



## **CODICE ETICO**

**I valori e la cultura aziendale nei processi, nelle relazioni e nei comportamenti**

---

## Indice

### 1. MATRICE DELLE REVISIONI

### 2. PREMESSA

### 3. OBIETTIVI E CHIAVE DI LETTURA

#### 4. I PRINCIPI ISPIRATORI

Spiegazione dei valori fondanti che permeano visione, operato e quotidianità lavorativa dell'azienda: Professionalità, Legalità, Trasparenza, Responsabilità, Riservatezza, Rispetto, Indipendenza.

#### 5. MIGLIORAMENTO CONTINUO E RISK-BASED THINKING

Metodologia Plan-Do-Check-Act e approccio Risk-based Thinking applicato ad aree e processi aziendali.

#### 6. I PROCESSI AZIENDALI

Analisi dell'impatto su sicurezza e ambiente, dei processi e delle aree di attività, con focus sui principi ispiratori.

##### 6.1 Ambienti e strutture

- Professionalità è razionalizzazione e ottimizzazione, a garanzia di efficienza e puntualità
- Legalità è possesso delle certificazioni e attenzione alla manutenzione periodica
- Trasparenza della struttura è sinonimo di cura e competenza
- Responsabilità si traduce in attenzione all'ambiente e alla sicurezza

##### 6.2 Accoglienza e accettazione

- Professionalità è prendersi cura del cliente con empatia e autenticità
- Trasparenza delle informazioni fornite garantisce attendibilità e veridicità
- Riservatezza è prassi di discrezione e attenzione alla privacy
- Rispetto della persona è la base di ogni rapporto
- Indipendenza è premessa e garanzia di qualità dei prodotti e servizi offerti

##### 6.3 Operatività e officina

- Professionalità è cura, precisione, accuratezza nella gestione del veicolo
- Trasparenza diventa risposta alle effettive necessità di manutenzione e assistenza
- Legalità è applicazione di tutte le normative
- Responsabilità è piena consapevolezza dell'impatto del proprio lavoro sulla sicurezza stradale
- Rispetto è educazione, empatia e lealtà in tutti i rapporti interpersonali
- Indipendenza permette e incentiva il costante aggiornamento

##### 6.4 Acquisti e magazzino

- Professionalità è spinta all'efficienza e alla cura del servizio
- Legalità è il rispetto delle leggi e la totale assenza di conflitto di interessi
- Trasparenza è garanzia di lealtà e imparzialità con tutti i fornitori
- Responsabilità si traduce in qualità del servizio offerto
- Rispetto nei rapporti interpersonali è strumento di collaborazione e supporto reciproco
- Indipendenza favorisce scelta e proposta di prodotti e servizi dal valido equilibrio costo/qualità

##### 6.5 Contabilità e amministrazione

- Legalità è il rispetto scrupoloso di tutte le leggi e le normative in materia fiscale
- Trasparenza è completa tracciabilità di ogni operazione contabile
- Responsabilità nasce dalla forte consapevolezza del proprio ruolo nei confronti della collettività

##### 6.6 Comunicazione

- Professionalità è essere promotori di informazioni di interesse generale e specifiche del settore
- Legalità è pieno rispetto delle normative vigenti e del D.Lgs. 196/03 e seguenti

- Trasparenza è insita nel modo di comunicare aperto, chiaro e immediato
- Responsabilità è consapevolezza del proprio ruolo per favorire scelte mirate e consapevoli
- Riservatezza come riserbo e discrezione su dati, rapporti e strategie
- Rispetto si traduce in garanzia della correttezza di contenuti, modi e mezzi di comunicazione
- Indipendenza è forza propulsiva di programmi, contenuti e strategie

**6.7 Attenzione all'ambiente****6.8 Certificazione UNI EN ISO 9001****6.9 Responsabilità e sicurezza stradale****6.10 Gestione e organizzazione del personale****7. LE RELAZIONI INTERNE**

Analisi del panorama delle relazioni interne, delineandone prassi condivise e aspetti legati ai principi ispiratori.

**7.1 Selezione e regolamentazione**

- Professionalità è sintesi di competenze tecniche e attitudini personali
- Legalità è la base di ogni rapporto, selezione e inserimento
- Trasparenza è dovere di chiarezza e onestà nell'esplicitare attese, aspettative, norme e regole
- Riservatezza è discrezione nel trattamento di dati sensibili e riserbo sulle condizioni contrattuali
- Rispetto delle caratteristiche intime di ogni individuo è alla base di ogni colloquio professionale

**7.2 Sorveglianza sanitaria e sicurezza****7.3 Crescita e formazione**

- Professionalità come sintesi di competenze tecniche, relazionali e organizzative
- Trasparenza è condividere i piani di formazione e gli obiettivi dei percorsi formativi aziendali
- Responsabilità è consapevolezza del proprio operato e del relativo impatto sull'azienda
- Riservatezza è alla base delle valutazioni e dei progetti di sviluppo individuali
- Rispetto di capacità e attitudini personali dell'individuo è base dei percorsi formativi proposti
- Indipendenza è insieme obiettivo strategico e premessa di libertà di azione

**7.4 Work-life balance****7.5 Il miglioramento continuo nelle relazioni interne****8. LE RELAZIONI ESTERNE**

Elenco degli interlocutori esterni e definizione di prassi ottimali di collaborazione: Clienti, Fornitori, Istituzioni e Pubblica Amministrazione, Mass media e strumenti di comunicazione, Territorio, Conflitto di interessi.

**9. I PARTNER E I COLLABORATORI**

Esplicitazione dell'orizzonte all'interno del quale l'azienda intraprende rapporti di partnership e collaborazione.

---

**ALLEGATO 1 – LA CULTURA AZIENDALE**

Formalizzazione e spiegazione dei pilastri della cultura aziendale condivisa.

**Cultura dell'errore e del feedback - Empatia e assertività – Comunicazione - Consapevolezza organizzativa**



---

## 2. PREMESSA

La società Grassi Gomme S.r.l., di seguito denominata Grassi Group, opera e persegue il raggiungimento dei propri obiettivi commerciali, nel rispetto delle normative vigenti, della legislazione italiana e in un quadro di correttezza, trasparenza, riservatezza e rispetto dei diritti fondamentali della persona.

In questo generale contesto, Grassi Group ha formalizzato il presente Codice Etico come:

- Linea guida dei propri processi interni;
- Punto di riferimento per la gestione delle relazioni con e verso l'esterno;
- Orizzonte dello sviluppo e della crescita aziendale e organizzativa;
- Modello ispiratore della selezione e della crescita professionale dei membri dell'organizzazione;
- Documento programmatico per l'implementazione e l'attuazione di un piano strategico che vada verso l'integrazione strutturale delle certificazioni ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001.

All'osservanza del Codice sono tenuti:

- Direzione e Consiglio di Amministrazione

Devono confermarne decisioni e linee guida, diffonderne conoscenza tra dipendenti e fornitori, attuare comportamenti che siano modello di riferimento per tutto il personale;

- I dipendenti di ogni livello

Devono rispettarne le norme e segnalarne alla Direzione eventuali infrazioni od opportunità di miglioramento;

- Partner e collaboratori

Devono esserne informati e devono rispettarne le norme per tutta la durata della collaborazione con Grassi Group.

---

### 3. OBIETTIVI E CHIAVE DI LETTURA

Nel dettaglio, Grassi Group ha formalizzato il presente Codice Etico al fine di:

- Esplicitare i principi ispiratori del proprio operato;
- Regolamentare norme comportamentali condivise nei confronti di tutti i propri interlocutori;
- Formalizzare, tutelare e valorizzare la propria cultura aziendale;
- Proporsi come paradigma specifico e innovativo per il proprio settore;
- Indicare i presupposti e le modalità della propria crescita, dello sviluppo e del successo aziendale;
- Proporre alcuni elementi distintivi che, conosciuti e compresi, possano diventare criteri e parametri di scelta dell'utente finale;
- Incentivare consapevolezza, incrementare orgoglio e favorire senso di appartenenza aziendale.

