

# CARTA ETICA

I valori che abbiamo da sempre,  
quelli che non sapevamo di avere,  
quelli che guideranno il nostro futuro.

*Great Lengths®*

*Ringrazio la mia famiglia d'origine e quella acquisita nei vari paesi del mondo, per la fiducia che ripone in me.*

*Grazie a tutti i miei collaboratori, senza i quali la missione di Great Lengths non potrebbe vivere e crescere, giorno dopo giorno.*

**Fabio Massimo Antonino**  
**CEO Great Lengths**

PER COMINCIARE

# OVERTURE

---

Il presente è sempre più complesso e sappiamo che, per orientarci in questa complessità, abbiamo bisogno che a guidarci sia qualcosa di più profondo del semplice obiettivo economico.

Abbiamo bisogno di dare un senso profondo al nostro agire. Per questo è importante che il nostro operato incarni dei valori che favoriscono un ambiente lavorativo sereno e al tempo stesso stimolante.

Questa Carta Etica rappresenta una tappa cruciale nel nostro percorso di autoconsapevolezza. La abbiamo creata per raccontare i valori che da sempre animano e guidano la nostra impresa, perché esplicitarli chiaramente significa rafforzarli, garantire il fatto che essi vengano tramandati, renderli sempre più vivi e fruttuosi.

Per noi creare valore economico, creando allo stesso tempo valore per le persone e per l'ambiente, è sempre stato un modo di essere. Oggi il mondo è pronto per recepire questo messaggio, anzi, ha bisogno di vederlo espresso ed agito in più situazioni possibili.

Quindi, oltre i confini di Great Lengths, vogliamo essere ambasciatori di un messaggio di speranza, testimoni e pionieri di un cambiamento epocale, in cui economia, ambiente e società cresceranno armoniosamente insieme, supportandosi e migliorandosi a vicenda.

**Fabio Massimo Antonino**  
**CEO Great Lengths**

# CARTA ETICA



CHE COSA E'

# CARTA ETICA

---

*Non esiste vento favorevole  
per il marinaio che non sa  
dove andare.*

**Seneca, filosofo**

La Carta Etica descrive il patrimonio etico di Great Lengths e ne rappresenta l'impegno, verso se stessa e verso tutti gli stakeholder, a perseguire un modo di fare impresa sostenibile, dal punto di vista ambientale, sociale ed economico. In che modo? Facendosi orientare da alcuni valori guida nelle decisioni e nei comportamenti quotidiani. Di quali valori parliamo? Li abbiamo distinti in due generi: "valori consolidati" e "valori aspirazionali". Perché questa distinzione?

Ogni volta che parliamo di etica (e di valori) ci riferiamo alla riflessione intorno alla condotta e agli atteggiamenti propri di una persona o di un gruppo, in questo caso di un'azienda, per identificarli ma soprattutto per chiederci in che modo possano essere migliorati. L'etica non è tanto, o non solo, la fotografia di "chi siamo" ma la scelta e l'impegno di "chi vorremmo essere".

I nostri valori consolidati sono quelli nei quali più ci riconosciamo, che ci appartengono da sempre e che intendiamo confermare e rafforzare. Invece, i valori aspirazionali sono i valori che intendiamo coltivare e abbracciare in modo ancora più completo e convinto nel prossimo futuro.

COME LA USIAMO E A CHI SI RIVOLGE

# PER IL GRUPPO INTERNO

---

La Carta Etica è pensata in primo luogo per tutte le persone di Great Lengths affinché sia per loro fonte di ispirazione in ogni momento della vita lavorativa. Tutti siamo chiamati, ciascuno per il proprio ruolo, alla realizzazione dei valori presenti nella Carta.

Che cosa significa nel concreto? Abbiamo detto che i valori funzionano come una bussola, ossia ci danno indicazioni per rispondere alla domanda: come devo comportarmi?

In alcuni casi, la domanda ci sembra superflua, in quanto alcuni valori li abbiamo già fatti nostri - sia come individui, sia come organizzazione - sono diventati per noi quasi una seconda pelle e li agiamo in modo pressoché spontaneo. Il caso dei valori che abbiamo chiamato 'valori consolidati'.

Per quelli aspirazionali, invece, dobbiamo impegnarci in modo attivo nel metterli in pratica. Questo significa cominciare con il chiederci che cosa significa agire rispettando il valore. In alcune situazioni questa riflessione è particolarmente necessaria: quelle in cui dobbiamo risolvere un problema, siamo pressati dalla fretta, siamo incerti sul da farsi, sono in gioco relazioni con colleghi o superiori, o semplicemente quelle in cui agiamo in modo routinario, senza pensare a che cosa facciamo.

Esempio: Rispetto al valore "condivisione intera" mi chiederò: ho condiviso un'informazione preziosa per il lavoro di tutti, oppure l'ho fatto solo con i miei compagni d'ufficio, o peggio l'ho tenuta solo per me per trarne vantaggio, o ancora ho pensato non fosse importante farlo e così l'ho lasciata nel cassetto; se questo è vero, come posso rimediare, come dovrei agire in una situazione futura?

Attenzione, la Carta Etica non è un codice di comportamento e come tale non prescrive dettagliatamente dei comportamenti. Non troverete una check list di quello che si deve e non si deve fare. I valori, e quindi la Carta, per la loro realizzazione fanno appello alla sensibilità, all'intelligenza e al giudizio di ciascuno. Ciascuno è responsabile del proprio comportamento ma al tempo stesso ciascuno è responsabile di offrire agli altri esempi positivi di come concretamente il valore può realizzarsi. E l'esempio è contagioso.

Per questo la Carta riguarda tutti.

COME LA USIAMO E A CHI SI RIVOLGE

# PER TUTTI I NOSTRI PARTNER

---

Per i nostri partner l'auspicio è che possano trarre ispirazione dai nostri valori e, ancora prima, che riconoscano l'importanza per un'impresa, qualunque impresa, di darsi dei valori e impegnarsi a seguirli nel tempo.

