



GRUPPO BRENNTAG

# IL LIBRO DEI VALORI

# IL LIBRO DEI VALORI

**N**oi di **NATURAL WORLD** crediamo che la società sia fatta principalmente di **PERSONE** e che la **REALIZZAZIONE PROFESSIONALE** di ogni **SINGOLO COLLABORATORE** e il **SUCCESSO AZIENDALE** siano fortemente **CORRELATI**. Per questo riteniamo fondamentale l'**IMPEGNO** per sostenere la crescita professionale, favorire la partecipazione di tutti, stimolare lo **SPIRITO DI APPARTENENZA** e il grado di consapevolezza alle attività aziendali.

La cultura aziendale di Natural World è nata dalla famiglia Resta e si ispira al lavoro di **ALCIDE RESTA**, fondatore e cuore commerciale dell'azienda, il cui comportamento si rifà a valori come il **RISPETTO**, la **RESPONSABILITÀ**, la **TRASPARENZA** ed il **RIGORE** e che ha sempre

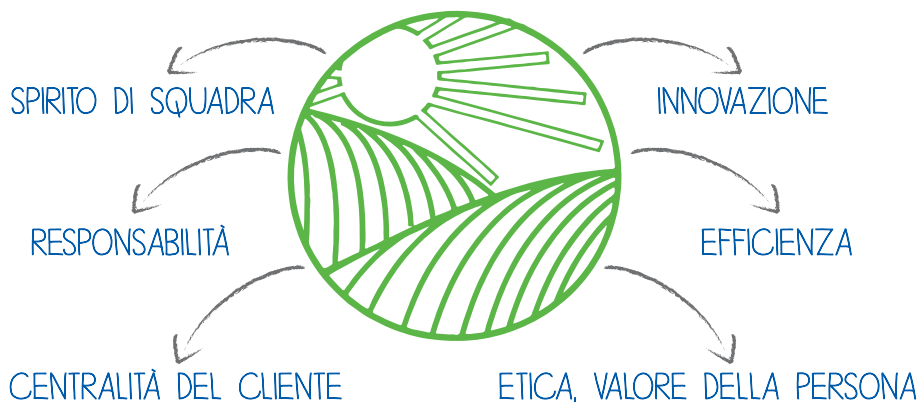
fondato i rapporti su **COMPETENZA**, **FIDUCIA** e **LEALTÀ**. Negli anni siamo cresciuti ed abbiamo fatto nostro l'impianto dei valori e la cultura aziendale trasmessaci sviluppandoli ulteriormente. Siamo diventati parte del gruppo leader globale nella distribuzione **BRENNTAG** e riconosciamo nel nostro patrimonio di valori e cultura il nostro **SUCCESSO**. Proprio per questo il libro è il risultato di un processo che ha coinvolto le risorse dell'azienda e che ha portato all'identificazione di un insieme di **PRINCIPI** che orientano e sovrintendono l'attività lavorativa in Natural World. I **VALORI** a cui facciamo riferimento ci rappresentano e ci distinguono, e costituiscono il **MOTORE ISPIRATORE** dei nostri comportamenti e del nostro agire quotidiano.



**IN COPERTINA:** l'immagine, a opera della pittrice **FRANCESCA BALLARDINI**, raffigura un albero che ben rappresenta la realtà di Natural World. Le radici richiamano i valori ed i comportamenti in cui ci riconosciamo, il tronco rappresenta il lavoro quotidiano di una grande squadra di persone dinamiche e intraprendenti, le fronde ci ricordano che il risultato del nostro lavoro è una produzione di valore che si accresce e rinnova nel tempo.

Ringraziamo i bambini che hanno realizzato i disegni all'interno: Filippo, Enrico, Alessia, Giulia, Emma, Filippo, Pietro e Leonardo.

# CARTA DEI VALORI AZIENDALI



## ETICA, VALORE DELLA PERSONA

È convinzione della nostra azienda che la risorsa primaria e condizione di ogni successo siano le persone stesse, intese nella globalità dei relativi interessi ed espressioni. Per questo intendiamo promuovere l'espressione del potenziale creativo personale, e riconoscere nella cordialità, generosità, sincerità e curiosità un punto di forza dell'organico che forma la nostra azienda. In Natural World, l'etica è un valore che sottintende il rispetto delle persone prima ancora dei ruoli aziendali.

## RESPONSABILITÀ

Crediamo nella forza della responsabilità diffusa in tutto il tessuto aziendale e siamo fortemente convinti che questo abbia effetto positivo sul clima aziendale in cui operiamo. Natural World sceglie ogni giorno di dare risposte esaurienti alle esigenze di clienti e partners. Responsabilità è trasformare le richieste che riceviamo in azioni e scelte consapevoli. L'onestà e l'integrità unite alla forte dose di affidabilità del nostro operare ci permettono di condividere, col nostro lavoro, la forza della responsabilità in ogni ambito.

