

▲ Σαφές το συμπέρασμα της εκδήλωσης που διοργάνωσε στη Θεσσαλονίκη ο Ομίλος ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά, σε συνεργ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναπόδραστη πρ

«Οι επιχειρήσεις που θέλουν να επωφεληθούν από τις διαμορφούμενες διεθνείς συνθήκες θα πρέπει να έχουν ενστερνισθεί τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το αργότερο έως το 2015, αφού τότε θα είναι αδύνατο να αγνοήσουν τις πολύ σημαντικές εξελίξεις που ήδη λαμβάνουν χώρα σήμερα», ήταν το μήνυμα του διακεκριμένου επιχειρηματικού συμβούλου των ΗΠΑ Δρ Bruce Piasecki, προς το ακροατήριο της εκδήλωσης που διοργάνωσε την Παρασκευή 15 Φεβρουαρίου 2008, στο ξενοδοχείο Hyatt Regency της Θεσσαλο-

Ευκλείδης Καραγιαννίδης
efklidis@the.kapatel.gr
Λία Αλμανταριώτη
alman@express.gr

μένου επιχειρηματικού συμβούλου των ΗΠΑ Δρ Bruce Piasecki, προς το ακροατήριο της εκδήλωσης που διοργάνωσε την Παρασκευή 15 Φεβρουαρίου 2008, στο ξενοδοχείο Hyatt Regency της Θεσσαλο-

νίκης, ο Όμιλος ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά, σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος, και με θέμα «Leaders of the New Economy '08».

Οι ομιλήτες της ιδιαίτερα επιτυχημένης εκδήλωσης, κατέληξαν στο βασικό συμπέρασμα ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί sine qua non προϋπόθεση βιώσιμης ανάπτυξης επιχειρήσεων της νέας οικονομίας.

Σύμφωνα δε με στοιχεία έρευνας του Βαρόμετρου Αναγνωρισιμότητας της Κοινωνικής Συμπεριφοράς, τα οποία παρουσιάστηκαν στην εκδήλωση: 7 στους 10 πολίτες μπορούν να αναγνωρίσουν μια εταιρία με κοινωνικό έργο, 6 στους 10 επηρεάζονται θετικά από την κοινωνική συμπεριφορά μιας εταιρίας και 6 στους 10 επηρεάζονται από τη δημοσιοποίηση - μέσω ΜΜΕ - των προϊόντων της εταιρίας.

Σταύρος Καλαφάτης

Υφυπουργός Ανάπτυξης



«Κεντρική επιδίωξη μας - βασικός στόχος των δράσεων του υπουργείου Ανάπτυξης είναι η ενίσχυση της υγιούς και βιώσιμης επιχειρηματικής ανάπτυξης. Στην προσπάθειά μας αυτή, βασικό μέσο, αλλά και προϋπόθεση επιτυχίας αποτελεί η κοινωνικά υπεύθυνα επιχειρηματικότητα», ανέφερε ο υφυπουργός Ανάπτυξης. Τόνισε δε ότι: «Η επιχειρηματικότητα που κάνει πράξη την κοινωνική ευαισθησία, όχι μόνο προς την κοι-

νωνία που την φιλοξενεί, αλλά και προς τα μέσα, στο ίδιο της το περιβάλλον, υιοθετώντας νέες μεθόδους διοίκησης του ανθρώπινου παράγοντα, νέες τεχνικές οργάνωσης του ανθρώπινου δυναμικού, που εμπνέουν, κινητροδοτούν και αναμειβούν τους εργαζόμενους που συμβάλλουν στην ανάπτυξη. Η νέα επιχειρηματικότητα αποτελεί την ελπίδα για το μέλλον, για την ισόρροπη ανάπτυξη, το ηθικό επιχειρείν που εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα των επενδύσεων, την επιθυμητή κερδοφορία και τη διανομή του πλεονάσματος στους μετόχους, αλλά την ίδια στιγμή φροντίζει για την τοπική κοινωνία, τον ανθρώπινο παράγοντα στην επιχειρηματική δεοντολογία, την προστασία του περιβάλλοντος.

Εγώ μάλιστα θα έλεγα ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, που μας ήρθε ως όρος από το εξωτερικό, προϋπήρχε στην Ελλάδα ως «επιχειρηματική φιλία» - κι έτσι προοιό για να αναφύει. Αυτό το «επιχειρηματικό φιλί» λοιπόν θέλουμε να ξυπνήσουμε σε όσο το δυνατόν περισσότερες εταιρίες, για το καλό όλων των πολιτών».

