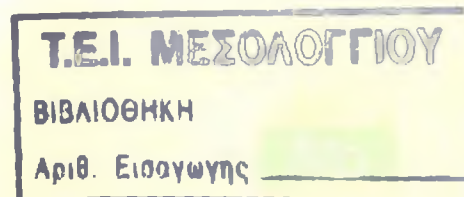


**ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ: ΣΣΟΕ**

Βιβλιοθήκη ΤΕΙ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:  
ΕΛΑΪΣ Α.Ε.: ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΙΑΣ  
Α.Ε.**

Της: Μαριάνθη Ζάβαλη  
Επιβλέπων καθηγητής:  
Χρ. Τσουραμάνης



**Μεσολόγγι 2004**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΠΡΟΛΟΓΟΣ

<b>1.ΕΛΑΪΣ: ΕΠΩΝΥΜΙΑ – ΣΚΟΠΟΣ – ΙΔΡΥΣΗ</b>	<b>Σελ.1-2</b>
<b>2.ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ</b>	<b>Σελ. 3-8</b>
<b>3.ΤΟΜΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ</b>	<b>Σελ. 9-13</b>
α) Κύριες δραστηριότητες β) Δίκτυο διανομής – Πελάτες γ) Εξαγωγές δ) Πρώτες ύλες – Προμηθευτές	
<b>4.ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ</b>	<b>Σελ. 14-24</b>
α) Γενική Διεύθυνση β) Διεύθυνση Προσωπικού γ) Διεύθυνση Πωλήσεων δ) Τεχνική Διεύθυνση – Τμήμα Παραγωγής ε) Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου στ) Διεύθυνση Marketing ζ) Εμπορική /Οικονομική Διεύθυνση η) Διεύθυνση Αγορών & Logistics θ) Διεύθυνση Εταιρικών Σχέσεων	
<b>5. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ</b>	<b>Σελ. 15-29</b>
α) Ορισμός Δημοσίων Σχέσεων β) Επίσημη αναφορά της εταιρίας Δημοσίων Σχέσεων της Αμερικής για τις Δημόσιες Σχέσεις γ) Κοινωνική Ευθύνη	
<b>6. ΕΛΑΪΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ</b>	<b>Σελ. 30-49</b>
α) Προτεραιότητα στην Κοινωνική Ευθύνη β) Στενότερες σχέσεις με τους καταναλωτές	

- γ) Με σεβασμό στο περιβάλλον**
- δ) Πρότυπες συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας**
- ε) Κοινωνικές παροχές στο προσωπικό**
- στ) Με μοχλό ανάπτυξης το ανθρώπινο δυναμικό**

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

**Σελ. 50-58**

- α) Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή των αρχών της κοινωνικής επικοινωνίας**
- β) Αποτελέσματα εντός του οργανισμού**
- γ) Αποτελέσματα εκτός του οργανισμού**

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αποδείξει, κατά πόσο ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί έναν από τους βασικούς συντελεστές για την επιβίωση και ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

Προκειμένου να το πράξουμε αυτό επιλέξαμε να παρουσιάσουμε την εταιρία “ΕΛΑΪΣ”, μια εταιρία που δείχνει σεβασμό τόσο στους καταναλωτές όσο και στους εργαζόμενους, αλλά και στο κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί.

Το πρώτο τμήμα της εργασίας μας αυτής αναφέρει την επωνυμία, το σκοπό και την ίδρυση της ΕΛΑΪΣ. Στη συνέχεια γίνεται η ιστορική αναδρομή της εταιρίας και κατόπιν αναφερόμαστε στους τομείς δραστηριοτήτων της. Το επόμενο τμήμα επεξηγεί το οργανόγραμμα της εταιρίας. Το πέμπτο τμήμα δίνει τον ορισμό των δημοσίων σχέσεων και της κοινωνικής ευθύνης. Το τμήμα που ακολουθεί περιγράφει τις δραστηριότητες της εταιρίας προκειμένου να είναι κοινωνικά αποδεκτή. Το τελευταίο τμήμα περιέχει τα συμπεράσματα και τα αποτελέσματα από την εφαρμογή των αρχών της Κοινωνικής Ευθύνης εντός και εκτός της συγκεκριμένης εταιρίας.

Η συλλογή των απαραίτητων στοιχείων για την εγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας έγινε κατά την

πραγματοποίηση της εξάμηνης πρακτικής άσκησής μας στην εταιρία ΕΛΑΪΣ.

Σε όλους όσους συνέβαλαν στην ολοκλήρωση της εργασίας αυτής και ιδιαίτερω στον καθηγητή του Τ.Ε.Ι. – Μεσολογγίου κ. Χρήστο Τσουραμάνη και στην κα Σοφία Βιοπούλου – υπεύθυνη του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της ΕΛΑΪΣ, εκφράζω τις θερμές μου ευχαριστίες.

## **1. ΕΛΑΪΣ: ΕΠΩΝΥΜΙΑ – ΙΔΡΥΣΗ - ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ<sup>1</sup>**

Η επωνυμία της Εταιρείας είναι:

“ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΑΪΣ”, με έδρα τον Δήμο Πειραιά, Αθηνών - Πειραιώς αριθμός 74, 185 47 - Ν. Φάληρο, Πειραιάς.

Η “ΕΛΑΪΣ” ιδρύθηκε το 1920 ως Ετερόρρυθμη Εταιρία με την επωνυμία “Αριστοτέλης Κ. Μακρής & ΣΙΑ Ε.Ε.” και το 1932 μετατράπηκε σε Ανώνυμη Εταιρία η διάρκεια της οποίας ορίζεται σε 75 έτη σύμφωνα με το άρθρο 1 του καταστατικού της. Η Εταιρία είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών των Αθηνών και διέπεται από τις διατάξεις του Κ.Ν. 2190/20 περί Ανωνύμων Εταιριών και της ισχύουσας χρηματιστηριακής νομοθεσίας.

Σκοπός της Εταιρίας σύμφωνα με το Άρθρο 2 του καταστατικού της είναι:

“ η δι ίδιον λογαριασμόν ή δια λογαριασμόν τρίτων ή εν συνεταιρισμώ μετά τρίτων φυσικών ή νομικών προσώπων”:

**A)** Επιχειρήσεις παντός είδους ελαιουργικών εργασιών και η παραγωγή και διάθεσις ελαιουργικών και λοιπών εδωδίων προϊόντων ως και συναφών πρώτων και βοηθητικών υλών, ενδιάμεσων προϊόντων, και υλικών συσκευασίας.

---

<sup>1</sup> “Ετήσιο Δελτίο ΕΛΑΪΣ 2003”, σελ. 14.

**B)** Εισαγωγή, εξαγωγή, αντιπροσώπευσις και εμπορία παντός είδους βιομηχανικών προϊόντων.

Η Εταιρία δύναται να ιδρύει ή να συμμετέχει εις πάσης φύσεως βιομηχανικάς και εμπορικάς επιχειρήσεις και εις επιχειρήσεις ασφαλιστικών εργασιών και παροχής υπηρεσιών.

**Γ)** Παροχή υπηρεσιών σε τρίτα φυσικά ή νομικά πρόσωπα και ίδια στους τομείς λογιστικής, οικονομικών και διοικητικών υπηρεσιών, μάρκετινγκ, πωλήσεων, εφοδιασμού και διακινήσεων.

## **2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ<sup>2</sup>**

- 1920 – Η ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ “ΕΛΑΪΣ”

Η “ΕΛΑΪΣ” ιδρύεται το 1920 στο Νέο Φάληρο (εκεί ακριβώς που βρίσκεται και σήμερα), ως Ετερόρρυθμη Εταιρία με την επωνυμία “Αριστοτέλης Κ. Μακρής & ΣΙΑ Ε.Ε.” και διακριτικό τίτλο “ΕΛΑΪΣ” από έξι Έλληνες επιχειρηματίες. Ξεκινά τη λειτουργία της ως μια μικρή μονάδα ραφινάρισματος διαφόρων ελαίων, η οποία διαθέτει έναν σύγχρονο, για την εποχή, εξοπλισμό.

Την περίοδο 1920 – 1930, βρήκαν εργασία στην “ΕΛΑΪΣ” πολλοί Έλληνες πρόσφυγες από τη Μικρά Ασία. Η Εταιρία τους παρείχε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και συσσίτιο, προσωπικά δάνεια και άλλες πρωτοποριακές παροχές για την εποχή.

- 1932 – “Η ΕΛΑΪΣ” ΜΕΤΑΤΡΕΠΕΤΑΙ ΣΕ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ

Δεκαπλασιάζει το μετοχικό της κεφάλαιο, αναπτύσσει και εκσυγχρονίζει τον τεχνολογικό της εξοπλισμό ώστε να ξεπεράσει τις σοβαρές οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζει την εποχή εκείνη ο κλάδος των ελαϊοπαραγωγικών εταιριών της χώρας, εξαιτίας της διεθνούς οικονομικής κρίσης.

- 1933 – Ο Ελευθέριος Βενιζέλος, αποδέκτης δειγμάτων των προϊόντων της εταιρίας, εκφράζει με ιδιόχειρη επιστολή προς το Δ.Σ. τις ευχαριστίες και το θαυμασμό του για την επιχείρηση, την οποία τη θεωρεί ως σημαντικό οικονομικό παράγοντα της χώρας.

---

<sup>2</sup> <http://elais.gr>, και από το “Ετήσιο Δελτίο ΕΛΑΪΣ 2003”, σελ. 15,16,17.



- 1941 – 1944 ΣΘΕΝΑΡΗ ΑΝΤΙΣΤΑΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΚΑΤΟΧΗ

Οι ιδιοκτήτες της “ΕΛΑΪΣ” αρνούνται τη συνεργασία με τις δυνάμεις κατοχής και αχρηστεύουν τμήμα του μηχανολογικού εξοπλισμού του εργοστασίου ώστε να μη χρησιμοποιηθεί από τους κατακτητές. Παράλληλα, με την έναρξη του πολέμου, διανέμει στους υπαλλήλους της και στις οικογένειές τους λίπος από τα αποθέματά της για τη στήριξή τους στις δύσκολες μέρες που έρχονται.

- 1945 - ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΜΕΤΑ ΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ

Με την απελευθέρωση αρχίζει και η “ΕΛΑΪΣ” να ανασυγκροτείται με νέες επενδύσεις και εισάγει στην αγορά τα προϊόντα ΒΙΤΑΜ και ΦΥΤΙΝΗ, που σταδιακά κερδίζουν την προτίμηση του καταναλωτικού κοινού. Το 1947 γίνεται η εισαγωγή της Εταιρίας στο χρηματιστήριο.

- 1962 - ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ UNILEVER

Η “ΕΛΑΪΣ”, ενόψει του ανταγωνισμού της Ε.Ο.Κ, ξεκινά μια στενή συνεργασία με την “UNILEVER”. Η συνεργασία αυτή προσφέρει στην Εταιρία την τεχνολογική υποδομή, την εξειδίκευση και την τεχνογνωσία μιας από τις μεγαλύτερες εταιρίες παραγωγούς εδώδιμων ελαιουργικών προϊόντων σε όλο τον κόσμο.

- 1967 - ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΑΛΤΙΣ

Το 1967 κυκλοφορεί το τυποποιημένο ελαιόλαδο ΑΛΤΙΣ στην αγορά με μεγάλη επιτυχία.

- 1970 –1980 ΥΠΟ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ “UNILEVER”<sup>3</sup>

Το 1974 λανσάρει το ηλιέλαιο SOL, ένα από τα πρώτα σπορέλαια στην ελληνική αγορά. Το 1976 η “UNILEVER” αποκτά την πλειοψηφία των μετοχών της “ΕΛΑΪΣ” και αναλαμβάνει τη διοίκηση.

- 1980 – 1990 ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΡΑΓΔΑΙΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η “ΕΛΑΪΣ”, ως μέλος της “UNILEVER”, επεκτείνει τις δραστηριότητές της με τη διανομή προϊόντων “αδελφών ευρωπαϊκών εταιριών”, όπως το τσάι LIPTON, τα προϊόντα κρέατος ZWAN, τα προϊόντα χαμηλών θερμίδων LINEA και άλλα.

- 1991 –1992 ΠΛΗΡΗΣ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

---

<sup>3</sup> “Δημοπούλου Σ., (2003), Γενική πληροφόρηση για τα σχολεία, Αθήνα, ΕΛΑΪΣ”, σελ.4.

**Όμιλος “Unilever” και θυγατρικές εταιρίες:**

Η ΕΛΑΙΣ ανήκει στον Άγγλο-Ολλανδικό όμιλο επιχειρήσεων της Unilever – έναν «κολοσσό» που διαθέτει 700 καταναλωτικά προϊόντα σε όλο τον κόσμο και κατατάσσεται μεταξύ των πρώτων βιομηχανικών εταιριών παγκοσμίως.

Η Unilever στην Ελλάδα κατέχει το 65% της εταιρίας ΕΛΑΙΣ ενώ εξ’ ολοκλήρου τις εταιρίες Unilever Hellas - εταιρία με απορρυπαντικά και είδη προσωπικής φροντίδα – καθώς και την Algida, την εταιρία των παγωτών.

Ανά τον κόσμο, σε όλες τις ηπείρους υπάρχουν σπίτια όπου οι κάτοικοι χρησιμοποιούν προϊόντα της Unilever. Η Unilever επηρεάζει τις ζωές σε περισσότερο από τις μισές οικογένειες του πλανήτη, και μέσω της ποικιλίας των προϊόντων της και λόγω της γεωγραφικής επέκτασης των δραστηριοτήτων της.

Ο αριθμός των προϊόντων της ανά κατηγορία, δηλαδή τα τρόφιμα, τα απορρυπαντικά, τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας είναι πάνω από χίλια: παγωτά (Cornetto, Magnum, Carte d’ Or), τσάι (Lipton), κατεψυγμένα (Iglo), καθαριστικά σπιτιού (Χλωρίνη Κλινέξ, Omo, Skip, Jif), φημισμένα αρώματα (Calvin Klein, Elisabeth Arden), προϊόντα φροντίδας μαλλιών (Dove, Organics, Timotei), στοματικής προστασίας (Aim) και πολλά άλλα.

Το 1991 το εργοστάσιο της “ΕΛΑΪΣ” εκσυγχρονίζεται πλήρως. Γίνονται σημαντικές επενδύσεις στον τομέα της τεχνολογίας και πληροφορικής. Υιοθετείται το πρωτοπόρο σύστημα Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Το 1992 επενδύονται σημαντικά ποσά για τη δημιουργία μονάδας φυσικού εξευγενισμού των ελαίων, που είναι η πρώτη στην Ελλάδα και μέσα στις 3 πρώτες από όλες τις εταιρίες της “UNILEVER” παγκοσμίως. Δημιουργείται το Εκπαιδευτικό Κέντρο Αθηνά μέσα στην Εταιρία και γίνονται επενδύσεις στον τομέα της πληροφορικής και της ανάπτυξης νέων προϊόντων.

- 1996 - ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ 7 ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η “ΕΛΑΪΣ” επιλέγεται ως μια από τις 7 καλύτερες επιχειρήσεις της Ευρώπης στον διαγωνισμό για το Ευρωπαϊκό Βραβείο Ποιότητας. Η επιχείρηση επίσης, είναι η πρώτη που πετυχαίνει την πιστοποίησή της στο πρότυπο ISO 14001 για το σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης που αναπτύσσει.

- 1997 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΑΡΧΕΙΟΥ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Η “ΕΛΑΪΣ” είναι η πρώτη εν λειτουργία Εταιρία στην Ελλάδα που δημιουργεί και συντηρεί Ιστορικό Αρχείο και Πρότυπο Βιομηχανικό Μουσείο, θέτοντάς τα στην υπηρεσία της επιστημονικής κοινότητας για ερευνητικούς σκοπούς αλλά και για τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

- 1999 - ΕΞΑΓΟΡΑ PUMMARO – ΠΕΛΑΡΓΟΣ

Η “ΕΛΑΪΣ” προχώρησε στην εξαγορά του τομέα των προϊόντων τομάτας με τις επωνυμίες PUMMARO και ΠΕΛΑΡΓΟΣ από την εταιρία “Μέλισσα – Κίκιζας”.

- 1999 – Η δέσμευση της ΕΛΑΪΣ για ποιότητα και η υιοθέτηση των αρχών του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Υπεροχής (EFQM), την ανέδειξαν ως τη 2<sup>η</sup> καλύτερη εταιρία στην Ευρώπη.

- 2000 – “ΕΛΑΪΣ” ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΜΑΤΑΣ STELLA

Η “ΕΛΑΪΣ” διευρύνει τη γκάμα των προϊόντων της με τα προϊόντα τομάτας Stella.

- 2004-84ΧΡΟΝΙΑ“ΕΛΑΪΣ”

Η ΕΛΑΪΣ, η μεγαλύτερη εταιρεία στον τομέα των ελαιουργικών προϊόντων στην Ελλάδα, με κυρίαρχη παρουσία στο χώρο των τροφίμων κλείνει τα 84 της χρόνια.

- 2001-ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ "KNORR BESTFOODS HELLAS ABEE"

Αποφασίστηκε η εμπορική συνεργασία σύμφωνα με την οποία η ΕΛΑΪΣ ως αντιπρόσωπος της “Knorr Bestfoods Hellas ABEE” αναλαμβάνει την διανομή και διάθεση όλων των προϊόντων αυτής μέσω του δικού της δικτύου πωλήσεων. Επίσης αποφασίστηκε και η σταδιακή συνεργασία στους υπόλοιπους τομείς δραστηριότητας, όπως marketing, διαχείρισης ανθρώπινων πόρων, μεθόδων παραγωγής και ποιοτικού ελέγχου, οικονομικών υπηρεσιών κλπ.

- 2002-ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ EN45001

Το εργαστήριο ελέγχου ποιότητας της ΕΛΑΪΣ διακρίνεται με την πιστοποίηση EN 45001 για τους ελέγχους που διενεργεί σε κάθε

παραλαβή και παραγωγή ελαιολάδου. Το ελαιόλαδο ΑΛΤΙΣ υπόκειται σε 38 ελέγχους, 10 περισσότερους απ' ότι επιβάλλει ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός ελαιολάδου

- Άλλοι σημαντικοί σταθμοί της “ΕΛΑΪΣ” είναι:
  - Η πιστοποίηση κατά ISO 9001 τον Δεκέμβριο του 1994,
  - Η θέση του finalist για το European Better Environmental Award For Industry (EBEAF) τον Ιούνιο του 1998,
  - Η απόκτηση του Unilever Silver Safety Award και η κατάκτηση της 2<sup>ης</sup> θέσης στον διαγωνισμό για την απόκτηση του Unilever HR Excellence Award την ίδια χρονιά.
  - Η απόκτηση του TPM First Level Award το Σεπτέμβριο του 2000.

### **3. ΤΟΜΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ<sup>4</sup>**

#### **A) ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

Η Εταιρία δραστηριοποιείται κυρίως στις κατηγορίες των ελαιολάδων και σπορέλαιων, μαργαρινών και μαγειρικών λιπών, κρύου και ζεστού τσαγιού και προϊόντων τομάτας. Η Εταιρία έχει λανσάρει νέα προϊόντα όπως τις μαργαρίνες, Becel Pro.activ, Άλις Soft και Βιτάμ Culinesse, τα ελαιόλαδα Άλις (Παραδοσιακό, Απαλό, Αγουρέλαιο και Βίο), την Νέα Φυτίνη με ελαιόλαδο, το Pummato Completo καθώς και το πράσινο τσάι Tchaε. Η ΕΛΑΪΣ διαθέτει πλήρες εργοστάσιο επεξεργασίας ελαίων και τυποποίησης λιπαρών προϊόντων στο Νέο Φάληρο.

Το τμήμα κατεργασίας ελαίων αποτελείται από συγκρότημα αποθήκευσης ακατέργαστων και παρθένων ελαιολάδων, χωρητικότητας περίπου 10.000 τόνων.

