

PUNTARE PIÙ IN ALTO

CULTURE PLAYBOOK



KONE

PER QUALE TIPO DI AZIENDA VORRESTI LAVORARE?

I NOSTRI COLLEGHI HANNO DATO VOCE AI PROPRI PENSIERI



PAGINA 10
"Dove mi sento parte di un team"
– IRATXE, Service Business Sales

FOTO DI IRATXE VICENTE



PAGINA 17
"La possibilità di intrattenere ottime conversazioni con colleghi e clienti"
– ANDREW, Marketing & Communications

FOTO DI ANDREW TODD



PAGINA 28
"Un luogo socialmente responsabile che sostiene le attività della comunità"
– JULIE, Human Resources

FOTO DI JULIE HAMMOND



PAGINA 34
"In definitiva, dipendenti felici portano a clienti soddisfatti."
– LYDIA, Communications & Training

FOTO DI LYDIA PRASAD



PAGINA 13
"Un ottimo posto di lavoro è quello in cui mi sento al sicuro e posso condividere liberamente le idee, senza limiti."
– ASTRID, KONE Way

FOTO DI ASTRID HUETING



PAGINA 35
"Creare insieme nuove storie ed esperienze"
– MANUEL, Modernization

FOTO DI MANUEL JIMENEZ

I colleghi in copertina sono Christina e Rami, fotografati in un ascensore KONE DX Class.

PUNTARE PIÙ IN ALTO

HAI APERTO LA NOSTRA GUIDA ALLA CULTURA. È UN MANUALE RICCO DI PENSIERI E IDEE SU CUI RIFLETTERE, DA CONDIVIDERE, DI CUI DISCUTERE E DA TENERE A PORTATA DI MANO. È UN INVITO A MIGLIORARE IL MODO IN CUI COLLABORIAMO COME UN UNICO TEAM KONE.

Sia che tu scelga di sfogliare una pagina alla volta o di leggerla da cima a fondo, questa guida sarà tanto più gratificante quanto più condividerai i tuoi pensieri con le persone che ti circondano. Ogni osservazione che facciamo e ogni conversazione che intratteniamo in relazione alla nostra cultura ci consente di pensare e di comportarci in modo leggermente diverso.

Questi cambiamenti graduali avvengono continuamente. Pensa a una decina di anni fa o anche solo a qualche anno fa. È facile vedere come il mondo sia cambiato e come anche i nostri modi di lavorare si siano evoluti.

La nostra cultura è creata da ciascuno di noi, da ogni azione che intraprendiamo, ogni giorno, in tutto il mondo. Si tratta delle cose che facciamo che fanno sorridere i nostri clienti e colleghi, le azioni che ispirano le persone intorno a noi e rendono il mondo un posto migliore. È integrata nel modo in cui collaboriamo, nel modo in cui vediamo il mondo e il nostro impatto su di esso, e nel modo in cui mettiamo in pratica i nostri principi e valori fondamentali.

Ecco cos'è la cultura, non è qualcosa di evanescente. La cultura è l'azione pura, il modo in cui lavoriamo e i nostri comportamenti quotidiani. La cultura è anche incredibilmente potente. Tutto il resto di un'azienda può essere copiato o cambiato, ma non la sua cultura. Una cultura può solo evolversi ed essere modellata, un passo alla volta.

Questa guida è stata creata da noi per noi. Si basa sulle nostre già solide basi culturali e mira a una visione condivisa di ciò che aspiriamo a diventare.

Non ti resta che andare avanti. Volta la pagina e iniziamo il viaggio!



UN MONDO IN MOVIMENTO	4
LE COSE MIGLIORI ACCADONO QUANDO TUTTI SONO COINVOLTI	10
PENSIERO E IMMEDESIMAZIONE (OUTSIDE-IN)	16
SCEGLIERE LA SOSTENIBILITÀ OGNI GIORNO	24
COSA DA VALORE AL LAVORO?	34

UN MONDO IN MOVIMENTO

URBANIZZAZIONE, SOSTENIBILITÀ E TECNOLOGIA SONO MEGATREND CHE OGGI STANNO INEVITABILMENTE DEFINENDO IL NOSTRO MONDO FUTURO.