Saranno di seguito esaminati ed esplicitati una serie di valori che Grassi Group ha eletto quali principi ispiratori di tutto il proprio operato aziendale. La base etica dell'azienda viene quindi a configurarsi come applicazione e declinazione nella prassi lavorativa quotidiana di:

- **Professionalità**
- **Legalità**
- **Trasparenza**
- **Responsabilità**
- **Riservatezza**
- **Rispetto**
- **Indipendenza**

I vari settori e processi aziendali, le relazioni interne ed esterne, i progetti in atto e i programmi di sviluppo sono di seguito analizzati alla luce di questi principi, in modo da farne emergere peculiarità e attuazioni ed evidenziarne diretto impatto sulla qualità del servizio offerto da Grassi Group.

---

#### 4. I PRINCIPI ISPIRATORI

Operato, relazioni, prassi e quotidianità lavorativa si svolgono nel rispetto dei seguenti principi ispiratori, che insieme costituiscono la base etica di Grassi Group.

**Professionalità.** È valore fondamentale nella gestione e nell'organizzazione aziendale e nel rapporto con tutti gli interlocutori. Grassi Group intende la professionalità come sintesi di competenze tecniche (conoscenze teorico-pratiche necessarie all'esecuzione delle mansioni), competenze relazionali (capacità comunicative e di rapporto interpersonale) e consapevolezza organizzativa (senso dell'orientamento all'interno dell'organizzazione).

La professionalità si configura quindi come una competenza complessa, declinabile anche in una dimensione morale, dato l'impatto in ambito etico dell'operato del singolo e dell'organizzazione.

**Legalità.** Grassi Group si impegna al rispetto di tutte le norme, le leggi e le direttive locali, nazionali e internazionali.

**Trasparenza.** Grassi Group si impegna a lavorare nella massima trasparenza, favorendo chiara e attenta comunicazione del proprio operato verso l'esterno e promuovendo la diffusione e la condivisione delle informazioni al proprio interno.

**Responsabilità.** Grassi Group è consapevole della responsabilità collettiva del proprio operato aziendale e del relativo impatto su territorio, società e sicurezza.

Crede, inoltre, nell'importanza del senso di responsabilità individuale e ne promuove lo sviluppo all'interno della propria cultura aziendale. In questo senso, viene proposto l'esercizio e lo sviluppo della leadership come capacità di condurre con l'esempio, facendo crescere e motivando collaboratori e colleghi al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

**Riservatezza.** Grassi Group opera nel massimo rispetto delle normative vigenti in merito al trattamento dei dati personali e/o sensibili dei propri interlocutori.

Riguardo agli interlocutori esterni, Grassi Group garantisce massima tutela nel trattamento dei dati, ne rispetta le normative di acquisizione e utilizzo, incentiva una cultura aziendale orientata alla discrezione.

Internamente, promuove correttezza e riservatezza nel trattamento delle informazioni personali e professionali, scoraggia pettegolezzo e divulgazione di informazioni di terzi, individua diversi livelli di riservatezza in base a ruoli e funzioni aziendali e ne promuove piena consapevolezza.

**Rispetto.** A livello generale, Grassi Group desidera che i rapporti e le relazioni con e tra i propri interlocutori siano svolti nel pieno riconoscimento dei diritti, dei meriti, dell'importanza e del valore dell'essere umano. Non sono quindi ammessi, nelle relazioni interne ed esterne, comportamenti che abbiano o manifestino carattere discriminatorio su caratteristiche intime della persona (opinioni politiche, religione, origini razziali o etniche, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute, ecc.).

Inoltre, Grassi Group individua e valorizza una declinazione specifica e quotidiana del rispetto, che diventa elemento fondante del comportamento del singolo e del suo modo di rapportarsi agli altri. Viene, infatti, proposto uno specifico codice di condotta personale basato su correttezza, empatia, assertività e supporto reciproco, nella convinzione che la critica costruttiva e il riscontro siano importanti strumenti di crescita personale e professionale. È inoltre valorizzata l'importanza delle relazioni e della collaborazione e non sono ammessi atteggiamenti o espressioni lesive della dignità della persona.

**Indipendenza.** Grassi Group considera prioritario mantenere la propria indipendenza a livello gestionale e dal punto di vista di immagine. L'indipendenza si configura come un valore in quanto apporta:

- Libert  di non sottostare a vincoli di natura commerciale, comunicativa o di immagine;
- Autonomia nella scelta e nella commercializzazione dei migliori prodotti disponibili sul mercato e nella proposta di una gamma completa di servizi ad alto valore aggiunto;
- Possibilit  di confronto e collaborazione con realt  che condividano una comune cultura aziendale orientata al miglioramento relazionale e operativo;
- Opportunit  di coinvolgere e valorizzare i propri dipendenti, ognuno dei quali pu  diventare soggetto attivo nella proposta di idee, spunti e contributi utili e necessari al miglioramento continuo dell'organizzazione.



---

## 5. MIGLIORAMENTO CONTINUO E RISK-BASED THINKING

Grassi Group crede nella filosofia del miglioramento continuo e incrementale, fatto per piccoli passi quotidiani. L'azienda negli anni ha metabolizzato, applicato e fatto propri un modo di pensare e una concezione lavorativa specifica che, attraverso il cambiamento di mentalità e abitudini dei dipendenti, delle tecniche e degli approcci quotidiani, portano alla creazione di una cultura aziendale capace di migliorare l'organizzazione in maniera continua. Questo richiede una ferma volontà da parte della Direzione, attraverso una partecipazione attiva al progetto che sia da modello e da sostegno concreto, manifestando una piena adesione ai suoi principi e garantendo l'assegnazione di tutte le risorse necessarie all'applicazione del progetto.

Alleati unici e necessari sono tutti gli interlocutori aziendali interni che, nella quotidianità, sono chiamati a rispondere con creatività a piccoli e grandi problemi, cercando di migliorare il proprio operato e le proprie tecniche operative, in una spinta costante alla critica costruttiva, all'autocritica e al superamento dei propri limiti.

In questo contesto, l'attitudine di ogni membro dell'organizzazione deve convergere verso un approccio comportamentale basato sulla gestione del rischio (Risk-based Thinking): ogni interlocutore è tenuto a incrementare la propria capacità di assumere decisioni e dare seguito ad azioni come effetto di una valutazione razionale delle possibili conseguenze, positive o negative, delle proprie scelte. Il contributo di ognuno all'individuazione, alla determinazione e al trattamento dei fattori e delle condizioni che possono rappresentare un potenziale ostacolo o un'opportunità di miglioramento viene stimolato come predisposizione soggettiva attesa e incorporata nell'insieme dei principi di condotta espressi dal presente documento.

Nella prassi il miglioramento continuo e l'approccio Risk-based Thinking si basano sull'individuazione dei vari processi aziendali, ognuno dei quali viene spezzato in sotto-processi allo scopo di migliorare ciascuno di essi e le relative interazioni.

In questo, Grassi Group applica la metodologia conosciuta come PDCA (Plan – Do – Check – Act), dove:

- La fase di Plan consiste nell'identificare il problema o il processo, nell'analizzarlo, nell'individuare le cause reali, nel definire e pianificare le azioni da intraprendere;
- La fase di Do consiste nel preparare e applicare le azioni pianificate, a livello di test;
- La fase di Check consiste nel verificare i risultati delle azioni intraprese, confrontandoli con gli obiettivi attesi;
- La fase di Act consiste nello standardizzare e consolidare i processi in seguito a esito positivo della fase di Check, introducendo le modifiche pianificate oppure nel preparare un nuovo ciclo PDCA se il Check ha rilevato nuovi inconvenienti.