Στην εγκατάσταση φυσικού εξευγενισμού επιτυγχάνονται αποκόμιση, αποχρωματισμός, αποξίνιση και απόσμηση με φυσικό τρόπο. Επίσης υπάρχει εγκατάσταση παρασκευής τελικών μιγμάτων.

Για το παρθένο ελαιόλαδο υπάρχει το τμήμα διήθησης.

Το τμήμα συσκευασίας χωρίζεται σε τέσσερα ανεξάρτητα τμήματα – το τμήμα επιτραπέζιων μαργαρινών – το τμήμα επαγγελματικών μαργαρινών – το τμήμα τυποποίησης ελαιολάδων και το τμήμα τυποποίησης σπορέλαιων.

Το εργοστάσιο διαθέτει κατάλληλους αποθηκευτικούς χώρους για υλικά συσκευασίας, έτοιμα προϊόντα και βοηθητικά υλικά.

Το εργοστάσιο προϊόντων τομάτας “ΠΕΛΑΡΓΟΣ” στη Γαστούνη Ηλείας ενσωματώθηκε στην ΕΛΑΪΣ, το 1999.

---

<sup>4</sup> “Ετήσιο Δελτίο ΕΛΑΪΣ 2003”, σελ 27,28,29,30,32,33.

Τα κύρια στάδια παραγωγής προϊόντων τομάτας στο εργοστάσιο Πελαργός είναι η διαλογή και η πλύση τομάτας, η πολτοποίηση και συμπύκνωση και η συσκευασία.

Η ΕΛΑΪΣ διαθέτει στην ελληνική αγορά μια μεγάλη σειρά προϊόντων, όπως τα γνωστά ελαιουργικά προϊόντα, ελαιόλαδα ΑΛΤΙΣ και ΕΛΑΝΘΗ, προϊόντα για επάλειψη στο ψωμί (μαργαρίνες / spreads) όπως ΝΕΟ ΒΙΤΑΜ, ΒΙΤΑΜ με γιαούρτι, ΒΙΤΑΜ CULINESSE, BECEL Pro.activ και Άλτις Soft, τα προϊόντα τομάτας PUMMARO και STELLA, τα παγκοσμίου φήμης προϊόντα τσαγιού LIPTON, LIPTON ICE TEA και ΤΣΑΕ (πράσινο τσάι).

Επίσης, τα σπορέλαια SOL, ΦΛΩΡΑ, τα μαγειρικά λίπη ΝΕΑ ΦΥΤΙΝΗ και ΝΕΑ ΦΥΤΙΝΗ με ελαιόλαδο, το luncheon meat ZWAN και τη σειρά προϊόντων LINEA με χαμηλές θερμίδες.

Η ΕΛΑΪΣ κατέχει την ηγετική θέση στην αγορά των ανωτέρω προϊόντων. Είναι μια Εταιρία που έχει δυναμική παρουσία στις αγορές που δραστηριοποιείται, δίνοντας μεγάλη έμφαση στη δημιουργία νέων καινοτομικών προϊόντων.

Εξάλλου στον τομέα παροχής υπηρεσιών τα έσοδα προέρχονται από προμήθειες που αφορούν στη διανομή και διάθεση διαμέσου του δικτύου των πωλήσεων της ΕΛΑΪΣ των προϊόντων της Knorr Bestfoods Hellas ABEE και από λοιπές παροχές υπηρεσιών συναφών της λογιστικής και διοικητικής υποστήριξης.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η ΕΛΑΪΣ είναι μέλος του διεθνούς ομίλου Εταιριών "UNILEVER". Βάσει σχετικής συμβάσεως η "UNILEVER" παρέχει στην Εταιρία όλες τις γνώσεις που αυτή κατέχει στον τομέα των τροφίμων καθώς και την τεχνογνωσία που συνεχώς αποκτά μέσω ερευνών σε θέματα αποδοτικότητας, Δημόσιας και

---

επιχειρησιακής οικονομίας, ανάπτυξης διοικήσεως και θεμάτων προσωπικού, παραγωγής και ενέργειας, βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων, της συσκευασίας, μεταφοράς αποθήκευσης και διανομής, marketing και έρευνας αγοράς, πατέντων, σημάτων, συντονισμών αγορών και εξαγορών κ.λπ. Έναντι αυτών των υπηρεσιών η “UNILEVER” εισπράττει δικαιώματα (Royalties).

Εξάλλου η ΕΛΑΪΣ επίσης, βάσει συμβάσεως, επωφελείται υπηρεσιών που παρέχονται από τον Όμιλο Επιχειρήσεων της “UNILEVER”, όπως ανάπτυξη περιφερειακών στρατηγικών, ανάπτυξη σχεδίων για επιχειρησιακή στρατηγική, συντονισμό εργασιών του τομέα τροφίμων, προώθηση και ανάπτυξη μιας κατηγορίας προϊόντων κ.λπ. συμμετέχοντας αναλογικά στις δαπάνες διοίκησης και πραγματοποίηση των υπηρεσιών αυτών (Δαπάνες Διοικητικής Υποστήριξης).

Τέλος η ΕΛΑΪΣ βάσει συμβάσεων παρέχει υπηρεσίες (λογιστικής και διοικητικής φύσεως, υπηρεσίες marketing και πωλήσεων, εφοδιαστικής αλυσίδας, αγορών κ.λπ.) στις Εταιρίες του Ομίλου που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας και συγκεκριμένα στην UNILEVER HELLAS ABEE, έναντι συμφωνημένης αμοιβής.

## **B) ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ - ΠΕΛΑΤΕΣ**

Η διανομή των προϊόντων της ΕΛΑΪΣ καλύπτει το σύνολο της χώρας, ακόμη και τα πιο απομακρυσμένα νησιά, είτε με απευθείας παραδόσεις στους πελάτες είτε μέσω των αντιπροσώπων και συνεργατών της Εταιρίας. Η ΕΛΑΪΣ συνεργάζεται με την εταιρία αποθήκευσης “ΜΑΒΕ ΕΠΕ” μέσω των διανεμητικών κέντρων της οποίας (Ελευσίνα – Πάτρα – Θεσσαλονίκη) εφοδιάζει όλους τους Αντιπροσώπους και ειδικούς συνεργάτες της ανελλιπώς. Οι τελευταίοι, με αυτόνομη οργάνωση, εφοδιάζουν τα καταστήματα λιανικής πώλησης της περιοχής τους. Οι μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων λιανικής



πώλησης εξυπηρετούνται απ' ευθείας από την Εταιρία, σύμφωνα με προγράμματα λήψης παραγγελίας και διανομής που καταστρώνονται ανάλογα με τις ανάγκες και τις ειδικές συνθήκες κάθε καταστήματος. Μερικές από τις κυριότερες μεγάλες αλυσίδες είναι:

A/B ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., DIA HELLAS Α.Ε., METRO ΑΕΒΕ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε., ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ ΑΕΒΕ, ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ΜΑΚΡΟ Α.Ε, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΤΡΟΦΙΜΑ ΔΟΥΚΑΣ κ.α.

### **Γ) ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Τα βασικά προϊόντα εξαγωγής της ΕΛΑΪΣ είναι το ελαιόλαδο και οι μαργαρίνες.

Η επί μακρόν ακολουθούμενη πολιτική εξαγωγών με επίκεντρο τους εκτός Ελλάδος Έλληνες άλλαξε και απευθύνεται πλέον στην ευρύτερη αγορά. Η αλλαγή αυτή άρχισε ήδη να αποδίδει καρπούς.

- Στον Καναδά επώνυμα ελαιόλαδα της Εταιρίας βρίσκονται στα ράφια των περισσότερων και μεγαλύτερων αλυσίδων, με πολύ θετικά σχόλια για την υψηλή ποιότητα των ελαιολάδων από τους Καναδούς καταναλωτές. Πριν 3 χρόνια, σε "τυφλό" τεστ μεταξύ επώνυμων τυποποιημένων ελαιολάδων, το ελαιόλαδο της "ΕΛΑΪΣ" βγήκε πρώτο.

- Στην Αυστρία ενδυναμώθηκε η παρουσία του ΑΛΤΙΣ και τώρα βρίσκεται στα περισσότερα super market της χώρας.

- Στην Αυστραλία κατά τη διάρκεια της περσινής χρονιάς το ΑΛΤΙΣ βραβεύτηκε ως το καλύτερο έξτρα παρθένο ελαιόλαδο ανάμεσα στα επώνυμα έξτρα παρθένα ελαιόλαδα που διατίθενται στα super market της Αυστραλίας και της Νέας Ζηλανδίας.

Τα Olive Business 2002 Awards διεξάγονται για Τρίτη συνεχή χρονιά, ενώ για πρώτη φορά φέτος συμπεριλαμβάνεται η αξιολόγηση ελαιολάδων που παράγονται σε χώρες εκτός της Αυστραλίας και της

Νέας Ζηλανδίας. Την κριτική επιτροπή αποτελούσαν καταξιωμένοι σεφ και γευσιγνώστες, που αξιολογούσαν τόσο τα οργανοληπτικά όσο και τα φυσικοχημικά χαρακτηριστικά των διαφόρων ελαιολάδων.

Η διάκριση που έλαβε το ΑΛΤΙΣ σηματοδοτεί την αναπτυξιακή πορεία της εξαγωγικής δραστηριότητας στην Αυστραλία και σε άλλες χώρες του εξωτερικού.

Παράλληλα, αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό σταθμό στη μακρόχρονη δέσμευση για ποιότητα του ΑΛΤΙΣ και της ΕΛΑΪΣ. Ποιότητα που αναγνωρίσθηκε και πανευρωπαϊκά το 1999 με την κατάκτηση της 2<sup>ης</sup> θέσης στο Διαγωνισμό για το Ευρωπαϊκό Βραβείο Ποιότητας.

#### **Δ) ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ**

Οι κύριες πρώτες ύλες που χρησιμοποιεί η Εταιρία είναι το ελαιόλαδο και τα σπορέλαια (Βαμβακέλαιο, Ηλιέλαιο, Αραβοσιτέλαιο, Σογιέλαιο, Φοινικοπυρηνέλαιο, Palm oil, Κραμβέλαιο κ.τλ.) τα οποία προμηθεύεται από το εσωτερικό και το εξωτερικό. Μερικοί από τους κυριότερους προμηθευτές σε πρώτες ύλες είναι: Αγρότες και Ενώσεις Αγροτών, Unilever Raw Material BV, Παραγωγοί Βιομηχανικής Τομάτας κ.α.

#### **Ε) ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ**

Τα υλικά συσκευασίας που κυρίως χρησιμοποιούνται από την Εταιρία είναι: πλαστικές φιάλες, πλαστικά κύπελλα και πώματα, λευκοσιδηρά δοχεία, χαρτοκιβώτια, αλουμινόφυλλα, ετικέτες και χάρτινες συσκευασίες (τετραπάκ).

Μερικοί προμηθευτές των παραπάνω υλικών συσκευασίας είναι οι ακόλουθοι: IBS, ΜΟΡΝΟΣ, ΕΛΣΑ, ΚΑΡΥΔΑΚΗΣ, HELLAS CAN κ.α.

## **4. ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ<sup>5</sup>**

**Α) ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ** (Προ. & Διευθύνων Σύμβουλος: Κος Σπυρίδων Μ. Δεσύλλας)

### **Κύριος σκοπός της Γενικής Διεύθυνσης.**

Ο κύριος σκοπός του επαγγέλματος είναι ο καθορισμός των στρατηγικών κινήσεων μιας εταιρίας που βελτιώνουν συνεχώς την απόδοση και την θέση της στην αγορά. Οι κινήσεις αυτές έχουν σαν σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας στην εταιρία, αύξηση του μεριδίου αγοράς, την βελτίωση της ποιότητας και της εικόνας των προϊόντων στην αγορά και γενικότερα στοχεύουν στην καλύτερη τοποθέτηση της εταιρίας απέναντι στις μελλοντικές προκλήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η Γενική Διεύθυνση μπορεί να παίρνει αυτές τις κρίσιμες αποφάσεις διότι έχει την γνώση και την εμπειρία των δυνατοτήτων της εταιρίας και των προοπτικών και τάσεων της αγοράς.

### **Στόχοι του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρίας.**

Το Δ.Σ. της εταιρίας έχει σαν σκοπό την πλήρη παρακολούθηση της εταιρίας από διαφορετικές πλευρές – όπως πωλήσεις, παραγωγή, οικονομικά, marketing κ.α. – και την υποβολή ή καθορισμό προτάσεων στρατηγικής της εταιρίας. Κάθε μέλος του Δ.Σ. ενημερώνει τα υπόλοιπα μέλη για την κατάσταση της περιοχής ενδιαφέροντός τους και τις προοπτικές και προκλήσεις που αυτό διακρίνει. Μετά από αυτή την πολύπλευρη ενημέρωση, το Δ.Σ. αποφασίζει για τις μελλοντικές κινήσεις της εταιρίας. Εκτός από τον Πρόεδρο της εταιρίας, άλλα μέλη του Δ.Σ. είναι και οι Διευθυντές των διαφόρων τμημάτων. Οι τελικές αποφάσεις

---

<sup>5</sup> “Δημοπούλου Σ., (2003), Γενική πληροφόρηση για τα σχολεία, Αθήνα, ΕΛΑΪΣ ”, σελ.10,11,14,15,16,17,18.

λαμβάνονται μετά από συναινετικές διαδικασίες τις οποίες συντονίζει ο Πρόεδρος της εταιρίας.

**Β) ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ** (Δ/ντρια Προσωπικού :Κα Ευγενία Κωτσίδα)

**Αποστολή της Διεύθυνσης Προσωπικού.**

Αποστολή της Διεύθυνσης Προσωπικού είναι η δημιουργία της κατάλληλης οργάνωσης, ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού μέσω συνεχούς επιμόρφωσης και διατήρησης του υψηλού βαθμού ικανοποίησής του, με σκοπό την διασφάλιση της επίτευξης των επιχειρηματικών στόχων της εταιρίας.

**Γ) ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ** (Δ/ντής Πωλήσεων: Κος Ιωάννης Δ. Τισίζης)

**Κύριος σκοπός της Διεύθυνσης Πωλήσεων**

Ο κύριος σκοπός της Διεύθυνσης Πωλήσεων είναι η προώθηση των προϊόντων της εταιρίας στο “ράφι” των Super Markets. Είναι η Διεύθυνση που μέσω των ειδικά εκπαιδευμένων εργαζομένων της (πωλητών) πρέπει να πείσει τους πελάτες της (Super Markets, κλπ.) ότι τα προϊόντα που παράγει ή εισάγει η εταιρία, αξίζουν και πρέπει να βρίσκονται στο κατάστημά τους. Παράλληλα και με τον ίδιο τρόπο εξακολουθεί να προωθεί τα ήδη καταξιωμένα προϊόντα της εταιρίας.

Η Διεύθυνση Πωλήσεων είναι ο “κρίκος” της επιχείρησης που φέρνει ουσιαστικά το προϊόν κοντά στον καταναλωτή. Η συμβολή της Διεύθυνσης Πωλήσεων έγκειται στην επιτυχημένη ή όχι διανομή του προϊόντος που αποτελεί καταλυτικό παράγοντα στην επιτυχία του.

Για παράδειγμα όταν το marketing δημιουργεί ένα νέο προϊόν και το διαφημίζει (τηλεόραση, περιοδικά, ραδιόφωνο κλπ.) το προϊόν αυτό

πρέπει ήδη να έχει τοποθετηθεί στο ράφι του Super Market ώστε να έχει άμεσα την δυνατότητα ο καταναλωτής να το προμηθευτεί.

## **Δ) ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ - ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

### **Κύριος σκοπός του Τμήματος Παραγωγής**

Ο Εξευγενισμός ακατέργαστων ελαίων και εν συνεχεία τυποποίηση και συσκευασία τους με τρόπο που να διασφαλίζει την προδιαγραφείσα ποιότητα, το ελάχιστο κόστος και τον απαιτούμενο χρόνο παράδοσης.

### **Διαδικασία παραγωγής από την Α' ύλη μέχρι το τελικό προϊόν:**

- 1. Παραλαβή α' υλών, αποθήκευση και Ποιοτικός έλεγχος**
- 2. Εξευγενισμός α' υλών με λεύκανση, αποξίνιση/ απόσμηση, αποκήρωση και υδρογόνωση/ ενδοστερεοποίηση.**

### **3. Τυποποίηση**

Κατά την τυποποίηση γίνεται ανάμειξη εξευγενισμένων ελαίων βάσει των χαρακτηριστικών του τελικού προϊόντος και προσθήκη αρωμάτων, βιταμινών κλπ.

### **4. Συσκευασία**

Για τη συσκευασία κρυσταλλώνονται τα λιπαρά, συσκευάζεται η μαργαρίνη, και γίνεται εμφιάλωση των ρευστών ελαίων.

### **5.Μεταφορά /αποθήκευση α' υλών και ετοιμών προϊόντων**

Οι Α' ύλες παραλαμβάνονται είτε με πλοίο (παραλαβές από εξωτερικό) είτε με βυτίο (παραλαβές από εσωτερική αγορά). Από το πλοίο μεταφέρονται με βυτία στις δεξαμενές αποθήκευσης Α' υλών, από όπου

και αντλούνται για εξευγενισμό. Οι δεξαμενές είναι χωρητικότητας 100-500 τόνων, με δυνατότητα θέρμανσης (σερπαντίνα με ατμό στο εσωτερικό τους) και ανάμιξης.

Τα έτοιμα προϊόντα εγκιβωτίζονται, παλλετοποιούνται και αποθηκεύονται στο εργοστάσιο είτε σε ψυγείο (μαργαρίνες) είτε σε ελεύθερο χώρο (ελαιόλαδα, σπορέλαια). Από εκεί αμέσως φορτώνονται σε φορτηγά και μεταφέρονται σε μεγαλύτερη αποθήκη στη Μάνδρα Αττικής, όπου και αποθηκεύονται ανάλογα (μαργαρίνες σε ψυγεία, τα υπόλοιπα σε κλιματιζόμενους χώρους). Η αποθήκη λειτουργεί με όλα τα σύγχρονα μέσα.

### **Κατασκευή ενός δείγματος του προϊόντος**

Δείγματα λαμβάνονται σε όλα τα στάδια επεξεργασίας και μέσα σε πλαστικά φιαλίδια. Ανάλογα με το είδος ανάλυσης ελέγχονται είτε στο κεντρικό Χημείο είτε στο χημείο Εξευγενισμού. Δείγματα τελικού προϊόντος ελέγχονται όπως εξέρχονται από τη γραμμή παραγωγής από το προσωπικό της γραμμής.

### **Ποιοι συντελεστές παραγωγής επηρεάζουν τη λειτουργία της παραγωγής**

Συντελεστές που επηρεάζουν την παραγωγή είναι η ποιότητα των Α' υλών, η ποιότητα των υλικών συσκευασίας, ο βαθμός της συντήρησης των εγκαταστάσεων, η λειτουργική απόδοση των εγκαταστάσεων, το ποσοστό αξιοποίησης των εγκαταστάσεων, το επίπεδο γνώσεων του εργατικού προσωπικού, και τέλος ο βαθμός πολυπλοκότητας των διαδικασιών της παραγωγής.

## **Ε) ΤΜΗΜΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ**

**Κύριος σκοπός του τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου**

Οι βασικοί στόχοι του ποιοτικού ελέγχου σε μια μονάδα παραγωγής τροφίμων είναι οι ακόλουθοι:

1. Να διασφαλιστεί η παραγωγή υγιεινών προϊόντων τα οποία να ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που θέτει η Πολιτεία ή ο αγοραστής.

2. Να διατηρηθεί ή να βελτιωθεί το ποιοτικό επίπεδο των προϊόντων έτσι ώστε να αυξηθεί η αξία τους και να διευκολυνθεί η τοποθέτησή τους στην αγορά.