Questi megatrend non solo hanno un impatto sulle economie, gli affari e la società, ma modellano anche il nostro lavoro quotidiano e la nostra vita personale.

Più di 200.000 persone si trasferiscono ogni giorno nelle aree urbane, rendendo l'urbanizzazione una delle più importanti tendenze globali alla base della crescita di KONE.

Possiamo migliorare la qualità della vita nelle città integrando la sostenibilità in tutto ciò che facciamo. Rimanendo in prima linea nell'ambito dei progressi digitali, possiamo contribuire in modo attivo alla creazione delle soluzioni migliori per le città.

L'urbanizzazione continua a essere per noi il fattore di crescita più significativo. Il mondo continuerà a urbanizzarsi, ma lo scenario e le opportunità che ne derivano stanno cambiando. Anche il nostro modo di vivere, di lavorare e di spostarci continuerà a trasformarsi.

La sostenibilità, volta a soddisfare le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze, è sempre stata importante per KONE. Lavoriamo con impegno ogni giorno per raggiungere il nostro obiettivo strategico per diventare leader in tutti gli aspetti della sostenibilità: ambientale, sociale ed economica.

Tecnologia: lo sviluppo tecnologico accelererà. Possiamo sfruttare la tecnologia per offrire ai clienti di KONE nuove soluzioni e maggiore valore. La tecnologia consente inoltre di utilizzare procedure di lavoro più intelligenti per i dipendenti KONE.

Queste osservazioni dei colleghi sono delle istantanee che mostrano come i megatrend influenzano il modo in cui viviamo e lavoriamo oggi:



CINA "Per me è importante avere familiarità con la tecnologia, non solo per la vita quotidiana, ma anche per il lavoro e il miglioramento continuo. Molte nuove idee tecnologiche per il lavoro sono ispirate dagli scenari di vita reale."*

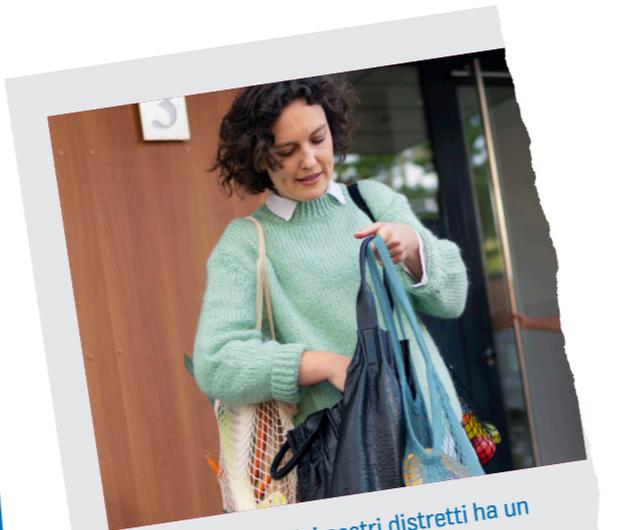


USA "L'urbanizzazione dell'area Dallas-Fort Worth sta cambiando il modo di vivere e di lavorare delle persone. Lo vediamo quotidianamente, nelle nuove strade in costruzione, nelle scuole in costruzione e nelle aziende che si sono trasferite. La crescita ha portato nuove industrie, attirando i migliori talenti da tutto il paese. L'urbanizzazione ha consentito alle persone di vivere, lavorare e socializzare in un'unica area, offrendo più scelte su come vivere."*

"L'urbanizzazione offre più scelte su come vivere."



INDIA "Gli ambienti di apprendimento virtuale e l'apprendimento a distanza sono ormai ampiamente disponibili e abbiamo la possibilità di utilizzare i pagamenti digitali per quasi tutto, sia per le app di ride-hailing che per pagare la cena"*



SPAGNA "Ognuno dei nostri distretti ha un punto di raccolta dove possiamo portare diversi tipi di rifiuti sette giorni su sette. È possibile donare mobili, giocattoli, libri e altri oggetti in modo che chiunque possa dare una seconda vita ai beni che non usa più."*

QUIZ A SORPRESA SUI MEGATREND

1. Quale percentuale della popolazione globale vivrà nelle città entro il 2030?
2. Quante persone utilizzeranno i social media nel 2025?
3. Quale sarà l'età mediana globale nel 2030?