Δρ Bruce Piasecki

Διακεκριμένος επιχειρηματικός συμβούλος των ΗΠΑ



Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η εισήγησή: ενός από τους πλέον διακεκριμένους επιχειρηματικούς συμβούλους των ΗΠΑ, του Δρ Bruce Piasecki. «Βασική μου διαπίστωση -τόνισε- είναι ότι οι πλέον επιτυχημένες επιχειρήσεις, οσέως μεγέθους, έχουν ενσωματώσει μια νέα, προστιθέμενη αξία στα προϊόντα τους: την αξία της κοινωνικής ευαισθησίας. Οι πρωταγωνιστές της νέας οικονομίας έχουν κατανοήσει πως η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους εξαρτάται πλέον από τρεις βασικές παραμέτρους μια ιδιότυπη «Άγια Τριάδα», όπου η τιμή είναι ο «θεός», η ποιότητα ο «υιός» και η ευαισθησία στις σύγχρονες κοινωνικές ανάγκες (όπως π.χ. η προστασία του περιβάλλοντος ή η εξοικονόμηση ενέργειας) το «άγιο πνεύμα». Αυτή η «Άγια Τριάδα» αποτελεί και τη βάση της μεξέλιξης του πα-



Η εκδήλωση προσέλκυσε το ενδιαφέρον του επιχειρηματικού και πολιτικού κόσμου της Βορείου Ελλάδος

ραδοσιακού κεφαλισμού σε «social response capitalism» ή σε SRC (Καπιταλισμός Κοινωνικής Ευθύνης).

«Πιστεύω ότι οι επιχειρήσεις που θέλουν να επωφεληθούν από τις διαμορφούμενες διεθνείς συνθήκες θα πρέπει να έχουν ενστερνισθεί το «SRC» το αργότερο έως το 2015, αφού τότε θα είναι αδύνατο να αγνοήσουν τις πολύ σημαντικές εξελίξεις που ήδη λαμβάνουν χώρα σήμερα. Αυτές συμπεριλαμβάνουν την αύξηση του πληθυσμού της γης, τη μείωση των παραδοσιακών ενεργειακών αποθεμάτων, αλλά και το γεγονός ότι το σύνολο σχεδόν των μεγαλύτερων οικονομιών του πλανήτη θα είναι επιχειρήσεις και όχι κρατικές οντότητες, όπως συνέβαινε μέχρι πρότινος. Ήδη, το 2006, η λίστα με τις 100 μεγαλύτερες οικονομίες του πλανήτη συμπεριλάμβανε 51 επιχειρήσεις και 49 κράτη».

Γιώργος Μυλωνάς

Πρόεδρος του Σύνδεσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος



Καίρια ερωτήματα για το τι τελικά σημαίνει Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έθεσε ο πρόεδρος του ΣΒΒΕ Γιώργος Μυλωνάς, παρουσιάζοντας την ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα και αναίτη για την ΕΚΕ.

«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, σημείωσε, αναμφισβήτητα τα τελευταία χρόνια έχει γίνει μόδα. Αλλά είμαι βέβαιος ότι είναι μια μόδα που θα διαρκέσει για πολύ και στο κοντινό μέλλον θα αποτελεί, κατά την προσωπική μου άποψη, έναν κοινό τρόπο αξιολόγησης των εταιριών παγκοσμίως».

Η πεποίθησή μου αυτή με οδηγεί στο να πω ότι θα πρέπει να δώσουμε ως επιχειρήσεις ιδιαίτερη σημασία στο θέμα, αφού τελικά αποτελεί στρατηγική επιλογή η υιοθέτηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και η ένταξή τους στα επιχειρηματικά μας πλάνα, αν θέλουμε να επιβιώσουμε στις δύσκολες συνθήκες ανταγωνισμού». Παράλληλα, τόνισε, «Όσο κι αν ψάξει κανείς δεν θα βρει έναν διεθνή αποδεκτό ορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αυτό δεν είναι ούτε παράδειγμα, ούτε περιγραφή, ούτε παράλογο. Πιγάζει ευθέως από το γεγονός ότι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να επιδέχεται διαφορετικές προσεγγίσεις προερχόμενες από διαφορετικά συμφέροντα, ακόμα και μέσα στην εταιρία: αλλιώτικα προσεγγίζονται η έννοια οι εργαζόμενοι, αλλιώτικα οι πελάτες κ.λπ.