3. Να ελαχιστοποιηθούν οι κίνδυνοι μόλυνσεων ή επιμολύνσεων που έχουν σαν τελικό αποτέλεσμα την απόρριψη μεγάλων ποσοτήτων προϊόντων με τις ανάλογες οικονομικές επιπτώσεις.

### **Έλεγχος α' υλών**

Για τον έλεγχο των Α' υλών ακολουθούνται τα εξής στάδια:

1. Επιλέγονται οι κύριες Α' ύλες για τις οποίες εφαρμόζεται αυστηρός έλεγχος

2. Ο έλεγχος των Α' υλών γίνεται για διάφορες ιδιότητές τους

3. Η είσοδος των Α' υλών στο εργοστάσιο για χρησιμοποίηση γίνεται μόνο όταν τα αποτελέσματα του ελέγχου συνηγορούν στο να γίνει αποδεκτή η ποιότητά τους.

### **Ποιοτικός Έλεγχος στη διαδικασία παραγωγής**

Ο ποιοτικός έλεγχος των Α' υλών, όσο αυστηρός και προσεκτικός και να είναι, δεν θα είχε κανένα νόημα αν δεν συνεχιζόταν και κατά την διαδικασία της παραγωγής. Από Α' ύλες υψηλής ποιότητας παράγονται επίσης υψηλής ποιότητας τελικά προϊόντα, αν η παραγωγή τους πραγματοποιηθεί κάτω από επιθυμητές και απόλυτα ελεγχόμενες συνθήκες. Προκειμένου να γίνει αποτελεσματικός ποιοτικός έλεγχος κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας θα πρέπει να

προσδιοριστούν εκείνες οι διεργασίες ή τα στάδια της παραγωγής που θεωρούνται περισσότερο κρίσιμα και σε αυτά να πραγματοποιείται αυστηρότερος έλεγχος. Εφαρμόζουν, λοιπόν, συγκεκριμένες διαδικασίες κατά την παραγωγή που καθορίζουν τα σημεία δειγματοληψίας και τις προδιαγραφές τους, όπως: υγρασία στις μαργαρίνες, έλεγχος βάρους κλπ. και την ανάλυση κινδύνων (HACCP – Hazard Analysis Critical Control Point).

### **Ο ρόλος των υπολογιστών στον Ποιοτικό Έλεγχο**

Για την εφαρμογή όλων των παραπάνω απαιτούνται πολλές τεχνολογικές γνώσεις και άμεση εμπειρία σε ότι αφορά στις τεχνικές διεργασίες που εφαρμόζονται στη βιομηχανία τροφίμων. Οι υπολογιστές βοήθησαν στην αυτοματοποίηση της παραγωγής, στην οργάνωση και επεξεργασία των αναλυτικών παραμέτρων, στην στατική αξιοποίηση των αποτελεσμάτων και στην on line επικοινωνία.

### **Ποιότητα των προϊόντων που παράγονται**

Η ΕΛΑΙΣ εγγυάται ότι η διάρκεια ζωής των προϊόντων που προσφέρει, έως και την τελευταία ημέρα λήξης τους θα βρίσκεται εντός των προδιαγραφών που θέτει η Ελληνική και η Κοινοτική νομοθεσία.

## **ΣΤ) ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ MARKETING**

### **Κύριος σκοπός της Διεύθυνσης Marketing**

Κύριος σκοπός της Διεύθυνσης Marketing είναι να διερευνά τις ανάγκες των καταναλωτών και να αναπτύσσει, σε συνεργασία με την Τεχνική Διεύθυνση και το Τμήμα Ανάπτυξης, προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες αυτές. Μέσα στις λειτουργίες του Marketing είναι επίσης ο σχεδιασμός και η υλοποίηση διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών,



που σκοπό έχουν να παροτρύνουν τον καταναλωτή ν' αγοράσει τα προϊόντα.

### **Τι εννοούμε λέγοντας “προδιαγραφές” προϊόντων**

Για να μπορεί η Τεχνική Διεύθυνση να παράγει τα προϊόντα που θα ικανοποιήσουν απόλυτα τις ανάγκες των καταναλωτών, θα πρέπει να υπάρχουν προδιαγραφές. Οι προδιαγραφές είναι η απεικόνιση με τεχνικούς και μετρήσιμους όρους των χαρακτηριστικών των προϊόντων τα οποία είναι επιθυμητά από τους καταναλωτές. (π.χ. πόσο σκληρό ή μαλακό είναι το Ν. ΒΙΤΑΜ ρωτάει ο καταναλωτής) πρέπει να μεταφραστεί σε τεχνικούς όρους σε κάποιες μονάδες σκληρότητας οι οποίες μπορούν να ελεγχθούν.

### **Τι λαμβάνεται υπόψη στη σχεδίαση ενός νέου προϊόντος**

Πρώτα-πρώτα, λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες των καταναλωτών όπως αυτές προκύπτουν από την έρευνα. Φροντίζουν πάντα τα προϊόντα να είναι ασφαλή για την υγεία των καταναλωτών και να καλύπτουν όσο το δυνατόν καλύτερα τις ανάγκες τους.

Στη συνέχεια εξετάζονται οι παραγωγικές δυνατότητες, η συσκευασία, ο τρόπος διανομής, αλλά και η γνώμη κάποιων μεγάλων πελατών (Super Markets).

### **Πώς γίνεται η έρευνα αγοράς**

Για την έρευνα αγοράς χρησιμοποιούνται εξειδικευμένες εταιρίες, οι οποίες σχεδιάζουν την έρευνα, ανάλογα με τις ανάγκες που παρουσιάζονται κάθε φορά, συγκεντρώνουν και αναλύουν τα στοιχεία και παρουσιάζουν τα αποτελέσματα, από τα οποία βγαίνουν τα όποια συμπεράσματα.

## **Πώς προσδιορίζονται τα αγοραστικά κέντρα και πώς προσεγγίζονται**

Εξυπηρετείται το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς, δηλαδή όλες τις αλυσίδες super market και τα μεγάλα ή μεσαία καταστήματα απ' ευθείας με πωλητές που παίρνουν παραγγελίες.

## **Πώς γίνεται η σχεδίαση της κατάλληλης συσκευασίας**

Πρωταρχικός ρόλος της συσκευασίας είναι να διαφυλάξει το προϊόν και να το διατηρήσει σε καλή κατάσταση από τη στιγμή που θα παραχθεί, θα μεταφερθεί, θα αποθηκευτεί, θα τοποθετηθεί στο ράφι του Super Market, θα αγοραστεί, θα μπει στο ντουλάπι ή στο ψυγείο του καταναλωτή και τέλος θα καταναλωθεί. Αλλά και μετά την κατανάλωση, η συσκευασία που θα πεταχτεί, πρέπει να έχει τη μικρότερη επιβάρυνση στο περιβάλλον.

Όλα αυτά τα λαμβάνονται υπόψη όταν σχεδιάζεται μια συσκευασία. Ακόμη πρέπει να είναι πρακτική, να ανοιγοκλείνει εύκολα (ανάλογα, βέβαια, με το προϊόν, για το οποίο προορίζεται), να δίνει πληροφορίες στους καταναλωτές, να ικανοποιεί τις νομικές διατάξεις και, βέβαια, να είναι ελκυστική, ώστε να προτρέπει τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν.

## **Πώς διαφημίζονται τα προϊόντα**

Η διαφήμιση έχει σκοπό να κάνει γνωστό ένα προϊόν, να ενημερώσει τον καταναλωτή για τα προτερήματά του και να τον πείσει να το αγοράσει. Αυτό το στόχο έχουν οι διαφημιστικές καμπάνιες οι οποίες αναπτύσσονται σε συνεργασία με τις διαφημιστικές εταιρείες.

Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι ευχάριστες, πιστευτές, απλές και ξεκάθαρες και να δίνουν στους καταναλωτές να καταλάβουν τι ανάγκες θα τους καλύψει το προϊόν που διαφημίζεται. Το προϊόν θα πρέπει να

ανταποκρίνεται στις προσδοκίες που έχει δημιουργήσει η διαφήμιση στους καταναλωτές και να μην τους απογοητεύει.

Για την διαφήμιση των προϊόντων μας χρησιμοποιείται κυρίως την τηλεόραση αλλά και τα περιοδικά ή το ραδιόφωνο.

## **Z) ΕΜΠΟΡΙΚΗ/ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ**

### **Κύριος σκοπός της Εμπορικής Διεύθυνσης**

Η Εμπορική Διεύθυνση είναι υπεύθυνη για την οργάνωση της οικονομικής λειτουργίας της επιχείρησης και έχει σαν σκοπό την εκτίμηση (πρόβλεψη) η εξεύρεση των χρηματοοικονομικών αναγκών (δάνεια, επενδύσεις) της επιχείρησης, καθώς και την καλύτερη δυνατή διαχείριση των δανείων και διαθεσίμων της. Η πρόβλεψη γίνεται μέσω του ταμειακού προγραμματισμού και η διαχείριση με τη γνώση των διαφόρων μορφών, μεθόδων και τεχνικών χρηματοδότησης ή στην περίπτωση των διαθεσίμων με την γνώση των διαφόρων επενδυτικών προϊόντων.

## **H) ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΓΟΡΩΝ & LOGISTICS**

### **Ποιος είναι ο κύριος σκοπός της Διεύθυνσης Αγορών & Logistics**

Να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες στην εταιρεία σε συγκεκριμένο χρόνο, να φροντίζει για την αγορά προϊόντων ποιότητας και στο χαμηλότερο δυνατό κόστος και να εξασφαλίζει την αγορά των απαιτούμενων Α' υλών, υλικών συσκευασίας κλπ.

### **Ποιες είναι οι Α' ύλες που προμηθεύονται**

Ελαιόλαδα και σπορέλαια (όπως ηλιέλαιο, αραβοσιτέλαιο, φοινικέλαιο, βαμβακέλαιο κ.α.)

### **Που διατηρούνται οι προμήθειες (αποθήκες) και σε τι ποσότητες**

Τα λάδια αποθηκεύονται σε ειδικές δεξαμενές κατάλληλες για την φύλαξη και διατήρηση υγρών τροφίμων.

Οι ποσότητες λαδιών που αποθηκεύονται ποικίλουν ανάλογα με το είδος της πρώτης ύλης και την εποχή.

### **Τι προδιαγραφές έχουν οι Α' ύλες που προμηθεύονται**

Οι προδιαγραφές των α' υλών υπαγορεύονται είτε από την Ελληνική /Κοινοτική νομοθεσία, είτε από διεθνείς φορείς που ασχολούνται με την παγκόσμια εμπορία των Α' υλών.

Η ΕΛΑΪΣ πέραν των παραπάνω, θεσπίζει δικές της προδιαγραφές, οι οποίες είναι σημαντικά αυστηρότερες.

**Θ) ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ** (Δ/ντής Εταιρικών Σχέσεων:  
Κος Γρ. Αντωνιάδης)

### **Ποιος είναι ο κύριος σκοπός των Δημοσίων Σχέσεων**

“Δημόσιες Σχέσεις είναι το αποτέλεσμα του τι λες, του τι κάνεις και του τι πιστεύουν οι άλλοι για σένα, δηλ. η φήμη που έχει μια εταιρία. Η λειτουργία των Δ.Σ. στοχεύει στην καλλιέργεια αυτής της φήμης με στόχο την αμοιβαία κατανόηση και υποστήριξη, επηρεάζοντας την κοινή γνώμη και συμπεριφορά”-Institute of Public Relations.

- Η ανάδειξη του πρωτοπόρου και σύγχρονου προσώπου της ΕΛΑΪΣ, μιας εταιρίας που συγχρόνως έχει πλούσια παράδοση και ιστορική διαδρομή.
- Η δημιουργία και διατήρηση θετικού κλίματος για την εταιρία μέσω συνεχούς διαλόγου με τα κοινά που την ενδιαφέρουν.
- Η εκμετάλλευση ευκαιριών που παρουσιάζονται για προβολή του κοινωνικού προσώπου της ΕΛΑΪΣ.
- Η καλλιέργεια ανθρωπίνων σχέσεων και ισχυρών δεσμών με τις οικογένειες των εργαζομένων.

- Η ενημέρωση των εργαζομένων για τις δραστηριότητες της εταιρίας και η ενθάρρυνση για διοχέτευση της πληροφόρησης αυτής στο εξωτερικό περιβάλλον.

## **Ποιοι είναι οι μελλοντικοί στόχοι του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων**

1. Η συνέχιση και ενίσχυση της ενεργής συμμετοχής της ΕΛΑΪΣ στην κοινωνική ζωή της περιοχής της αλλά και της χώρας γενικότερα με την προσφορά ουσιαστικού έργου μέσα από την δραστήρια συμμετοχή της στον κοινωνικό περίγυρο – με στόχο πάντα τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής αλλά και την προστασία του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος, στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται.
2. Η ανάδειξη της ΕΛΑΪΣ σε μια πρωτοπόρο εταιρία με κοινωνικό πρόσωπο που έχει πάντα στόχο την ποιότητα σε όλα τα επίπεδα και το χτίσιμο αποτελεσματικής επικοινωνίας με το εξωτερικό περιβάλλον ώστε να αποτιμηθεί το έργο της, η φιλοσοφία της και η συμβολή της στην ανάπτυξη.

## **5. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

### **Α) ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ<sup>6</sup>**

Οι Δημόσιες Σχέσεις είναι μια εξειδικευμένη λειτουργία της Επικοινωνίας. Ξεκίνησε τόσο απλά, όσο οι λειτουργίες της φιλοξενίας ή της ευγένειας και κατέληξε σε μια πολυσύνθετη λειτουργία διοίκησης των σχέσεων κάθε οργανισμού ή επιχείρησης με τα κοινά του. Γιατί, κάθε οργανισμός, επιχείρηση, δημόσια υπηρεσία, σύλλογος ή δημόσιο πρόσωπο απευθύνεται σε ομάδες κοινού, οι οποίες επηρεάζονται ποικιλότροπα από τις δραστηριότητες και τις θέσεις του στο κοινωνικοοικονομικό γίγνεσθαι.

Ταυτόχρονα οι Δημόσιες Σχέσεις νοούνται σαν μια λειτουργία διαχείρισης, με την ίδια λογική όπως η λογιστική, οι ανθρώπινοι πόροι, η παραγωγή και το marketing. Λειτουργία της οποίας ο ξεχωριστός ρόλος είναι η διαχείριση των σχέσεων της επιχείρησης με τις διάφορες ομάδες κοινού από τις οποίες εξαρτάται η ύπαρξη και ανάπτυξή της: τους μετόχους, εργαζόμενους, προμηθευτές, πελάτες και την τοπική, περιφερειακή, εθνική ή και πολυεθνική κοινότητα, στα πλαίσια των οποίων εξελίσσεται η επιχείρηση.

Βασική αποστολή των Δημοσίων Σχέσεων είναι να φέρουν κοντά τις διάφορες ομάδες ανθρώπων, που συχνά έχουν διαφορετικά ή και συγκρουόμενα συμφέροντα και απόψεις και να τις βοηθούν να συνεννοηθούν, με στόχο την αποτροπή ή την άμβλυση των προβλημάτων. Προβλημάτων που κατά κανόνα οφείλονται στην έλλειψη αποτελεσματικής επικοινωνίας, κατανόησης και καλής θέλησης.

---

<sup>6</sup> “Αλεξοπούλου Μ., (2000), Δημόσιες Σχέσεις, Μεσολόγγι.(διδασκτικές σημειώσεις)”, σελ. 1,2.

Στον επιχειρηματικό χώρο, η ειδικότερη αποστολή των Δ.Σ. είναι να δώσουν στην επιχείρηση μιαν άλλη, απαραίτητη στην εποχή μας διάσταση, την κοινωνική, που υπαγορεύτηκε τον τελευταίο μισό αιώνα από τις σχεδόν θεμελιακές ανακατατάξεις που σημειώθηκαν στις παγκόσμιες αξίες και στις κοινωνικοοικονομικές δομές.

Κάποτε το κύριο – αν και όχι το μοναδικό – μέλημα μιας επιχείρησης ήταν το κέρδος : οι τρόποι και τα μέσα με τα οποία θα έφτανε σ’ αυτό δεν είχαν ιδιαίτερη σημασία ή δεν υπήρχαν μηχανισμοί ελέγχου.

Σήμερα κάθε επιχείρηση έχει ένα παράλληλο, το ίδιο πρωταρχικό, μέλημα : να είναι κοινωνικά αποδεκτή.

Να είναι “καλός πολίτης”, όπως σημειώθηκε πιο πάνω. Κι αυτό το μέλημα έχει πάψει προ πολλού να είναι προαιρετικό. Όσες επιχειρήσεις τολμήσουν να το αγνοήσουν, βάζουν σε βέβαιο κίνδυνο την ανάπτυξή τους, αν όχι και την ύπαρξή τους.

Ο O.Baskin, υποστηρίζει ότι “οι Δ.Σ. είναι μια σύμφυση τριών παραγόντων:

- της αναγνώρισης της δύναμης της Κοινής Γνώμης,
- του διαρκούς ανταγωνισμού μεταξύ των διάφορων Οργανισμών για την εξασφάλιση της στήριξης του κοινού
- της ανάπτυξης των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, δια μέσου των οποίων το κοινό μπορεί άμεσα να προσεγγισθεί”.

Σε συνέχεια των πιο πάνω γίνεται σαφές ότι οι Δ.Σ. δεν είναι μεμονωμένες κοινωνικές εκδηλώσεις, καλή αγωγή και ευγενικοί τρόποι ή ακόμα ένα Δελτίο Τύπου ή η συμμετοχή σε μια Έκθεση. Αντίθετα νοούνται σαν Δ.Σ. οι οποιοσδήποτε ενέργειες, δραστηριότητες ή εκδηλώσεις που είναι εντεταγμένες σ’ ένα πρόγραμμα επικοινωνίας και που έχει ξεκάθαρους στόχους Δημοσίων Σχέσεων.

## **B) ΕΠΙΣΗΜΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ<sup>7</sup>**

Οι δημόσιες σχέσεις βοηθούν την πολύπλοκη και πλουραλιστική μας κοινωνία στην λήψη των αποφάσεων και στην αποτελεσματική λειτουργία, βοηθώντας την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ ομάδων και οργανισμών. Επιτυγχάνουν την αρμονία μεταξύ της ιδιωτικής και της δημόσιας πολιτικής που ακολουθείται.

Οι δημόσιες σχέσεις εξυπηρετούν πολλούς οργανισμούς μέσα στην κοινωνία όπως, επιχειρήσεις, εμπορικούς συνεταιρισμούς, κυβερνητικούς οργανισμούς, εθελοντικές οργανώσεις, ιδρύματα, νοσοκομεία, εκπαιδευτικούς και θρησκευτικούς οργανισμούς. Για την επίτευξη των σκοπών τους αυτοί οι οργανισμοί είναι απαραίτητο να αναπτύξουν αποτελεσματικές σχέσεις με τα διάφορα είδη κοινού στα οποία απευθύνονται όπως υπαλλήλους, μέλη, πελάτες, τοπικές κοινότητες, μετόχους, άλλους οργανισμούς και με την κοινωνία ως σύνολο.

Οι διοικήσεις αυτών των οργανισμών απαιτείται να καταλάβουν τις αξίες και τις στάσεις του κοινού που απευθύνονται με σκοπό την επίτευξη των σκοπών των οργανισμών. Οι στόχοι σχηματίζονται από το εξωτερικό περιβάλλον. Οι άνθρωποι που ασχολούνται επαγγελματικά με τις δημόσιες σχέσεις είναι σύμβουλοι της διοίκησης και μεσολαβητές, βοηθώντας την μετατροπή των στόχων από ατομικούς σε μετριοπαθή δημοσίως αποδεκτή πολιτική και σχέδιο δράσης.

