
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Document Date:	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2020
Document Owner:	CORPORATE COMMUNICATION

1	Περιεχόμενα	3
2	Ιστορικό Εκδόσεων	4
3	Εισαγωγή	5
3.1	Σκοπός	5
3.2	Πεδίο Εφαρμογής	5
3.3	Ευθύνες	5
3.3.1	Στελέχη	5
3.3.2	Εργαζόμενοι	5
3.3.3	Corporate Communication team	5
4	Εταιρική Επικοινωνία	5
4.1	Κοινό Εφαρμογής Εταιρικής Επικοινωνίας	5
4.2	Σημασία και περιεχόμενο πολιτικής εταιρικής επικοινωνίας	6
5	Εσωτερική Επικοινωνία	6
5.1	Εισαγωγή	6
5.2	Μέσα Διεξαγωγής Εσωτερικής Επικοινωνίας	6
5.2.1	Portal	6
5.2.2	Μήνυμα Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (E-mail)	6
5.2.2.1	Χρόνος απάντησης σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	7
5.2.2.2	Feedback	7
5.2.2.3	Πρωτόκολλο ηλεκτρονικού μηνύματος	7
5.2.2.4	Υπενηθμίαση	7
5.2.3	Προφορική / Τηλεφωνική Επικοινωνία	8
5.3	Meeting	8
6	Εξωτερική Επικοινωνία	8
6.1	Κοινωνικό Δίκτυο & Κοινωνική Δικτύωση	8
6.1.1	Site	9
6.1.2	Social Media	9
6.1.2.1		9
6.2	Εκδηλώσεις / Συγκεντρώσεις	9
6.3	Προσωποποιημένη εξυπηρέτηση / Πελατοκεντρική Φιλοσοφία	9
6.3.1	Παράπονα Συνεργατών	9
6.3.2	Παράμετροι Επικοινωνίας	9
6.3.3	Διαχείριση παραπόνων / αντιρρήσεων	10
6.3.4	Προσωπική Συνάντηση	10
6.3.5	Τηλεφωνική Επικοινωνία	10
6.4	Συμμετοχή σε Συνέδρια / Forum	10
6.5	Εμπιστευτικές πληροφορίες	10
6.6	Επικοινωνία με Media	10
6.7	Πολιτική Συμμόρφωσης με τις Κείμενες Διατάξεις περί ελεύθερου ανταγωνισμού	11
6.7.1	Παράπονα Συνεργατών	11
6.7.2	Παράμετροι Επικοινωνίας	11
6.7.3	Διαδικασίες και ενέργειες σε περίπτωση διεξαγωγής έρευνας από την επιτροπή Ανταγωνισμού	11

2 Ιστορικό Εκδόσεων

Version No	Document Name	Change By	Date	Description
1.0	CORPORATE COMMUNICATION_ARKAS HELLAS GROUP_Πολιτική Εταιρικής Επικοινωνίας.docx		02.2020	Αρχική έκδοση
1.1	CORPORATE COMMUNICATION_ARKAS HELLAS GROUP_Πολιτική Εταιρικής Επικοινωνίας.docx – Meetings	CCT	06.2021	Προσθήκη §5.3

3 Εισαγωγή

3.1 Σκοπός

Να καταγραφεί η πολιτική βάσει της οποίας όλα τα στελέχη που απασχολούνται στην επιχείρηση, ανεξαρτήτως ιεραρχικής βαθμίδας, ρόλου, τόπου απασχόλησης, θα εφαρμόζεται η ενιαία εταιρική επικοινωνία, που στοχεύει στην επίτευξη ποιοτικής εξυπηρέτησης και αποτελεσματικής διαχείρισης.

3.2 Πεδίο Εφαρμογής

Πεδίο εφαρμογής αυτής της πολιτικής είναι όλοι οι εργαζόμενοι στα γραφεία του Arkas Hellas Group με οποιαδήποτε μορφή και σχέση εργασίας, σε οποιαδήποτε διοικητική θέση. Όλοι οι υπάλληλοι υποχρεούνται να λάβουν γνώση και να ακολουθήσουν τα πρότυπα και τους κανόνες αυτού του εγγράφου.