Quelli identificati in questa Carta sono i valori Great Lengths e tuttavia sono valori che ciascuna impresa, nei modi e nelle forme che le sono proprie, può abbracciare, contribuendo così alla propria prosperità.

L'auspicio è che i nostri partner possano rispecchiarsi nella cultura dei valori e contribuire, insieme a noi, alla creazione di una comunità globale di imprese che perseguono un nuovo modo di fare business.

COME E' FATTA

---

PER  
OGNI  
VALORE:

---

CITAZIONE

Una frase di ispirazione, di un intellettuale o artista internazionale

---

SIMBOLO

Un animale e un simbolo geometrico per capire e ricordare meglio il valore

---

DESCRIZIONE

Una spiegazione di cosa significa il valore in senso etico

---

LE NOSTRE VOCI

Testimonianze relative al valore, emerse dal laboratorio

IL METODO

# LABORATORIO

IL METODO

# LABORATORIO

---

*Perché nasca una prateria,  
bastano un trifoglio, un'ape e un  
sogno.*

*E se non ci sono le api e il trifoglio,  
può bastare anche il sogno.*

**Emily Dickinson, poetessa**

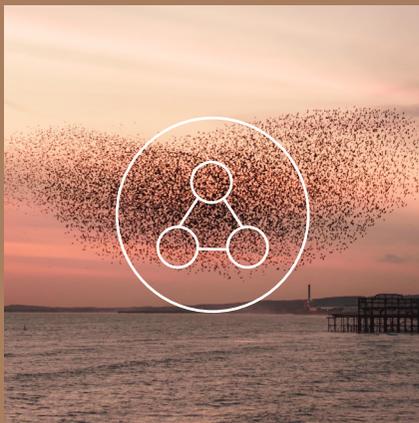
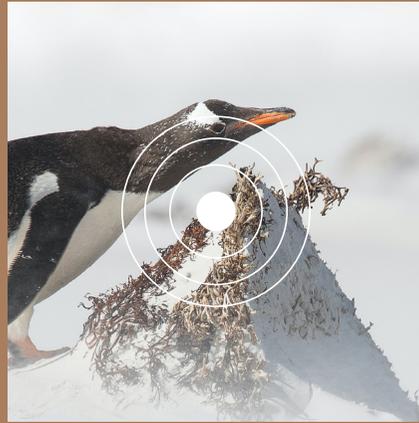
La Carta Etica è creata dalle persone per le persone, perché il benessere etico nasce dalle persone, prima che dalle procedure.

La Carta Etica dà voce alle persone, ai loro sogni, alle loro esperienze e ricchezze.

Infatti, non è sufficiente domandare a chi vive in azienda in quale valore si riconosce per ricostruire fedelmente la fotografia valoriale di un'impresa. I valori autentici emergono più dai comportamenti che dalle parole.

Per questa ragione abbiamo scelto di costruire la Carta Etica attraverso un percorso laboratoriale, iniziato con esercizi d'immaginazione, proseguito come un viaggio di scoperta del patrimonio etico - in cui la bussola è stata la narrazione di storie di vita d'azienda - e infine configurato come accompagnamento alla ricerca partecipata di un fine comune a tutta l'impresa.

Abbiamo esplorato i diversi valori che la comunità riconosce come propri e che assume come guida verso un futuro che si profila in questo modo più consapevole e intenzionalmente ricercato.



UN SIMBOLO PER OGNI VALORE

# ICONOGRAFIA

---

*Guarda profondamente nella Natura,  
e capirai tutto meglio.*

**Albert Einstein, scienziato**

Abbiamo disegnato un simbolo per ogni valore composto da una composizione grafica di figure geometriche e da un'immagine offerta dalla natura, in particolare dagli animali.

La scelta delle figure geometriche nasce dal potere che da sempre questa scienza ha avuto nell'introdurci alla conoscenza del sé e della realtà. Il cerchio, in particolare, ricorre in tutta l'iconografia di questo documento, in quanto simbolo per eccellenza di unione, armonia e protezione - qualità che la Carta Etica intende custodire e alimentare.

Il rapporto con gli animali è cruciale nella storia dell'umanità, basti pensare a quanto essi siano presenti già nelle raffigurazioni preistoriche di ogni parte del mondo e nelle mitologie antiche. Gli animali rappresentano la saggezza della vita selvaggia, una saggezza che rimane profondamente sedimentata anche in noi umani. Gli animali che abbiamo scelto, in particolare, ci ispirano riverenza e meraviglia, e il loro modo di agire, per quanto istintivo, ci aiuta a penetrare a fondo il carattere dei nostri valori, a ricordarli e a tramandarli a chi si accinge a far parte del Gruppo.

Ringraziamo quindi la Natura per queste creature preziose, che ci donano qualcosa di straordinario: un invito, un monito, un'esortazione.

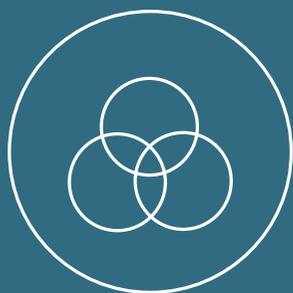
*Legati ai nostri fratelli da un fine comune e situato fuori di noi, solo allora respiriamo, e l'esperienza ci mostra che amare non significa affatto guardarci l'un l'altro ma guardare insieme nella stessa direzione.*

*Non si è compagni che essendo uniti nella stessa cordata, verso la stessa vetta in cui ci si ritrova.*

