



TIKVEŠ

SINCE 1885

СООПШТЕНИЕ

Највисоко признание за ВВ „Тиквеш“ за вложувањата во развојот на односите на пазарот

ВВ „Тиквеш“ награден за својата општествена одговорност

Скопје, 16.09.2014 – Винарската визба „Тиквеш“ е добитник на наградата за најдобри општествено одговорни практики во 2013-та година во категоријата односи на пазарот, за проектот „Едукација, креативност, иновативност“. Проектот има за цел натамошно подигнување на квалитетот во производството на вино и унапредување на винската култура во земјава, преку едукација на соработниците, купувачите и потрошувачите за карактеристиките на квалитетното вино, неговото производство и одговорна консумација.

„За Тиквеш како општествено одговорна компанија и предводник на промените во македонската винска индустрија, оваа награда значи многу, затоа што ги верифицира нашите напори и стремежи за натамошно подигнување на квалитетот во производството на вино и унапредување на винската култура во земјава. Убедени сме дека ова можеме да го постигнеме преку континуирано следење на потребите и очекувањата на потрошувачите и вложување во едукација и соработка со сите кои се вклучени во создавањето на приказната за врвното македонско вино – соработниците, добавувачите, потрошувачите и заедницата. Тоа ќе придонесе за етаблирање на Македонија како производител на квалитетно вино во светот и развој на целата домашна винска индустрија“, изјави **Елена Младеновска Јеленковиќ**, маркетинг менаџер во ВВ „Тиквеш“ заблагодарувајќи се за добиеното високо признание.

Наградениот проект на ВВ „Тиквеш“ содржи голем број активности групирани во три главни компоненти - едукација на соработници, едукација на угостители и љубители на вино, и едукација на потрошувачи. Првата компонента е реализирана преку редовно организирање едукативни работилници и обуки за лозарите на кои тие имаат можност да се запознаат со најновите агро-технички мерки за заштита, унапредување и одржување висок квалитетот во производството на грозје преку користење светска пракса и знаење на стручни лица во винарницата. Втората компонента опфаќа подобрување на знаењето за вино преку организирање на сомелиерски обуки во чии рамки голем број угостители стекнаа проширени знаења за начинот на производство на вино, начин на послужување и дегустација на виното, како и негово комбинирање со соодветни видови храна, што е од големо значење за подобрување на услугата во угостителските објекти и промоција на македонското вино пред домашните љубители, но и пред странските туристи. Третата компонента ја сочинуваа низа активности наменети за едукација на потрошувачите на иновативен начин, користејќи различни комуникациски канали – youtube, мобилна апликација, интерактивни таблети на продажни места, што влијае на подигнување на нивото на винска култура во земјата.