Con l'obiettivo di massimizzare la propria efficienza in termini di affidabilità, professionalità e qualità nella somministrazione di un servizio di manutenzione veicoli completo, Grassi Group applica questa metodologia a tutte le aree aziendali.

Nello specifico, le aree più sensibili sono state individuate in: lavoro dei singoli; Customer Service; Operatività di Officina; Manutenzione preventiva, Selezione e valutazione prodotti/servizi; Selezione e valutazione dei fornitori; Processi di approvvigionamento; Ambiente di lavoro; Processi e Lavoro di Ufficio; Logistica e Magazzino; Amministrazione; Programmazione e Controllo.

---

## 6. I PROCESSI AZIENDALI

### 6.1 Ambienti e strutture

Grassi Group ha scelto di dare vita a punti di vendita ed assistenza di medie dimensioni altamente specializzati. Ogni Centro Premium ha consentito lo sviluppo di importanti sinergie tra le varie tipologie di intervento, andando incontro a un mercato sempre più esigente che desidera trovare in un unico interlocutore la soluzione per tutte le operazioni di manutenzione della vettura, allargate anche a settori come la diagnosi elettronica. I Centri sono stati voluti, progettati e costruiti in linea con i principi ispiratori dell'azienda. Nel dettaglio:

- Professionalità. La struttura e l'organizzazione spaziale delle officine vanno incontro alla necessità di razionalizzare il lavoro e ottimizzarne le tempistiche. La pulizia, l'eliminazione del superfluo, la manutenzione delle attrezzature e il ripristino dell'ordine sono tutti elementi funzionali all'esecuzione delle attività in modo efficiente e puntuale. I luoghi di accoglienza e attesa invece, separati dalle officine operative, sono orientati all'interlocutore esterno e pensati per intercettare e rispondere a relative necessità e aspettative.
- Legalità. I Centri hanno ottenuto tutte le certificazioni di legge e seguono i necessari programmi di manutenzione periodica, per ambienti e attrezzature.
- Trasparenza. Caratteristica distintiva dell'architettura dei Centri Premium è quella di avere le officine meccaniche e operative a vista: una particolarità strutturale che diventa manifestazione e garanzia di onestà, cura e competenza degli interventi e delle lavorazioni.
- Responsabilità. Grassi Group ha posto particolare attenzione nel limitare l'impatto ambientale delle strutture, nel studiarne alti standard di sicurezza e nel renderle funzionali al benessere lavorativo dei propri dipendenti. Secondo le necessità del caso e le disponibilità economiche, sono periodicamente vagliati e valutati i possibili interventi di miglioramento per quel che riguarda sicurezza, risparmio energetico ed efficienza.

### 6.2 Accoglienza e accettazione

L'accoglienza degli interlocutori esterni è il primo passo per instaurare rapporti per Grassi Group speciali e preziosi. Che si tratti di clienti, fornitori, partner, collaboratori, punto di partenza è l'individuazione delle specifiche necessità, cui segue la pronta attivazione del personale per soddisfare richieste e attese.

Per ogni cliente, ad esempio, sono formulate proposte e studiati piani di intervento e/o manutenzione mirati sulle esigenze della vettura e personalizzati sulla base di un rapporto qualità/prezzo competitivo e in linea con le aspettative e le indicazioni del cliente. Partner e fornitori sono ricevuti con premura e viene loro proposto un rapporto basato sull'onesta espressione delle necessità e sulla sincerità di riscontri. Grassi Group ricerca inoltre la massima efficienza per garantire tempi di attesa ridotti, comunque resi piacevoli dalla presenza della sala di attesa, dalla disponibilità di una rete Wi-Fi gratuita e dalla cortesia del personale. Lo stesso personale si premura di segnalare eventuali necessità di manutenzione o intervento negli ambienti di attesa e accoglienza, si fa promotore nell'intercettare e comprendere eventuali bisogni inespressi degli interlocutori esterni portandoli a conoscenza della Direzione.

L'insieme di queste attenzioni e di altri servizi distintivi sono frutto dell'impegno costante di Grassi Group nel mettere al centro, cogliere e soddisfare le necessità dei propri interlocutori esterni. Le procedure e le prassi di accoglienza e accettazione traggono la propria forza dai principi etici individuati come importanti dal presente Codice, quali:

- Professionalità. Rapporti e trattative con gli interlocutori esterni sono proposti e gestiti all'insegna di competenza, empatia e autenticità. Nella spiegazione e nella proposta di prodotti e servizi, così come nella gestione delle pratiche commerciali o nell'individuazione di strategie di partnership, si ricerca la soddisfazione e il superamento delle aspettative dell'interlocutore attraverso competenza, lungimiranza, serietà ed educazione.

- Trasparenza. Informazioni, consigli e riscontri vengono forniti dal personale nel rispetto dei criteri di veridicità, onestà e attendibilità. Obiettivo è quello di individuare e rispondere al meglio alle reali necessità, per instaurare e mantenere un rapporto basato su competenza e fiducia.
- Riservatezza. I dati personali forniti dagli interlocutori esterni sono trattati nel pieno rispetto della riservatezza e delle disposizioni legislative vigenti in materia. Tutti i dipendenti sono tenuti a utilizzare la massima discrezione su dati e informazioni di clienti, partner e fornitori, su accordi e trattative commerciali, sia in ambito lavorativo che in contesti extra lavorativi.
- Rispetto. Nei rapporti interpersonali, non sono ammessi comportamenti che abbiano o manifestino carattere discriminatorio o atteggiamento lesivo della dignità della persona. Grassi Group apprezza la relazione, lo scambio e la ricerca di affinità e chiede al proprio personale di prestare particolare attenzione al mantenimento di decoro, educazione e correttezza negli atteggiamenti, nei comportamenti e nelle comunicazioni.
- Indipendenza. La libertà dell'azienda di non sottostare a vincoli di natura commerciale, comunicativa o di immagine si traduce nella piena autonomia nella scelta e nella commercializzazione dei migliori prodotti disponibili sul mercato, nella proposta di una completa gamma di servizi e nella libertà di interazione e collaborazione con realtà e soggetti affini per etica e visione.

### 6.3 Operatività e officina

L'efficiente organizzazione interna permette al personale di officina di capire con immediatezza le necessità e la tipologia di lavoro da eseguire. Grazie all'utilizzo di strumenti specifici, alla propria esperienza, alla formazione e al continuo aggiornamento, il personale di officina lavora in modo rapido e rigoroso, garantendo il rispetto di parametri di indiscussa importanza, come l'affidabilità e l'efficienza della vettura. Il personale ha inoltre sempre cura di verificare, ed eventualmente segnalare, aree di intervento specifiche, necessarie al mantenimento della sicurezza, utili all'ottimizzazione del confort o funzionali all'igiene del veicolo. Al termine dei lavori, la vettura viene riconsegnata e si procede al dettaglio e alla spiegazione di quanto eseguito, comunque riportato nel documento fiscale.

Grassi Group chiede agli operatori di officina di occuparsi con puntualità e precisione della manutenzione di strumentazione e macchinari, segnalando prontamente guasti o anomalie; desidera inoltre che gli stessi individuino e propongano eventuali necessità di formazione, l'acquisto di strumenti o materiali innovativi, l'opportunità di offrire nuovi e complementari servizi.