Σαν διοικητική λειτουργία οι δημόσιες σχέσεις περικλείουν τα ακόλουθα:

---

<sup>7</sup> 'Wilcox /Ault /Agee, (1998), Δημόσιες Σχέσεις- Στρατηγικές και Τεχνικές, μτφρ. Σαρρή, Ν., Έλλην', σελ. 38.



- Την πρόβλεψη, ανάλυση και την ερμηνεία της κοινής γνώμης, για καλό ή κακό, τις λειτουργίες και τα σχέδια του οργανισμού.
- Την συμβουλευτική διοίκηση σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης με ιδιαίτερη προσοχή στις αποφάσεις της πολιτικής που θα ακολουθηθεί, την συμπεριφορά και θέματα τα οποία μπορεί να επηρεάσουν, στα στάδια δράσης και επικοινωνίας, όλα τα υπόλοιπα που συμπεριλαμβάνονται σε αυτά και τις υπευθυνότητες που έχουν τα μέλη της κοινωνίας.
- Την έρευνα, καθοδήγηση και αξιολόγηση σε μόνιμη βάση, των προγραμμάτων δράσης και της επικοινωνίας, που χρησιμοποιούνται για την ενημέρωση του κοινού η οποία θα οδηγήσει στην επιτυχία των στόχων που έχει θέσει ο οργανισμός. Αυτά μπορεί να συμπεριλαμβάνουν το marketing την οικονομία, την ανάληψη των κεφαλαίων, τους υπαλλήλους, τις σχέσεις της κοινότητας ή της κυβέρνησης και άλλων προγραμμάτων.
- Τον σχεδιασμό και την εφαρμογή των προσπάθειών οργάνωσης για την επίδραση ή την αλλαγή της πολιτικής του κοινού.
- Τον καθορισμό των στόχων, σχεδιασμό, προϋπολογισμό, στρατολόγηση και εκπαίδευση του προσωπικού, δημιουργώντας όλες τις ευκολίες – περιληπτικά διοίκηση του δυναμικού που απαιτείται για την λειτουργία των παραπάνω.

## **Γ) ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ<sup>8</sup>**

Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι οι εταιρίες έχουν την υποχρέωση να ανησυχούν για τις εξωτερικές ομάδες τις οποίες επηρεάζει ένας οργανισμός. Κοινωνική ευθύνη είναι η ιδέα ότι οι εταιρίες έχουν υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία πέραν των οικονομικών

---

<sup>8</sup> ‘Andrew J. Dubrin, (1998), Βασικές αρχές μάνατζμεντ, μτφρ. Σαρρής Ν. Έλλην’, σελ. 78.

υποχρεώσεών τους απέναντι στους ιδιοκτήτες ή στους μετόχους και πέραν αυτών των υποχρεώσεων που ορίζει ο νόμος ή κάποια σύμβαση. Τόσο η ηθική όσο και η κοινωνική ευθύνη σχετίζεται με την ηθική των οργανισμών. Ωστόσο, οι ηθικοί κανόνες που εφαρμόζονται στις επιχειρήσεις είναι μια στενότερη έννοια η οποία εφαρμόζεται στην ηθική των αποφάσεων και της συμπεριφοράς ενός ατόμου. Η κοινωνική ευθύνη είναι μια ευρύτερη έννοια η οποία αφορά στην επίδραση του οργανισμού πάνω στην κοινωνία, πέραν του αν αυτός λειτουργεί σύμφωνα με τους ηθικούς κανόνες. Προκειμένου να συμπεριφέρονται με ένα κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο, οι διευθυντές θα πρέπει να γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι ενέργειές τους επηρεάζουν το περιβάλλον.

---

## **6.ΕΛΑΪΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

### **A) ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Για την ΕΛΑΪΣ, η κοινωνική ευθύνη δεν είναι αναγκαιότητα αλλά συνειδητή επιλογή και πυλώνας της συνολικής της ανάπτυξης, από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα.

Η κοινωνική της ευθύνη είναι άρρηκτα δεμένη με την άριστη ποιότητα των προϊόντων της, τα οποία στοχεύουν στην καλλιέργεια σωστών διατροφικών συνηθειών και στη διασφάλιση της υγείας των καταναλωτών.

Υιοθετεί ενεργό ρόλο στις τοπικές κοινότητες όπου δραστηριοποιείται, με στόχο την αρμονική συνύπαρξη με τους κατοίκους και τη συμβολή στην ποιότητα ζωής τους.

Επιβεβαίωση γι' αυτό αποτελεί η περιβαλλοντική της πολιτική, η οποία αναλύεται στη συνέχεια.

Διαχρονικό μέλημα της ΕΛΑΪΣ είναι η συμβολή στην προαγωγή της εκπαίδευσης και στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Παράλληλα, υποστηρίζει το έργο κοινωφελών οργανισμών, με στόχο τη μεγιστοποίηση των δράσεων κοινής ωφέλειας και τη διάδοση κοινωνικών προτύπων<sup>9</sup>. Η δημιουργία της Πλατείας μπροστά από τον Άγιο Δημήτριο, η συμμετοχή της στις πολιτιστικές εκδηλώσεις του Γ' Διαμερίσματος, η επιχορήγηση των μουσικών οργάνων του Πρότυπου Μουσικού Κέντρου είναι κάποια παραδείγματα αυτής της υποστήριξης.

Εχει ωστόσο, έντονη δραστηριότητα με τα σχολεία της περιοχής της, τα οποία ποικιλοτρόπως βοηθάει. Συνήθως, παρέχει οικονομοτεχνική υποστήριξη για την απόκτηση εξοπλισμού που χρειάζονται, αλλά και με

---

<sup>9</sup> “Κοινωνικός Απολογισμός ΕΛΑΪΣ 2003”, σελ. 11.

επισκέψεις των παιδιών στο εργοστάσιό της ώστε να ενημερωθούν για τη δραστηριότητα της εταιρίας και τι μέτρα λαμβάνει.

Συνεχίζοντας τη μακρόχρονη συνεργασία της με το Ελληνικό Μουσείο, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη βιωματική εκπαίδευση των νέων και των παιδιών γύρω από την «επαγγελματική μηχανή» που εγγυάται ένα άριστο προϊόν.

Τα επιτυχημένα εκπαιδευτικά προγράμματα που χορήγησε παλαιότερα, όπως “Η ελιά, η ΕΛΑΪΣ και το ελαιόλαδο” και τα “Σκεύη της ελιάς και του λαδιού” στα σχολεία, διαδέχθηκαν το πρόγραμμα “Εταιρία ΕΛΑΪΣ”. Το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται σε μαθητές Γυμνασίου, στο πλαίσιο του Επαγγελματικού Προσανατολισμού τους. Στοχεύει στη γνωριμία των μαθητών με τη διαδικασία παραγωγής του ελαιολάδου και την εξοικείωσή τους με το χώρο του εργοστασίου και τους διάφορους τομείς δραστηριότητας της εταιρίας. Τώρα η συνεργασία της ΕΛΑΙΣ με το Παιδικό Μουσείο συνεχίζεται με ένα άλλο επίσης σημαντικό θέμα την ενημέρωση των παιδιών σε θέματα διατροφής η οποία πραγματοποιείται στο χώρο του Μουσείου.

Στον τομέα της εκπαίδευσης ήταν επιτυχημένη η συνεργασία της εταιρίας με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, που περιλαμβάνει θεσμοθέτηση Ημερίδας, με σκοπό τη σύσφιγξη των σχέσεων επιχείρησης και ακαδημαϊκής κοινότητας και την ενημέρωση σε θέματα σύγχρονης επιχειρηματικής δράσης.

Σημαντικό μέρος των εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τους νέους πραγματοποιείται στο Ιστορικό Αρχείο ΕΛΑΪΣ, που βρίσκεται επίσης στο χώρο του εργοστασίου, έργο που υλοποιήθηκε με την επιμέλεια του Πανεπιστημίου Αθηνών, συμβάλλοντας έτσι στην αναβάθμιση της περιοχής, με τη δημιουργία ενός πολιτιστικού πυρήνα αλλά και γενικότερα στην ανάπτυξη των κοινωνικών επιστημών της χώρας μας. Αναδεικνύοντας την ιστορική πορεία της Εταιρίας σε βάθος χρόνου,

αποτελεί σπάνια προσφορά στην οικονομική, ιστορική και πολιτισμική έρευνα για τον τόπο μας.

Ενεργό μέλος της Τράπεζας Τροφίμων, μιας μη κερδοσκοπικής οργάνωσης, η ΕΛΑΪΣ, τροφοδοτεί άπορα άτομα και οικογένειες με τα προϊόντα της, ανακουφίζοντας τα μέλη της κοινωνίας μας που δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις βασικές οικονομικές τους υποχρεώσεις. Ενισχύοντας το ανθρωπιστικό της έργο στηρίζει ενεργά τον Όμιλο Φιλανθρωπικών Εκδηλώσεων (Ο.Φ.Ε.), ο οποίος έχει δημιουργηθεί από τις Εταιρίες του ομίλου Unilever, προκειμένου να μεγαλώσει η αλυσίδα αλληλεγγύης προς τους ανθρώπους που δυσκολεύονται να επιβιώσουν. Η ΕΛΑΪΣ στέκεται ενεργά στο πλευρό των δραστηριοτήτων κοινωφελών οργανισμών, όπως το Χαμόγελο του Παιδιού, το Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα και η Φλόγα.

Για την ουσιαστική και εκτενή συμβολή της στο κοινωνικό σύνολο, η ΕΛΑΪΣ, έχει διακριθεί με το Αριστείο Συνεχούς Εξαιρετικής Προσφοράς του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος, για τη συνεπή και ενεργό κοινωνική της δράση<sup>10</sup>.

**Η ΕΛΑΙΣ εκτός από το παρόν και το μέλλον δείχνει να σέβεται και το παρελθόν της.**

**Πως έχει εκφραστεί αυτός ο σεβασμός;**

Υπάρχει ένα ρητό που λέει **“Όποιος δεν έχει παρελθόν δεν έχει μέλλον”**

Επειδή ο σεβασμός για την παράδοση αποτελεί βασικό πιστεύω της εταιρίας, θα αναφέρουμε μερικά παραδείγματα, που εμπράκτως δείχνουν τη δέσμευσή της.

---

<sup>10</sup> [http:// elais.gr](http://elais.gr), και από τον “Κοινωνικό Απολογισμό ΕΛΑΪΣ, 2003”, σελ. 16,17,18,19.

Καταρχήν το Εκπαιδευτικό Κέντρο “ΑΘΗΝΑ” που αναπαλαίωσαν σεβόμενοι απόλυτα τον παραδοσιακό ρυθμό του. Μια άλλη σειρά από ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση αφορά την αναστήλωση ενός αρχαίου ελαιοτριβείου στην Πλάκα αλλά και την επιχορήγηση ενός συνεδρίου για τη διερεύνηση της ιστορίας της ελιάς, που έγινε στην Καλαμάτα και είχε μεγάλη επιτυχία.

**Ποιες οι σχέσεις με τους κατοίκους της περιοχής. Πόσες θέσεις εργασίας έχουν προσφέρει;**

Όπως αναφέρεται παραπάνω, η συνύπαρξη κατοικίας και βιομηχανίας που έχει αναπτυχθεί σε πάρα πολλές αστικές περιοχές, είναι όχι απλώς εφικτή αλλά μπορεί να αποβεί και επωφελής στο κοινωνικό σύνολο.

Η βιομηχανία δημιουργεί θέσεις εργασίας που είναι απαραίτητες για την ευημερία των κατοίκων της περιοχής.

Η **σωστή βιομηχανία** επιδιώκει να μην ενοχλεί και να μην ρυπαίνει εξασφαλίζοντας ένα καλό επίπεδο συμβίωσης. Η **έντονα ευαισθητοποιημένη και δραστηριοποιημένη βιομηχανία** μπορεί όχι απλώς να συνυπάρξει σε μια αστική περιοχή, αλλά και να προσφέρει σοβαρό έργο με τη δραστήρια συμμετοχή της στον κοινωνικό περίγυρο.

Στην ΕΛΑΙΣ απασχολούνται περίπου 350 άτομα. Περίπου οι μισοί είναι εργαζόμενοι που κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή του Πειραιά. Ωστόσο από έρευνες που έχουν διεξαχθεί, έχουν βρει ότι εμμέσως δημιουργούν στην αγορά πάνω από 4.000 θέσεις εργασίας με τους προμηθευτές τους, τα συνεργεία κ.α.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> “Δημοπούλου Σ., (2003), Γενική πληροφόρηση για τα σχολεία, Αθήνα, ΕΛΑΪΣ”, σελ. 7,9.

## **B) ΣΤΕΝΟΤΕΡΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

Η ΕΛΑΪΣ αναπτύσσει πρωτοβουλίες προκειμένου να καλλιεργήσει στενότερες σχέσεις με τους καταναλωτές. Δημιουργεί τις προϋποθέσεις για άμεσο διάλογο μαζί τους “προσωποποιώντας” τις πληροφορίες, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες της.

- 270 εργαζόμενοι συμμετείχαν στο “Πρόγραμμα Επανασύνδεσης με τον Καταναλωτή”.
- Το 2002 ξεκίνησε η τακτική και διαδραστική επικοινωνία με 200.000 καταναλωτές μέσω της περιοδικής έκδοσης “Άποψη Ζωής”.

### **Συμβάλλοντας στην αγωγή υγείας και στην προστασία του καταναλωτή**

Η ΕΛΑΪΣ έδωσε δυναμικό «παρών» στον τομέα της αγωγής υγείας και προστασίας του καταναλωτή, δικαιώνοντας και ενισχύοντας την εικόνα της ως μια υπεύθυνη Εταιρία, που ταυτίζεται με τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων.

Οι καταναλωτές ολοένα και περισσότερο αντιμετωπίζουν διάφορα διλήμματα ή έχουν απορίες που σχετίζονται με τη διατροφική αξία και την ασφάλεια των τροφίμων που καταναλώνουν καθημερινά. Σε αυτή την ανάγκη για έγκυρη και άμεση ενημέρωση, η ΕΛΑΪΣ απαντά με τη δημιουργία ποικίλων και αποτελεσματικών διαύλων πληροφόρησης, συμβάλλοντας στη δημιουργία συνειδητοποιημένων καταναλωτών.

Με τον τρόπο αυτό η ΕΛΑΪΣ είναι σε θέση να αναδείξει τη φροντίδα και τη βαθιά γνώση που αξιοποιεί για όλα τα προϊόντα της, εξασφαλίζοντας κάθε στιγμή το δικαίωμα του κάθε καταναλωτή για διαφάνεια και ποιοτική διασφάλιση κατά την επιλογή των τροφίμων.

Ειδικά για το ελαιόλαδο, ένας από τους βασικότερους στόχους της ΕΛΑΪΣ είναι να βοηθήσει τους καταναλωτές να κατανοήσουν τα

πλεονεκτήματα που παρέχει η τυποποίηση του πολύτιμου αυτού για την υγεία προϊόντος έναντι της χύμα ανεξέλεγκτης διάθεσής του.

Η πρόοδος και η πρωτοπορία της Εταιρίας στον ποιοτικό έλεγχο του ελαιολάδου και συγκεκριμένα το πρόγραμμα ποιότητας που εφαρμόζεται στο ΑΛΤΙΣ “το Νο 1 ελαιόλαδο στην προτίμηση των Ελλήνων” παρουσιάστηκε εκτενώς στο ευρύ κοινό.

Όχημα για το διάλογο με τους καταναλωτές αποτέλεσε η σφραγίδα για την “Εγγύηση Ολοκληρωμένης Ποιότητας” του ΑΛΤΙΣ, που εμφανίζεται πλέον σε κάθε συσκευασία και αναφέρεται στο σύνολο των ελέγχων του ελαιολάδου από το ελαιοτριβείο μέχρι το τραπέζι.

Το γεγονός αυτό συνέβαλε καθοριστικά στην ανάδειξη της προστιθέμενης αξίας που δίνει το ΑΛΤΙΣ σε κάθε συσκευασία, προς όφελος του καταναλωτή.

Με τον τρόπο αυτό ενισχύθηκαν οι δεσμοί των νοικοκυριών με το επώνυμο ελαιόλαδο, τονίζοντας παράλληλα το μεγάλο αριθμό πιστοποιήσεων που διαθέτει η Εταιρία για τον ποιοτικό έλεγχο.

Έγινε ωστόσο το πρόγραμμα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού σε θέματα διατροφής και υγείας «με κύριο φορέα επικοινωνίας το Becel pro-active», δίνοντας έμφαση στην πρόληψη της καρδιοπάθειας και στον έλεγχο της χοληστερόλης.

Με δεδομένη την τεράστια εξάπλωση των καρδιοπαθειών στη χώρα μας, η ΕΛΑΪΣ μέσω της υποστήριξης ερευνητικών προγραμμάτων και επιστημονικών φορέων, συμβάλλει στην αύξηση συνειδητοποίησης του προβλήματος, ώστε να είναι αποτελεσματικότερη η πρόληψη και η αντιμετώπισή του.

Σε αυτό το πλαίσιο, υποστήριξε επιστημονικές εκδηλώσεις με θέμα τον έλεγχο της χοληστερόλης, τις οποίες οργάνωσε το Ελληνικό Ίδρυμα Καρδιολογίας (ΕΛΙΚΑΡ), ενώ σε συνεργασία με την Παγκόσμια Ομοσπονδία Καρδιολογίας, υλοποίησε ενημερωτικά προγράμματα για



το ευρύ κοινό, με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Καρδιάς σε πολλές πόλεις της Ελλάδας.

Επίσης, μέσω του Unilever Health Institute και του Τμήματος Διατροφής της, η ΕΛΑΪΣ συνέχισε να τροφοδοτεί την επιστημονική κοινότητα και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με τις τελευταίες διεθνείς εξελίξεις στο χώρο της διατροφής.<sup>12</sup>

## **Γ) ΜΕ ΣΕΒΑΣΜΟ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

### **Τι κάνει η εταιρία για το περιβάλλον;**

Η εταιρία στοχεύει και φιλοδοξεί να είναι, όχι μόνο η πιο μεγάλη και πιο επιτυχημένη εταιρία στο χώρο της αλλά και να είναι η πλέον πρωτοπόρος και υποδειγματική στους τομείς ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ και ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ. Κάτω από αυτό το πρίσμα η ΕΛΑΙΣ, είναι η πρώτη εταιρία στη Ελλάδα που πέτυχε την πιστοποίησή της στο πρότυπο ISO 14001 για το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης που έχει αναπτύξει.

Με μια σειρά σημαντικών επενδύσεων έχει ελαχιστοποιήσει κάθε όχληση προς τον περίγυρό της:

- Μείωση της κατανάλωσης υγρών καυσίμων και ολοκλήρωσης της υποδομής για την εγκατάσταση φυσικού αερίου.
- Ελαχιστοποίηση της απορροής υγρών αποβλήτων.
- Συλλογή σε κλειστές δεξαμενές των οσμηρών ουσιών, οι οποίες κατά τη διαδικασία του εξευγενισμού αφαιρούνται από τα έλαια.
- Μείωση του θορύβου με εγκατάσταση ειδικών ηχομονωτικών συστημάτων.
- Ανακύκλωση υλικών όπως το χαρτί, τα μέταλλα και των γυαλιών.

---

<sup>12</sup> “Κοινωνικός Απολογισμός ΕΛΑΪΣ, 2003”, σελ. 16,17.

- Ελαχιστοποίηση της κυκλοφοριακής επιβάρυνσης με την μεταφορά των αποθηκών και το κέντρο διανομών στην Μάνδρα Αττικής.
- Αποσυμφόρηση των γύρω δρόμων, με την δημιουργία χώρων parking για τους εργαζομένους και τους επισκέπτες.
- Μέριμνα για τις συσκευασίες των προϊόντων ώστε να είναι όσο το δυνατόν οικολογικές.
- Ιδρυτικά μέλη της Εταιρείας Ανάκτησης και Ανακύκλωσης με περιβαλλοντικούς στόχους για την μείωση μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
- Συμμετοχή των εργαζομένων σε οργανώσεις προστασίας και αναβάθμισης του περιβάλλοντος.