3.3 Ευθύνες

3.3.1 Στελέχη

- Πρέπει να γνωστοποιούν τη σημασία της παρούσης πολιτικής στους υφισταμένους τους.
- Πρέπει να βοηθούν τους υφισταμένους τους να κατανοούν την πολιτική και να εξασφαλίζουν τη συμμόρφωση τους.
- Πρέπει να ενημερώνουν το τμήμα Corporate Communication όταν διαπιστώνεται η μη ενιαία επικοινωνία.

3.3.2 Εργαζόμενοι

- Είναι υπεύθυνοι να γνωρίζουν και να εφαρμόζουν απόλυτα την πολιτική εταιρικής επικοινωνίας.

3.3.3 Corporate Communication team

- Είναι υπεύθυνο να επικοινωνεί την παρούσα πολιτική και να παρακολουθεί την εφαρμογή της.
- Είναι υπεύθυνο να ενημερώνει τους Προϊσταμένους των τμημάτων της εταιρείας, για οποιοδήποτε περιστατικό μη τήρησης της παρούσας πολιτικής.

4 Εταιρική Επικοινωνία

4.1 Κοινό Εφαρμογής Εταιρικής Επικοινωνίας

Η εταιρική επικοινωνία είναι ο τρόπος με τον οποίο μία επιχείρηση προβάλλεται στο ευρύ κοινό. Το κοινό αυτό δεν αποτελείται μόνο από πελάτες, αλλά από ένα σύνολο διαφορετικών ομάδων ανθρώπων, όπως:

- Εργαζόμενοι
- Συνεργάτες
- Προμηθευτές
- Ανταγωνιστές
- Media

4.2 Σημασία και περιεχόμενο πολιτικής εταιρικής επικοινωνίας

Η εφαρμογή της πολιτικής εταιρικής επικοινωνίας είναι ιδιαίτερης σημασίας καθώς:

- Διαδίδονται οι εταιρικοί επικοινωνιακοί σκοποί.
- Διαμορφώνεται εικόνα σοβαρότητας αντιμετώπισης των αναγκών των συνεργατών.
- Δημιουργείται ένα «υπόδειγμα» συμπεριφοράς (κοινές πρακτικές) για όλο το προσωπικό, το οποίο συμβάλει στην ευκολότερη και παραγωγικότερη εργασία, καθώς και αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων με ταχύτητα και συνέπεια.

5 Εσωτερική Επικοινωνία

5.1 Εισαγωγή

Η εσωτερική επικοινωνία είναι η ανταλλαγή πληροφοριών και ιδεών μέσα στην εταιρεία. Πιο αναλυτικά είναι η οργανωτική επικοινωνία μεταξύ διαφόρων τμημάτων της εταιρείας με σκοπό το συντονισμό και τη κατανόηση των εταιρικών λειτουργιών και αξιών.

Αφορά τις ανθρώπινες σχέσεις, το οργανωτικό κλίμα, την εταιρική κουλτούρα, τις στάσεις και τις συμπεριφορές, την αλληλοκατανόηση, την αλληλεπίδραση μεταξύ των εργαζομένων, την αντιλαμβανόμενη εικόνα και τη ταυτότητα των εργαζομένων για την επιχείρηση και την μεταξύ τους επικοινωνία.

5.2 Μέσα Διεξαγωγής Εσωτερικής Εταιρικής Επικοινωνίας

5.2.1 Portal:

Αποτελεί το «εσωτερικό δίκτυο» της εταιρείας που περιλαμβάνει τη θεματολογία ενημέρωσης και πληροφοριών του Ομίλου για όλους τους εργαζομένους.

Επιπλέον, αποτελεί το μέσο ενημέρωσης για τις δράσεις και τα νέα του Ομίλου.

5.2.2 Μήνυμα Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (E-mail)

Αποτελεί την πιο συνήθη μορφή επικοινωνίας.

Ύφος

Το ύφος της επικοινωνίας είναι πάντα επαγγελματικό.

Γλώσσα

Επίσημη γλώσσα εσωτερικής επικοινωνίας είναι τα ελληνικά, εκτός των επικοινωνιών με τη μητρική ή τις συνεργαζόμενες γραμμές, όπου επίσημη γλώσσα είναι τα αγγλικά. Η απάντηση γίνεται στην αντίστοιχη γλώσσα του αρχικού μηνύματος.