## CENTRALITÀ DEL CLIENTE

Natural World ritiene che la soddisfazione del cliente passi attraverso l'attenzione continua nei suoi confronti e alle sue specifiche esigenze.

La nostra azienda vuole porsi in ascolto attento e proattivo verso ogni singolo cliente, avendo come obiettivo quello di proporre soluzioni condivise e definite su misura.

## EFFICIENZA

Natural World punta all'efficienza in ogni momento, con il preciso scopo di trasferirla ai propri prodotti e servizi e con essi ai clienti e partners tutti. Vogliamo che efficienza ed efficacia connotino il nostro lavoro affinché l'azienda sia un punto di riferimento attento e risolutivo per i nostri partners.

## SPIRITO DI SQUADRA

In Natural World la collaborazione e lo spirito di squadra sono il motore del miglioramento e della crescita. Lo spirito di squadra è il mezzo attraverso il quale l'impresa "centra il bersaglio" diventando "con-vincente", capace di esprimere carisma ed attrattività nei confronti dei propri interlocutori esterni e, allo stesso tempo, capace di attribuire ai successi il significato di "vittorie comuni".

## INNOVAZIONE

Natural World intende puntare sempre sull'innovazione: crediamo che alla ricchezza della nostra tradizione aziendale si debba affiancare una costante propensione al nuovo in tutti gli aspetti che possano risultare utili allo sviluppo di idee, proposte e possibilità innovative.

## ETICA, VALORE DELLA PERSONA

**N**el dubbio, la giusta domanda da porsi quando ci domandiamo se un'azione che stiamo valutando sia etica è "Mi piacerebbe leggere di questo sui titoli del giornale domani?".

**L'**integrità personale è un pre-requisito molto importante per tutti i collaboratori. Le persone devono essere oneste con se stesse e con gli altri, diversamente le fondamenta su cui poggiamo saranno nulle.



## RESPONSABILITÀ

**L**avorare porta beneficio quando ognuno fa un buon lavoro.

**A**mmettere i nostri errori in modo aperto e in maniera costruttiva sarà di aiuto a tutti per affrontare la soluzione al meglio!



## SPIRITO DI SQUADRA

**C**OSTRUIRSI SOLIDAMENTE DALL'INTERNO PORTA TANTI BENEFICI. Noi vogliamo essere un gruppo di persone irreprensibili e dalle grandi capacità. Per fare questo non solo ci formiamo nel tempo ma andiamo alla ricerca di nuovi talenti che portiamo nel nostro team, valorizzandoli con politiche di formazione mirate allo sviluppo professionale e personale.

# SQUADRA NATURAL WORLD



**C'** È UNA LINEA SOTTILE TRA UN GENIO ED UN ASINO. IL POSIZIONAMENTO DI UNA PERSONA PUÒ DIPENDERE DALLA FORMAZIONE RICEVUTA DAI LEADER, COSÌ COME DALLA QUALITÀ DEL SUPPORTO DEI COLLEGHI.

**Q**uando vogliamo dialogare, andiamo direttamente dall'interessato, in particolare se dobbiamo affrontare situazioni difficili oppure negative. È NOSTRO DOVERE METTERE L'ALTRA PERSONA A SUO AGIO nel proprio ambiente.

**C'** È UNA LINEA SOTTILE TRA IL FALLIMENTO E IL SUCCESSO DEL NOSTRO LAVORO. Piccoli dettagli come fornire al collega i dati richiesti in anticipo rispetto alla scadenza, ricordare un dettaglio che un collega si potrebbe dimenticare, rispondere con prontezza e senza essere sollecitati, proporsi per rivedere un dettaglio per essere certi di rispondere in modo completo fanno la differenza.



## CENTRALITÀ DEL CLIENTE

La qualità dei nostri servizi è di importanza fondamentale. Dobbiamo **OFFRIRE UN SERVIZIO MIGLIORE RISPETTO ALLA CONCORRENZA** ed il nostro successo risiede nel risolvere le problematiche dei clienti al meglio e nel minor tempo possibile.

Il cliente è Re o Regina.

**OGNI NOSTRO CLIENTE È IMPORTANTE.** Il che significa porlo al centro della catena del valore, anticipando in maniera innovativa e proattiva le sue necessità e i suoi desideri. Una telefonata extra, un veloce incontro mentre ci troviamo in zona o una chiacchierata veloce in fiera sono quei piccoli dettagli che, in aggiunta al lavoro quotidiano sempre attento e coscienzioso, possono aiutare a mantenere il cliente al centro delle nostre attenzioni.