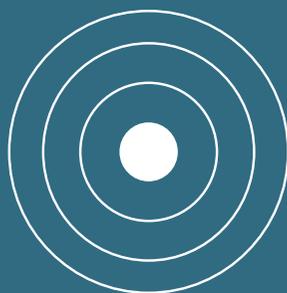
**Antoine de Saint-Exupéry, scrittore**

# I NOSTRI VALORI

UN ORIZZONTE DA GUARDARE INSIEME



APPARTENENZA  
ARMONIOSA



IMPEGNO  
RESPONSABILE



ECCELLENZA  
ARTIGIANALE

VALORI CONSOLIDATI

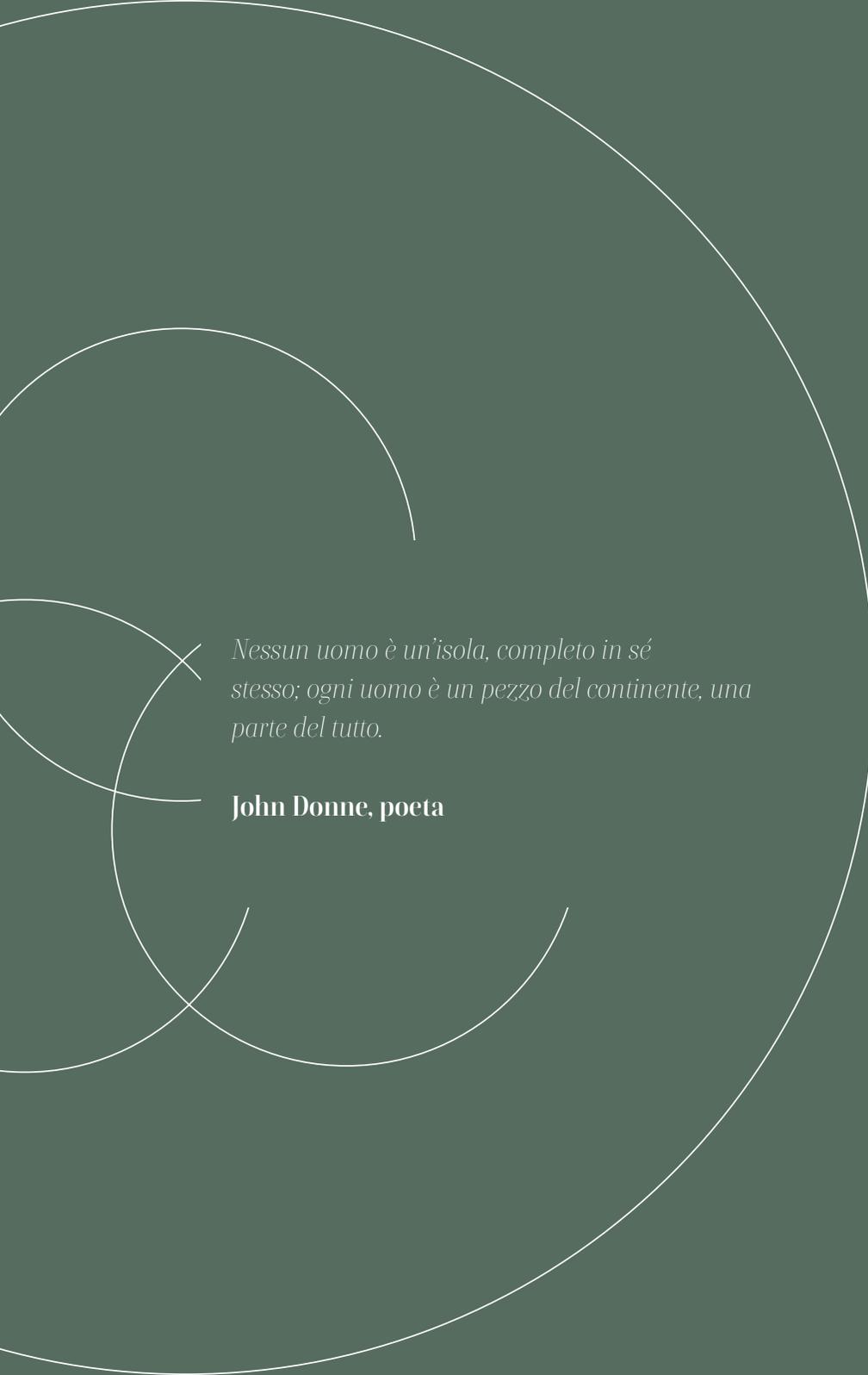




L'ELEFANTE

**L'elefante, il più grande mammifero terrestre, è stato venerato per millenni da diverse culture e religioni, specialmente in India. Vive in una società matriarcale, in cui sono le femmine a guidare il gruppo.**

Nella tradizione popolare la sua immagine, amuleto per proteggere le case, è un insuperabile modello di famiglia. Gli elefanti sono legati al gruppo con onore, dignità e orgoglio: per questo lo abbiamo scelto per incarnare la nostra idea di appartenenza armoniosa a Great Lengths.



*Nessun uomo è un'isola, completo in sé stesso; ogni uomo è un pezzo del continente, una parte del tutto.*

**John Donne, poeta**

## APPARTENENZA ARMONIOSA

*Un valore consolidato*

---

**“Appartenere”** significa letteralmente “essere unito a una parte” (*ad partem tenere*). C'è un appartenere che è semplicemente un essere parte, uno stare-insieme-accanto, un coesistere e c'è un appartenere che è un sentirsi parte, un con-vivere, un mettere-insieme progetti e modi di fare le cose. Questo secondo tipo di appartenenza comporta un sentirsi legati, dal punto di vista sentimentale e valoriale, a una comunità. In questo caso a una comunità di lavoro nella quale si abita, in alcuni casi anche da molto tempo, e di cui si condividono i progetti e le sorti.

In che modo si vive il legame con gli altri in questa comunità? Ci si sente in **“armonia”**. Armonia non significa però non poter portare il proprio contributo originale, o ancora l'assenza di discussioni o di punti di vista diversi. D'altra parte il mito ci ricorda che Armonia nasce da Ares, la guerra, e da Afrodite, l'amore, due opposti alla ricerca di una sintesi creativa.

**Appartenenza armoniosa** - armonia dal greco *armòzein*, connessione, collegamento e accordo - significa far prevalere nella comunità di lavoro la tensione a un continuo riaccordarsi.

APPARTENENZA ARMONIOSA

# Le nostre voci

Per me **i rapporti umani**, così come anche la fiducia, non sono mai cambiati nel tempo, anzi si sono **rafforzati**.

