

Ο αντίκτυπος και τα οφέλη από τη συμμετοχή του κόσμου σε υπεύθυνες επιχειρήσεις. Η περίπτωση της μύρας ΝΗΣΟΣ.



3 Νοεμβρίου 2016

Συμμετοχή, Κινητοποίηση, Ενασχόληση, Δράση, Αναζήτηση, Πληροφόρηση, Παρακολούθηση, Like, Follow, Share, Επιλογή, Αγάπη, Σχέση αλλά κυρίως **Ενθουσιασμός** και **Έμπνευση**.

Αυτά είναι κάποια από συναισθήματα και συμπεριφορές που εντάσσονται στη σημασία του όρου «**engagement**» και κυριαρχούν στα όνειρα αλλά και στους εφιάλτες των απανταχού Marketers τόσο στις κοινωνίες της Αφθονίας όσο και σε αυτές της Κρίσης.

ΔΕΝ υπάρχει αμφιβολία πως η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των εταιριών είναι σήμερα διαρκής απαίτηση του έξυπνου καταναλωτή.

Και μάλλον εξηγεί και ένα μέρος της επιτυχίας της μπύρας ΝΗΣΟΣ, που κατάφερε μέσα σε μόλις 3 χρόνια να κερδίσει το «**engagement**» του κόσμου και μέσω αυτού... να μπει στη ζωή μας.

Η ΝΗΣΟΣ όμως δεν έχει ούτε «στρατηγική Κοινωνικής Ευθύνης» ούτε σχετικές «τακτικές και δράσεις»!

Ίσως, όμως αυτό το ίδιο το DNA της να ταυτίζεται με την Κοινωνική αντίληψη για την επιχειρηματική Υπευθυνότητα. Ίσως αυτό να είναι που ενθουσιάζει, εμπνέει και πιθανώς κάνει τη ΝΗΣΟΣ κάτι περισσότερο από ένα όμορφο σήμα και μία καλή και βραβευμένη μπύρα.

Ποια είναι όμως αυτά τα στοιχεία της ΝΗΣΟΣ που πιθανώς να συγκινούν, να ενθουσιάζουν και να εμπνέουν?

Το πρώτο στοιχείο είναι θα έλεγα η «Καλή πρόθεση», και τα «Ευγενή κίνητρα» που μας αποδίδει ο κόσμος! Στα αγγλικά το λεγόμενο «Goodness» ή «Benevolence».

Αυτή τη στιγμή, η Ηθική, η Αγαθοσύνη, η Καλοσύνη, η Ευγένεια, -αν προσπαθούσε κανείς να περιγράψει αυτή την τάση -είναι μια απαίτηση των ανθρώπων διεθνώς, και στην Ελλάδα ιδιαίτερα λόγω της κρίσης.

Μέσα από τις επιλογές του, ο κάθε καταναλωτής ουσιαστικά, ασκεί πολιτική. Τιμωρεί ή επιβραβεύει τις εταιρίες. Αυτό είναι που ονομάζουμε «ηθικός καταναλωτισμός» και θεωρώ ότι είναι απόλυτα θεμιτός και επιβεβλημένος. Συμβαίνει πάρα πολλά χρόνια ιδιαίτερα στις μεγάλες χώρες και στις ώριμες Αγορές, έρχεται τώρα και στην Ελλάδα της κρίσης και εκφράζεται με διάφορα φαινόμενα, όπως είναι η προτίμηση και άρα η επιβράβευση των ελληνικών προϊόντων... **διότι σιγά, σιγά όλοι καταλαβαίνουμε ότι η «κρίση» στη χώρα μας δεν είναι οικονομική αλλά παραγωγική!**

Η ΝΗΣΟΣ είναι λοιπόν ένα παράδειγμα παραγωγικής επιχειρηματικότητας με πολύ έντονη αυτή τη διάσταση του καλού, ηθικού, υψηλού, θα έλεγε κανείς, σκοπού και της θετικής προσπάθειας. Γεννήθηκε στη νησιωτική Ελλάδα, στην Τήνο, μέσα στη κρίση το 2012, με όραμα να δημιουργήσει μια αλυσίδα αξίας στις Κυκλάδες.

Να γίνει μια μπύρα «διεθνούς επιπέδου με κυκλαδίτικη ψυχή», ένας περήφανος πρεσβευτής του γαστρονομικού πολιτισμού της πατρίδας μας.

Η ΝΗΣΟΣ βοηθά και προβάλλει τον τόπο της.

Έχει φέρει τεράστια δημοσιότητα, έχει προσφέρει θέσεις εργασίας, παράγει αξία στον νησιωτικό τόπο. Κερδίζει παγκόσμιες διακρίσεις –όπως το αργυρό European Beer Star, την υψηλότερη διάκριση που έχει πάρει ποτέ ελληνική μπύρα. Είναι μία παραγωγική εταιρία με πατρίδα και ψυχή, που έχει επιλέξει συνειδητά να αναπτυχθεί σε ένα ελληνικό νησί, παρά τα προβλήματα και τα αντικίνητρα. Διαθέτει θετικές αξίες, οι οποίες διοχετεύονται με διάφορους τρόπους στη κοινωνία.