Το συμπέρασμά μου από την πολύχρονη ανάλυση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από την εταιρία μου, αλλά και από τους συναδέλφους μου στον Σύνδεσμο είναι ένα: η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ούτε καλή ούτε κακή. Επίσης, δεν αφορά μόνον τις επιχειρήσεις ή μόνον το κράτος. Σε κάθε περίπτωση οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι ή να γίνουν κοινωνικά υπεύθυνες. Αλλά για να γίνει αυτό χρειάζεται

πολλή δουλειά για να ανακαλύψει η εταιρία τη σωστή σχέση μεγέθους επιχειρήσεων και ανάληψης δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης». Με άλλα λόγια, όπως είπε, «θα πρέπει να ανακαλύψει η επιχείρηση το πόσο αντέχει να αναλάβει δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Κι αυτό είναι ευθεία συνάρτηση της μακροχρόνιας αύξησης της παραγωγικότητάς της. Αν οι εταιρίες μας μπορούν να μετρήσουν τη μακροχρόνια παραγωγικότητά τους, τότε μπορούν να βρουν τα περιθώρια που έχουν για να αναλάβουν δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης».

Όλα τα υπόλοιπα θεωρώ ότι ανήκουν στη συζήτηση περί φιλανθρωπίας και μάλλον αφορούν το κράτος και όχι τους επιχειρηματίες».

Γιώργος Καλοφωλιάς

Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά

«Εξακολουώ τον δεύτερο κύκλο εκδηλώσεων της ΕΞΠΡΕΣ, πέραν των συμβατικών που διοργανώνει ο Όμιλος στην περιφέρεια, αρχής γενομένης από την εκδήλωση leaders of the New Economy '08», ανέφερε κατά το χαιρετισμό του ο διευθύνων σύμβουλος του Ομίλου ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιάς. Τόνισε δε ότι: «Επιλέξαμε να ξεκινήσουμε το δεύτερο κύκλο από τη Θεσσαλονίκη που αποτελεί σημαντικό πόλο ανάπτυξης, διότι πιστεύουμε ότι η Βόρεια Ελλάδα έχει μεγάλες δυνατότητες, ώστε να λάβει παράδειγμα η χώρα. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η μακροπρόθεσμη επιχειρηματική στρατηγική κυρίως λόγω της επίδρασης που έχει στην κοινωνία, στην οικονομία».

Βασίλης Τακάς

Πρόεδρος του Ινστιτούτου Ερευνών Μελετών Τηλεπικοινωνιών & Πληροφορικής και Νοσοανατομικής Ευρώπης (ΙΝΑ)



«Η ΕΚΕ σημαίνει ότι μια επιχείρηση πέρα από την τήρηση των νόμων οφείλει εθελοντικά να επιστρέφει στην κοινωνία μέρος των κερδών που έχει αποκομίσει ώστε να ενισχύσει την κοινωνική συνοχή και τη μακροχρόνια βιώσιμη ανάπτυξη», τόνισε ο κ. Βασίλης Τακάς. Οικονομική ανάπτυξη, κέρδος, κοινωνικές ευαισθησίες και ενδιαφέρον για το περιβάλλον δεν είναι κατ' ανάγκη έννοιες αντιρατικές και αντικρουόμενες. Τα κέρδη από την εφαρμογή της ΕΚΕ για την επιχείρησή-σημείωσε ο κ. Τακάς - είναι μεταξύ των άλλων: «Η αναβάθμιση της εικόνας της επιχείρησης».

Η επιχείρηση κερδίζει σε αξιοπιστία: κάνει καλό εσωτερικά και εξωτερικά στην επιχείρηση. Η καλή φήμη βοηθά στην ευκολότερη προσέλκυση αξιόλογου προσωπικού. Οι εργαζόμενοι μένουν

ασία με τον Σύνδεσμο Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος

οϋπόθεση βιώσιμης ανάπτυξης επιχειρήσεων

περισσότερο, μειώνοντας το κόστος προαλήψεων από την προσέλκυση και επανεκπαίδευση. Οι εργαζόμενοι είναι πιο πρόθυμοι και παραγωγικοί. Η ΕΚΕ διασφαλίζει τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς. Δραστηριότητες, όπως ανάμιξη στα κοινά, δημιουργούν θετική δημοσιογραφική κάλυψη. Οι καλές σχέσεις με τις τοπικές αρχές διευκολύνουν την επιχειρηματικότητα. Επίσης η ΕΚΕ μπορεί να σας κάνει πιο ανταγωνιστικούς και μειώνει τον κίνδυνο αναπάντεχης ζημίας στη φάση σας (και στις πωλήσεις).

Οι επενδυτές μπορούν αυτό να το αναγνωρίσουν και να είναι πρόθυμοι να επενδύσουν στην επιχείρησή σας.