Θέμα

Το θέμα αναγράφεται με σκοπό να δώσει σαφή εικόνα στον παραλήπτη για το περιεχόμενο του μηνύματος.

Γραμματοσειρά

Η επίσημη γραμματοσειρά της εταιρείας είναι: Calibri, μέγεθος No 11.

Χρώμα Γραμματοσειράς

Μπλε ή Μαύρο

Χαιρετισμός

Ένα επαγγελματικό email πρέπει να ξεκινάει πάντα με έναν χαιρετισμό ανάλογο του παραλήπτη. Ειδικά για την εσωτερική επικοινωνία προτείνονται τα εξής:

- Αγαπητοί Συνάδελφοι
- Αγαπητέ/ή “μικρό όνομα συναδέλφου”
- Ο πληθυντικός χρησιμοποιείται όπου κρίνεται απολύτως απαραίτητος

Σώμα Κειμένου

Το κείμενο πρέπει να περιλαμβάνει κεφαλαία και πεζά, σημεία στίξης, τόνους και να γίνεται πάντα ορθογραφικός έλεγχος πριν την αποστολή.

Απαντώνται όλα τα ερωτήματα σε ένα μήνυμα, προς αποφυγή αποστολής πολλών συνεχόμενων μηνυμάτων.

Χαρακτηριστικά του γραπτού λόγου:

- Σαφήνεια
- Ειλικρίνεια
- Ευγένεια

Αποφεύγετε:

- Λέξεις όπως «δυστυχώς»
- Ατελείς προτάσεις
- Το κόψιμο λέξεων (γραμ/τιο, διε/ντης κλπ.)
- Την καταχώρηση συνεχόμενων θαυμαστικών (!!!!!!!)
- Emoticons

Κλείσιμο

Το μήνυμα ολοκληρώνεται πάντα με την επίσημη εταιρική υπογραφή, βάσει της Πολιτικής Εταιρικής Ταυτότητας.

5.2.2.1 Χρόνος απάντησης σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Άμεση ανταπόκριση

- Έγκαιρη εξυπηρέτηση - Ταχύτητα
- Προθυμία

5.2.2.2 Feedback

Όλα τα μηνύματα συστήνεται να απαντώνται αυθημερόν. Θα πρέπει να δοθεί feedback στον Συνεργάτη, να ενημερωθεί σε τι στάδιο είναι το αίτημα του και πόσο έγκαιρα μπορεί να έχει την τελική απάντηση.

5.2.2.3 Προώθηση ηλεκτρονικού μηνύματος

Στην προώθηση ηλεκτρονικού μηνύματος χρησιμοποιείται "Quote...Unquote" για να οριστεί το σώμα κειμένου που αποστέλλεται. Αν η απάντηση περιλαμβάνει φράσεις ή στοιχεία που δεν πρέπει να σταλούν, αφαιρούνται στην προώθηση.

5.2.2.4 Υπενθύμιση

Κατά την υπενθύμιση ενός ηλεκτρονικού μηνύματος που δεν έχει ληφθεί απάντηση, προωθείται χωρίς αυστηρό ύφος "Reminder", αλλά με την δημιουργία πρότασης:

We would appreciate a reply on below issue... or You are kindly requested to reply to the following message...

Δεν χρησιμοποιούνται φράσεις όπως "you forgot..".

5.2.3 Προφορική / Τηλεφωνική Επικοινωνία

Ο σεβασμός και η ευγένεια είναι απαραίτητα στοιχεία κάθε προφορικής επικοινωνίας ανεξαρτήτως

θέσης ιεραρχικού επιπέδου, φύλου κλπ. Όλες οι κλήσεις απαντώνται με ευγένεια και προθυμία.

5.3 Meeting

Τα meeting είναι αποτελεσματικά εργαλεία για τη συζήτηση project, τη σύλληψη νέων ιδεών, την ενδυνάμωση συνεργασίας και την βελτίωση επικοινωνίας.

Ωστόσο για την καλύτερη διεξαγωγή ενός meeting, καθορίστε την ατζέντα εκ των προτέρων που θα σταλεί στους συμμετέχοντες για:

Microsoft teams meeting

Meeting web conference

Meeting (δια ζώσης)

6 Εξωτερική Επικοινωνία

6.1 Κοινωνικό Δίκτυο & Κοινωνική Δικτύωση

Το διαδίκτυο κατέχει κυρίαρχη θέση και αποτελεί βασικό τρόπο επικοινωνίας.