## INNOVAZIONE

Vogliamo essere **SPUMEGGIANTI** quando si tratta di innovare, sognare e pensare; vogliamo fare cose innovative, interessanti dentro e fuori l'azienda!

Mantenere un sentimento di unione e coordinazione diffuso è molto importante. Allo stesso tempo ogni singola persona ed ogni reparto devono avvalersi di un giusto grado di autonomia per innovare e **PORTARE AL MASSIMO I PROPRI TALENTI IMMAGINANDO E ATTUANDO SOLUZIONI.**

La nostra è un'attività molto fluida, in continua autoconstruzione. Le nuove idee non sono solo ben accette ma sono la **LINFA DELLA NOSTRA SALUTE AZIENDALE!**



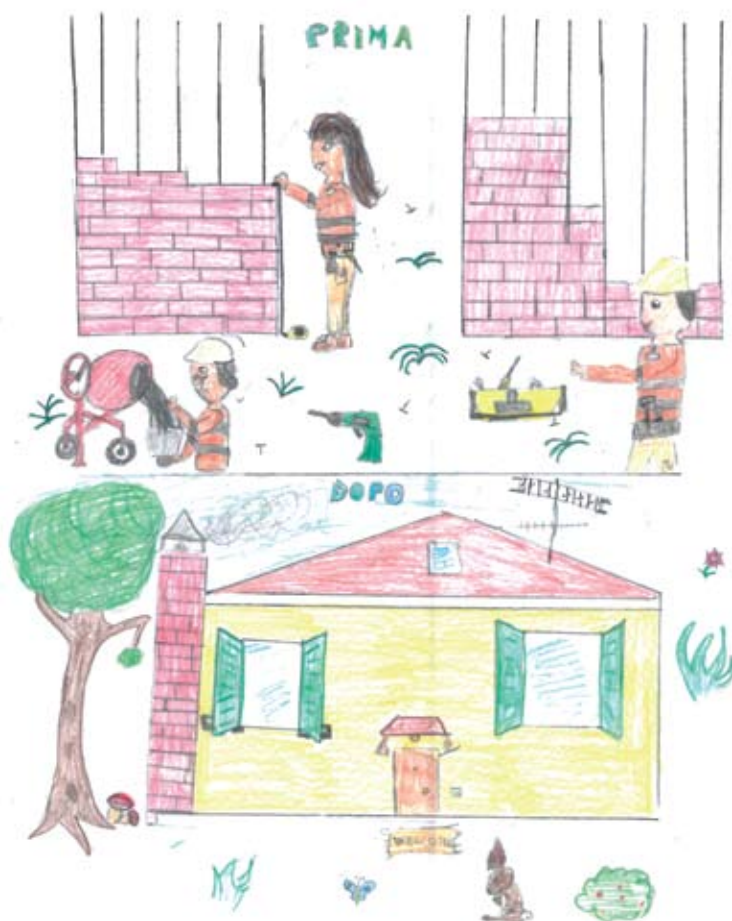
## EFFICIENZA

**UNA BREVE MAIL A PUNTI, UN MEMO DI 1 PAGINA** è la più efficiente forma di comunicazione scritta tra di noi. Il numero di appunti messi da parte e persi, le mail-fiume tra colleghi sono sinonimo di inefficienza.

Ogni incontro viene anticipato da una **PROGRAMMAZIONE ORARIA ED UN'AGENDA**.

**LE PERSONE PIÙ VICINE ALL'AZIONE HANNO LA CHANCE PIÙ ALTA DI PRENDERE LA GIUSTA DECISIONE** se queste sono state opportunamente informate delle implicazioni aziendali e di business.

I superiori potrebbero dire *“voglio che tu faccia questo”*. Noi invece vogliamo dire *“funzionerà meglio se farai questo”* oppure *“per favore, per venire incontro alle esigenze dell'azienda fai quest'altro”*. **LE COSE CHE FACCIAMO SONO FUNZIONALI A TUTTA L'AZIENDA E UTILIZZANO AL MEGLIO LE RISORSE DISPONIBILI** e non rispondono ai desideri dei singoli individui.





**GRUPPO BRENNTAG**

Ingredienti Alimentari  
Via R. Jacchia, 8 • 48022 Lugo (Ra)  
Tel. 0545.27100 • Fax 0545.33739  
[naturalworld@naturalworld.it](mailto:naturalworld@naturalworld.it)  
[www.naturalworld.it](http://www.naturalworld.it)



**20 ANNI DI ATTIVITÀ**