Μεγάλη διάκριση αποτελεί για την ΕΛΑΪΣ, κατάταξή της το 1998 στις 15 ευρωπαϊκές εταιρίες – μέσα από ένα σύνολο 85 υποψηφιοτήτων – που συμμετείχαν στην τελική αναμέτρηση για το Ευρωπαϊκό Βραβείο “Καλύτερο Περιβάλλον και Βιομηχανία” (European Better Environment Awards for Industry EBIAFI 1998) που οργανώθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή DG XI και το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών.

Αλλά το ενδιαφέρον της εταιρείας για την προστασία του περιβάλλοντος δεν περιορίζεται μόνο στις προσπάθειες για μείωση της επιβάρυνσης από τη λειτουργία της εταιρείας, αλλά επεκτείνεται και στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σε περιβαλλοντικά θέματα.

Στα πλαίσια της προσπάθειας αυτής ξεκίνησε το 1995 ένα πρόγραμμα συνεργασίας με την WWF, Το πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνει αφενός χρηματοδότηση της WWF, αφετέρου επικοινωνία με το κοινό και διάδοση των στόχων της WWF. Η επικοινωνία αυτή επιτεύχθηκε με την τοποθέτηση 5.000.000 φυλλαδίων στο προϊόν Νέο Βιτάμ Soft, που

ενημέρωσαν τους καταναλωτές για τα απειλούμενα με εξαφάνιση ζώα και πουλιά της Ελλάδας, καταχωρήσεων σε περιοδικά και ενός “Οικολογικού Διαγωνισμού” με στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα περιβάλλοντος.

Επιστέγασμα των ενεργειών της εταιρίας, θα λέγαμε ότι αποτελεί ο σχεδιασμός και η υλοποίηση ενός πρότυπου έργου Τηλεθέρμανσης του κτιριακού συγκροτήματος της πρώην ΣΚΥΠ, που στεγάζει 4 σχολεία 2.500 μαθητών. Πρόκειται για τη δωρεάν παραχώρηση πλεονάζουσας θερμικής ενέργειας από το 1997 που αξιοποιεί το αποβαλλόμενο νερό από τις εγκαταστάσεις του εργοστασίου που εξασφαλίζει τη θέρμανση των σχολείων για 24 ώρες το 24ωρο, εξοικονομώντας για αυτά 1.000 ΕΥΡΩ την εβδομάδα από τα λειτουργικά τους έξοδα. Το όφελος όμως είναι κυρίως οικολογικό, αφού πλέον θα εκπέμπονται λιγότεροι ρύποι και καυσαέρια στην περιοχή από τη μη λειτουργία των καυστήρων.

Στις παρεμβάσεις, με στόχο τη φιλικότερη για το περιβάλλον λειτουργία της, περιλαμβάνονται η εγκατάσταση πύργων φυσικής ψύξης νερού και η λειτουργία του υπερσύγχρονου τμήματος ατμοπαραγωγής με τη χρήση “Φυσικού Αερίου”.

Αναμφισβήτητα η ευθύνη της βιομηχανίας είναι δεδομένη. Η εταιρία οφείλει και ήδη λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα. Είναι προϋπόθεση για την επιβίωσή της. Είναι υποχρέωση για την επιβίωση όλων μας.

### **Περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί η βιομηχανία και τα μέτρα που λαμβάνονται**

Το εργοστάσιο δημιουργεί τριών ειδών απόβλητα: στερεά, υγρά και αέρια

Τα **στερεά απόβλητα** είναι κυρίως λευκαντική γη (χώμα) η οποία διατίθεται σε τσιμεντοβιομηχανία και φύρες υλικών συσκευασίας (πλαστικά, χαρτοκιβώτια, γυάλινα) τα οποία δίνονται για ανακύκλωση.

Τα υγρά απόβλητα είναι νερό εμπλουτισμένο σε λιπαρά τα οποία και αφαιρούνται μέσω ειδικής διεργασίας, της λιποπαγίδας. Τα λιπαρά αυτά διατίθενται σε τρίτο για λίπασμα ή ζωοτροφές. Το νερό αποβάλλεται από το εργοστάσιο στον υπόνομο της ΕΥΔΑΠ και οφείλει να πληροί κάποιες περιβαλλοντικές προδιαγραφές.

Οι αέριοι ρύποι ελέγχονται ως προς την περιεκτικότητά τους σε μονοξειδίο/ διοξειδίο άνθρακα. Οι αέριοι ρύποι δεν θεωρούνται σημαντικοί και θα μειωθούν περισσότερο με την εγκατάσταση λεβήτων φυσικού αερίου.

Τα πρότυπα συστήματα προληπτικής συντήρησης αλλά και η συνεχής εκπαίδευση των ανθρώπων της, εξασφαλίζουν συνέπεια στην προστασία του περιβάλλοντος και οικονομία στη χρήση φυσικών πόρων και ενέργειας, απαραίτητα συστατικά της βιώσιμης ανάπτυξης.<sup>13</sup>

#### **Δ) ΠΡΟΤΥΠΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ**

Η προαγωγή και διατήρηση της υγείας των εργαζομένων της αποτελούσε πάντα σταθερή δέσμευση για την ΕΛΑΪΣ. Αναθέτοντας την προστασία της υγιεινής της εργασίας σε εσωτερική υπηρεσία, αποτελούμενη από επαγγελματίες, ιατρό εργασίας και επισκέπτες υγείας, παρέχει στους εργαζομένους της προληπτικούς ελέγχους και στήριξη σε οικογενειακά και κοινωνικά / ιατρικά προβλήματα.

Διενεργούνται συνεχείς έλεγχοι υγείας σε όλους τους εργαζομένους, όπως τεστ Παπανικολάου, εξέταση μαστού και μαστογραφία για τις γυναίκες εργαζόμενες και έλεγχο προστατικού αντιγόνου για τους άνδρες. Παράλληλα, συνεχίζεται η παρακολούθηση της ΑΠ των υπερτασικών και το σάκχαρο αίματος στους διαβητικούς. Επιπλέον σε

---

<sup>13</sup> “Δημοπούλου Σ., (2003), Γενική πληροφόρηση για τα σχολεία, Αθήνα, ΕΛΑΪΣ”, σελ. 5,6. και από τον “Κοινωνικό Απολογισμό ΕΛΑΪΣ, 2003”, σελ. 20,21.

συνεργασία με το ΕΛΙΚΑΡ οι εργαζόμενοι υποβάλλονται από το 2001 σε καρδιολογικό και αιματολογικό έλεγχο για σάκχαρο, λιπίδια και χοληστερίνη.

Στο πλαίσιο της Ιατρικής της εργασίας διενεργούνται έλεγχοι υγιεινής και καθαριότητας των χώρων εργασίας και των κοινοχρήστων χώρων ενώ παράλληλα, γίνεται έλεγχος της υγείας των χειριστών Η/Υ, των οδηγών περνοφόρων οχημάτων, των εργαζομένων σε χειρωνακτική διακίνηση φορτίων καθώς και ακουομετρικό έλεγχο των εκτεθειμένων σε θόρυβο.

Επίσης οι χειριστές τροφίμων βρίσκονται υπό συνεχή ιατρική παρακολούθηση και διαθέτουν το απαιτούμενο από το νόμο Ατομικό Βιβλιάριο Υγείας.

Το πρόγραμμα εθελοντικής αιμοδοσίας, το οποίο εφαρμόζεται στην Εταιρία, έχει ευαισθητοποιήσει ένα μεγάλο μέρος των εργαζομένων που συμμετέχει κάθε χρόνο. Οι φιάλες αίματος που συγκεντρώνονται προσφέρονται στο Δρακοπούλειο Κέντρο Αιμοδοσίας.

Πιστεύοντας ότι η ασφάλεια στο χώρο εργασίας συμβάλλει σε εξαιρετικά επιχειρηματικά αποτελέσματα, πραγματοποιούνται όλες οι προγραμματισμένες εκπαιδεύσεις του προσωπικού καθώς και τα προβλεπόμενα έργα σε θέματα ασφάλειας.

Με τις προσπάθειές της η ΕΛΑΪΣ για βελτίωση των συνθηκών ασφαλείας στο χώρο του εργοστασίου και στις θέσεις εργασίας διακρίθηκε, για δεύτερη φορά σε παγκόσμιο επίπεδο με το Χάλκινο Μετάλλιο Ασφάλειας από τη Unilever.

Αξιοσημείωτη είναι η έντονη δραστηριότητά της στα προγράμματα της ασφαλούς οδήγησης, στα οποία συμμετείχαν εργαζόμενοι με στόχο την ασφαλή καθημερινή τους μετακίνηση, τη βελτίωση της τεχνικής στην

οδήγηση και διεύρυνση των γνώσεών τους στα μυστικά της ασφαλούς οδήγησης.<sup>14</sup>

**Μέτρα που λαμβάνονται για την προστασία της υγείας των εργαζομένων (Τμήμα υγιεινής προσωπικού)**

**1. Ιατρική εξέταση κατά την πρόσληψη:**

- Ατομικό ιατρικό ιστορικό
- Οικογενειακό ιατρικό ιστορικό
- Επαγγελματικό ιστορικό
- Μέτρηση βάρους – ύψους – αρτηριακής πίεσης
- Εξέταση ούρων
- Οφθαλμολογική εξέταση – αχρωματοψία – στερεοσκοπική δράση
- Ακοομέτρηση
- Κλινική ιατρική εξέταση

**2. Ετήσια ιατρική εξέταση γίνεται για τις ειδικές ομάδες των χειριστών τροφίμων, των οδηγών και των χειριστών Η/Υ.**

**3. Ετήσια ιατρική εξέταση όλων των εργαζομένων για σάκχαρο, ούρα, ουρικό οξύ, χοληστερίνη HDL, LDL, και τριγλυκερίδια.**

**4. Test Pap και εξέταση μαστού**

**5. Εξετάσεις αίματος**

**6. Εκπαίδευση στις Α' βοήθειες**

**7. Στατιστική: ασθενειών – μικροτραυματισμών – ατυχημάτων**

---

<sup>14</sup> “Κοινωνικός Απολογισμός ΕΛΑΪΣ, 2003”, σελ. 24,25.

## **8. Οδοντοθεραπεία**

## **9. Ιδιωτική ασφάλιση (ALICO)**

## **10. Εμβολιασμοί**

## **11. Haemocult test (για την διάγνωση των κακοηθών παθήσεων του εντέρου)**

### **Η ασφάλεια κατά την εργασία**

Η ΕΛΑΙΣ έχει διατυπώσει την πολιτική της για την “ΥΓΕΙΑ & ΑΣΦΑΛΕΙΑ” των εργαζομένων, εδώ και αρκετά χρόνια, με βασικό κριτήριο των σεβασμό στην ανθρώπινη ζωή και την κοινωνία. Για την εξασφάλιση του εργατικού και υπαλληλικού δυναμικού της αλλά και των εγκαταστάσεων της, έχει οργανώσει ένα σύστημα ασφαλούς εργασίας που αναλύεται παρακάτω:

#### **1. Επικοινωνία (Βασικός παράγων για την ασφάλεια)**

- τηλεφωνικό δίκτυο
- σύστημα ανεύρεσης & επικοινωνίας προσωπικού
- ασύρματοι αμφίπλευρης επικοινωνίας
- κινητά τηλέφωνα
- σωληνωτό ταχυδρομείο

#### **2. Πυροπροστασία**

- πυροσβεστικό δίκτυο (στο κεντρικό εργοστάσιο και τα παραρτήματα)
- πυροσβεστήρες φορητοί
- πυρανίχνευση (σε ορισμένους χώρους)
- πυροκατάσβεση (σε ορισμένους χώρους)

### **3. Ασφάλεια ατόμων, εγκαταστάσεων και περιβάλλοντος με συστήματα:**

- ανίχνευσης αερίου αμμωνίας
- ανίχνευσης αερίου υδρογόνου
- ειδοποίησης προσωπικού μέσω μεγαφώνων
- απαγόρευσης εισόδου η μη σε χώρους του εργοστασίου
- απεγκλωβισμού από τα ασανσέρ
- άδειες εργασίας
- σήμανση των χώρων
- προστασία κτιρίων – φωτισμός ασφαλείας

### **4. Οργάνωση για θέματα ασφαλείας**

- τεχνικός ασφαλείας
- σύμβουλος πυρασφάλειας
- αρχηγός και υπαρχηγός ΠΣΕΠ (Πολιτική Αεράμυνα)
- Ομάδα Διαχείρισης Εκτάκτων Περιστατικών (ΟΔΕΠ)

### **5. Προληπτικά μέτρα για θέματα ασφαλείας**

- Έντυπο “Παρ’ ολίγον ατύχημα”
- Όροι εργασίας εντός ΕΛΑΙΣ Α.Ε. για τους εργολάβους

### **6. Εκπαίδευση για θέματα ασφαλείας/ πυρασφάλειας**

- μια φορά το χρόνο για όλο το προσωπικό
- ομάδες πυρασφάλειας εκπαιδεύονται ειδικά σε άλλο χώρο
- κάθε νέο σύστημα παρουσιάζεται και ορίζονται οι αρμόδιοι για την συντήρησή του



- κάθε νέο-προσλαμβανόμενος εκπαιδεύεται στα θέματα ασφαλείας και ενημερώνεται γενικά.

## **7. Αποτελέσματα**

Η ΕΛΑΙΣ Α.Ε. με τα παραπάνω μέσα και μέτρα και με την ενθάρρυνση του προσωπικού της να δραστηριοποιείται και να παίρνει πρωτοβουλίες, έχει επιτύχει ώστε οι εργαζόμενοι σε όλους τους τομείς να εκδίδουν μεγάλο αριθμό προτάσεων για βελτίωση (Ευκαιρίες Για Βελτίωση ή Ε.Γ.Β.). Η ολοκλήρωση των προτάσεων έχει σαν αποτέλεσμα την σταδιακή μείωση του αριθμού των ατυχημάτων αλλά και της σοβαρότητάς τους.

### **Ε) ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ ΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

#### **Προγράμματα για την ψυχαγωγία του προσωπικού**

##### **α) 2 εκδρομές**

Με συμμετοχή όλων των εργαζομένων και των οικογενειών τους πραγματοποιείται μια 5ήμερη εκδρομή την άνοιξη και μια 2ήμερη το φθινόπωρο. Σε αυτές δίνεται η ευκαιρία στους εργαζομένους να βρεθούν με τους συναδέλφους και τις οικογένειές τους μακριά από το χώρο της εργασίας, να γνωριστούν καλύτερα μεταξύ τους και να μοιραστούν τα ενδιαφέροντά τους. Σε αυτές τις εκδρομές συμμετέχουν και οι συνταξιούχοι.

##### **β) Εκδήλωση για τις συζύγους των εργαζομένων**

Η εταιρία ανταποκρίθηκε στην ανάγκη των γυναικών των εργαζομένων να έρθουν πιο κοντά στο εργασιακό περιβάλλον των συζύγων τους, με την οργάνωση εκδήλωσης που λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο. Στην εκδήλωση αυτή συμμετέχουν και γυναίκες εργαζόμενες της ΕΛΑΙΣ.

Είναι επομένως μια εκδήλωση αφιερωμένη στις γυναίκες.

Οι εκδηλώσεις αυτές έχουν ενημερωτικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα όπως π.χ.

- ξενάγηση των γυναικών στον εργοστασιακό χώρο της ΕΛΑΙΣ,
- διαλέξεις με θέματα που αφορούν την οικογένεια,
- επιδείξεις μόδας,
- εκδήλωση σε κέντρα διασκέδασης κ.α.

Οι εκδηλώσεις αυτές αγκαλιάζονται με πολύ ενθουσιασμό (το βλέπει κανείς από τη μεγάλη συμμετοχή) επιτυγχάνοντας έτσι κάθε χρόνο και περισσότερο, τη σύσφιξη των δεσμών /σχέσεων με την εταιρία.

#### **γ) Εκδηλώσεις για τα παιδιά των εργαζομένων**

Μια φορά το χρόνο, συνήθως τα Χριστούγεννα, προγραμματίζεται μια εκδήλωση ειδικά μελετημένη για την ηλικία και για τα ενδιαφέροντα των παιδιών των εργαζομένων. Αυτές οι εκδηλώσεις έχουν εκπαιδευτικό αλλά και ψυχαγωγικό χαρακτήρα και έτσι γίνεται δυνατή η προσέγγιση των παιδιών, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη πολιτιστική και παιδαγωγική ανάπτυξή τους.

Το 1994 για παράδειγμα, πραγματοποιήθηκε το εκπαιδευτικό πρόγραμμα “Το Ταξίδι του Οδυσσέα”, ένα θεατρικό παιχνίδι με ενεργή συμμετοχή των παιδιών, κατά τη διάρκεια του οποίου έφτιαξαν μάσκες και κουστούμια, είδαν slides από αρχαία αγγεία με αναπαραστάσεις της Οδύσσειας αλλά και σχεδίασαν ένα αγγείο με παράσταση της επιλογής τους.

Το 1996 η εκδήλωση των παιδιών πραγματοποιήθηκε στο Ελληνικό Παιδικό Μουσείο με στόχο την εξοικείωση των παιδιών με τον μουσειακό χώρο, μέσα από το παιχνίδι και άλλες δραστηριότητες.

Επίσης, κάθε Χριστούγεννα προσφέρονται δώρα στα παιδιά των εργαζομένων, τα οποία επιλέγονται με γνώμονα την ηλικία τους και με

στόχο την ανάπτυξη της αντίληψης και της δημιουργικής σκέψης και έκφρασής τους. Δίνονται, ωστόσο, βραβεία στους αριστούχους μαθητές.

#### **δ) Γυμναστήριο εντός του εργοστασιακού χώρου της ΕΛΑΙΣ**

Αποτελεί μια προσφορά υγείας και ψυχαγωγίας προς τους εργαζόμενους και που εντάσσεται στα πλαίσια του εορτασμού των 75 χρόνων από την ίδρυση της εταιρίας.

#### **ε) Δανειστική βιβλιοθήκη για όλη την Οικογένεια**

Λειτουργεί εντός της εταιρίας δανειστική βιβλιοθήκη με ποικιλία βιβλίων όχι μόνο για τους γονείς αλλά και για τα παιδιά των εργαζομένων, για περαιτέρω ενημέρωση και επιμόρφωση.

Το υλικό της εμπλουτίζεται συνεχώς με προτάσεις για αγορά βιβλίων και αξιόλογων περιοδικών ειδικού ενδιαφέροντος από το ίδιο το προσωπικό.

Οι εργαζόμενοι και οι οικογένειές τους ανταποκρίνονται με ενθουσιασμό στις εκδηλώσεις/ δραστηριότητες που οργανώνει η εταιρία, γεγονός που ενισχύει το ενδιαφέρον και τη δέσμευση της διοίκησης για αυτές τις πρωτοβουλίες.<sup>15</sup>

#### **ΣΤ) ΜΕ ΜΟΧΛΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ<sup>16</sup>**

Στην ΕΛΑΪΣ το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το σημαντικότερο κεφάλαιό της. Γι' αυτό προσδίδεται ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη ηγετικών ικανοτήτων, οι οποίες εναρμονίζονται και εκφράζουν το περιεχόμενο της νέας επιχειρηματικής αντίληψης (Leadership Growth Profile). Για το λόγο αυτό δίνεται προτεραιότητα

---

<sup>15</sup> “Βιοπούλου Σ., (2003), Γενική πληροφόρηση για τα σχολεία, Αθήνα, ΕΛΑΪΣ”, σελ. 8,9,10,11.

<sup>16</sup> “Κοινωνικός Απολογισμός ΕΛΑΪΣ, 2003”, σελ. 26,27,28,29.