Il legame alla famiglia Great Lengths è molto forte non solo all'interno dell'azienda, ma anche **all'esterno**, tra i nostri **distributori internazionali** e i **parrucchieri** nostri clienti, che vivono il brand con grande senso di appartenenza.



La **fedeltà** al brand Great Lengths è sempre stata una caratteristica delle nostre persone.

Gli **spartiti** e gli **strumenti** ci sono, va solo individuata la **giusta composizione**.

Ognuno nell'ambito delle proprie competenze collabora con tutto il team nel creare un'armonia e un **equilibrio complessivo**, che determina **il successo** finale dell'opera.





IL PINGUINO IMPERATORE

**Il pinguino imperatore ci offre un nobile esempio di impegno responsabile verso la salvaguardia della propria specie.**

Esso si riproduce in Antartide, durante l'inverno, quando le temperature scendono fino a  $-65\text{ }^{\circ}\text{C}$  e i venti soffiano a più di 200 km/h.

Siccome il terreno è ghiacciato, invece di costruire un nido, il pinguino imperatore cova l'uovo sulle zampe per 64 giorni consecutivi, fino alla schiusa, digiunando e raggruppandosi con altri esemplari per sopravvivere al freddo.



*La mia responsabilità comporta anche una dimensione sociale, perché gli altri dipendono anche dalle mie scelte.*

**Jean Paul Sartre, filosofo**

## IMPEGNO RESPONSABILE

*Un valore consolidato*

---

Il termine **“responsabile”** deriva dal latino “responsum”, che significa risposta. Responsabile è anzitutto chi ha la capacità di fornire risposte. Siamo chiamati a rispondere delle nostre azioni, ma anche delle nostre omissioni, a noi stessi e soprattutto agli altri. Dal momento che siamo esseri sociali fortemente interdipendenti, le nostre azioni finiscono sempre per coinvolgere gli altri.

In una comunità di lavoro essere responsabili riguarda in primo luogo ciò che compete a una persona per il ruolo che è chiamata a svolgere. Uno dei modi in cui tale responsabilità si declina in Great Lengths è la cura per il nostro fare. La responsabilità come cura è l’**“impegno”** non solo a fare bene ciò che prescrive il mansionario, ma anche a occuparci, e quindi a preoccuparci, di risolvere un problema inedito se la situazione lo richiede e di collaborare con tutti affinché gli obiettivi comuni si realizzino.

IMPEGNO RESPONSABILE

# Le nostre voci

Per noi **non esiste** impegno senza responsabilità e neanche responsabilità senza impegno.



Siamo consapevoli di quanto l'impegno e la responsabilità che ogni giorno mettiamo nel nostro lavoro siano fondamentali per il **raggiungimento degli obiettivi** comuni.

Un impegno responsabile è far bene il proprio lavoro, ma anche impegnarsi verso gli altri. Siccome **siamo tutti interdipendenti**, ciascuno di noi deve sapere che il proprio impegno ha delle conseguenze sulla possibilità che gli altri si impegnino o meno. Impegnarsi in un modo responsabile significa permettere agli altri di impegnarsi.

IMPEGNO RESPONSABILE

# Le nostre voci

Impegno responsabile vuol dire trovare sempre **il modo più corretto** per supportare l'azienda, negli obiettivi e nelle sfide prefissate.



Dietro all'impegno responsabile ci deve essere un senso di **disciplina** che parte da ognuno di noi e che ci permette di strutturare il lavoro.

Essere responsabili oggi ha anche una seconda accezione, che va oltre la vita dell'azienda: esser **attenta all'impatto** che abbiamo sull'ambiente esterno, in tutto ciò che facciamo.

Un impegno responsabile è **agire con il cuore** in ogni attività e salvaguardare il tutto, **come un bene personale.**

