

CASE STUDY

Described for the project: "The Hexagonal Leader"

Name of the organization

Pivovarna Laško Union

Website of the organization

[Pivovarna Laško Union - About us \(pivovarnalaskounion.com\)](http://pivovarnalaskounion.com)

Logotype of the organization



Type of organization

- Business organization
 Public administration
 NGO's
 Others (what kind?)

Size of the organization

- Small
 Medium
 Large

Economic sector

Beverages manufacturer

Brief description of the organization

Pivovarna Laško Union (PLU) è il più grande produttore di bevande in Slovenia e impiega oltre 600 persone. L'azienda, controllata al 100% dal birrifico internazionale olandese Heineken, è stata creata nel 2016 con la fusione di Pivovarna Laško e Pivovarna Union, ereditando così quasi 200 anni di tradizione birraria slovena. Questa è l'eredità che il personale dell'Unione Pivovarna Laško continua a costruire fino ad oggi. Con due stabilimenti di produzione a Lubiana e Laško, PLU è il principale produttore di birra e un produttore altamente competitivo di sidro e bibite rinfrescanti in Slovenia. All'interno del gruppo Heineken, la Slovenia occupa una posizione piuttosto strategica, poiché l'Unione Pivovarna Laško costituisce un importante hub regionale di esportazione.

Case study description (situation / the problem they are facing) [max 2000 characters]

Poiché le persone collegano l'alcolismo alla birra o al consumo di altre bevande alcoliche con gli effetti dannosi dell'abuso di alcol, l'azienda si è posta una sfida importante, ovvero promuovere e sostenere il consumo responsabile di bevande alcoliche e sostenere gli sforzi per ridurre il consumo dannoso. La birra è una bevanda fermentata naturale che, se consumata con moderazione, può far parte di uno stile di vita equilibrato. Tuttavia, quando l'alcol non viene consumato in modo responsabile, ci sono chiari rischi per la salute e comportamentali. Per alcune persone e in alcune occasioni è meglio non bere affatto.

Di conseguenza, uno degli sforzi dell'Unione Pivovarna Laško è stato quello di prendere decisioni e mosse strategiche per il futuro. Di conseguenza, dal 2003, si sono impegnati a promuovere la moderazione e a sostenere un consumo responsabile. Nell'ambito di questa strategia, i pilastri "Promuovere la salute e la sicurezza" e "Sensibilizzare al consumo responsabile" sono estremamente importanti. Pertanto, la ricerca di idee, lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi approcci di business per raggiungere gli obiettivi fissati nel miglior modo possibile è un aspetto significativo.

Suggested solutions (added pros and cons)

La promozione della salute e della sicurezza in azienda e all'esterno è fortemente connessa a:

- Leadership: credono nella leadership dando esempi e mantenendo i valori. Uno dei loro valori è la sicurezza, che deve essere al primo posto. Pertanto, l'azienda pone la cultura della sicurezza a un livello superiore sia nell'azienda che nella società slovena nel suo complesso. I primi ambasciatori della sicurezza e del bere responsabile sono i lavoratori del Laško Union Brewery.
- Persone di successo: i primi ambasciatori della sicurezza e del bere responsabile sono i lavoratori del Laško Union Brewery. La soluzione in risposta al sostegno agli sforzi per ridurre il consumo dannoso di alcol è diventare e rimanere un'azienda socialmente responsabile. Per seguire la strategia e l'impegno che è stato delineato, sono consapevoli che un'azienda di successo è composta da individui di successo. Pertanto, offrono un ambiente di lavoro creativo; supportano una cultura aziendale di rispetto, fiducia, cordialità, competenza e cooperazione, che consente a ogni dipendente di esprimere il proprio potenziale e il proprio progresso sia nello sviluppo personale che nella carriera aziendale.

Chosen solution

L'azienda ha optato per un approccio strategico. Dal 2007, il settore della sicurezza, salute e consumo responsabile è stato controllato dal responsabile della SSL con un team di professionisti. Colleghi e dipendenti sono stimolati a parlare spesso dell'importanza della sicurezza e della responsabilità. Anche

al livello più alto dell'azienda, ogni riunione di gestione inizia sempre con questo argomento. In questo modo, dimostrano di essere un'azienda che vede più lontano e più in profondità dei propri problemi e interessi, concentrandosi sulla nostra missione e sui nostri valori, cosa che fanno in modo sincero e coerente. Inoltre, sono un'azienda che non solo sponsorizza e dona, ma educa.

