

IL VALORE DELLA CONDIVISIONE NELLE NUOVE SFIDE

La collaborazione e lo scambio di esperienze come fattore indispensabile per creare valore.

Nelle prossime fasi dell'evoluzione dell'industria automotive, l'innovazione, sia essa di prodotto o di processo, rappresenterà sempre di più uno spartiacque. Uno dei punti cardine di questo fenomeno è che in queste nuove sfide non si può vincere da soli. È sempre più necessario fare sinergia all'interno dell'Azienda, tra le Business Line, ma anche collaborare con i diversi attori che gravitano attorno all'impresa e con i quali l'Azienda crea valore. Questo permette di confrontarsi e di raccogliere tutti gli stimoli presenti dentro e fuori dall'Azienda, di contaminarsi con le diverse conoscenze ed esperienze, crescere secondo un approccio condiviso.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



DIPENDENTI PROTAGONISTI: IL VERO MOTORE DI MAGNETI MARELLI

Sviluppo delle persone e fiducia nell'azienda: questa è la chiave per la crescita dell'azienda.

La crescita di Magneti Marelli si fonda sulla crescita delle sue persone, e per far sì che ciò avvenga è necessario che esse possano lavorare in un ambiente di lavoro favorevole, un terreno fertile per il loro sviluppo, in cui poter alimentare il saper fare e le conoscenze, un luogo in cui poter vivere l'Azienda in maniera "attiva" e in cui potersi sentire parte di un progetto ampio. Per questo Magneti Marelli crea diverse iniziative volte al miglioramento, non solo personale, ma dell'intero sistema. Tra queste i *job opportunities*, la selezione rivolta al personale interno all'Azienda con processi di reclutamento riservati in modo specifico ai dipendenti, che rende l'organizzazione meno statica e la arricchisce di esperienze, competenze e *know-how* diversi, permettendo alle persone stesse di essere protagoniste della propria crescita professionale. Altro elemento molto importante per Magneti Marelli nella gestione delle persone è la creazione di canali di comunicazione con i propri dipendenti per dare voce alle loro opinioni e alle loro percezioni. Tra questi c'è la *Made by People Survey*, un'indagine di clima realizzata ogni due anni, con il supporto del *Great Place to Work Institute*, che rileva il sentimento di tutti i dipendenti evidenziando eventuali aree di miglioramento su cui intervenire.

L'ultima indagine, condotta nel 2015, ha riscosso una partecipazione degna dei 25 migliori ambienti di lavoro certifi-

cati *Great Place to Work* e ha restituito un indice di fiducia aumentato di 5 punti percentuale rispetto all'edizione precedente. Ma l'indagine non è fine a sé stessa: i risultati, divisi per Business Line e per area geografica, sono stati condivisi con i dipendenti, per favorire un riscontro del loro contributo di partecipazione e conoscerne l'esito. Il momento più importante, però, è quello in cui i piani di miglioramento si tradu-

DIMENSIONI



Credibility



Respect



Equity/Fairness



Pride



Camaraderie

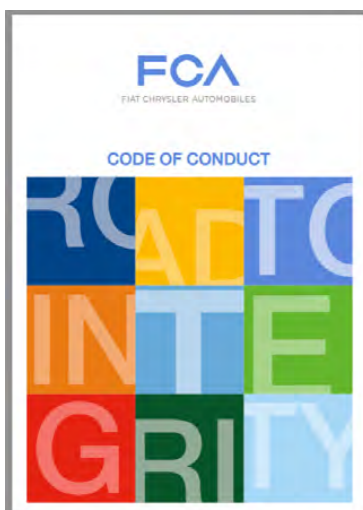
cono in azioni concrete, definite per ciascuna dimensione della survey: *Credibility, Respect, Equity and Fairness, Pride e Camaraderie*. Per individuarle, nel corso del 2016, sono stati organizzati su base volontaria 250 gruppi di lavoro locali impegnati direttamente in attività collettive. Ogni squadra ha focalizzato l'attenzione sulla realizzazione di progetti, che vanno a impattare positivamente sulle cinque dimensioni dell'indagine. Il gruppo di lavoro diventa, quindi, uno strumento per la creazione di valore aggiunto reciproco: se da un lato l'esito delle attività si concretizza nel miglioramento dell'ambiente lavorativo aziendale, dall'altro sono i collaboratori stessi a giovare della condivisione di esperienze, idee e *know-how*, che rappresentano tasselli fondamentali per la loro crescita personale. La collaborazione

©2017 Great Place to Work® Institute, Inc. All rights reserved

con colleghi stimola inoltre le persone, che si sentono parte

integrante di una squadra, che lavora in modo coordinato per un obiettivo comune e ne rafforza il senso di appartenenza aziendale.

I NOSTRI PRINCIPI



I rapporti che Magneti Marelli intrattiene con i suoi stakeholder sono regolati dal Codice di Condotta di FCA, quale quadro di riferimento per la gestione di tutte le attività svolte. Il Codice di Condotta indica i principi, le pratiche e procedure che ogni soggetto, nelle vesti di rappresentante dell'Azienda, è tenuto a rispettare.

I principi di riferimento sono:

- Tutela delle nostre Persone
- Condotta negli affari
- Gestire i rapporti con l'esterno
- Gestire le nostre risorse ed informazioni