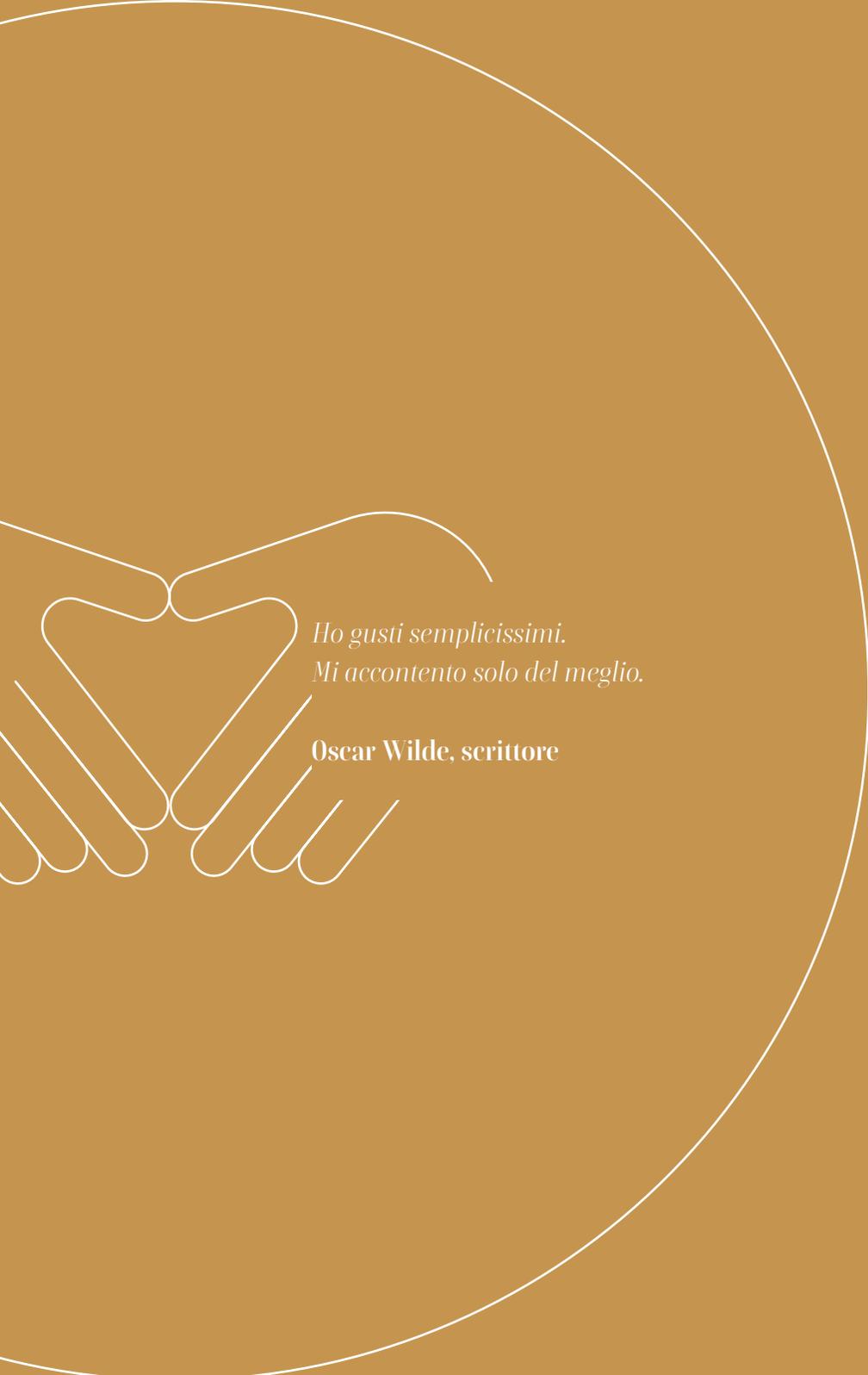




L'APE OPERAIA

**La nobile ape operaia, così indispensabile nel mantenimento della biodiversità, è simbolo di operosità e di fedeltà all'alveare e alla regina.**

Come l'ape trasforma il polline in miele, il più prezioso tra gli alimenti, così noi trasformiamo una materia grezza in un prodotto di altissima qualità. Nell'abilità dell'ape di costruire un'opera architettonica di assoluta perfezione, come l'alveare, cogliamo l'invito a far sì che le nostre mani curino sempre ogni gesto, perché le nostre opere siano atti d'amore.



*Ho gusti semplicissimi.  
Mi accontento solo del meglio.*

**Oscar Wilde, scrittore**

## ECCELLENZA ARTIGIANALE

*Un valore consolidato*

---

Eccellere (dal latino ex-cellere, spingere, muovere) significa distinguersi dagli altri, superarli per particolari qualità.

**L'eccellenza** è un agire di qualità che si manifesta nel valore di ciò che si produce e nella cura con cui questo viene realizzato. Lo spirito **artigianale** è il modo con cui la qualità dei nostri prodotti è resa possibile: manualità, cura, sapienza dei materiali e delle forme, uniti, in modo virtuoso, a creatività e innovazione.

Tra eccellenza e virtù c'è un legame antico: per Aristotele la virtù (aretè) è la capacità di svolgere il proprio compito nel modo migliore, e dunque essere virtuosi significa puntare al raggiungimento dell'eccellenza in ogni pratica umana. Per Great Lengths l'eccellenza è "fare bene", nel rispetto delle esigenze dell'ambiente, contribuendo al benessere della vita organizzativa, mettendo creatività e voglia di sperimentare in ogni nostro progetto.

ECCELLENZA ARTIGIANALE

# Le nostre voci

Ci deve essere passione,  
**amore**, impegno,  
**costanza**, altrimenti  
non si raggiunge l'eccellenza,  
soprattutto nel nostro settore,  
perché i capelli sono molto  
difficili da lavorare.

La **ricerca  
costante**  
nella **qualità**  
come caratteristica  
che ci ha sempre  
contraddistinto.

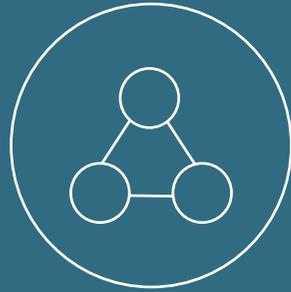


## Innovazione

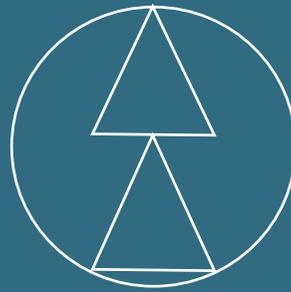
ma anche  
**lavorazione  
manuale**, perché  
è la nostra forza, ciò che  
ci contraddistingue da  
tutte le altre aziende del  
settore.

## L'impegno e

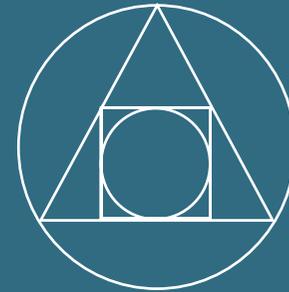
la **passione** che  
abbiamo sempre messo  
nel nostro lavoro devono  
essere il filo conduttore  
del futuro della nostra  
azienda.



CONDIVISIONE  
INTERA



INNOVAZIONE  
SOSTENIBILE



RICONOSCIMENTO  
MANIFESTO

# VALORI ASPIRAZIONALI





LO STORMO

**Sul palcoscenico del cielo, gli stormi di uccelli ci offrono ogni giorno spettacolari coreografie.**

Le loro evoluzioni dinamiche sono un affascinante esempio di condivisione intera, in cui ogni uccello vira immediatamente, insieme a tutti gli altri, inscenando un modello di comunicazione impeccabile e fulmineo, basato sull'allineamento e sulla coesione.