στην καλλιέργεια των ικανοτήτων καθοδήγησης (coaching) και ομαδικότητας, επιτυγχάνοντας έτσι τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας, τη βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων και κατ' επέκταση της ίδιας της επιχείρησης.

Στο πλαίσιο αυτό πραγματοποιήθηκαν εκπαιδευτικές δραστηριότητες με έναν πρωτοποριακό και καινοτόμο τρόπο, με τη μέθοδο της βιωματικής εκπαίδευσης, που με την ξεχωριστή μαθησιακή εμπειρία της συνεισφέρει στην ανάπτυξη των επιθυμητών ικανοτήτων και δεξιοτήτων των συμμετοχόντων.

Κατά τη διάρκεια του 2003 αφιερώθηκαν συνολικά περισσότερες από 8.600 ώρες στην εκπαίδευση σε θέματα οικονομικά, ασφάλειας, διοίκησης και τεχνικής κατάρτισης, πληροφορικής, εκπαίδευσης εξωτερικού, κ.ά.

Στην κατανόηση και αποτελεσματική εφαρμογή του μοντέλου ηγετικής ανάπτυξης της Εταιρίας συνέβαλε καθοριστικά το γεγονός ότι και το 2003 τα στελέχη είχαν καθορισμένους και συμφωνημένους προσωπικούς στόχους, οι οποίοι επέφεραν τόσο ατομικά όσο και επιχειρηματικά θετικά αποτελέσματα.

Η μεγιστοποίηση των ικανοτήτων των ανθρώπων επιτυγχάνεται βεβαίως και χάρη στα υπερσύγχρονα τεχνολογικά συστήματα, τα οποία προάγουν το επίπεδο εργασίας τους, εξασφαλίζουν πολλαπλές πηγές έγκυρης και άμεσης πληροφόρησης, μέσα από το διεθνές δίκτυο της Unilever, καθιστώντας τους παραγωγικότερους και αποτελεσματικότερους.

Για την επιτυχή υιοθέτηση και αφομοίωση των αρχών της επιχειρηματικής φιλοσοφίας της ΕΛΑΪΣ εκ μέρους των ανθρώπων, έχει δημιουργηθεί μια ομάδα "ΔΡΑΣΥΣ", που στελεχώνεται με άτομα από

---

όλα τα τμήματα της εταιρίας, καλλιεργώντας και ενισχύοντας τους διαύλους αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ εργαζομένων και Διοίκησης και το αντίστροφο. Με τον τρόπο αυτό, η εμπέδωση της επιχειρηματικής αντίληψης που οδηγεί στην ανάπτυξη, δεν παραμένει μια αυτάρεσκη και θεωρητική διαδικασία αλλά αποκτά δυναμική, υποδεικνύοντας ακόμη και διορθωτικές κινήσεις για μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα.

Το Μάρτιο του 2002, διεξήχθη η πρώτη Παγκόσμια Έρευνα Ικανοποίησης Εργαζομένων της Unilever, με τη συμμετοχή συνολικά 110.000 εργαζομένων από 97 χώρες. Η έρευνα αυτή, σε συνεργασία με την ISR – μια ανεξάρτητη εταιρία συμβούλων με ειδικευση στις έρευνες ικανοποίησης εργαζομένων – πραγματοποιήθηκε και στην ΕΛΑΪΣ προκειμένου:

- Να ακουστεί, να ενεργοποιηθεί και να ενθαρρυνθεί το προσωπικό με στόχο να βελτιωθεί η Εταιρία.
- Να μετρηθεί η πρόοδος της Εταιρίας σε σχέση με το πλάνο ανάπτυξης που έχει χαραχθεί.
- Να υποστηριχθούν οι πολύ σημαντικές ενέργειες που γίνονται, ώστε να επιτευχθεί η επιθυμητή αλλαγή κουλτούρας.
- Να συγκριθεί η εταιρία διεθνώς με όλες τις εταιρίες του ομίλου Unilever, ώστε να εντοπισθεί πού υπερέχει, αλλά και πού πρέπει να βελτιωθεί.

Τα αποτελέσματα για την ΕΛΑΪΣ ήταν πολύ ικανοποιητικά και ενδεικτικά αναφέρονται τα αποτελέσματα σε ορισμένους τομείς, συγκριτικά με τις υπόλοιπες εταιρίες της Unilever:

<b>ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΕΛΑΪΣ</b>	<b>UNILEVER</b>
Οι εργαζόμενοι ενθαρρύνονται να παίρνουν σημαντικές πρωτοβουλίες στην	86%	83%

επίλυση προβλημάτων		
Οι εργαζόμενοι εστιάζουν στην επίτευξη του στόχου της Εταιρίας για ανάπτυξη	86%	80%
Οι εργαζόμενοι ενθαρρύνονται να παίρνουν σταθμισμένα ρίσκα	70%	63%
Η διοίκηση επικοινωνεί το όραμα και τη στρατηγική της Εταιρίας πάθος	86%	62%
Η διοίκηση εργάζεται μεθοδικά για την επίτευξη βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων	68%	67%

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

### **ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ<sup>17</sup>**

Η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων προσπορίζει ηθική και υλική δύναμη στον οργανισμό που ακολουθεί τις αρχές της Κοινωνικής Επικοινωνίας όταν η άσκηση της δραστηριότητάς του γίνεται με σεβασμό του κοινωνικού συνόλου. Τα οφέλη που προκύπτουν, σε πρώτο επίπεδο, αφορούν τον οργανισμό που εφαρμόζει πολιτική Δημοσίων Σχέσεων. Σε δεύτερο όμως επίπεδο, από τη συνένωση των καλών προσπαθειών των διαφόρων παραγόντων (υποκειμένου κι αντικειμένου των Δημοσίων Σχέσεων), δημιουργούνται θετικά αποτελέσματα για το κοινωνικό σύνολο.

Οι ορθά – με σοβαρότητα και τήρηση των αρχών τους – εφαρμοζόμενες Δημόσιες Σχέσεις βελτιώνουν, με τη δημιουργία καλύτερων προϋποθέσεων, τους όρους της κοινωνικής διαβίωσης. Συγκεκριμένα, οι Δημόσιες Σχέσεις συντελούν στην ανάπτυξη πνεύματος συναντίληψης και συνεργασίας, μέσα σε κλίμα ελεύθερου δημοκρατικού διαλόγου, και βοηθούν με τον τρόπο αυτό στην άμυνα της κοινωνίας εναντίον των προθέσεων για επιβολή ανελεύθερων πολιτικών, κοινωνικών ή και οικονομικών συστημάτων. Επίσης, η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων παίζει, στον κοινωνικοπολιτικό τομέα, ρόλο καταλύτη σε ανεύθυνες τάσεις κι οδηγεί σε λύσεις, μέσα στα πλαίσια του εφικτού και του κοινά παραδεκτού, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του κοινωνικού συνόλου. Κατά συνέπεια, η ορθή εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να επηρεάσει γενικά,

---

<sup>17</sup> ‘Μαγκλιβέρας Κ., 1997, Δημόσιες Σχέσεις, Αθήνα, Παπαζήσης’ σελ. 348.

ανάλογα πάντα με την ευρύτητα και το περιεχόμενό τους, τη ζωή μιας κοινωνίας.

Ειδικότερα, όσον αφορά τον οργανισμό – υποκείμενο των Δημοσίων Σχέσεων, τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την εφαρμογή αυτών των Σχέσεων είναι δυνατόν να συνοψιστούν σε:

- A) όσα αφορούν την εντός του οργανισμού κατάσταση, και
- B) όσα αφορούν τις εξωτερικές σχέσεις του, δηλαδή τις σχέσεις του με την κοινή γνώμη.

### **A) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ<sup>18</sup>**

Το κυριότερο εσωτερικό αποτέλεσμα το οποίο θεωρείται και προϋπόθεση για την εν συνέχεια προς τα έξω άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων είναι η επίτευξη κατανόησης και συνεργασίας μεταξύ των παραγόντων της παραγωγής (εργαζομένων, συναδέλφων, εργοδοτών, μετόχων κ.λ.π.). Η συνεργασία αυτή που γίνεται για να καλύψει όχι μόνο τις ανθρώπινες απαιτήσεις στηρίζεται στο νέο ρόλο που διαδραματίζει τόσο η επιχείρηση, όσο και ο εργαζόμενος στην ευρύτερη ανοιχτή κοινωνία. Η συνεργασία αυτή βασίζεται σήμερα στην κοινωνική συναίνεση.

Για τη νέα θέση του εργαζόμενου ο εργαζόμενος ως ανθρώπινη οντότητα (με τα προβλήματα, τα όνειρα, τις επιθυμίες του) πρέπει να αποτελεί το στόχο του ενδιαφέροντος της σύγχρονης επιχείρησης, αλλά παράλληλα νέα καθήκοντα και υποχρεώσεις πέφτουν και στους δικούς του ώμους.

Ο εργαζόμενος, όπως κι ο κάθε άνθρωπος που καλείται να δημιουργήσει μέσα στα κοινωνικά πλαίσια, έχει ανάγκη από διάφορα κίνητρα. Τα κίνητρα αυτά στη Βιομηχανική Κοινωνιολογία και Ψυχολογία

---

<sup>18</sup> ‘Μαγκλιβέρας Κ., 1997, Δημόσιες Σχέσεις, Αθήνα, Παπαζήσης’ σελ. 349,350,351,352,353.



δεν εξετάζονται από τη νομική πλευρά της ελεύθερης παροχής προς αυτόν, καθώς και των ψυχολογικών συνεπειών που έχουν πάνω στον εργαζόμενο.

Τα κίνητρα αυτά ενοποιούν κι εκφράζουν τις υλικές, πνευματικές και ηθικές συνθήκες που επιτρέπουν στον κάθε εργαζόμενο να αισθανθεί: Υπεύθυνος για τον τρόπο εκτέλεσης της αποστολής του, Ασφαλής γιατί ανήκει σε μια ομάδα που του παρέχει βεβαιότητα για το σήμερα και το αύριο, Συμμέτοχος γιατί έχει γίνει δεκτός ως ισότιμο μέλος – συνétairos σε μια κοινή προσπάθεια, Ενδιαφερόμενος γιατί στην εργασία του βρίσκει κίνητρα ικανοποίησης και προόδου.

**Ο σεβασμός της ΕΛΑΪΣ προς τον εργαζόμενο** εκφράζεται με την συνεχή προσπάθεια για αναβάθμιση, βελτίωση και εκπαίδευση του προσωπικού, αλλά και με τους όρους εργασίας που προσφέρει η εταιρία.

Προσφέρει πολύ καλά πακέτα αποδοχών και συγκαταλέγεται μέσα στις κορυφαίες εταιρίες στην ελληνική αγορά τόσο στους τομείς αμοιβών όσο και παροχών (όπως η ιδιωτική ασφάλιση στην εταιρία ALICO, η οδοντιατρική κάλυψη-που συνήθως δεν παρέχεται από εταιρίες-αλλά και προγράμματα για την ψυχαγωγία του προσωπικού).

Για την εξασφάλιση του εργατικού και υπαλληλικού δυναμικού της, έχει οργανώσει ένα σύστημα ασφαλούς εργασίας αναθέτοντας την προστασία της υγιεινής της εργασίας σε εσωτερική υπηρεσία, αποτελούμενη από επαγγελματίες, ιατρό εργασίας και επισκέπτες υγείας, παρέχει στους εργαζομένους της προληπτικούς ελέγχους και στήριξη σε οικογενειακά και κοινωνικά / ιατρικά προβλήματα.

Με τις προσπάθειές της η ΕΛΑΪΣ για βελτίωση των συνθηκών ασφαλείας στο χώρο του εργοστασίου και στις θέσεις εργασίας

---

διακρίθηκε, για δεύτερη φορά σε παγκόσμιο επίπεδο με το Χάλκινο Μετάλλιο Ασφάλειας από τη Unilever.

Για την επιτυχή υιοθέτηση και αφομοίωση των αρχών της επιχειρηματικής φιλοσοφίας της ΕΛΑΪΣ εκ μέρους των ανθρώπων, έχει δημιουργηθεί μια ομάδα “ΔΡΑΣΥΣ”, που στελεχώνεται με άτομα από όλα τα τμήματα της εταιρίας, καλλιεργώντας και ενισχύοντας τους διαύλους αμφίδρομης επικοινωνίας μεταξύ εργαζομένων και Διοίκησης και το αντίστροφο. Με τον τρόπο αυτό, η εμπέδωση της επιχειρηματικής αντίληψης που οδηγεί στην ανάπτυξη, δεν παραμένει μια αυτάρεσκη και θεωρητική διαδικασία αλλά αποκτά δυναμική, υποδεικνύοντας ακόμη και διορθωτικές κινήσεις για μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα.

Το Μάρτιο του 2002, διεξήχθη η πρώτη Παγκόσμια Έρευνα Ικανοποίησης Εργαζομένων της Unilever, με τη συμμετοχή συνολικά 110.000 εργαζομένων από 97 χώρες. Η έρευνα αυτή, σε συνεργασία με την ISR – μια ανεξάρτητη εταιρία συμβούλων με ειδίκευση στις έρευνες ικανοποίησης εργαζομένων – πραγματοποιήθηκε και στην ΕΛΑΪΣ. Τα αποτελέσματα για την ΕΛΑΪΣ ήταν πολύ ικανοποιητικά συγκριτικά με τις υπόλοιπες εταιρίες της Unilever.

Η ΕΛΑΙΣ με τα παραπάνω μέσα και μέτρα και με την ενθάρρυνση του προσωπικού της να δραστηριοποιείται και να παίρνει πρωτοβουλίες, έχει επιτύχει ώστε οι εργαζόμενοι σε όλους τους τομείς να εκδίδουν μεγάλο αριθμό προτάσεων για βελτίωση (Ευκαιρίες Για Βελτίωση).

## **B) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ <sup>19</sup>**

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο εκτός του οργανισμού οδηγούν στην κοινωνική ενημέρωση, αναγνώριση και κατ’ ακολουθία στη συνεργασία.

---

<sup>19</sup> ‘Μαγκλιβέρας Κ., 1997, Δημόσιες Σχέσεις, Αθήνα, Παπαζήσης’ σελ. 354,355.

Η ενημέρωση της κοινής γνώμης πάνω στο ρόλο που ο οργανισμός, διαδραματίζει πάνω στην εθνική, κοινωνική, οικονομική, εκπολιτιστική ζωή ενός τόπου, συντελεί στη γενική καταξίωση του έργου του και στην κατάταξή του μέσα στη ζωή της χώρας.

Η ενημέρωση της κοινής γνώμης γίνεται με την πληροφόρηση, τη μεθοδική ανάλυση και τη συστηματική προβολή των επιδιώξεων και του τρόπου εκτέλεσης του έργου του συγκεκριμένου οργανισμού. Η προβολή αυτή στηρίζεται πάνω σε αποδεικτική διαδικασία έργων κι ενεργειών που είναι επωφελείς για το κοινωνικό σύνολο.

**Η ΕΛΑΙΣ πιστεύει στην υποχρέωσή της για σεβασμό προς 3 κάτευθύνσεις. Πρώτα από όλα προς τον καταναλωτή τον οποίο εκφράζει μέσω της ασφάλειας, υγιεινής και ποιότητας των προϊόντων που του προσφέρει. Οι καταναλωτές ολοένα και περισσότερο αντιμετωπίζουν διάφορα διλήμματα ή έχουν απορίες που σχετίζονται με τη διατροφική αξία και την ασφάλεια των τροφίμων που καταναλώνουν καθημερινά. Σε αυτή την ανάγκη για έγκυρη και άμεση ενημέρωση, η ΕΛΑΪΣ απαντά με τη δημιουργία ποικίλων και αποτελεσματικών διαύλων πληροφόρησης, συμβάλλοντας στη δημιουργία συνειδητοποιημένων καταναλωτών οργανώνοντας προγράμματα ενημέρωσης που αφορούν τη διατροφή και την υγεία (όπως επιστημονικές εκδηλώσεις με θέμα τον έλεγχο της χοληστερόλης, τις οποίες οργάνωσε το Ελληνικό Ίδρυμα Καρδιολογίας), αλλά και μέσω της “Ανοιχτής Γραμμής”(τηλεφωνική υπηρεσία εξυπηρέτησης του κοινού), και της περιοδικής έκδοσης της εταιρίας “Άποψη Ζωής”.**

**Δεύτερον**, σεβασμό προς τον εργαζόμενο, ο οποίος εκφράζεται όπως αναφέραμε παραπάνω με περισσότερες λεπτομέρειες, με την συνεχή προσπάθεια για αναβάθμιση, βελτίωση και εκπαίδευση του

---

προσωπικού, αλλά και με τους όρους εργασίας που προσφέρει η εταιρία. **Τρίτον, και εξίσου σημαντικό, είναι ο σεβασμός της εταιρίας προς την κοινωνία γύρω της, τον οποίο θα πρέπει να δούμε πάνω σε δυο άξονες. Ο πρώτος αφορά τον σεβασμό προς το φυσικό περιβάλλον (το ενδιαφέρον της εταιρείας για την προστασία του περιβάλλοντος δεν περιορίζεται μόνο στις προσπάθειες για μείωση της επιβάρυνσης από τη λειτουργία της εταιρείας, αλλά επεκτείνεται και στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σε περιβαλλοντικά θέματα).**

**Ο δεύτερος** αφορά στη συμμετοχή της στις κοινωνικές δραστηριότητες που συντελούνται στην περιοχή της.

Έτσι, υποστηρίζει το έργο κοινωφελών οργανισμών, με στόχο τη μεγιστοποίηση των δράσεων κοινής ωφέλειας και τη διάδοση κοινωνικών προτύπων. Η δημιουργία της Πλατείας μπροστά από τον Άγιο Δημήτριο, η συμμετοχή της στις πολιτιστικές εκδηλώσεις του Γ' Διαμερίσματος, η επιχορήγηση των μουσικών οργάνων του Πρότυπου Μουσικού Κέντρου είναι κάποια παραδείγματα αυτής της υποστήριξης.

Έχει ωστόσο, έντονη δραστηριότητα με τα σχολεία της περιοχής της στα οποία παρέχει οικονομοτεχνική υποστήριξη για την απόκτηση εξοπλισμού που χρειάζονται.

Η ΕΛΑΪΣ, ενεργό μέλος της Τράπεζας Τροφίμων, μιας μη κερδοσκοπικής οργάνωσης, τροφοδοτεί άπορα άτομα και οικογένειες με τα προϊόντα της, ανακουφίζοντας τα μέλη της κοινωνίας μας που δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις βασικές οικονομικές τους υποχρεώσεις. Ενισχύοντας το ανθρωπιστικό της έργο στηρίζει ενεργά τον Όμιλο Φιλανθρωπικών Εκδηλώσεων (Ο.Φ.Ε.), ο οποίος έχει δημιουργηθεί από τις Εταιρίες του ομίλου Unilever, προκειμένου να μεγαλώσει η αλυσίδα αλληλεγγύης προς τους ανθρώπους που δυσκολεύονται να επιβιώσουν. Η ΕΛΑΪΣ στέκεται ενεργά στο πλευρό

των δραστηριοτήτων κοινωφελών οργανισμών, όπως το Χαμόγελο του Παιδιού, το Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα και η Φλόγα.

Για την ουσιαστική και εκτενή συμβολή της στο κοινωνικό σύνολο, η ΕΛΑΪΣ, έχει διακριθεί με το Αριστείο Συνεχούς Εξαιρετικής Προσφοράς του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος, για τη συνεπή και ενεργό κοινωνική της δράση.

Ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ του οργανισμού και της κοινής γνώμης: είναι το αποτέλεσμα της ενημέρωσης.

Η ενημέρωση της κοινής γνώμης δεν αποσκοπεί μόνο στην ανάπτυξη καλών σχέσεων μεταξύ του οργανισμού κι αυτής, αλλά έχει ως προοπτική οι σχέσεις αυτές να εξελιχθούν σε σταθερές κι εποικοδομητικές και για τις δύο πλευρές.

