύνη για τον υπολογισμό, τη συλλογή και ενοποίηση των ποσοτικών στοιχείων, καθώς και η ευθύνη για την ακρίβεια και την πληρότητα της ποσοτικής και ποιοτικής πληροφορίας που περιλαμβάνει η Έκθεση, ανήκει στην ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.

9. Ευχαριστίες

Η συγκεκριμένη εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς την αμέριστη συμπαράσταση της οικογένειάς μου και ιδιαίτερα της μητέρας μου, Κυριακής Νάσιου.

Θερμά ευχαριστώ και την ίδια την εταιρία, ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε, η οποία με εμπιστεύτηκε με σημαντικά αρχεία και μοιράστηκε μαζί μου γνώση ετών καθώς και βλέψεις για το μέλλον. Συγκεκριμένα, ευχαριστώ τη Μαρία Ηλιοπούλου, Corporate Affairs Sustainability Manager, και τον Αλέξανδρο Μπαλτατζή, Marketing Manager International & Premium Brands, του αποτέλεσαν τους παρόχους των πληροφοριών και στήριξαν την πρότασή μου για το θέμα της συγκεκριμένης διπλωματικής.

Τέλος, να ευχαριστήσω όλους τους κοντινούς μου ανθρώπους που με στήριξαν στις δύσκολες μέρες όντας «παρόντες».