Per seguire la strategia l'azienda aveva bisogno di offrire al mercato diversi prodotti innovativi senza alcol. Sviluppando birre e radler con un livello ridotto di alcol o completamente privi di alcol, hanno offerto ai consumatori, agli amanti della birra, una scelta responsabile: possono godersi il gusto della birra e sedersi al volante senza alcol nel sangue. La birra analcolica Laško Zlatorog 0,0% è stata offerta al mercato nel gennaio 2020 dopo un anno di intenso sviluppo e significativi investimenti in tecnologia. Nella comunicazione, l'azienda sottolinea e accresce costantemente la consapevolezza che Zlatorog è una questione di gusto, non di alcol.

Al birrificio sindacale Laško, almeno il 10% del budget per l'affitto dei media viene utilizzato ogni anno per aumentare la consapevolezza del consumo responsabile. La selezione responsabile è segnalata con marchi come Heineken 0.0, Laško Zlatorog 0.0%, Union Radler 0.0% e Laško Malt 0.0%. Già alcuni anni fa, nell'ambito del più grande festival estivo, "Pivo in cvetje", l'azienda ha assunto anche un ruolo attivo nell'attivazione e comunicazione della cosiddetta federazione del bere responsabile, firmata da diverse organizzazioni partner con la stessa mission del bere responsabile negli eventi sportivi e musicali, nella guida, ecc. Inoltre, stanno ampliando il numero di organizzazioni che aderiscono all'impegno con l'obiettivo di sostenere con forza tutte le attività di consumo responsabile che esistono o che continueranno a svilupparsi.

Rationale of the decision taken

L'azienda crede fermamente che ci siano sempre diversi modi in cui ogni individuo può migliorare se stesso. Di conseguenza, i miglioramenti hanno una forte influenza sullo sviluppo complessivo dell'intera cultura organizzativa. Pertanto, credono fortemente che prima di prendere una decisione sia meglio chiedersi cosa potrebbero fare per migliorarsi. Questo è anche il caso di queste pratiche, che hanno tutte una forte influenza sullo sviluppo della cultura organizzativa.

Per quanto riguarda i risultati a livello di comunità, società, ci sono chiare tendenze secondo cui le persone sono più responsabili, più consapevoli delle conseguenze del consumo eccessivo e della crescente domanda di birre e radler senza o con livelli inferiori di alcol. Ciò è particolarmente vero tra i giovani. Quando l'azienda si è interrogata sui modi per migliorare, ha creduto fermamente che i loro sforzi avrebbero fornito un contributo importante per un futuro migliore.

Solution implemented in practice

Le aree coperte dai 6 pilastri della loro strategia sostenibile sono:

- consumo responsabile, salute e sicurezza,
- protezione delle risorse idriche,
- fornitura sostenibile,
- riduzione delle emissioni di CO2
- collaborazione con la comunità.

Sono un birrificio con quasi due secoli di tradizione e sanno che si può avere successo solo se hanno successo anche le comunità e l'ambiente che li circonda.

Sono un'organizzazione con un orientamento a lungo termine e pensano anche alle generazioni future.

Questo è il motivo per cui tengono conto sia degli aspetti sociali che ambientali ed economici sul lavoro.

Lesson learned

Tutti i premi ricevuti, come il riconoscimento Zlata praksa, sono un'approvazione e una motivazione aggiuntiva per l'azienda, il che significa che sono sulla strada giusta e più ampiamente riconosciuti come modello per un'azienda responsabile e orientata alla sostenibilità.

A loro avviso, è importante che un'azienda, prima di prendere una decisione definitiva, ponga una semplice domanda: è responsabile, è sostenibile?

Hanno imparato che l'azienda ha bisogno di monitorare costantemente l'efficienza e l'efficacia delle attività, acquisire informazioni dai dati ottenuti e dai risultati come azienda e come individui, adattandoli alla situazione reale del mercato. L'ambiente aziendale è estremamente dinamico e richiede flessibilità e agilità in ogni momento.

L'apprendimento permanente e la gestione sostenibile dei processi sono qualcosa di cui non si può immaginare un futuro di successo senza di loro.

Connection to the six skills depicted in the project

Mentalità e valori

L'azienda vede più lontano e più in profondità dei propri problemi e interessi, concentrandosi sulla propria missione e sui valori, che implementano nella propria cultura organizzativa. Oltre alle donazioni e alle sponsorizzazioni, educano, comunicando i propri valori ad un ampio pubblico e soprattutto ai consumatori più giovani.

Un famoso birrifico con quasi due secoli di tradizione, sa che si può avere successo solo se anche le comunità e l'ambiente che lo circonda hanno successo. Sono un'organizzazione con un orientamento a lungo termine e pensano anche alle generazioni future. Ciò si riflette nel loro marketing, ma soprattutto nei loro valori e nella mentalità che lo supporta.