Εμμανουήλ Σίμογλου

Εκπρόσωπος του ΣΒΒΕ στο Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ



Από την πλευρά του, ο κ. Εμμανουήλ Σίμογλου, εκπρόσωπος του ΣΒΒΕ στο Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, τόνισε μεταξύ των άλλων ότι: «Το αίτημα για μεγαλύτερη κοινωνική υπευθυνότητα δεν σημαίνει ότι το κέρδος

της Επιχείρησής πρέπει να περιοριστεί.

Απλώς επαναπροσδιορίζεται σε καινούργιες βάσεις, σε μια πιο μακροχρόνια προοπτική επενδύοντας παράλληλα στην κοινωνική συνοχή και στην περιβαλλοντική προστασία, διασφαλίζοντας με αυτό τον τρόπο καλύτερα τη δημιουργία του διαχρονικά.

Ο επαναπροσδιορισμός και η διαμόρφωση της επιχειρηματικής στρατηγικής –διότι περί αυτού πρόκειται– με την ενσωμάτωσή σύγχρονων αντιλήψεων Ε.Κ.Ε. θα οδηγήσει σε νέα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σήμερα που το παγκόσμιο περιβάλλον εμφανίζεται όλο και περισσότερο να επιπρεάζεται από παραγοντες κοινωνικού χαρακτήρα». Παρουσιάζοντας δε στοιχεία της έρευνας για την «Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Ε.Κ.Ε. 2007», από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας με τη συνεργασία του Πανετίου Πανεπιστημίου (τεχνικό μέρος MRB Hellas) σημείωσε ότι: το 34,3% των Ελλήνων καταναλωτών το 2006 είχε αναμείξει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία είτε μέσω αγοράς προϊόντων είτε μέσω θετικών σχολίων, ενώ το 16,8% είχε μόνο σκεφθεί να το πράξει. Θετικό σύνολο 51,1%.

Το ποσοστό της αντίστοιχης έρευνας για το 2003 ήταν 10,6%. Το ποσοστό των Ελλήνων καταναλωτών που είχε τιμωρηθεί το 2006 μια μη κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία ανέρχεται στο 50,9% και αυτό που είχε σκεφτεί να τιμωρήσει 14%, αρνητικό σύνολο 64,9%. Το αντίστοιχο της έρευνας του 2003 ήταν 15,9%. Με βάση τα παραπάνω στοιχεία οι πιο αναγνωρίσιμες πρωτοβουλίες – δράσεις είναι οι εξής:

Κατηγορία παιδί: Το πρόγραμμα «ARGOODAKI» από την GOODY'S με 36,3% Κατηγορία αθλητισμός-υγεία: Το πρόγραμμα «Αθλητικό Πανόραμα» από την ALPHA BANK με 17,5%. Κατηγορία «περιβάλλον»: Το πρόγραμμα «Ανακύκλωση συσκευών και αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας» από την COSMOTE με 14,6%.



Βραβεύσεις βορειοελλαδικών επιχειρήσεων

Η ΕΚΔΗΛΩΣΗ έκλεισε με τη βράβευση, από τον Ομίλο ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά, επιχειρήσεων της Βόρειας Ελλάδας, οι οποίες έχουν επιδείξει ιδιαίτερο έργο στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και συγκεκριμένα: τις βιομηχανίες Αλουμίνι Μυλωνάς Βιομηχανία Αλουμινίου Α.Ε., της Kleemann Hellas ABEE, της Coco-Mat ABEE και της Ζυθοποιίας Μακεδονίας - Θράκης Βεργίνα. Τα βραβεία παρέλαβαν εκ μέρους των παραπάνω επιχειρήσεων οι κύριοι Γιώργος Μυλωνάς, Κωνσταντίνος Κουκούτζος,

Μιχάλης Ευμορφίδης και Δημήτρης Πολιτόπουλος. Βραβείο ονομαστικό επίσης στον βραβείο ομιλητή της εκδήλωσης, δρ Bruce Piasecki, από τους πλέον διοικημένους επιχειρηματικούς συμβούλους των ΗΠΑ, ειδικό επί θεμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Βιώσιμης Ανάπτυξης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Στη φωτογραφία, ο διευθύνων σύμβουλος του Ομίλου ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά Γιώργος Καλοφωλιάς απονέμει την τιμητική πλακέτα στον δρ Piasecki.

Κατηγορία καινώνια-γενικά: «Τα πρωτοχρονιάτικα SMS» της COSMOTE όπου μέρος των εσόδων διατέθηκαν στο έργο Μ.Κ.Ο. με 21,6%.