## CONDIVISIONE INTERA

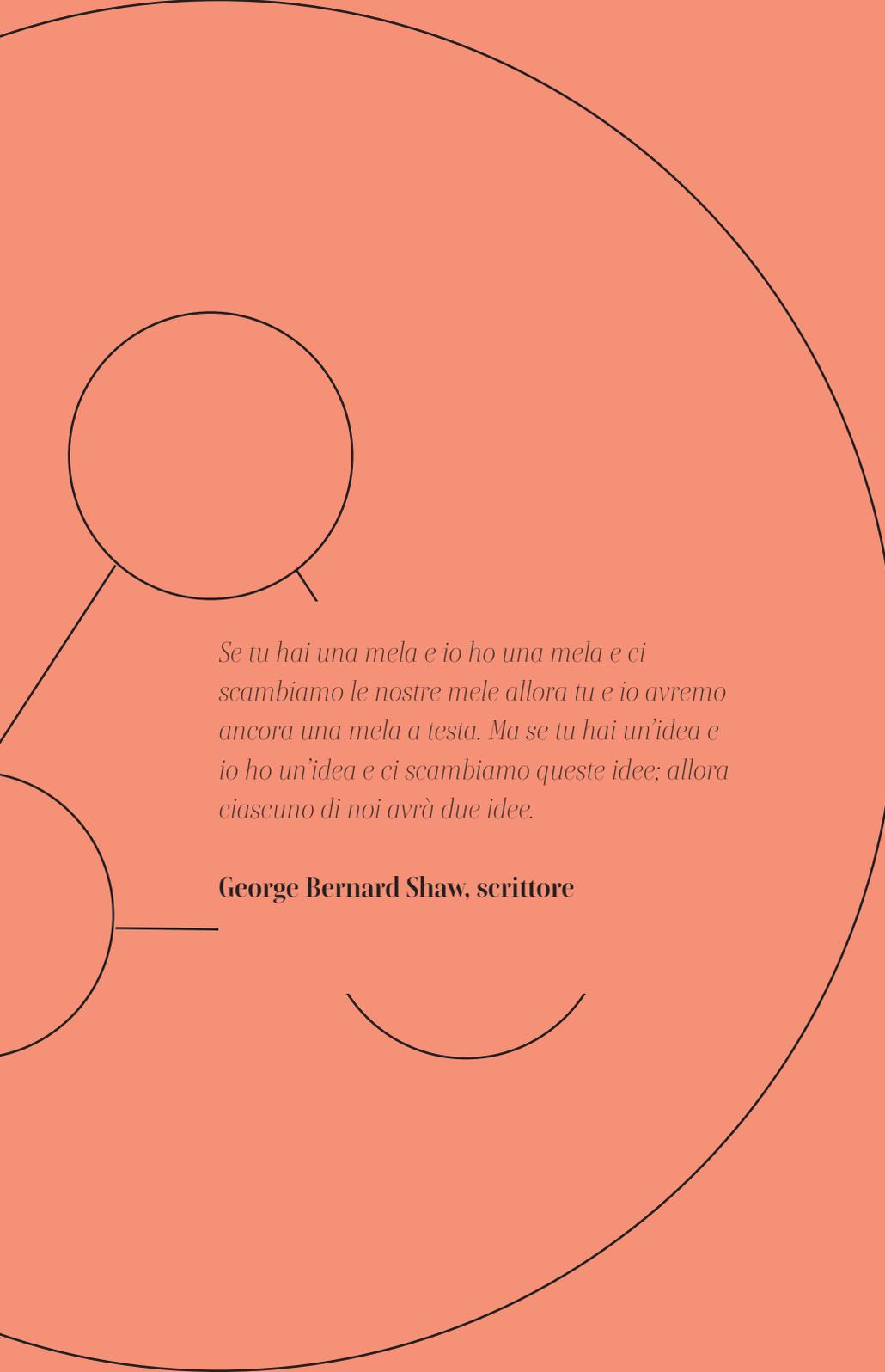
*Un valore a cui aspiriamo*

---

Etimologicamente condividere è “mettere in comune”, “possedere insieme”, un significato molto vicino al senso più autentico del termine comunicare. In un’autentica condivisione aziendale si mettono in comune non solo informazioni, ma anche molto altro: obiettivi, progetti, spazi di lavoro, abilità ed esperienze, linguaggi, idee, simboli, riti, emozioni, stati d’animo, valori.

Condividere, a dispetto di uno dei suoi significati - “dividere con altri”- non ha come conseguenza la diminuzione del proprio vantaggio. Al contrario: **ciò che si mette in comune**, spesso, circolando, **accresce il proprio valore** a beneficio di tutti.

La condivisione in alcuni casi è spontanea: con il collega che divide con noi l’ufficio o fa parte del nostro ambito di lavoro; spesso, però, viene rimandata, per le urgenze o perché non è considerata prioritaria. Il nostro impegno allora è di non lasciarla al caso, bensì progettarla, **allenarci alla condivisione**, immaginando strumenti e occasioni mirate, affinché diventi un habitus, una buona abitudine. Il nostro obiettivo è una condivisione intera, estesa a noi tutti.



*Se tu hai una mela e io ho una mela e ci scambiamo le nostre mele allora tu e io avremo ancora una mela a testa. Ma se tu hai un’idea e io ho un’idea e ci scambiamo queste idee; allora ciascuno di noi avrà due idee.*

**George Bernard Shaw, scrittore**

CONDIVISIONE INTERA

# Le nostre voci

Sono una persona che tende a condividere sempre la propria opinione, le cose buone e quelle meno buone, le mie paure e le mie perplessità, così come le mie gioie. E' difficile che io non condivida alcune cose con gli altri **anche se magari non la pensano come me.**

La condivisione **aumenta il bagaglio delle esperienze** lavorative di tutti. E' un piacere e anche un dovere.



Condivido molto, nel momento in cui entro in sintonia. Tuttavia ho imparato che non si può condividere tutto, per una questione di **tutela** ma a volte anche di attesa, **attesa** di avere informazioni più certe.

Non condivido ogni piccolo step che faccio nel mio lavoro, anche se in effetti potrebbe essere utile a qualcuno. E' **difficile scegliere** che cosa è utile condividere di volta in volta.