Επίσης, η ανάπτυξη σχέσεων και η αποδοχή του έργου του οργανισμού από την κοινή γνώμη αποτελεί σοβαρό ενισχυτικό παράγοντα και δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τη διεκπεραίωση του έργου που επιτελεί.

Επιπλέον, η αναγνώριση της κοινής γνώμης βοηθά στην αύξηση του γοήτρου και του κύρους του οργανισμού, στοιχεία που με τη σειρά τους δημιουργούν την καλή “εικόνα” για τον οργανισμό και τους ανθρώπους που με διάφορες ιδιότητες τον αποτελούν.

Επίτευξη στόχων : η ανάπτυξη αγαθών σχέσεων μεταξύ κοινής γνώμης κι οργανισμού συντελεί στην καταπολέμηση των αρνητικών αντικινήτρων που μπορεί να υφίστανται κι από τις δυο πλευρές και στη δημιουργία προϋποθέσεων αρμονικής συνεργασίας κι αλληλοβοήθειας. Οι σχέσεις που έτσι δημιουργούνται βοηθούν στην επίτευξη – μέσα σε κλίμα κοινωνικής συνεργασίας και προόδου – των στόχων του οργανισμού.

Όπως είναι γνωστό, οι ομάδες και τα άτομα, όταν δραστηριοποιούνται μέσα σε κλίμα σύμπλευσης με την κοινή γνώμη, διαθέτουν μεγαλύτερη

δύναμη και περισσότερες δυνατότητες επίτευξης των σκοπών τους. Η συμπαράσταση της κοινής γνώμης βοηθά στην υπερπήδηση με μεγαλύτερη ευκολία των εμποδίων που παρουσιάζονται σε κάθε ανθρώπινη προσπάθεια και στην εκτέλεση του έργου με πιο άνετες προϋποθέσεις και συνθήκες.

Η δημιουργία, κατά συνέπεια, του κατάλληλου κλίματος αναγνώρισης κι αποδοχής από μέρους της κοινής γνώμης βοηθά στην επίτευξη των στόχων του οργανισμού. Οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν πετύχει το σκοπό τους όταν καταφέρουν να κάνουν την “εικόνα” – “θετική εικόνα” (positive image).

Η **σωστή βιομηχανία** επιδιώκει να μην ενοχλεί και να μην ρυπαίνει εξασφαλίζοντας ένα καλό επίπεδο συμβίωσης. Η **έντονα ευαισθητοποιημένη και δραστηριοποιημένη βιομηχανία** μπορεί όχι απλώς να συνυπάρξει σε μια αστική περιοχή, αλλά και να προσφέρει σοβαρό έργο με τη δραστήρια συμμετοχή της στον κοινωνικό περίγυρο. Δημιουργεί ωστόσο θέσεις εργασίας που είναι απαραίτητες για την ευημερία των κατοίκων της περιοχής. Στην ΕΛΑΙΣ απασχολούνται σήμερα 350 άτομα περίπου. Σχεδόν οι μισοί είναι εργαζόμενοι που κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή του Πειραιά. Ωστόσο από έρευνες που έχουν διεξαχθεί, έχουν βρει ότι εμμέσως δημιουργούν στην αγορά πάνω από 4.000 θέσεις εργασίας με τους προμηθευτές τους, τα συνεργεία κ.α.

Κοινωνική συνεργασία: όλα αυτά δημιουργούν, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό του οργανισμού, πνεύμα κοινωνικής συναίνεσης και συνεργασίας. Το πνεύμα αυτό είναι απαραίτητο για ν’ αναπτυχθεί και να επιτύχει το κάθε ανθρώπινο έργο.

Η κοινωνική συναίνεση καταπολεμά τις φυγόκεντρες από το κοινωνικό σύνολο δυνάμεις, αμβλύνει τις φυσιολογικές κι ανθρώπινες διαφορές κι

αντιθέσεις κι οδηγεί στην πραγμάτωση του “κοινού έργου” με άνεση και με διάθεση αληθινής συμμετοχής.

Η κοινωνική συνεργασία δημιουργεί κλίμα ευφορίας για τα άτομα, τις ομάδες και το σύνολο που μετέχει στο “κοινό έργο”, κλίμα που είναι απαραίτητο κυρίως σε χώρες και χώρους που βρίσκονται στο εξελικτικό στάδιο της κοινωνικής ανάπτυξης, όπως συμβαίνει στην Ελλάδα, στους χώρους της παροχής εργασίας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Α. Ελληνική

- 'Μαγκλιβέρας Κ. Δ., (1997), Δημόσιες Σχέσεις, Αθήνα, Παπαζήσης'
- 'Αλεξοπούλου Μ., (2000), Δημόσιες Σχέσεις, Μεσολόγγι.(διδασκτικές σημειώσεις)'
- 'ΕΛΑΪΣ Α.Ε., (2003), Ετήσιο Δελτίο, Αθήνα'
- 'ΕΛΑΪΣ Α.Ε., (2003), Κοινωνικός Απολογισμός, Αθήνα'

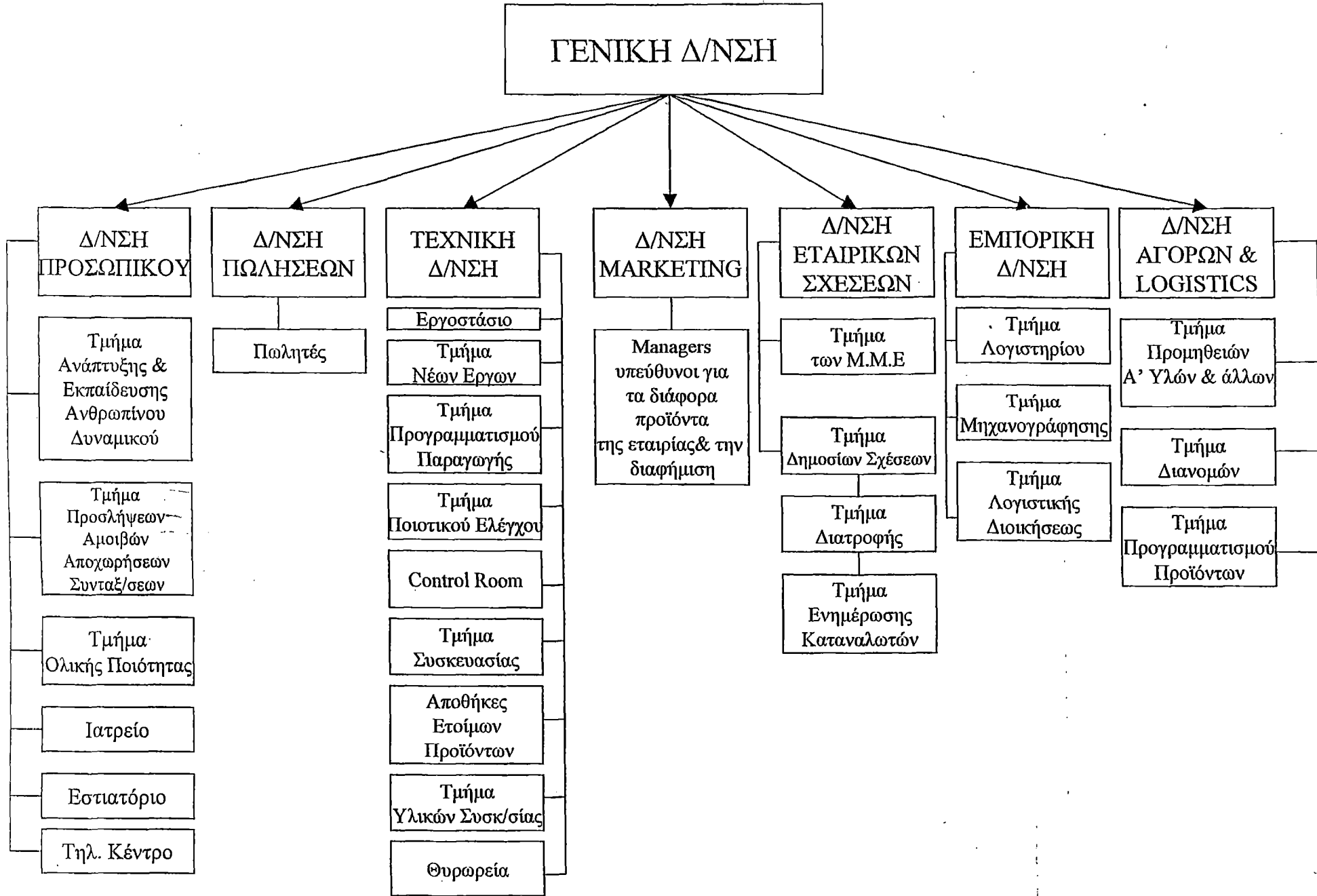
### Β. Ξένη

- 'Andrew J. Dubrin, (1998), Βασικές αρχές μανάτζμεντ, μτφρ. Σαρρής Ν. Έλλην'
- 'Wilcox / Ault / Agee, (1998), Δημόσιες Σχέσεις- Στρατηγικές και Τεχνικές, μτφρ. Σαρρής Ν., Έλλην'

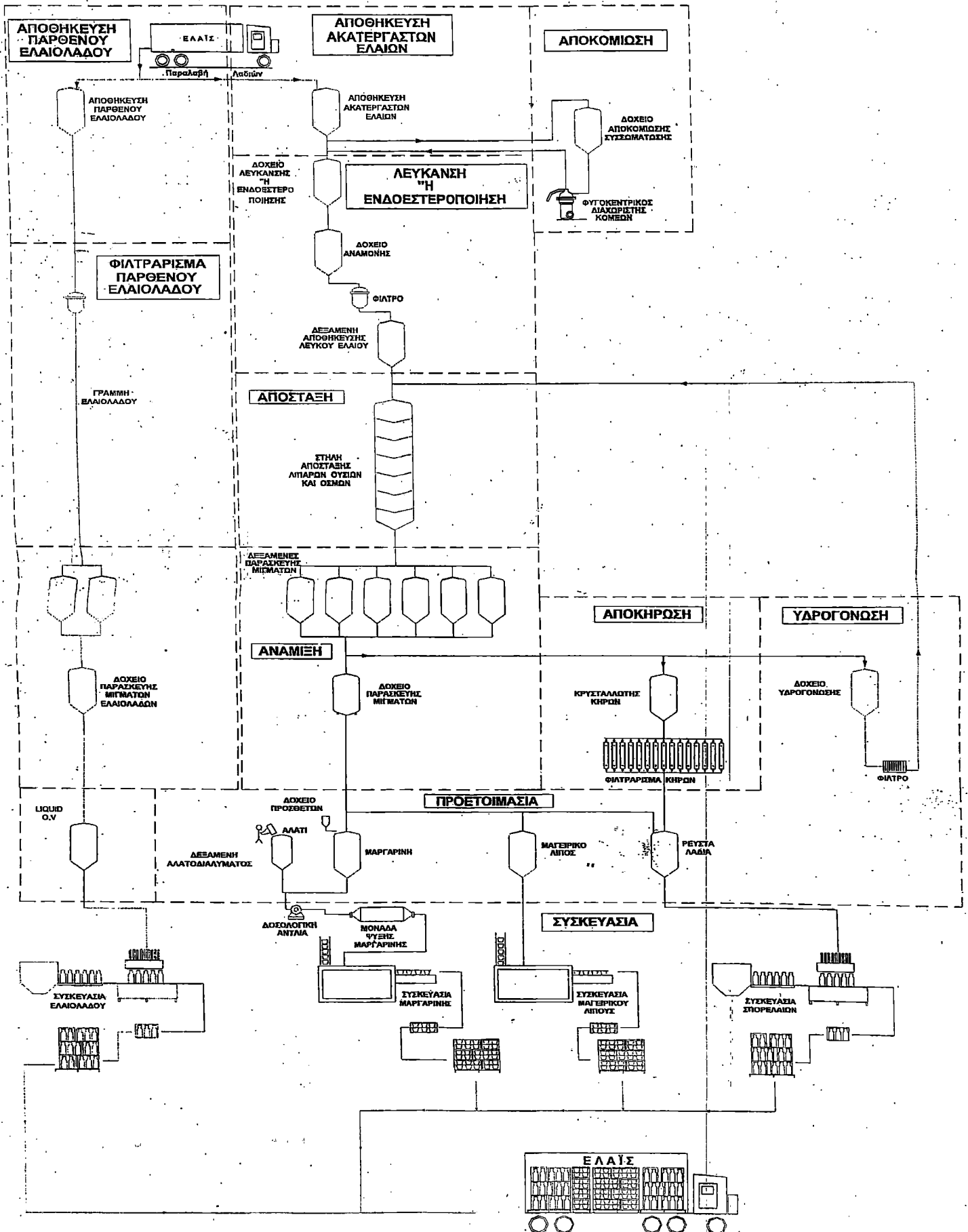


# **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

Υπόδειγμα Οργανογράμματος



# ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΛΑΪΣ



## ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ<sup>1</sup>

### 2001 - ΠΑΙΔΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Η προσφορά της ΕΛΑΙΣ στη οικογένεια και ειδικότερα στα παιδιά συνεχίζεται με τα γνωστά και επιτυχημένα εκπαιδευτικά προγράμματα του Παιδικού Μουσείου, με το οποίο η συνεργασία της ξεκίνησε το 1993 και συνεχίζεται σταθερά μέχρι σήμερα.

Έτσι το πρόγραμμα «Η ελιά, η ΕΛΑΪΣ και το ελαιόλαδο» μαζί με το πρόγραμμα επαγγελματικού προσανατολισμού «Εταιρία ΕΛΑΪΣ» για μαθητές Δημοτικού και Γυμνασίου αντίστοιχα, στοχεύουν στη γνωριμία των μαθητών με την διαδικασία παραγωγής του ελαιολάδου, την συνειδητοποίηση της διατροφικής του αξίας καθώς και την εξοικείωση τους με τον εργοστασιακό χώρο και τα διάφορα επαγγέλματα της εταιρίας.

Το νέο έκθεμα «Διατροφή», το οποίο χορηγεί η ΕΛΑΙΣ, αποτελεί έναν ακόμη σημαντικό σταθμό στο κοινωνικό έργο της εταιρίας στον τομέα της εκπαίδευσης, και ειδικότερα στον τομέα της διατροφικής διαπαιδαγώγησης της νέας γενιάς. Το έκθεμα αυτό δίνει τη δυνατότητα σε μικρούς και μεγάλους να ανακαλύψουν τις ομάδες τροφίμων, τις θρεπτικές ουσίες που περιέχουν και τις ωφέλειες που προσφέρουν στον οργανισμό τους καθώς και τους παροτρύνει να αποκτήσουν συνήθειες υγιεινής διατροφής και ελέγχου ποιότητας. 2001 - Η ΔΙΑΤΡΟΦΗ & Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΑ ΥΓΕΙΑ Η ΕΛΑΙΣ, που για περισσότερα από 80 χρόνια ταυτίζεται με τις διατροφικές συνήθειες του Έλληνα καταναλωτή, με υψηλό αίσθημα ευθύνης, θέτει τη διατροφή και τη σημασία της για την δημόσια υγεία ως πρώτη προτεραιότητα του κοινωνικού της έργου. Έτσι από το 1999 που οργανώθηκε το τμήμα Διατροφής της ΕΛΑΪΣ μια σειρά Ημερίδων, Συνεδρίων, χορηγιών και λοιπών εκδηλώσεων την έφεραν ακόμη πιο κοντά στους καταναλωτές της:

Συνεργασία με Πανελλήνιο Σύλλογο Διαιτολόγων

Η ΕΛΑΙΣ χορήγησε και οργάνωσε το Νοέμβριο του 2001 τις εκδηλώσεις της «Εβδομάδα Διατροφής 2001», ένα θεσμό που έχει καθιερώσει ο Πανελλήνιος Σύλλογος Διαιτολόγων. Κύριο θέμα των εκδηλώσεων ήταν η «Διατροφή στην πρόληψη του καρκίνου»

Ημερίδα για τη Χοληστερόλη για το ευρύ κοινό

---

<sup>1</sup> [www.elais.gr](http://www.elais.gr)

Συνεργασία με περιοδικά Υγείας και Διατροφής για την πραγματοποίηση ημερίδας ανοιχτής στο κοινό με θέμα «Πώς θα ελέγξετε τη χοληστερίνη σας»

### **Πανευρωπαϊκό Συνέδριο Διαιτολογίας**

Χορηγία της ΕΛΑΪΣ του Πανευρωπαϊκού Συνεδρίου Διαιτολογίας που αποτελεί σημείο αναφοράς για τη διατροφή.

Η ΕΛΑΪΣ επίσης υποστήριξε και υποστηρίζει εθνικό ενημερωτικό πρόγραμμα του Ελληνικού Ιδρύματος Καρδιολογίας (ΕΛΙΚΑΡ) για τη χοληστερόλη σε σχέση με τις καρδιοπάθειες. Συνεργασία με άλλους φορείς και νοσοκομεία όπως το Ωνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο και η Καρδιολογική σχολή του Πανεπιστημίου Αθηνών ( Ιπποκράτειο Νοσοκομείο) Στο πλαίσιο της συνεχούς παρακολούθησης των ιατρικών εξελίξεων για την υγεία της καρδιάς, το Τμήμα Διατροφής της ΕΛΑΪΣ υποστήριξε κύκλο μετεκπαιδευτικών σεμιναρίων για την εκπαίδευση νέων καρδιολόγων απ' όλη την Ελλάδα.

### **Χορηγία Πανελληνίου Καρδιολογικού Συνεδρίου**

Τα τελευταία χρόνια, η ΕΛΑΪΣ είναι σταθερός υποστηρικτής του Πανελληνίου Καρδιολογικού Συνεδρίου.

### **Χορηγία Επιστημονικών Προγραμμάτων**

Η ΕΛΑΪΣ με έμφαση στην αναγνωρισμένη διατροφική αξία του ελαιολάδου, καθώς και των πολύτιμων συστατικών των φυτικών ελαίων, σε σχέση με την πρόληψη ασθενειών (καρδιοπάθειες και καρκίνος) χορηγεί ερευνητικά προγράμματα επιστημονικών ιδρυμάτων όπως το Πανεπιστήμιο Κρήτης - Τομέας προληπτικής και Κοινωνικής Ιατρικής, το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Κρήτης - Τομέας Χημείας Τροφίμων, το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο και το Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

### **Χορηγία Κέντρου Γαία (Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας)**

Η ΕΛΑΪΣ ήταν ανάμεσα στους χορηγούς επιστημονικής ημερίδας με θέμα «Βιοποικιλότητα: Η Επίδρασή της στην Υγεία και τη Διατροφή» που πραγματοποιήθηκε στο Κέντρο Γαία τον Δεκέμβριο 2001. Σκοπός της ημερίδας ήταν να τονισθεί η προσφορά της Βιοποικιλότητας στη διατήρηση και βελτίωση της υγείας μέσω της σωστής διατροφής.

### **Χορηγία Εβδομάδας Παχυσαρκίας**

Η ΕΛΑΪΣ συνεργάστηκε με εξέχοντες διατροφολόγους της Ελληνικής Ιατρικής Εταιρίας Παχυσαρκίας στο πλαίσιο της Εβδομάδας Παχυσαρκίας, όπου κατά την διάρκεια εκδήλωσης δίνουμε έντυπο ενημερωτικό υλικό και συμμετείχε και με περίπτερο από το οποίο οι υπεύθυνοι του Τμήματος Διατροφής ενημέρωναν το κοινό για διατροφικά θέματα

### **Συνεργασία με ΤΕΙ Διατροφής Θεσσαλονίκης**

Η ΕΛΑΪΣ συνεργάζεται επίσης με το ΤΕΙ Διατροφής Θεσσαλονίκης για την δημιουργία των European Food Intolerance Data Banks, που είναι τράπεζες πληροφοριών για διάφορα προϊόντα και τα συστατικά τους, ιδιαίτερα χρήσιμες σε ανθρώπους με προβλήματα αλλεργίας.