L'operatività quotidiana dell'officina viene portata avanti nel quadro complessivo di principi quali:

- Professionalità. Il lavoro viene preso in carico con l'obiettivo di garantire l'efficienza di processo: le operazioni di assistenza e manutenzione sono eseguite con precisione, accuratezza e nel rispetto delle tempistiche previste per il tipo di intervento.
- Trasparenza. Ogni intervento, di cui viene riportato puntuale dettaglio sull'ordine di lavoro, è eseguito sulla base delle reali necessità dei veicoli. Il personale di officina si premura di segnalare con prontezza qualsiasi anomalia od opportunità di miglioramento delle condizioni del veicolo, con l'obiettivo primario di garantire all'utente efficienza e sicurezza del mezzo.
- Legalità. Le operazioni e le lavorazioni sono svolte nel rispetto di tutte le normative e leggi vigenti.
- Responsabilità. Ogni dipendente è consapevole dell'importanza del proprio lavoro e del forte impatto che questo ha sulla sicurezza dell'automobilista e della comunità. Lavorazioni approssimative possono compromettere l'affidabilità del veicolo con un potenziale grave danno non solo per il guidatore, ma anche per gli altri attori della circolazione stradale e l'ambiente. Il personale di officina lavora quindi con grande senso di responsabilità, prestando massima attenzione al proprio operato e all'analisi delle condizioni generali dei veicoli.
- Rispetto. È sempre presente nei rapporti interpersonali con tutti gli interlocutori esterni e interni il rispetto della dignità della persona e vengono richiesti atteggiamenti mossi da educazione, empatia e lealtà.

- Indipendenza. Data la complessità e la velocità di evoluzione del settore, Grassi Group è attenta all'aggiornamento costante del personale di officina, cui viene chiesto di segnalare e proporre eventuali specifiche necessità di formazione, materiali e strumentazione.

#### **6.4 Acquisti e magazzino**

Le politiche di acquisto e i termini operativi e contrattuali collegati sono gestite al fine di massimizzare il vantaggio dell'azienda e di garantire adeguati standard qualitativi. Le scorte di magazzino e le attività di approvvigionamento sono svolte nella massima efficienza e nello sforzo di rispondere alle necessità interne e dei clienti con la massima rapidità.

Il magazzino è area importante e fondamentale al completamento dei servizi offerti da Grassi Group ai propri clienti, quale ad esempio il conto deposito degli pneumatici. Lo spazio viene quindi gestito con la massima attenzione, eseguendo l'allocazione, l'identificazione e la movimentazione dei materiali secondo le specifiche indicazioni degli ordini interni o in funzione delle specifiche esigenze del caso. È inoltre posta la massima cura nell'individuare e correttamente smaltire il materiale di scarto o non conforme. Le procedure interne e la gestione del magazzino traggono forza da una spinta costante al miglioramento e dal rispetto di valori come:

- Professionalità. Ogni mansione viene svolta con scrupolosità e attenzione, con la spinta all'ottimizzazione di tempi, risorse ed energie e al fine di garantire l'efficienza dell'azienda e, con essa, la soddisfazione del cliente.
- Legalità. Tutte le attività sono svolte nel rispetto delle normative e delle leggi vigenti e rifuggendo le eventuali situazioni di conflitto di interessi che dovessero presentarsi.
- Trasparenza. I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per l'azienda e i rapporti con i fornitori sono gestiti all'insegna di lealtà e imparzialità.
- Responsabilità. Ogni azione è eseguita con forte senso di responsabilità, al fine di assicurare qualità e validità dei prodotti forniti e cura nella conservazione e nello stoccaggio delle merci in magazzino. La gestione del conto deposito degli pneumatici, la scelta di ricambi di qualità, la definizione dei servizi sono elementi che hanno diretto impatto sia sulla percezione di Grassi Group da parte degli utenti finali sia sulla sicurezza della circolazione stradale: procedure di acquisto e stoccaggio delle merci sono eseguite quotidianamente alla luce di questa importante consapevolezza.
- Rispetto. La quotidianità dei rapporti interpersonali è gestita nel pieno rispetto dei diritti e della dignità della persona e sono incentivati atteggiamenti mossi da collaborazione, empatia e supporto reciproco.
- Indipendenza. Nella scelta dei prodotti e nella definizione dei servizi, Grassi Group ricerca costantemente dai propri fornitori la soddisfazione dei criteri di qualità, affidabilità e convenienza. In quanto ultima e diretta interfaccia con il cliente, l'azienda è chiaramente consapevole dell'impatto di queste condizioni sulla propria reputazione e si adopera affinché prodotti e servizi siano in linea con le necessità e aspettative della propria utenza.

#### **6.5 Contabilità e amministrazione**

La contabilità aziendale risponde ai requisiti di verità, completezza e trasparenza dei dati registrati. Per ogni operazione viene conservata un'adeguata e completa documentazione in modo da consentire: la registrazione contabile; l'individuazione delle caratteristiche e delle motivazioni delle operazioni; la ricostruzione formale e cronologica dell'operazione; la verifica del processo di decisione, autorizzazione e realizzazione; l'individuazione dei vari livelli di responsabilità.

Ciascun dipendente opera, per quanto di sua competenza, affinché qualsiasi fatto relativo alla gestione della società sia correttamente e tempestivamente registrato in contabilità.

La gestione contabile e amministrativa dell'azienda avviene nel pieno rispetto di:

- Legalità. Sono rispettate con rigore e scrupolo tutte le leggi e le normative vigenti in materia amministrativa e fiscale.
- Trasparenza. Le operazioni di registrazione contabile sono svolte e finalizzate alla massima rispondenza e tracciabilità fiscale.

- Responsabilità. La tracciabilità di ogni singola operazione contabile è necessaria conseguenza anche del ruolo che, per Grassi Group, ogni azienda dovrebbe avere all'interno della propria comunità. La corretta registrazione fiscale di ciascuna operazione è garanzia di lealtà con i propri interlocutori esterni, è consapevolezza dell'impatto delle proprie azioni e scelte in ambito di fiscalità collettiva ed è premessa di correttezza nei confronti dei concorrenti diretti e indiretti.

Tutti i processi aziendali dell'area sono inoltre gestiti in corrispondenza ai principi contabili e con la totale adesione ai principi ispiratori di Professionalità, Riservatezza e Rispetto.

## 6.6 Comunicazione

La diffusione di comunicazioni, segnalazioni, prospetti e avvisi al mercato, alla clientela, ai fornitori e ai propri dipendenti e collaboratori, è improntata ai principi di trasparenza, completezza e veridicità, al fine di assicurare il pieno rispetto delle normative vigenti e di permettere ai destinatari delle informazioni di assumere decisioni consapevoli in merito alle relazioni da intrattenere con Grassi Group.

Riguardo alle comunicazioni esterne, l'offerta di prodotti e servizi è promossa attraverso campagne promozionali e operazioni mirate che forniscano informazioni chiare, corrette, aggiornate, trasparenti e nel rispetto delle norme vigenti.

Nella comunicazione interna, Grassi Group favorisce la circolazione delle informazioni al fine di migliorare la qualità del servizio offerto, di ottimizzare la crescita personale e professionale del singolo, di creare un ambiente di lavoro propositivo e di condivisione.

Tutti i dati personali e/o sensibili sono trattati nel rispetto del decreto legge sulla privacy 196/03 e seguenti, dell'etica professionale e della cultura aziendale improntata alla riservatezza.

I principi che guidano l'operato aziendale informano anche le strategie, i mezzi, i canali e gli strumenti di comunicazione esterna e interna, nonché la collaborazione con eventuali partner del settore.