CONDIVISIONE *INTERA*

# Le nostre voci

Condividere la conoscenza dei nostri valori ci consente di **migliorarci**, giorno dopo giorno, **misurandoci** con quello che i valori significano e implicano nella nostra vita lavorativa.

Vogliamo estendere la condivisione sempre di più anche a quei **partner**, come la nostra rete di distributori internazionali, che non vivono la realtà aziendale dall'interno, ma il cui **coinvolgimento è cruciale** ai fini dei buoni risultati della nostra attività.



Da questo laboratorio è emersa la volontà di dotarci di **strumenti tecnologici** nuovi, per ampliare la condivisione interna, all'insegna della **trasparenza**, della **celebrazione** dei **risultati** raggiunti, delle **sfide** da affrontare insieme in vista dell'obiettivo comune di diventare sempre più sostenibili.





L'AQUILA REALE

L'aquila reale è tra gli animali più maestosi: simbolo di forza, grandezza e lungimiranza. La sua potenza fisica, la sua vista acuta, la sua capacità di volare altissimo, il suo habitat incontaminato, situato ad altitudini a cui solo poche forme di vita si sono adattate, **ci spronano ad affrontare con coraggio ogni sfida, per continuare a dare forma ad un futuro sostenibile.**

**Infine l'aquila, in quanto emblema dell'antica Roma, ricopre un ruolo speciale per la nostra identità storica.**

## INNOVAZIONE SOSTENIBILE

*Un valore a cui aspiriamo*

---

*Agisci in modo che le conseguenze della tua azione siano compatibili con la sopravvivenza di un'autentica vita umana sulla terra.*

**Hans Jonas , filosofo**

L'invenzione è l'atto creativo attraverso cui un'idea prende una forma reale. L'**"innovazione"** è il processo attraverso cui la nuova creazione si diffonde nella società sotto forma di nuovi prodotti, servizi o processi. Coltivare sensibilità e attenzione verso l'innovazione è fondamentale se si vuole assicurare un futuro longevo e prospero alla propria azienda.

Ma questo non basta.

Nell'epoca attuale, minata da problematiche ambientali e sociali, innovare non è sufficiente. Occorre farlo avendo ben chiara la finalità, la direzione e quindi i vantaggi, non solo aziendali ma anche sociali, che l'innovazione può portare con sé. Oggi le idee e le novità non scarseggiano, anzi. Il nostro obiettivo è perciò concentrarsi sulle buone idee e sulle innovazioni **"sostenibili"**. Vogliamo riappropriarci di una prospettiva utopica verso il futuro. Usare creatività, immaginazione e spirito critico per pensare a un futuro migliore da realizzare, e iniziare a costruirlo insieme!

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

# Le nostre voci

La nostra visione ideale dell'azienda è quella che sa coniugare l'**efficienza**, e l'organizzazione con il **benessere** delle persone.



## Cosa vogliamo portare con noi nel futuro di Great Lengths?

Noi pensiamo che il coinvolgimento che abbiamo da sempre sia essenziale per poter fare innovazione.

Mi piace paragonare Great Lengths a una **torre tecnologica**, che modifica il paesaggio senza stravolgerlo, ma **ampliandolo** ed arricchendolo.

Per preservare ed accrescere l'innovazione è importante mantenere **la solidità** del gruppo e **l'appartenenza**.

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

# Le nostre voci

Se una cosa funziona,  
non vuol dire che **non  
possa essere  
migliorata.**

Lavorare in **team** verso lo  
stesso obiettivo alla continua  
**ricerca di qualcosa  
di nuovo**, è ciò che  
permette di crescere, seguendo  
l'ideale dell'innovazione sostenibile.



L'azienda **sta  
investendo tanto**  
in innovazione sostenibile,  
perché crede che questa  
sia la **direzione  
premiante**. Combattiamo  
e restiamo concentrati su questo,  
tutti i giorni. Speriamo di portare  
i risultati attesi.

L'innovazione sostenibile **è il  
primo valore** che  
guiderà la nostra azienda nel  
futuro, per **mantenerci  
competitivi**.