### **Αποστολή ερευνών στην επιστημονική κοινότητα και τα ΜΜΕ.**

Μέσω του Unilever Health Institute και του τμήματος Διατροφής της Ελαΐς σε συνέδρια και ημερίδες στο εξωτερικό, τροφοδοτεί την επιστημονική κοινότητα και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με τις τελευταίες διεθνείς εξελίξεις στο χώρο της διατροφής.

### **Δημιουργία επιστημονικού site Becel pro.activ**

Στο πλαίσιο της κυκλοφορίας του νέου προϊόντος Becel pro.activ, με στόχο την πληρέστερη ενημέρωση του ιατρικού κόσμου, γύρω από την υγεία της καρδιάς, η ΕΛΑΪΣ δημιούργησε και λειτουργεί από το 2000 ένα ολοκληρωμένο

site για τον επιστημονικό κόσμο.

**Έντυπο υλικό για τη διατροφή και την υγεία.**

Πέρα από την συμμετοχή της ΕΛΑΪΣ σε εκδηλώσεις, συνέδρια, εκπαιδευτικά προγράμματα, ένα πολύ σημαντικό ρόλο στη ενημέρωση του ευρέως κοινού κατέχει το πλούσιο έντυπο υλικό που εκδίδει το Τμήμα Διατροφής.

**1999 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΝΑΛΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**  
Για την ΕΛΑΪΣ η ποιότητα είναι όρος αδιαπραγμάτευτος. Κάτι τέτοιο εξάλλου εκφράζει και το slogan της εταιρίας που έχει καθιερωθεί εδώ και πολλά χρόνια: "ΣΦΡΑΓΙΖΕΙ ΜΟΝΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ". Η ευαισθητοποίηση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με θέματα διατροφής και υγείας επέβαλε τη δημιουργία ενός καναλιού επικοινωνίας μεταξύ προϊόντος και καταναλωτή. Η ΕΛΑΪΣ προσανατολισμένη τόσο στην προσφορά ποιοτικών προϊόντων στην αγορά όσο και στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών και συμβαδίζοντας με τις νέες επιταγές για μεγαλύτερη πληροφόρηση και αμφίδρομη επικοινωνία με το κοινό, δημιούργησε ένα νέο τμήμα επικοινωνίας με τους καταναλωτές και πληροφόρησης σε θέματα διατροφής.

Οι αρμοδιότητες του τμήματος αυτού αφορούν στην:

1. Συνεργασία με την επιστημονική κοινότητα (Πανεπιστήμια, Ερευνητικά Κέντρα, Νοσοκομεία και Κέντρα Υγείας κ.λ.π.) με σκοπό την προώθηση της γνώσης σε θέματα διατροφής και υγείας μέσω της επιστημονικής έρευνας και εφαρμογής των αποτελεσμάτων της στη βιομηχανία τροφίμων.
2. Πληρέστερη και σύγχρονη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού σε θέματα διατροφής, ιδιαίτερα για τις κατηγορίες τροφίμων που εμπορεύεται η ΕΛΑΪΣ. Η ενημέρωση γίνεται:
  - α) με περιοδικές εκδόσεις (π.χ. έντυπα ΒΕCEL),
  - β) σε συνεργασία με τον Τύπο με αφιερώματα για τη διατροφή,
  - γ) με τη συμμετοχή ή οργάνωση συνεδρίων / ημερίδων με θέματα διατροφής και υγείας, όπως και μέσω του site της ΕΛΑΪΣ
3. Διερεύνηση των καταναλωτικών τάσεων που διαμορφώνονται στα

διατροφικά θέματα.

4. Συγκέντρωση πληροφοριών από όλο τον κόσμο σχετικά με επιστημονικά ευρήματα που σχετίζονται με νέα αλλά και παραδοσιακά προϊόντα, σε ότι αφορά τη διατροφική τους αξία και την επίδρασή τους στην υγεία.

5. Βελτίωση της σχέσης με τον καταναλωτή με εκσυγχρονισμό της "Γραμμής Επικοινωνίας ΕΛΑΪΣ" για ταχύτερη και πιο προσωπική απάντηση σε ερωτήματα που σχετίζονται με τα προϊόντα, την ποιότητα και λειτουργικότητά τους και φυσικά τη θέση τους στην πυραμίδα διατροφής. Η "Γραμμή Επικοινωνίας ΕΛΑΪΣ" λανσαρίστηκε με καταχωρίσεις στον Τύπο, από τα τέλη του 1999. Το τηλέφωνο της Γραμμής, 800-99099, προσφέρεται χωρίς χρέωση, έτσι ώστε οι καταναλωτές από όλη την Ελλάδα να μπορούν να επωφεληθούν αυτής της υπηρεσίας.

1999 - Ημερίδα UNILEVER με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Οι 3 εταιρίες της UNILEVER στην Ελλάδα, σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, πραγματοποίησαν για 23η χρονία, ημερίδα για 400 φοιτητές με θέματα που κάλυπταν τις σύγχρονες πρακτικές του marketing και management. Η ημερίδα σφραγίστηκε με επιτυχία αφού από αξιολογήσεις των ιδίων των φοιτητών διαπιστώθηκε ότι το 98% θεωρεί τις ημερίδες αυτές ιδιαίτερα εποικοδομητικές, συνδυάζοντας την θεωρία με την πράξη.

1998

Η ΕΛΑΪΣ διοργάνωσε στο Ιστορικό της Αρχείο, έκθεση με θέμα: "Νέο Φάληρο (19ος - 20ος αιώνας): όψεις της ιστορίας της πόλης" που εντάχτηκε στο θεσμό των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς, κύκλος "Τα Λιμάνια στους Αιώνες" που έχει θεσπιστεί από το Υπουργείο Πολιτισμού.

1997 - ΕΡΓΟ ΤΗΛΕΘΕΡΜΑΝΣΗΣ

Η ΕΛΑΪΣ ανέλαβε ένα επίσης πολύ σημαντικό και μεγάλο έργο: το σχεδιασμό και την υλοποίηση του πρότυπου έργου Τηλεθέρμανσης. Πρόκειται για την παροχή ζεστού νερού από το εργοστάσιο προς το σχολικό συγκρότημα, που





στεγάζει 4 σχολεία, απέναντι από τις εγκαταστάσεις της, εξασφαλίζοντας τη δωρεάν θέρμανση όλο το 24ωρο σε 2000 μαθητές. Στη συνέχεια το νερό επιστρέφει στη βιομηχανία και επαναχρησιμοποιείται.

Το έργο αυτό είχε εξαιρετικά αποτελέσματα:

- Το Τεχνικό Λύκειο μαζί με τις άλλες σχολές που συστεγάζονται θα εξοικονομούν 300.000 δρχ. κάθε εβδομάδα από τα λειτουργικά τους έξοδα αφού δεν θα χρησιμοποιούν πετρέλαιο θέρμανσης.
- Το περιβάλλον δεν θα επιβαρύνεται με περίπου 150 τόνους διοξειδίου του άνθρακα και άλλων βλαβερών αερίων κάθε χρόνο.
- Παιδαγωγικό όφελος, αφού οι μαθητές του Σχολείου ασχολήθηκαν με ένα έργο που προάγει την περιβαλλοντική συνείδηση και συνέδεσαν τη θεωρία του περιβαλλοντικού μαθήματος με την πράξη (ομαδική εργασία, όξυνση της ερευνητικής διάθεσης, απόκτηση δεξιότητας για επίλυση προβλημάτων και διάθεση για δημιουργία).
- Μικρό όφελος προέκυψε και για την ΕΛΑΪΣ, αφού δεν καταναλώνει αρτεσιανό νερό για να ψύξει το θερμό νερό, όπως έκανε μέχρι τώρα. Το όφελος δεν είναι μόνο περιβαλλοντικό, αλλά και οικονομικό, γιατί το νερό ανακυκλούμενο, επιστρέφει πίσω κρύο.
- Το πιλοτικό αυτό έργο άνοιξε ένα νέο δρόμο. Ανέτρεψε τα δεδομένα. Απέδειξε ότι η βιομηχανία μπορεί να αντιστρέψει τους παραδοσιακούς της ρόλους. Απέδειξε ακόμα ότι μπορεί όχι μόνο να συμβάλλει κοινωνικά, αλλά και να συμμετέχει στη μείωση της φόρτισης του περιβάλλοντος μέσα από κοινές προσπάθειες με τους γείτονές της.

#### 1997 - ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΑΡΧΕΙΟ ΕΛΑΪΣ

Στη χρονιά αυτή, ολοκληρώθηκε η δημιουργία του Ιστορικού Αρχείου ΕΛΑΪΣ και της Έκθεσης Ιστορικών Τεκμηρίων με τη διάσωση και αναδιοργάνωση των αρχείων της επιχείρησης. Στόχος αυτής της δραστηριότητας - η οποία εκτελέστηκε υπό την αιγίδα του Πανεπιστημίου Αθηνών - είναι να συμβάλλει ουσιαστικά στην αναβάθμιση των σχέσεων μεταξύ Επιχειρήσεων και Πανεπιστημίων, στηρίζοντας ερευνητικές εργασίες υποδομής για την ανάπτυξη και προβολή της Ιστορίας των Επιχειρήσεων στην Ελλάδα.





Στο κτίριο που στεγάζεται το Ιστορικό Αρχείο, έχει διαμορφωθεί και εκθεσιακός χώρος με φωτογραφικό και εικαστικό υλικό από το Αρχείο της Επιχείρησης. Ο χώρος αυτός χρησιμεύει, εκτός από την εκπόνηση ερευνητικών εργασιών, και για επισκέψεις-ξεναγήσεις μαθητών και φοιτητών, αλλά και για τη διοργάνωση εκδηλώσεων / ημερίδων, καθώς και εκθέσεων γενικότερου ενδιαφέροντος.



1995

Η ΕΛΑΪΣ γιορτάζει τα 75 της χρόνια προσφέροντας τρία ουσιαστικά έργα: Δημιουργία πλατείας-πάρκου μπροστά από το Ναό Αγίου Δημητρίου στο Νέο Φάληρο.



Προσφορά χορηγίας στο Πανεπιστήμιο Αθηνών για τη διατήρηση και αναδιοργάνωση των Ιστορικών Αρχείων της ΕΛΑΪΣ, με ανεκτίμητο υλικό από τις αρχές του αιώνα, πολύτιμα στοιχεία για κάθε επιστήμονα, ερευνητή ή ιδιώτη. Δημιουργία σύγχρονου γυμναστηρίου στις εγκαταστάσεις της ως προσφορά υγείας και ψυχαγωγίας προς τους εργαζόμενους.



1992

Εγκαινιάζει το Εκπαιδευτικό Κέντρο ΑΘΗΝΑ εντός του εργοστασιακού χώρου για να εξυπηρετήσει τις εκπαιδευτικές της ανάγκες. Στη δεκαετία του 1990 συνεχίζει να δίνει μεγάλη βαρύτητα στον τομέα της εκπαίδευσης. Υπήρξε μια από τις πρώτες εταιρίες που υιοθέτησαν τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, γι' αυτό ανέπτυξε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πειραιώς για τη δημιουργία του πρώτου μεταπτυχιακού προγράμματος στην Ελλάδα σε αυτόν τον τομέα.



πρώτου μεταπτυχιακού προγράμματος στην Ελλάδα σε αυτόν τον τομέα.

Επίσης, η ΕΛΑΪΣ είναι η πρώτη εταιρία που σε συνεργασία με το Ελληνικό Παιδικό Μουσείο αναπτύσσει και καθιερώνει μια νέα μορφή μάθησης, τα εκπαιδευτικά προγράμματα σε εργοστάσια. Τα προγράμματα αυτά στηρίζονται σε σύγχρονες μεθόδους, αξιοποιώντας ενεργητικούς τρόπους μάθησης.



Στο πρόγραμμα "Η ΕΛΙΑ, Η ΕΛΑΪΣ, ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ", οι μαθητές του Δημοτικού, εξοικειώνονται με τους χώρους του εργοστασίου και ανακαλύπτουν την πορεία της ελιάς από το δέντρο μέχρι την εμφιάλωση του ελαιόλαδου, καθώς και στοιχεία για τη ιστορική και διατροφική του αξία.

Το πρόγραμμα "Εταιρία ΕΛΑΪΣ" για μαθητές Γυμνασίου, συμβάλλει στην κατανόηση του μαθήματος του Επαγγελματικού Προσανατολισμού. Μόνο την τριετία 1993-97 πραγματοποιήθηκαν 80 εκπαιδευτικά προγράμματα με τη συμμετοχή 1800 μαθητών και 88 εκπαιδευτικών.

1991

Ξεκινά η μόνιμη συνεργασία της ΕΛΑΪΣ με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο.



1986

Η εταιρία επιχορηγεί τις εργασίες αναστήλωσης ενός αρχαίου ελαιοτριβείου στην Πλάκα.

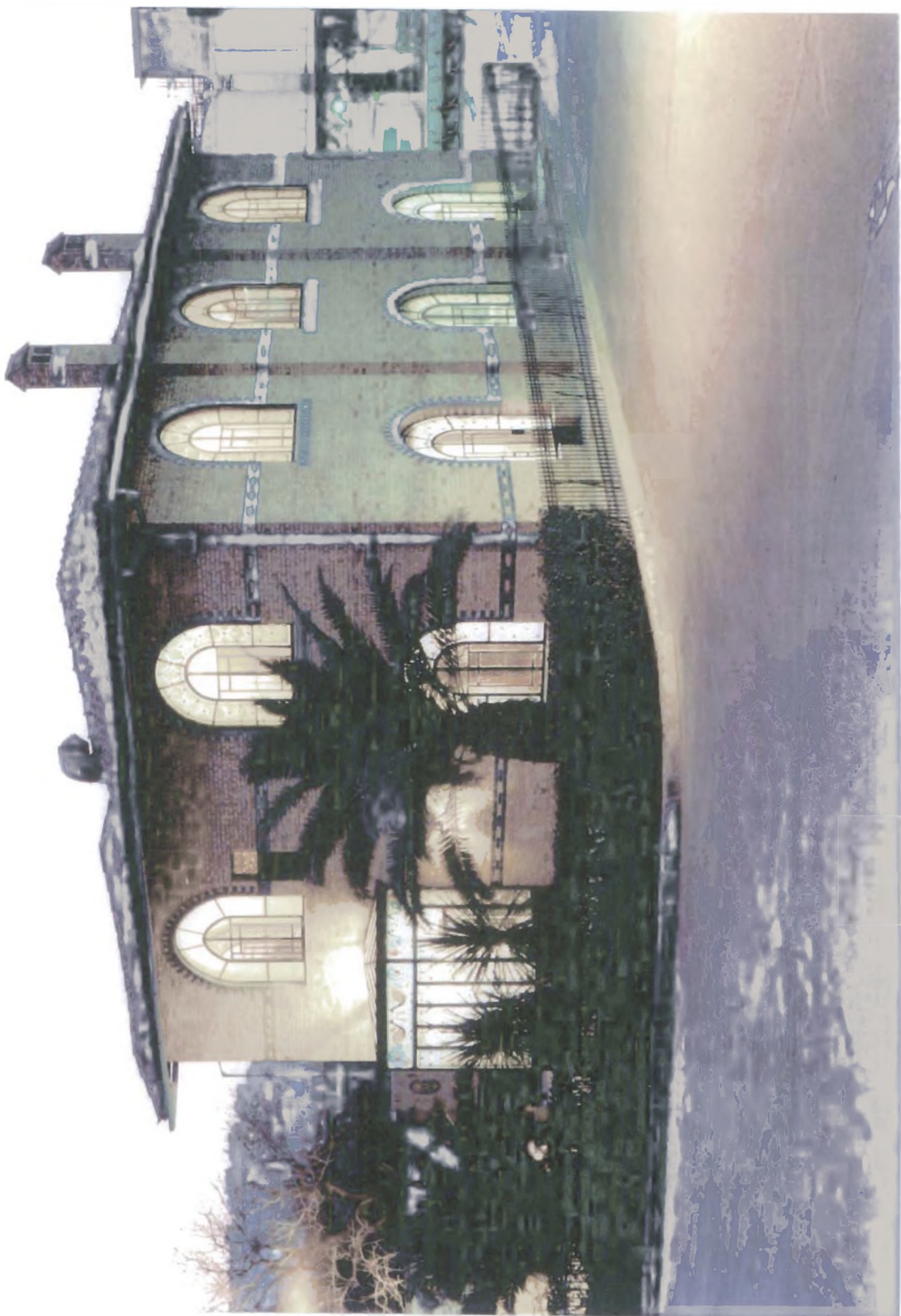
1971

Οργανώνονται οι πρώτες ξεναγήσεις καταναλωτών στους εργοστασιακούς της χώρους. Οι επισκέψεις αυτές σήμερα εντάσσονται σε ένα ευρύ εκπαιδευτικό πλαίσιο και απευθύνονται σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης, αλλά και σε καταναλωτές.

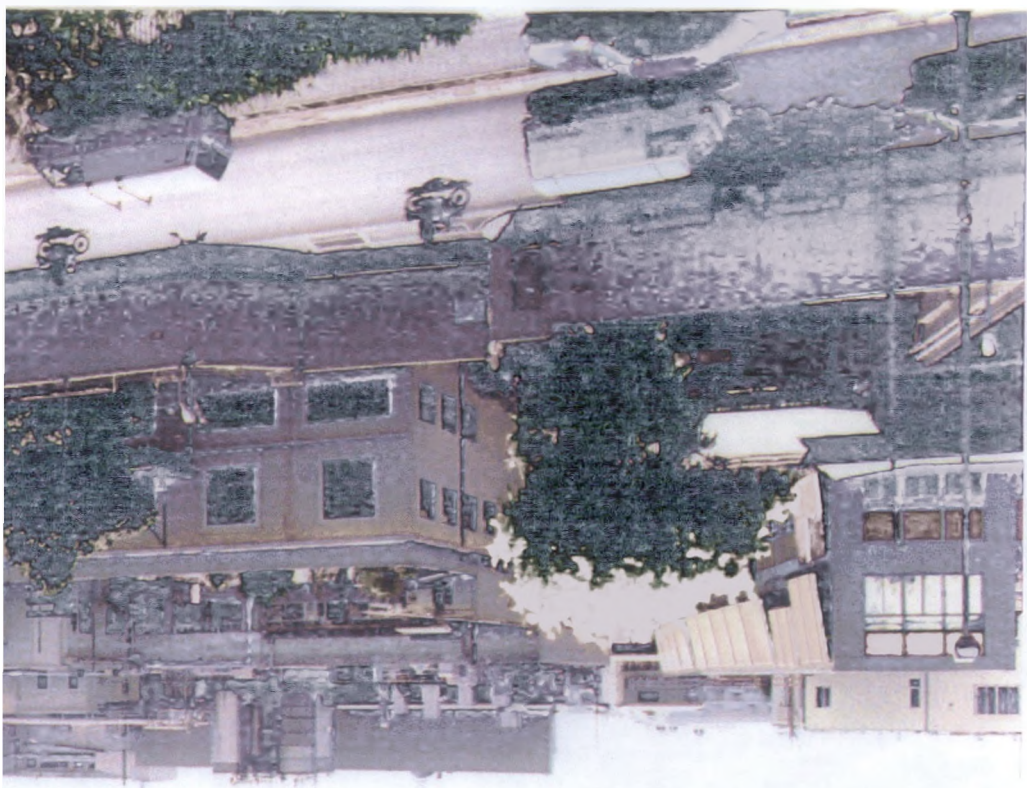


ΕΛΛΑΣ

ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ Η ΜΕΡΟΣ Η Ο













ΑΝΟΙΧΤΗ  
ΓΡΑΜΜΗ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΔΟΣ  
ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ  
ΕΠΙΣΤΗΜΗ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ



Ανάπτυξη  
σε γρήγορους  
ρυθμούς..