Nello specifico:

- Professionalità. Grassi Group interpreta il proprio ruolo aziendale proponendosi come soggetto attivo nella divulgazione di informazioni di carattere tecnico, professionale, commerciale e normativo che abbiano interesse generale e possano costituire bagaglio di conoscenza dell'utente per scelte consapevoli e mirate. L'attività di comunicazione diventa così caratteristica distintiva dell'azienda e viene eseguita in un quadro etico, operativo e relazionale in linea con il presente Codice Etico.
- Legalità. Tutte le attività di comunicazione, online e offline, sono svolte nel rispetto della normativa vigente e del D.Lgs. 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e seguenti.
- Trasparenza. È un concetto che permea progetti e modalità di comunicazione nei confronti di tutti gli interlocutori di Grassi Group. Dalla raccolta dei dati all'ideazione delle iniziative promozionali, dalla stesura di testi informativi alla condivisione degli obiettivi e dei risultati aziendali, vengono massimizzati gli sforzi per garantire il passaggio di informazioni in modo aperto, corretto, chiaro e immediato.
- Responsabilità. Le informazioni fornite rispondono a criteri di veridicità e correttezza, nella consapevolezza dell'impatto che le stesse possono avere, sugli interlocutori esterni e interni, nella formulazione di scelte e decisioni.
- Riservatezza. Vengono assicurati riserbo e discrezione nel trattamento dei dati personali di clienti, fornitori e personale. È fatto inoltre divieto a interlocutori interni, partner e collaboratori di divulgare informazioni su strategie e progetti aziendali.
- Rispetto. Contenuti, informazioni e relative modalità di veicolazione, sia verso l'esterno sia verso l'interno dell'organizzazione, non devono avere o manifestare carattere discriminatorio su caratteristiche intime della persona. I rapporti di collaborazione tra le funzioni aziendali preposte e i partner/collaboratori devono svolgersi all'insegna della correttezza in un clima di cooperazione, efficienza e affidabilità.
- Indipendenza. Programmi, contenuti e strategie di comunicazione traggono forza, affidabilità e spinta innovativa dall'indipendenza di Grassi Group all'interno del proprio settore di riferimento.

### **6.7 Attenzione all'ambiente**

Grassi Group conduce la propria attività e persegue i propri obiettivi nel rispetto dell'ambiente e della legislazione vigente in tale materia. Grassi Group percepisce chiaramente la propria responsabilità ambientale e si impegna attivamente per:

- Riduzione consumo energetico. Dalla scelta delle nuove attrezzature all'attenzione per l'accensione/spegnimento di luci e strumenti di lavoro, vengono attuate scelte e promossi comportamenti utili alla limitazione dei consumi;
- Corretto smaltimento rifiuti. Nel rispetto del ex. Art. 228 D.lgs. 3 aprile 2006 n. 152 e seguenti, Grassi Group assolve regolarmente al versamento dei contributi PFU per lo smaltimento degli pneumatici. Olii, batterie e rifiuti speciali sono smaltiti secondo le normative vigenti. La raccolta differenziata viene incentivata sia per il rifiuto industriale che per quello del proprio personale nel corso della giornata lavorativa;
- Controllo fumi. Per specifiche attività aziendali che implicano l'emissione dei fumi, Grassi Group ha recepito e applica con scrupolo le normative indicate dagli enti competenti;
- Prassi comportamentale e formazione del personale. Il personale è invitato ad applicare comportamenti utili e piccole accortezze (spegnimento luci, raccolta differenziata, adeguata calibrazione temperature degli ambienti, ecc.) che nell'insieme vanno a impattare positivamente sul bilancio energetico dell'azienda.

### **6.8 Certificazione UNI EN ISO 9001**

Rispondere in modo rapido ed efficiente alle diverse richieste rappresenta un obiettivo prioritario e di importanza strategica. Grassi Group promuove e ricerca un assetto organizzativo ispirato al miglioramento continuo di ogni processo. Le regole guida per ogni azione assunte come standard di riferimento organizzativo, procedurale ed operativo, in conformità alla norma UNI EN ISO 9001, rappresentano un impegno concreto nel fornire prestazioni e servizi di qualità, senza dimenticare aspetti sociali, ambientali e di sicurezza.

### **6.9 Responsabilità e sicurezza stradale**

Grassi Group è consapevole dell'impatto che la propria attività lavorativa ha sulla sicurezza delle persone e della circolazione stradale. Ne deriva uno spiccato senso di responsabilità che, posto nel lavoro quotidiano, si traduce in estrema attenzione nelle operazioni eseguite e stimola una spinta alla formazione continua, alla competenza e alla serietà. Per ogni veicolo vengono inoltre eseguiti prove e collaudi specifici che ne verificano affidabilità e sicurezza per l'utilizzatore e la comunità.

### **6.10 Gestione e organizzazione del personale**

L'azienda desidera e chiede a ogni dipendente di partecipare alla costruzione di un team coeso in grado di affrontare positivamente eventuali conflitti o difficoltà. A tal fine favorisce lo sviluppo, il riconoscimento e l'esercizio della leadership a tutti i livelli dell'organizzazione: si promuove consapevolezza della direzione strategica dell'azienda; si incoraggia la condivisione di idee sui rischi e le opportunità; si chiede impegno alla valorizzazione delle capacità di colleghi e collaboratori; si persegue la crescita delle persone; si sviluppa clima di fiducia e si promuove senso di responsabilità attraverso lo strumento della delega.

L'organizzazione e la gestione del personale rispondono all'obiettivo di rendere ogni singolo dipendente fortemente consapevole del proprio ruolo, delle proprie mansioni e dei propri compiti all'interno del complesso panorama aziendale. Dalle job description all'esecuzione dei programmi di formazione, passando per le procedure di organizzazione quotidiana, sono diversi gli strumenti di cui Grassi Group si avvale per favorire la creazione di questa consapevolezza e facilitarne la condivisione. L'organigramma aziendale è redatto e reso disponibile affinché siano chiari, immediati e condivisi i processi aziendali, la struttura organizzativa, le modalità di relazione interaziendale e le funzioni ricoperte dai diversi membri. In questo contesto, particolare importanza riveste in Grassi Group la figura del Responsabile di settore: il suo ruolo è, infatti, snodo strategico di informazioni, interprete delle necessità dell'azienda, punto di riferimento sia per la base che per i vertici dell'organizzazione, veicolo della cultura aziendale di cui diventa promotore con l'esempio.

---

## 7. LE RELAZIONI INTERNE

### 7.1 Selezione e regolamentazione

Grassi Group conduce le selezioni e il reclutamento del proprio personale nel rispetto dei principi di uguaglianza e di pari opportunità. Tutti i rapporti di lavoro sono formalizzati con regolare contratto, favorendo trasparenza e chiarezza dei compiti assegnati a ciascun dipendente.

La visione e la condivisione del presente Codice Etico da parte dei candidati è premessa indispensabile per accedere alle selezioni. I principi ispiratori dell'operato aziendale, infatti, informano l'ampio panorama delle relazioni interne, a partire dalla scelta e dall'ingresso di nuovi dipendenti:

- Professionalità. Oltre alle competenze tecniche, Grassi Group pone attenzione nella selezione del proprio personale alla valutazione delle attitudini personali che favoriscono lo sviluppo di una piena e completa professionalità, quali predisposizione alla collaborazione e al lavoro di squadra, spirito di iniziativa, senso di responsabilità.
- Legalità. Selezione e formalizzazione contrattuale sono svolte nel pieno rispetto delle leggi e delle normative vigenti.
- Trasparenza. A ogni dipendente viene esplicitato e chiarito ruolo, compiti, attese e aspettative. Vengono, inoltre, condivise con scrupolo prassi e decisioni aziendali in merito a orari, norme e condizioni contrattuali specifiche.
- Riservatezza. A ogni dipendente viene assicurata la riservatezza di dati sensibili emersi nel corso dei colloqui preliminari e delle condizioni di inserimento concordate.
- Rispetto. Colloqui e selezioni avvengono nel massimo rispetto delle caratteristiche intime della persona (opinioni politiche, religione, origini razziali o etniche, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute, ecc.).