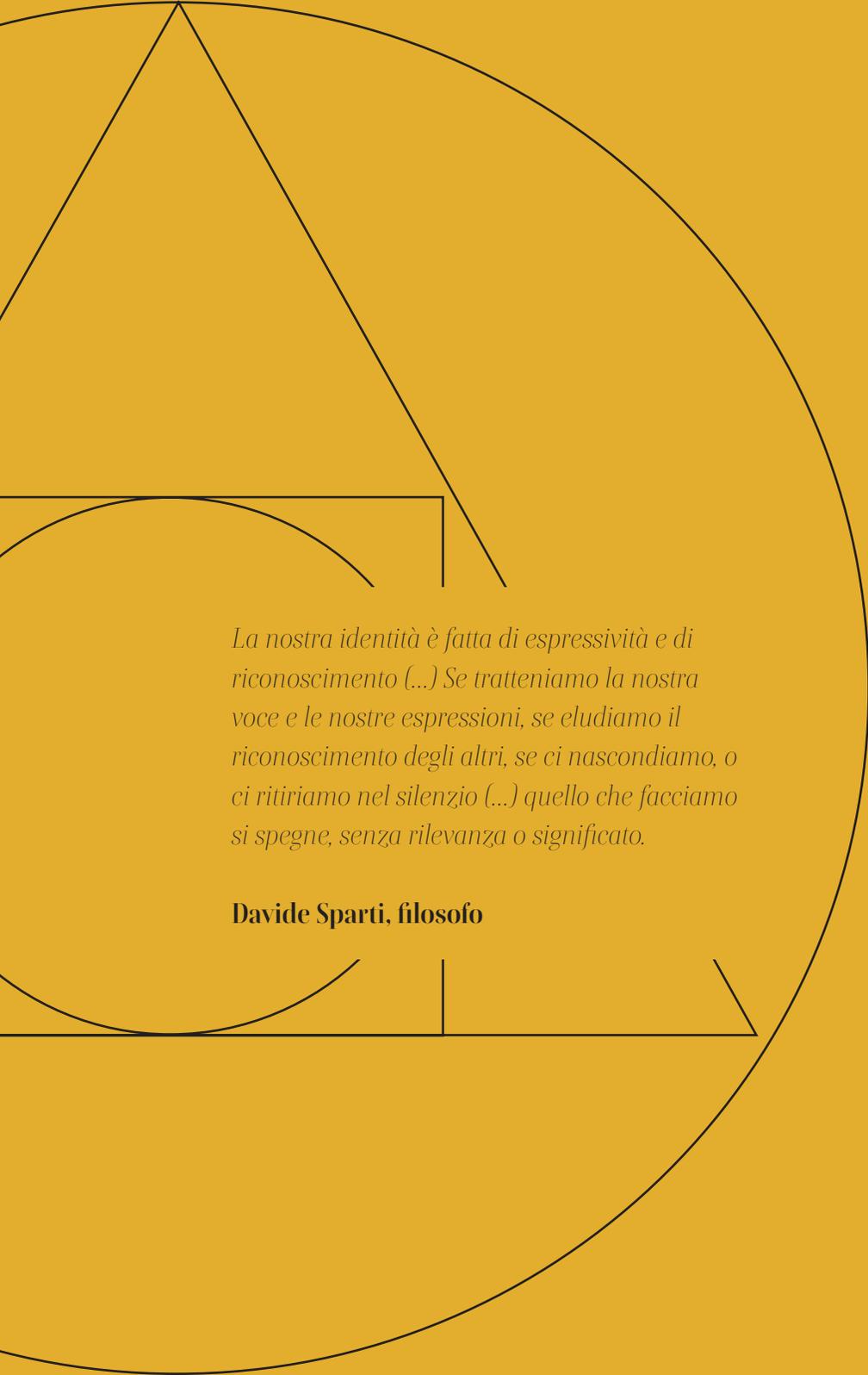


IL GRANCHIO VIOLINISTA

**Il granchio violinista ha una particolarità: una delle sue chele è talmente grande, da costituire circa un quarto della sua massa corporea. Sarebbe come se noi avessimo una mano lunga un metro!**

Eppure, ciò che a prima vista sembrerebbe uno scherzo di natura, è in realtà un attributo fondamentale per le interazioni sociali e per l'accoppiamento.

Il granchio violinista ci incita a mostrarci senza timore per ciò che siamo, nella nostra unicità, ci invita a vedere negli altri la capacità e il talento e ci ricorda l'importanza di esprimere la stima.



*La nostra identità è fatta di espressività e di riconoscimento (...) Se tratteniamo la nostra voce e le nostre espressioni, se eludiamo il riconoscimento degli altri, se ci nascondiamo, o ci ritiriamo nel silenzio (...) quello che facciamo si spegne, senza rilevanza o significato.*

**Davide Sparti, filosofo**

## RICONOSCIMENTO MANIFESTO

*Un valore a cui aspiriamo*



Vogliamo essere apprezzati per le nostre qualità, capacità e il nostro impegno. E' un desiderio universale, che ci riguarda tutti perché dal riconoscimento ricevuto traiamo alimento per costruire giorno per giorno la nostra identità.

I luoghi di lavoro sono un'occasione fondamentale per generare **riconoscimento** perché il lavoro rappresenta un tassello importante della nostra identità. Non sempre questo avviene, non tanto per cattiva volontà, magari solo per trascuratezza o mancanza di tempo.

Siamo convinti che il riconoscimento, anche quando è presente, non deve rimanere solo nella nostra testa, ma deve essere **manifestato**. Tutti noi abbiamo sete di parole di ringraziamento e di apprezzamento. Ci motivano e ci aiutano a dare il meglio nel nostro lavoro.

RICONOSCIMENTO MANIFESTO

# Le nostre voci

Abbiamo partecipato  
**anima e cuore**  
allo sviluppo della nostra  
azienda, e questo è sempre  
stato riconosciuto.

Il nostro capo **ci**  
**gratifica**  
quando parla di noi  
con terze persone.



Dobbiamo  
**fermarci**  
**un attimo** e  
riconoscere quello che  
siamo riusciti a fare.

La nostra azienda ha deciso di  
crescere e dobbiamo trovare dei  
momenti in cui condividere e  
**riconoscere le cose**  
**importanti** che stiamo  
facendo e quanto velocemente le  
stiamo facendo. Ci sono aziende che  
per cose molto più piccole trovano  
**momenti per dirsi**  
**grazie.**

RICONOSCIMENTO MANIFESTO

# Le nostre voci

Il riconoscimento è un **bene prezioso**, in quanto tale deve essere ricercato da ciascuno di noi e ricevuto, come conferma del **merito**.

Per essere riconosciuti, bisogna prima **farsi riconoscere**, facendo sentire la propria voce.



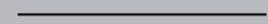
Il riconoscimento **viaggia di pari passo** con la responsabilità e la consapevolezza.

E' importante anche auto-riconoscersi, **trovare in sé stessi** la gratificazione per un buon lavoro svolto. Se questo non succede mai, si finisce per cercare costantemente un riconoscimento esterno, per colmare le proprie lacune di autostima.



## CONCLUSIONE

*In realtà un inizio*



L'affermazione dei valori è un processo aperto, che richiede continua cura e attenzione per realizzarsi.

Per questo, la nostra carta è l'inizio del nostro cammino.

*Per finire, guardando al fine comune*

## PARABOLA DELLO SCALPELLINO

---

*Attraversando una città, un pellegrino notò un gruppo di  
uomini intenti a squadrare dei blocchi di pietra.*

*“Che cosa state facendo?” chiese.*

*“Mi sto guadagnando da vivere”  
rispose il primo, senza neppure alzare lo sguardo.*

*“Sto squadrando la pietra in modo tale che si incastri  
perfettamente con le altre”*

*rispose il secondo.*

*“Costruisco una cattedrale”*

*rispose il terzo, mentre un sorriso gli illuminava il volto.*

*Great Lengths®*