6.1.1 Site

Η ύπαρξη επαγγελματικής ιστοσελίδας ενισχύει την εταιρική εικόνα και δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να λάβει άμεσα πληροφορίες.

6.1.2 Social Media

Αποτελεί τον σύγχρονο τρόπο επικοινωνίας με τους συνεργάτες.

6.1.2.1 Επίσημοι λογαριασμοί της εταιρίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι η πιο κοινή μορφή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Η ARKAS HELLAS Group διατηρεί επίσημες σελίδες στο Facebook και στο LinkedIn. Η διαχείρισή τους πραγματοποιείται μόνο από την εταιρεία δημοσίων σχέσεων σε συνεργασία με τα άτομα που έχουν οριστεί υπεύθυνα από τη διοίκηση. Όλες οι δημοσιεύσεις εικαστικά και κειμενικά γίνονται βάσει της εταιρικής κουλτούρας και των αξιών καθώς και σύμφωνα με τον Γενικό Κανονισμό Προσωπικών Δεδομένων.

Facebook

Το περιεχόμενο και το ύφος είναι πιο φιλικό και ποικίλει για να προσελκύει το ενδιαφέρον.

LinkedIn

Το περιεχόμενο και το ύφος είναι σοβαρό και επαγγελματικό. Στο LinkedIn παρουσιάζεται μια πιο corporate εικόνα.

6.2 Εκδηλώσεις / Συγκεντρώσεις

Δίνεται η ευκαιρία να συναντηθούν όλοι οι εργαζόμενοι και να ανταλλάξουν απόψεις.

6.3 Προσωποποιημένη εξυπηρέτηση / Πελατοκεντρική Φιλοσοφία

Η εξυπηρέτηση και ο σεβασμός του πελάτη αποτελεί βασική αξία και μέλημα του Ομίλου.

Προτείνεται η εξυπηρέτηση του πελάτη να ολοκληρώνεται από τον ίδιο εργαζόμενο που έχει αναλάβει κάποιο θέμα, για τη σωστή διαχείριση των αναγκών.

6.3.1 Παράπονα Συνεργατών

Είναι βασικός κανόνας της πολιτικής εταιρικής επικοινωνίας να ακούγονται τα παράπονα των συνεργατών και να λύνεται κάθε πρόβλημα που τυχόν προκύπτει.

Ο Όμιλος επενδύει στη διαρκή εκπαίδευση των εργαζομένων, στη χρήση τεχνολογίας, στην επιλογή κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού και στη διαρκή βελτίωση όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών με απώτερο σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνεργατών.

Τα παράπονα πελατών, θα πρέπει να αποστέλλονται στο αρμόδιο τμήμα Customer Loyalty, και στην αντίστοιχη ηλεκτρονική διεύθυνση customer.loyalty@arkas-hellas.gr

6.3.2 Παράμετροι Επικοινωνίας

Φωνή

Ένα σημαντικό στοιχείο είναι ο λόγος και πώς χειρίζεται κατά τη διάρκεια επικοινωνίας.

Οι παράμετροι που επηρεάζουν τον λόγο είναι:

- Ο τόνος της φωνής, να είναι χαμηλός
- Η χροιά, να είναι σταθερή και καθαρή
- Η άρθρωση, να είναι καθαρή
- Η ομιλία, να μην είναι βιαστική

Προσέγγιση

Ο πρώτος παράγοντας που δίνεται βάση, είναι η προσέγγιση και η εμπιστοσύνη του συνεργάτη. Το καλωσόρισμα με ένα χαμόγελο και μία ερώτηση «πώς θα μπορούσαμε να σας εξυπηρετήσουμε» για να μπορέσουμε να τον καθοδηγήσουμε, είναι ένα βασικό βήμα.

6.3.3 Διαχείριση παραπόνων / αντιρρήσεων

Οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι προετοιμασμένοι ώστε να αντιμετωπίσουν τυχόν παράπονα.