### 7.2 Sorveglianza sanitaria e sicurezza

Grassi Group attua misure preventive per rendere salubri e sicuri i luoghi di lavoro, in modo da evitare o limitare l'esposizione dei lavoratori ai rischi connessi all'attività lavorativa, riducendo la possibilità di infortuni/incidenti e di contrarre malattie professionali.

In accordo con la normativa vigente, avvalendosi della consulenza di medici di Medicina del Lavoro, Grassi Group realizza protocolli di sorveglianza sanitaria specifici per ognuno dei propri dipendenti, sulla base delle mansioni svolte e dei rischi di salute ad essa connessi. Ad ogni dipendente sono inoltre garantite le condizioni per conoscere e rispettare tutte le leggi e gli standard applicabili in materia di sicurezza e protezione ambientale. Al fine di massimizzare i risultati nella tutela della salute, Grassi Group promuove, attraverso percorsi di formazione mirati e piani di prevenzione specifici, lo sviluppo di una forte consapevolezza dei dipendenti sulle prassi ottimali da seguire per limitare l'insorgere di patologie muscolo-scheletriche, anche alla luce del carattere stagionale di alcune attività e della relativa intensità fisica.

### 7.3 Crescita e formazione

Grassi Group crede che le qualità personali e professionali dei singoli debbano essere riconosciute, sviluppate e valorizzate in un contesto aziendale, organizzativo ed operativo caratterizzato da efficienza e competitività. Vengono pertanto periodicamente implementati dei programmi di formazione, specifici per mansione e/o livello aziendale, con l'obiettivo di generare professionalità, intesa come valore che permea l'operato aziendale in una sintesi di competenze tecniche, relazionali e consapevolezza organizzativa.

Per ogni dipendente vengono individuate specifiche aree di miglioramento che vengono sviluppate in modo graduale attraverso corsi, formazione mirata, affiancamento. Segue quindi una valutazione delle competenze acquisite e di quelle ancora da sviluppare, da parte del diretto responsabile e della Direzione.

Il programma di formazione continua vuole stimolare l'attitudine a riconoscersi come elemento fondamentale della struttura organizzativa e a contribuire attivamente al soddisfacimento dei bisogni espressi dalla clientela, alla realizzazione delle proprie aspirazioni personali e al successo dell'azienda.

- Professionalità. Nella ferma convinzione che forza dell'azienda e sua risorsa più importante siano i dipendenti, Grassi Group propone ad ognuno di essi onore e onere di applicarsi con costanza nella costruzione di una propria forte professionalità.
- Trasparenza. I piani di formazione sono condivisi in modo chiaro ed efficace con i dipendenti, al fine di verificarne sostenibilità, permetterne corretto svolgimento, condividerne limiti temporali e assicurare una diffusa consapevolezza della direzione e dell'operato aziendale.
- Responsabilità. Ogni dipendente ha la massima consapevolezza di come la propria quotidianità lavorativa, fatta di buone prassi, attenzione al dettaglio, proposte e contributi personali, incida direttamente sullo sviluppo dell'azienda e contribuisca a decretarne o meno il successo.
- Riservatezza. La valutazione sul raggiungimento degli obiettivi proposti, le conclusioni e i progetti di sviluppo personali sono gestiti con la massima discrezione, a tutela della riservatezza del dipendente.
- Rispetto. Nel quadro dell'utilità aziendale e dell'efficienza dell'organizzazione, ogni piano di formazione e conseguente valutazione dei dipendenti viene redatto ed eseguito nel rispetto dei limiti, delle capacità e delle attitudini personali di ogni individuo.
- Indipendenza. La crescita e la formazione del personale sono parte integrante e condizione di una strategia aziendale di medio-lungo periodo, che fa dell'autonomia a livello gestionale e di immagine un cardine della propria specificità e forza. Questa stessa autonomia è anche premessa per garantire a Grassi Group la libertà di scelta nelle politiche e nelle strategie aziendali, nell'individuazione di partner e collaboratori, nella ricerca di enti di formazione, che si inseriscano in modo congruo all'interno del processo di miglioramento relazionale e operativo.

#### **7.4 Work-life balance**

Il termine "work-life balance" indica la capacità di bilanciare in modo equilibrato il lavoro (inteso come carriera e ambizione professionale) e la vita privata (famiglia, svago, divertimento).

Grassi Group si adopera affinché ogni dipendente trovi un proprio equilibrio, ricercando un senso di soddisfazione complessiva rispetto alla propria vita, all'energia spesa nei diversi ambiti dell'esistenza e agli obiettivi raggiunti o che intende raggiungere.

Grassi Group incentiva quindi i propri dipendenti a lavorare non di più, ma meglio, nella convinzione che questo porti a un incremento dell'autostima e della capacità di controllo delle situazioni e della propria vita, a un miglioramento delle relazioni interpersonali e del clima lavorativo, a una più efficace reazione alle difficoltà. Inoltre, il raggiungimento di equilibrio soddisfacente consente di non percepire come antagonisti lavoro e vita privata, sfruttandone al meglio le onnipresenti connessioni e godendone come aspetti fondamentali del vivere.

#### **7.5 Il miglioramento continuo nelle relazioni interne**

Per Grassi Group, fare quotidianamente meglio del giorno precedente è possibile, solo se questa spinta si colloca in un contesto autenticamente orientato alla valorizzazione dei propri dipendenti, che possono associare ad una maggior soddisfazione personale una maggiore produttività.

Grassi Group si sforza di coinvolgere in questo programma di miglioramento a piccoli passi i propri interlocutori interni, attraverso il lavoro combinato dei dipendenti in gruppi di progetto.

I gruppi di progetto possono essere definiti come piccole unità operative il cui obiettivo è quello di analizzare specifiche aree aziendali, individuandone relative aree di miglioramento. I gruppi sono designati dalla Direzione, che affida a ciascuno un tema di studio e analisi. I componenti di ogni unità operativa vengono scelti in base alle conoscenze ed esperienze maturate, in relazione all'impegno che devono affrontare. Ad ogni gruppo è concessa la libertà di individuare e gestire le proprie dinamiche interne e le proprie modalità di ritrovo, nel rispetto delle mansioni e della quotidianità lavorativa di ognuno dei membri del gruppo.

Una volta portato a termine il compito, il gruppo di progetto viene sciolto e si intraprendono le misure proposte e valutate come coerenti nell'orizzonte di sviluppo aziendale.



---

## 8. LE RELAZIONI ESTERNE

**Clienti.** Grassi Group persegue il proprio successo attraverso l'offerta di prodotti e servizi di alta qualità a condizioni competitive e nel rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza. Grassi Group promuove una cultura aziendale finalizzata a stupire i clienti, differenziandosi per l'attenzione riposta nell'individuare le esigenze e nell'accompagnarlo lungo il percorso di scelta, di erogazione del servizio e di assistenza post vendita al fine di soddisfarne pienamente le aspettative.

**Fornitori.** La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni d'acquisto di beni e servizi, è dettata da parametri di concorrenza, obiettività, correttezza, imparzialità, equità nel prezzo, qualità del bene e/o del servizio, con attenta valutazione delle garanzie di assistenza e del panorama delle offerte. I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per Grassi Group e alla lealtà e imparzialità nei confronti di ogni fornitore. Grassi Group persegue inoltre la collaborazione dei fornitori nell'assicurare il soddisfacimento delle esigenze dei clienti. I fornitori di Grassi Group sono tenuti ad adottare soluzioni operative in linea con la normativa vigente e in accordo con il presente Codice Etico e con i principi di tutela di persone, prodotti, salute, sicurezza e ambiente.

**Istituzioni e Pubblica Amministrazione.** Gli eventuali rapporti con Enti e Organismi Pubblici, necessari per lo sviluppo dei programmi aziendali di Grassi Group, devono essere improntati alla massima trasparenza, chiarezza, correttezza, e tali da non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti. La partecipazione a gare pubbliche e i rapporti commerciali derivanti devono svolgersi nel rispetto delle procedure, delle condizioni e dei termini imposti dalla normativa vigente.

**Mass media e strumenti di comunicazione.** Grassi Group opera affinché le comunicazioni con l'esterno si attengano ai principi di correttezza, veridicità e trasparenza, garantendo che le informazioni prodotte siano chiare e conformi alle linee editoriali e di immagine dell'azienda. Mezzi e strumenti di comunicazione sono scelti secondo criteri di efficacia e congruità e utilizzati nel rispetto di destinatari, concorrenti, partner e dipendenti. È fatto divieto ai dipendenti e collaboratori di rilasciare, se non previa autorizzazione, dichiarazioni e informazioni riguardanti attività e politiche dell'azienda a organi di comunicazione di qualsivoglia natura.

**Territorio.** Grassi Group è consapevole dell'influenza delle proprie attività sulle condizioni e sul benessere generale della Comunità e del Territorio. Opera quindi nella piena applicazione dei contenuti del Codice Etico, promuovendo e partecipando a iniziative di positivo impatto sul tessuto sociale locale con obiettivi e finalità di:

- Sensibilizzazione su sicurezza stradale e incremento della conoscenza del codice della strada;
- Promozione di politiche e valorizzazione comportamenti e iniziative a tutela dell'ambiente;
- Sviluppo, in bambini e ragazzi, dell'attitudine allo sport e dei valori a esso associati;
- Valorizzazione di progetti locali che abbiano a cuore cultura, paesaggio e comunità;
- Promozione, partecipazione e sviluppo di attività a carattere benefico e senza fini di lucro;
- Promozione di formazione professionale e di settore.

**Conflitto di interessi.** Il conflitto di interessi è la situazione in cui un interesse secondario (privato o personale) va ad interferire con l'abilità e la capacità di una persona ad agire in conformità con l'interesse primario (quello dell'azienda). Grassi Group non ammette che i propri interlocutori interni possano cadere in situazioni di conflitto di interesse e opera per evitare o limitare occasioni, collaborazioni o partnership che favoriscano tale pratica. Tutti gli interlocutori interni devono operare con azioni, scelte e decisioni lavorative nel fermo rispetto e con l'obiettivo di garantire il primario interesse dell'azienda; sono inoltre tenuti a riferire alla Direzione qualsiasi forma anche presunta di conflitto di interessi.

---

## 9. I PARTNER E I COLLABORATORI

Grassi Group è aperta e disponibile a intraprendere progetti di partnership e collaborazione con altre realtà che, pur nella loro diversità organizzativa, di business o di mercato di riferimento, possano condividere:

- Una cultura aziendale basata su principi comuni, orientata al miglioramento relazionale e operativo;
- Volontà di sviluppo e miglioramento attraverso condivisione di know-how e capacità di innovazione;
- Progetti che abbiano obiettivi finalizzati alla sensibilizzazione in tema di sicurezza stradale, di salute e sicurezza sul lavoro, di formazione professionale, alla promozione del territorio e alla salvaguardia ambientale, alla promozione e sviluppo di attività sportive, culturali, naturalistiche, con valenza sociale o benefica.

---

## LA CULTURA AZIENDALE

Si chiede a ogni dipendente di lavorare con consapevolezza degli obiettivi aziendali di lungo e breve periodo, espressi nella Visione e nella Missione aziendale.

### Visione aziendale – Lungo Periodo

Dare valore alla persona, interpretando in modo unico e innovativo le esigenze della mobilità.

### Missione aziendale – Quotidiano

Definire lo standard di eccellenza per qualità e prezzo, rispondendo alle esigenze della mobilità individuale, aziendale e industriale con perfezione del servizio, specializzazione tecnica, capacità innovativa e autenticità dei rapporti.

La Cultura aziendale assume centralità e diventa lo strumento principe della realizzazione nel quotidiano del progetto strategico dell'azienda. Grassi Group crede che condizione e premessa per conseguire il successo sia la creazione e il mantenimento di una forte Cultura aziendale, basata su 4 pilastri: la Cultura dell'errore e del feedback, l'Empatia e l'Assertività, La Comunicazione, la Consapevolezza organizzativa.

## **1. LA CULTURA DELL'ERRORE E DEL FEEDBACK**

Vuole essere valorizzato l'aspetto positivo dello sbaglio, che una volta colto, compreso e corretto diventa motore di miglioramento. In questo orizzonte, la critica educata e costruttiva e il riscontro diventano importanti strumenti di crescita personale, professionale e aziendale. Si incoraggiano i dipendenti a maturare capacità di osservazione e spirito critico verso il proprio e l'altrui operato, condividendo dubbi e proponendo soluzioni in un clima di fiducia e apertura.

In questo contesto, viene quindi promossa la capacità di dare e chiedere riscontri costruttivi (feedback). Il riscontro costruttivo è un'osservazione esplicita che, basandosi sui fatti oggettivi di una precisa circostanza, stimola una riflessione e permette il miglioramento. Il riscontro può essere positivo o negativo, a seconda che sia riferito a comportamenti validi e funzionali o, al contrario, comportamenti controproducenti e dannosi.

La capacità di osservazione e lo spirito critico diventano quindi strumenti di utilità quotidiana quando messi al servizio della crescita personale, professionale e aziendale, con empatia ed assertività.

### Prassi e comportamenti:

- Prendersi le proprie responsabilità di fronte alle proprie azioni, anche quelle che hanno generato errori.
- Essere sempre coerenti in modo che quello che viene detto e richiesto negli altri sia in linea con il proprio comportamento (essere da esempio).
- Prestare attenzione alla corretta e precisa esecuzione dei propri compiti e mansioni, nel rispetto di tempistiche e procedure stabilite.
- Saper organizzare il proprio lavoro, il proprio tempo e le relazioni con i diversi interlocutori, nel rispetto di urgenze, priorità e necessità aziendali.
- Scambiarsi continui feedback, positivi e non, al fine di aiutare colleghi a migliorare comportamenti e performance direttamente osservati.
- Chiedere riscontri sul proprio operato a colleghi, collaboratori e superiori, per maturare consapevolezza e crescere professionalmente.
- Quando utile e possibile, andare oltre l'ordinario per cercare di mettersi alla prova e superare i propri limiti.
- Investire energie positive per la ricerca di soluzioni a eventuali errori e per il miglioramento e lo sviluppo di procedure e metodologie di lavoro.

- Mettersi in discussione, prendendo consapevolezza dei propri punti di forza e identificando aree di miglioramento e relative attività di sviluppo.
- Avere spinta costante al miglioramento, imparando anche attraverso l'osservazione diretta di operato, attitudini e predisposizione di colleghi, collaboratori e superiori.

## 2. L'EMPATIA E L'ASSERTIVITÀ

Nei rapporti interpersonali, viene apprezzata la capacità di mettersi nei panni dell'altro e di gestire le proprie emozioni al fine di allontanare o evitare situazioni di tensione. Riscontri, osservazioni e critiche devono essere mosse cercando di rispettare la sensibilità del proprio interlocutore, all'interno di un corretto contesto di linguaggio e di espressione, valorizzando le competenze e le capacità individuali.

Strumenti utili in questo contesto professionale di relazione interpersonale sono l'empatia e l'assertività. Nel dettaglio, con empatia si intende la capacità di porsi in maniera immediata nello stato d'animo o nella situazione di un'altra persona. L'assertività è invece espressione chiara, sincera e appropriata al contesto, dei propri pensieri, sentimenti, necessità o opinioni, nel rispetto dell'altro.

Viene quindi promossa la capacità di dare e chiedere riscontri, proporre osservazioni e muovere critiche:

- Nel rispetto della sensibilità altrui;
- Con correttezza di linguaggio ed espressione;
- Dando valore alle competenze e alle capacità individuali;
- Esprimendo in modo chiaro e senza aggressività proprie emozioni e opinioni.

### Prassi e comportamenti:

- Saper ascoltare le esigenze e le aspettative dei clienti, strutturando risposte credibili e mirate.
- Avere un impatto positivo con clienti e colleghi con sorriso, gentilezza e cordialità, esprimendo un senso di urgenza nei confronti delle richieste senza apparire frettolosi.
- Saper gestire le obiezioni di clienti e colleghi con empatia e ascolto, al fine di trasformare un momento di possibile tensione in un'azione di fidelizzazione e crescita.
- Impegnarsi a chiedere riscontri a clienti, colleghi e responsabili al fine di rilevarne impressioni, soddisfazione e attuare eventuali azioni correttive.
- Riportare al proprio responsabile le aspettative dichiarate in modo esplicito e non dai clienti, oltre a quelle direttamente osservate sul territorio.
- Ascoltare i bisogni dei propri collaboratori e colleghi, cercando di metterli in condizione di soddisfarli e integrarli con le esigenze aziendali.
- Impegnarsi nel proprio lavoro, con flessibilità e disponibilità al sacrificio nei momenti di picchi di lavoro straordinario.
- Sostenere i colleghi nei momenti di difficoltà, proponendo il proprio aiuto in termini di competenze e tempo.
- Avere controllo di sé, sapendo gestire il proprio stress per non trasmetterlo ad altri.
- Riconoscere e gestire le emozioni proprie, dei colleghi e dei gruppi di lavoro, capendo e controllando il loro impatto sulla performance lavorativa e sulle necessità aziendali.

## 3. LA COMUNICAZIONE

La comunicazione, come efficace passaggio di informazioni e veicolo di conoscenza, è considerata parte integrante della cultura aziendale in quanto premessa di relazione, condivisione e crescita personale e collettiva. Viene incentivata tra gli interlocutori la capacità di relazione e comunicazione interpersonale come scambio di opinioni e informazioni, metodo per la proposta di spunti e osservazioni. In questo contesto, la comunicazione diventa motore di un processo di arricchimento reciproco e si configura come base, premessa e strumento per la diffusione della cultura aziendale. Viene promosso, con colleghi e superiori, la condivisione di

opinioni costruttive e di informazioni, la proposta di spunti e osservazioni, l'analisi e l'individuazione di rischi e opportunità, finalizzate all'arricchimento reciproco, al miglioramento continuo e alla diffusione della cultura aziendale.

Si richiede, inoltre, a tutti i dipendenti attenzione alla corretta gestione della comunicazione per tempistiche, modi, mezzi, finalità e interlocutori. La comunicazione si configura, infatti, anche come necessario strumento di lavoro, utile per indirizzare l'operatività e permettere la corretta esecuzione delle mansioni. In questo contesto, ogni comunicazione deve essere pensata, programmata e gestita con consapevolezza organizzativa, appropriatezza per forma e contenuto, correttezza di destinatari e flusso informativo, chiara espressione di intenti, attese e finalità.

Ogni dipendente deve essere quindi consapevole di come, anche nelle piccole occasioni quotidiane, una corretta comunicazione e circolazione di informazioni assuma grande importanza, permettendo l'operatività, l'aggiornamento e la crescita di tutti gli interlocutori interessati.

#### Prassi e comportamenti:

- Gestire correttamente le comunicazioni per tempistiche, modi, mezzi, finalità e interlocutori.
- Comunicare in modo chiaro e nelle sedi opportune (riunioni, incontri individuali) ai diretti responsabili le proprie idee, aspettative, bisogni, contrasti ed eventuali malesseri.
- Condividere con i colleghi obiettivi, idee, informazioni, competenze e strategie, necessarie allo svolgimento del lavoro e alla crescita professionale del gruppo.
- Proporre idee, spunti e contributi al fine di individuare rischi e opportunità in un clima di fiducia, ascolto e disponibilità.
- Essere disponibile al confronto nel proprio team di lavoro evitando tensioni e agendo in condivisione, anche su situazioni di disaccordo.
- Condividere i successi e favorire la motivazione del gruppo di lavoro.
- Dare costantemente un'immagine positiva dell'azienda ai clienti esterni, dimostrando orgoglio e senso di appartenenza.
- Fare attenzione a adoperarsi per l'ordine, la pulizia e la manutenzione di luoghi, ambienti, spazi e strumenti di lavoro.
- Essere consapevoli di rappresentare l'azienda verso l'esterno, adeguando i propri comportamenti: uso dell'abbigliamento aziendale, presenza e utilizzo dei social network, modalità di relazione e linguaggio, ecc.

#### **4. LA CONSAPEVOLEZZA ORGANIZZATIVA**

Si chiede a ogni dipendente di avere senso dell'orientamento aziendale, maturando precisa consapevolezza del proprio ruolo, delle relative responsabilità e dei comportamenti attesi all'interno dell'organizzazione.

Grassi Group stimola i propri dipendenti a ipotizzare e approfondire le conseguenze e l'influenza che le azioni, eseguite o mancate, di ognuno possono avere nel quadro generale dell'azienda, sui compiti, le mansioni e il ruolo delle altre figure aziendali. In questo contesto, ogni interlocutore è tenuto a incrementare la propria capacità di prendere decisioni e dare seguito ad azioni come effetto di una valutazione razionale delle possibili conseguenze, positive o negative, delle proprie scelte, con un approccio basato sulla gestione del rischio (Risk-based Thinking).

Tutti i dipendenti sono inoltre tenuti a rispondere con creatività a piccoli e grandi problemi quotidiani, cercando di migliorare il proprio operato e le proprie tecniche operative, in una spinta costante alla critica costruttiva, all'autocritica e al superamento dei propri limiti.

Lo sviluppo e il possesso di una buona consapevolezza organizzativa presenta quindi una duplice importanza, avendo impatto sia sulle dinamiche interne, dove favorisce la creazione di efficienza e leadership, sia sulla percezione che gli interlocutori esterni hanno dell'azienda.

#### Prassi e comportamenti:

- Praticare l'esercizio, il riconoscimento e lo sviluppo della leadership.
- Rispettare il proprio ruolo portando avanti le proprie mansioni, riconoscendo i propri confini e rispettando quelli altrui, in termini di gerarchie e responsabilità.
- Valutare conseguenze e influenza delle proprie azioni, eseguite o mancate, capendone l'impatto su compiti, mansioni e ruolo di colleghi e superiori e sulla credibilità dell'intera azienda.
- Partecipare attivamente alle attività formative aziendali, mostrando motivazione e interesse per le tematiche proposte, al fine di migliorare le prestazioni e crescere professionalmente.
- Adoperarsi attivamente per la crescita di collaboratori e colleghi meno esperti, facendo uso di metodi e strumenti più adeguati (condivisione di conoscenza ed esperienza, feedback, delega, materiali formativi, ecc.)
- Vivere il cambiamento come stato di normalità e come sfida per crescere e migliorare, promuovendolo verso colleghi e collaboratori.
- Rispondere con creatività ai problemi quotidiani, migliorando il proprio operato e le proprie tecniche operative.
- Praticare accortezze quotidiane volte al risparmio energetico (spegnimento luci, raccolta differenziata, calibrazione delle temperature degli ambienti, ecc.).
- Lavorare sempre in sicurezza, promuovendola come valore etico e sociale verso colleghi e clienti.
- Operare con consapevolezza di quanto il lavoro quotidiano abbia impatto sulla sicurezza delle persone e della circolazione stradale.