Αυτή λοιπόν η διάσταση της επιχειρηματικής ηθικής εμπνέει τους ανθρώπους.

Όλο και περισσότεροι από εμάς επιθυμούμε να επιβραβεύουμε προϊόντα που προέρχονται από εταιρίες που διατηρούν στον τόπο που αγαπάμε τρία στοιχεία:

- την **Ιδιοκτησία** τους, δηλαδή και οι μέτοχοι, αυτοί που κατά κύριο λόγο καρπούνται την υπεραξία της δραστηριότητας φορολογούνται εδώ,
- την **Βάση** τους, τις επιχειρησιακές τους Λειτουργίες, το Ταλέντο και την Ηγεσία τους εδώ, και φυσικά
- την **Παραγωγή** τους.

Εταιρίες δηλαδή που βλέπουμε την Ελλάδα ως **ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ** για τις διεθνείς μας δραστηριότητες και όχι ως μία ακόμα αγορά για να πουλήσουμε τα προϊόντα μας.

Εμείς είμαστε οι εταιρίες που παράγουμε την μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία ανά μονάδα κύκλου εργασιών προς όφελος της κοινής, εθνικής μας τσέπης.

Είμαστε οι εταιρίες που προσμετρούμαστε στον Εθνικό Πλούτο της Ελλάδας! Οι όλο και λιγότερες εταιρίες που αντέχουμε, που επιμένουμε να διατηρούμε εδώ στην Αθήνα ή την Περιφέρεια το τρίπτυχο **Ιδιοκτησία, Βάση και Παραγωγή** παρ' όλη τη λαίλαπα καταστροφής που υφιστάμεθα. Και αυτή, στις μέρες που διανύουμε, Κυρίες και Κύριοι, είναι η **ύστατη πράξη Ευθύνης**.

Πρόσφατα, μια ομάδα επίλεκτων παραγωγών με Βάση, Ιδιοκτησία και Παραγωγή στην Ελλάδα ιδρύσαμε την πρωτοβουλία **ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ** για να διατυμπανίσουμε στην Ελληνική κοινωνία το αυτονόητο! Ότι δηλαδή: «**Πλούσια, Ευρωπαϊκή Ελλάδα χωρίς Ελληνικής ιδιοκτησίας παραγωγή και μεταποίηση δεν μπορεί να υπάρξει**». Και εμείς έτσι οραματιζόμαστε την **Ελλάδα πλούσια και Ευρωπαϊκή!**

Και ακόμα μια διάσταση, μιας που έχω την τιμή και τη χαρά να ομιλώ σε επαγγελματίες του τομέα της Κοινωνικής Ευθύνης. **Εταιρίες όπως η ΝΗΣΟΣ συμβάλουμε και στη διάσωση, τη διατήρηση και την ανάπτυξη του Ελληνικού Παραγωγικού Πολιτισμού!**

Και θα ήθελα να σας παρακαλέσω ιδιαίτερα να μην ξεχνάμε από την ατζέντα της Κοινωνικής Ευθύνης **το άυλο κεφάλαιο του Τοπικού Οικονομικού και Παραγωγικού Πολιτισμού** είναι τεράστιας σημασίας αντίστοιχής με αυτής του Φυσικού Περιβάλλοντος και των Τεχνών και των Γραμμάτων.

Για να ξαναπιάσουμε λοιπόν το νήμα, το πρώτο στοιχείο της ΝΗΣΟΣ που συγκινεί την κοινωνία είναι τα «Ευγενή κίνητρα».

Το δεύτερο στοιχείο είναι ίσως η έννοια του «clean label» που αποτελεί άλλη μια απαίτηση του σημερινού καταναλωτή. Παρατηρούμε μία τάση έντονης αμφισβήτησης και απομάκρυνσης από τα προϊόντα του 70, του 80 και του 90 που θεωρούνται μαζικά και βιομηχανικά. Αυτά τα προϊόντα δέχονται μία πρωτοφανή αμφισβήτηση και ένας από τους βασικούς λόγους είναι ότι περιέχουν συστατικά που δεν ξέρουμε να αναγνωρίσουμε. Μπορεί και να μην είναι βλαβερά, ίσως να είναι και ωφέλημα, αλλά το γεγονός ότι δεν τα κατανοούμε μας ανησυχεί, τα θεωρούμε υπεύθυνα για πολλά δεινά και δεν θέλουμε να πάρουμε το ρίσκο.

Υπάρχει λοιπόν μια επιστροφή στα βασικά. Σε απλά, φυσικά, όσο το δυνατόν λιγότερο επεξεργασμένα τρόφιμα και ποτά.

Η ΝΗΣΟΣ, έχει επιλέξει μία διαδικασία απόλυτα φυσική, καθαρή, παραδοσιακή με σύγχρονους τρόπους. Από την αρχή αυτό το επικοινωνήσαμε.

Να προσθέσουμε εδώ και την μεγάλη τάση του κόσμου προς τα βιολογικά προϊόντα. Μια κοινωνία που ανησυχεί για την υγεία της και για τη βιομηχανοποίηση των τροφίμων και των ποτών και επιλέγει πιστοποιημένα βιολογικά προϊόντα, όπως η ΝΗΣΟΣ Organic All Day Lager...

Και περνάμε στο τρίτο στοιχείο που είναι νομίζω το «ανθρώπινο», η ανθρώπινη διάσταση.

Πίσω από τη ΝΗΣΟΣ βρίσκονται άνθρωποι με ονοματεπώνυμο. Και αυτό ξυπνάει λίγο τον ρομαντισμό που κρατάμε κρυμμένο μέσα μας και έρχεται να κοντράρει τον κυνισμό μιας κοινωνίας σε κρίση που βλέπει νεκρά παιδιά σε παραλίες ή βομβαρδισμένες πόλεις και παραμένει παθητικά αμήχανη.

Το να γνωρίζουμε ανθρώπινες ιστορίες επιχειρηματικότητας που γεννήθηκαν μέσα από αξίες, που κρύβουν μόχθο, πάθος, αγάπη κινητοποιεί τη καλή πλευρά του εαυτού μας και αυτό το παράδειγμα είναι κατά τεκμήριο, η ΝΗΣΟΣ.

Αν διατρέξετε την ιστοσελίδα μας, θα μάθετε ότι μεταξύ άλλων, η ΝΗΣΟΣ είναι ο καρπός ενός έρωτα, του Αλέξανδρου και της Μάγιας.

Τη σελίδα μας στο FB, δεν την ανέλαβε κάποια διαφημιστική εταιρία, τη ξεκινήσαμε μόνοι μας τα Χριστούγεννα του 12 στη Τήνο. Η πρώτη φωτογραφία που ανεβάσαμε ήταν η σκυλίτσα μας η Ζεν με ένα mockup μπουκάλι της ΝΗΣΟΣ, χωρίς καπάκι, αφού ακόμη δεν είχαμε ούτε μύρα, ούτε υλικά συσκευασίας.

Επικοινωνήσαμε τις ανησυχίες μας, τον νέο τρόπο ζωής που είχαμε επιλέξει να ακολουθήσουμε τα πράγματα που μας εμπνέουν. Γι' αυτό και πριν ακόμη βγει η ΝΗΣΟΣ στην αγορά, είχαμε 26.000 φίλους στο FB!

Ο λόγος που η ΝΗΣΟΣ είναι σήμερα ένα αναγνωρίσιμο brand χωρίς να έχει ποτέ διαφημιστεί, είναι επειδή αντανακλά μία αληθινή κατάσταση, την πραγματική ζωή του Αλέξανδρου και της Μάγιας, στην Τήνο και τις Κυκλάδες αλλά και τα πραγματικά θέματα που μας απασχολούν.

Οι φωτογραφίες τις μπύρας μας, είναι οι φωτογραφίες που βγάζουν φίλοι μας ή εμείς.

Ότι ζούμε, ότι απολαμβάνουμε και μας αρέσει το βγάζουμε προς τα έξω. Ο κόσμος αισθάνεται ότι όλο αυτό είναι τόσο αληθινό και όμορφο που πρέπει με τη σειρά του να το επικοινωνήσει. Έτσι το ποστάρει, το μοιράζεται, το τουιτάρει... Και έτσι, έγινε γνωστή η ΝΗΣΟΣ χωρίς διαφήμιση, **με τη Συμμετοχή του κόσμου.**

Και κατάφερε ο αριθμός της κοινότητας των φίλων της να είναι αυτή τη στιγμή μεγαλύτερος από αυτόν άλλων ζύθων που έχουν δαπανήσει εκατομμύρια στη διαφήμιση.

Και κατάφερε η βασική της μπύρα, η ΝΗΣΟΣ Pilsner να είναι η πιο δημοφιλής μπύρα Μικροζυθοποιίας στη χώρα.

Γιατί?

Γιατί προφανώς η ιστορία μας οδήγησε τον κόσμο σε αισιόδοξα μονοπάτια, γέννησε θετικά συναισθήματα που τον έκαναν να κινητοποιηθεί, να ονειρευτεί και να μοιραστεί την ιστορία της ΝΗΣΟΣ με τους φίλους του.

Αυτό έφερε στη ΝΗΣΟΣ την αναγνωσιμότητα και την αγάπη που έχει σήμερα! Γιατί η ΝΗΣΟΣ εκφράζει την Ελλάδα που παράγει και δημιουργεί.

Γιατί έτσι απλά και αληθινά, η ανθρώπινη διάσταση, εμπνέει τον κόσμο...