- Προβάλλεται η αλήθεια
- Αποφεύγεται ο διαπληκτισμός / φραστικές επιθέσεις
- Κατανόηση ανησυχιών
- Καθησυχασμός με επιχειρήματα

6.3.4 Προσωπική Συνάντηση

Οι εργαζόμενοι συστήνονται στον συνεργάτη, με:

- Ονοματεπώνυμο
- Τίτλο – Τμήμα
- Δίνοντας Business Card

6.3.5 Τηλεφωνική Επικοινωνία

Τα τηλέφωνα απαγορεύεται να είναι στο αθόρυβο. Ακόμα και αν δεν έχουμε οπτική επαφή με τον συνεργάτη με τον οποίο συνομιλούμε, θα πρέπει να υιοθετούμε σωστή στάση του σώματος. Οι κλήσεις θα πρέπει να απαντώνται άμεσα και σε περίπτωση απουσίας κάποιου εργαζομένου, να

απαντώνται από συνάδελφο. Καμία κλήση δεν πρέπει να μένει αναπάντητη.

Επικοινωνούμε γραπτώς με επαγγελματισμό.

Κάθε επικοινωνία που γίνεται λεκτικά - τηλεφωνικά, θα πρέπει να γίνεται και γραπτώς προκειμένου να διασφαλιστεί η αξιοπιστία της.

6.4 Συμμετοχή σε Συνέδρια / Forum

Η συμμετοχή του Ομίλου μέσω εκπροσώπων σε συνέδρια / forum, αφορά την προώθηση του branding. Η ομιλία και παρουσίαση του, θα πρέπει να ξεκινάει με την επίσημη παρουσίαση του Ομίλου.

6.5 Εμπιστευτικές πληροφορίες

Οι εμπιστευτικές πληροφορίες είναι πληροφορίες που δεν είναι άμεσα διαθέσιμες ή γενικά γνωστές σε τρίτους. Θα πρέπει να τηρείται εχεμύθεια και εμπιστευτικότητα.

6.6 Επικοινωνία με Media

Δεν επιτρέπεται οποιαδήποτε επαφή με δημοσιογράφους - εκπροσώπους των Μ.Μ.Ε και η παροχή οποιαδήποτε πληροφορίας για την εταιρεία ή τις δράσεις της. Υπεύθυνη για την επικοινωνία με τους δημοσιογράφους είναι η εταιρεία δημοσίων σχέσεων σε συνεργασία με το Corporate Communication.

6.7 Πολιτική Συμμόρφωσης με τις Κείμενες Διατάξεις περί ελεύθερου ανταγωνισμού

6.7.1 Οδηγός Συμμόρφωσης με τις Κείμενες Διατάξεις περί ελεύθερου ανταγωνισμού και σύμφωνα με τις οδηγίες EC Compliance που έχουν θέσει οι ναυτιλιακές γραμμές που εκπροσωπούμε

- Οι καθημερινές δραστηριότητες, ιδίως η συμμετοχή σε επίσημες ή ιδιωτικές συνεδριάσεις - εκδηλώσεις με τους ανταγωνιστές θα πραγματοποιούνται βάσει της νομοθεσίας, τους κανονισμούς και τις σχετικές αρχές του ελληνικού δικαίου και του δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Για τη συμμετοχή σε οποιαδήποτε συνεδρίαση ή εκδήλωση με τους ανταγωνιστές, όλοι οι συνάδελφοι θα πρέπει να επιβεβαιώνουν ότι δεν επιτρέπεται να μοιραστεί ή να διαβιβαστεί:
 - Η ημερήσια διάταξη της συνεδρίασης
 - Το υλικό
 - Οι πληροφορίες
 - Τα έγγραφα
 - Οι συζητήσεις (προφορικές, γραπτές ή σε ηλεκτρονική μορφή)
 - Τα μελλοντικά εσωτερικά θέματα της εταιρείας
 - Οι πληροφορίες για την λειτουργία της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένου την ταρίφα, την κατανομή των χρονοθυρίδων, του επιχειρηματικού σχεδίου, της στρατηγικής, του κόστους, των κερδών, των επενδύσεων, του μεριδίου στην αγορά

Εάν παρατηρηθεί μη τήρηση των παραπάνω, οι συνάδελφοι που συμμετέχουν στην συνεδρίαση, θα πρέπει άμεσα, να υπενθυμίσουν τους περιορισμούς.