Δέσποινα Γιαννούλη

Διευθύντρια Επικοινωνίας & Εταιρικών Υποθέσεων, Regency Entertainment SA



«Μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση κατατάσσεται στην εμπιστοσύνη ολόκληρου του περιβάλλοντος -της αγοράς, των εργαζομένων της, των πελατών της, των προμηθευτών της και όλων όσων επιπρεάζουν τη λειτουργία της.

Αυτό είναι πλέον κάτι που το αναγνωρίζουν οι σημερινά ηγέτες των επιτυχημένων επιχειρήσεων, οι οποίοι θέτουν υψηλά κοινωνικά και περιβαλλοντικά standards και, παροτρύνοντας μαζί τους ολόκληρη την οργάνωση, δουλεύουν σκληρά για να τα πετύχουν», σημείω-

σε η κ. Δέσποινα Γιαννούλη. Απευθύνοντας δε το ερώτημα για το αν μπορεί ακόμα και μία επιχείρηση καζίνο να είναι κοινωνικά υπεύθυνη, τόνισε:

«Η απάντηση είναι ότι δεν διαφέρει σε τίποτα μία επιχείρηση καζίνο από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση. Η λειτουργία της διέπεται από νόμους και κανονισμούς, πληρώνει φόρους, απασχολεί χιλιάδες εργαζόμενους, έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και οφείλει να διασφαλίζει ότι οι υπηρεσίες της προσφέρονται με ασφαλή τρόπο σε όσους επιλέγουν να τις αγοράσουν».

Είναι γεγονός, είπε, ότι «για τους περισσότερους ανθρώπους η συμμετοχή στα τυχερά παιχνίδια του καζίνο είναι ένας ευχάριστος τρόπος διασκέδασης.

Υπάρχουν βέβαια κάποιες περιπτώσεις που αυτό μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες στη συμπεριφορά μερικών.

Η Regency Entertainment ανταποκρίθηκε στην πρόκληση αυτή άμεσα, αναλαμβάνοντας την πρωτοβουλία για τη δημιουργία ενός εθελοντικού Κώδικα Δεοντολογίας για το Υπεύθυνο Παιχνίδι στα Καζίνο της. Πρόκειται για μία σειρά κανόνων και κανονισμών οι οποίοι αφορούν όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της και τους οποίους οφείλουν να εφαρμόζουν οι άνθρωποι της στον τρόπο που κάνουν καθημερινά τη δουλειά τους».

Ο Κώδικας αυτός, μεταξύ άλλων περιλαμβάνει:

- Μία πιο οργανωμένη και συστηματική ενημέρωση/ εκπαίδευση των επισκεπτών σχετικά με τον τρόπο που παίζονται τα διάφορα παιχνίδια καθώς και τις πιθανότητες να κερδίσει κανείς, δημιουργώντας αυτό που λέμε «informed choice».
- Θέσπιση μίας σειράς Κανόνων Μάρκετινγκ με στόχο την προστασία των ατόμων που είναι πιθανόν ευάλωτα από τη συμμετοχή στα τυχερά παιχνίδια,

- Υποστήριξη όσων αντιμετωπίζουν πρόβλημα είτε με την παύση της εισόδου τους ή την παροχή συμβουλευτικής βοήθειας από ειδικούς,

- Άμεση διαχείριση παραπόνων, και ορισμός ενός στελέχους της διοίκησης ανά βόρδρα, το οποίο λειτουργεί ως σύμβουλος για τα παραπάνω θέματα την ώρα της δουλειάς του,

- Εκπαίδευση των 2.500 εργαζομένων μας πάνω στον Κώδικα αυτό.

* Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι μέρος των εσόδων της εκδήλωσης διατέθηκε σε φιλανθρωπικά σωματεία και συγκεκριμένα στον Αρκτούρο, στην Αμερικανική Γεωργική Σχολή και στον Σύλλογο Φίλων του παραρτήματος Μακεδονίας - Θράκης των Ελληνικών Αντικατοικινικών Εταιριών.

Οι χορηγοί της εκδήλωσης

Χορηγοί της εκδήλωσης ήταν οι εταιρίες: TITAN, MARFIN EGNATIA BANK, EYAO, AETIS HELLAS, LINE, REGENCY CASINO, υποστηρικτές: Νομαρχία Θεσσαλονίκης, Ισόρροπον, ΛΟΥΑΝ, ΑΜΥΝΤΑΙΟΝ, ΕΛΒΙ ΑΒΕΕ, Enolia Energy S.A. επί direct, και χορηγοί επικοινωνίας: MAKEΔΟΝΙΑ, ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΣ ΘΡΑΚΗΣ, ΑΤΛΑΝΤΙΣ.