- Στους συναδέλφους οι οποίοι δεν τηρούν τον παρόντα Οδηγό και τους σχετικούς κανονισμούς,

θα γίνεται σύσταση - διόρθωση.

6.7.2 Η Αρχή Διατήρησης Εγγράφων και Ηλεκτρονικών Μηνυμάτων

- Θα πρέπει να φυλάσσεται αρχείο με έγγραφα και ηλεκτρονική αλληλογραφία, σύμφωνα με τους εσωτερικούς κανονισμούς για την προβλεπόμενη περίοδο διατήρησης των εγγράφων.
- Προσωπικά έγγραφα (σε φυσική ή ηλεκτρονική μορφή) ή αρχείο ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, τα οποία δεν είναι σχετικά με την επιχείρηση, δεν θα φυλάσσονται εντός του γραφείου ή σε προσωπικούς υπολογιστές προς αποφυγήν περιπτώσεων παρεξηγήσεων.

6.7.3 Διαδικασίες και ενέργειες, που πρέπει να γίνουν σε περίπτωση διεξαγωγής έρευνας από την επιτροπή Ανταγωνισμού

- Αναγνώριση

Ζητήστε από τον πραγματογνώμονα να παρουσιάσει:

- Το ένταλμα το οποίο έχει εκδοθεί από αρμόδια αρχή ή αρμόδιο δικαστήριο
- Την ταυτότητα του για εξακρίβωση στοιχείων

Εάν ο πραγματογνώμονας δεν φέρει το σωστό ένταλμα ή την διοικητική εντολή, συνίσταται να αρνηθείτε την έρευνα.

Αναζητήστε την αρχή που έχει δώσει εντολή διεξαγωγής της έρευνας και για ποιο σκοπό και ζητήστε όσες περισσότερες πληροφορίες μπορείτε.

- Γνωστοποίηση

Ενημερώστε τους top manager εγκαίρως και μην διαρρεύσετε το περιστατικό σε μη συμβαλλόμενα μέρη, ιδιαίτερα ανταγωνιστικές εταιρείες.

- Συνεργασία

Συνεργαστείτε με τους πραγματογνώμονες που διεξάγουν την έρευνα (σύμφωνα με το ένταλμα και την κείμενη νομοθεσία της χώρας), αλλά να αναζητείτε συμβουλή από νομικούς συμβούλους πριν προβείτε σε οποιαδήποτε δράση.

Ενώ οι πραγματογνώμονες διεξάγουν συνεντεύξεις για να αποσπάσουν περισσότερες πληροφορίες, το προσωπικό θα πρέπει να:

- Απαντάει με ακεραιότητα, μην ψεύδεται και μην κάνει οποιαδήποτε δήλωση που δεν συνάδει με τα γεγονότα.
- Συνίσταται να μην απαντάτε εάν η απάντηση δεν έχει γερή βάση.

Εάν οι πραγματογνώμονες κρατήσουν έγγραφα ή ηλεκτρονικό αρχείο στον υπολογιστή τους ή στο κινητό τους τηλέφωνο, το προσωπικό που σχετίζεται με την υπόθεση, θα πρέπει:

- Να κρατάει πλήρες αντίγραφο και αναλυτική λίστα των εγγράφων ή των ηλεκτρονικών αρχείων τα οποία κρατήθηκαν από τους εμπειρογνώμονες και να το φυλάσσουν για μετέπειτα δράσεις
- Προσωπικά έγγραφα και κινητά τηλέφωνα θεωρητικά εξαιρούνται της παρακράτησης, ωστόσο σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να συμφωνηθεί από τον νομικό σύμβουλο.

Οποιαδήποτε αλληλογραφία που περιέχει πληροφορίες, οι οποίες προέρχονται από πηγές που

δεν είναι πελατειακής βάσης και υπάρχει απορία για την χρήση τους να αποστέλλονται στον Commercial & Operations Director και να σβήνονται από τους υπολογιστές.

Οριστικοποιήθηκε και Εγκρίθηκε:

Βάντα Κωστοπούλου, Διευθύνουσα Σύμβουλος
Φίλιππος Κωστόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος