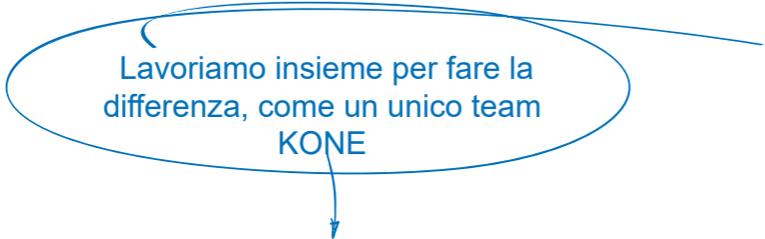
*Commenti dei dipendenti KONE novembre 2021

RISPOSTE AL QUIZ A SORPRESA:
60% (Fonte: UN World Cities Report 2020)
Quasi 4,41 miliardi (Fonte: Statista)
38 anni (Fonte: Statista)

VIAGGIO NELLA CULTURA KONE

LA NOSTRA CULTURA È COSTITUITA DA INGREDIENTI DIVERSI, PERTANTO È UTILE VISUALIZZARLI IN UN'UNICA PAGINA!

Questa è la nostra dichiarazione sulla cultura



<p>La sicurezza è la nostra massima priorità</p> <p>Progettiamo i nostri prodotti e processi per ottenere le migliori prestazioni in termini di sicurezza. Lavoriamo in sicurezza, ci prendiamo cura degli altri e incoraggiamo attivamente procedure sicure.</p>	<p>Ognuno ha un ruolo da svolgere nell'ambito della qualità</p> <p>Pensiamo e agiamo in modo proattivo durante tutto il percorso del cliente e il ciclo di vita della soluzione. La cultura orientata all'efficienza e al miglioramento continuo ci rende la scelta prioritaria per i nostri clienti e crea un'esperienza utente ottimale.</p>	<p>Scegliamo la sostenibilità ogni giorno</p> <p>Siamo equi e inclusivi. Ci impegnamo a operare a zero emissioni. Apriamo la strada con le soluzioni e i servizi più sostenibili per una società migliore.</p>	
<p>CURA</p>	<p>CLIENTE</p>	<p>COLLABORAZIONE</p>	<p>CORAGGIO</p>

<p>Ci prendiamo cura degli altri</p> <p>Adottando la diversità e l'inclusione</p> <p>Mostrando empatia</p> <p>Prendendoci cura delle città e dell'ambiente</p>	<p>Ci impegniamo per il successo dei nostri clienti</p> <p>Dimostrando curiosità verso il mondo che ci circonda</p> <p>Concentrandoci sull'esperienza dell'utente finale</p> <p>Lavorando con una mentalità orientata al servizio</p>	<p>Collaboriamo come un unico team</p> <p>Ascoltando per imparare</p> <p>Creando in collaborazione con i nostri clienti e partner</p> <p>Celebrando insieme i nostri successi</p>	<p>Lavoriamo con coraggio</p> <p>Puntando sempre più in alto</p> <p>Mantenendo e superando le nostre promesse</p> <p>Innovando e spingendo il settore</p>
---	--	--	--

La nostra cultura, creata sui nostri principi e valori fondamentali, è alla base di tutto ciò che facciamo.

La nostra missione di **migliorare il flusso della vita urbana** è lo scopo che ispira ogni nostra mossa.

QUALI SONO GLI ELEMENTI ALLA BASE DELLA NOSTRA LEADRSHIP?

IN CHE MODO APRIAMO LA STRADA IN KONE?



PREPARARE LA SCENA PER IL FUTURO

Ci ritagliamo del tempo, nonostante i tanti impegni, per curare il nostro sviluppo e quello degli altri. Pensiamo continuamente a modi per imparare e migliorare. Facciamo domande aperte e non diamo mai niente per scontato. Quando prendiamo delle decisioni, pensiamo al loro impatto a lungo termine.



CREARE UN SENSO DI RESPONSABILITÀ E DI APPARTENENZA

Apprezziamo la diversità nei team. Promuoviamo un ambiente inclusivo in cui ognuno può essere se stesso in modo autentico. Ci assicuriamo di avere sempre un luogo di lavoro sicuro. Condividiamo, ascoltiamo e discutiamo apertamente tutte le idee.



VALORIZZIAMO LE PERSONE

Abbiamo fissato l'asticella in alto e confidiamo che i nostri colleghi facciano uno sforzo ulteriore quando è necessario. Non abbiamo paura di ammettere quando non sappiamo qualcosa e deleghiamo le attività per consentire agli altri di crescere. Celebriamo insieme i nostri successi apertamente.

PUOI TRADURLO IN NUMERI?

KONE conta oltre 60.000 dipendenti in tutto il mondo, che rappresentano circa 150 nazionalità.¹ Lavoriamo ogni giorno con i clienti, tra cui costruttori, proprietari di edifici, responsabili di strutture e progettisti, nonché architetti, autorità e consulenti.

6.700.000.000

Si stima che nel 2050 la popolazione urbana nel mondo sarà costituita da 6,7 miliardi di persone². Con la crescita delle città, contribuiamo a migliorare il flusso della vita urbana con le nostre soluzioni intelligenti e sostenibili.



Siamo presenti in più di 60 paesi, con una forte presenza in Asia orientale

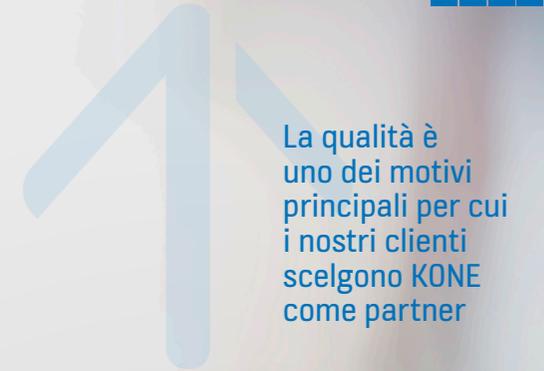
Per definire la nostra cultura, 25.370 colleghi hanno risposto alla domanda: Che tipo di cultura, valori e modi di lavorare vorresti che costruissimo insieme per KONE? (hanno risposto nel 2020 alla domanda). Oltre il 65% delle risposte proveniva dalle operazioni.

Nel 2020 i dipendenti hanno presentato ~2.300 innovazioni tramite lo strumento KONE Idea Flow.

Introdotta per aiutare i dipendenti KONE a diventare innovatori, lo strumento offre un modo per trasformare le idee brillanti in realtà commerciale.

KONE collabora quotidianamente con

>550.000 CLIENTI



LA SICUREZZA È LA NOSTRA MASSIMA PRIORITÀ

Per aumentare la consapevolezza e rafforzare ulteriormente la cultura della sicurezza, dal 2012 KONE organizza ogni anno una settimana globale della sicurezza.

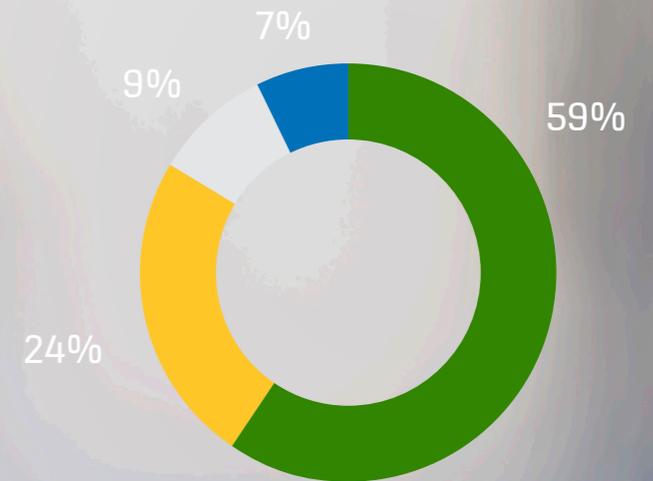
Il numero di incidenti che causano infortuni che si verificano per milione di ore di lavoro in KONE è diminuito significativamente nel corso degli anni.



OLTRE LA METÀ DEI NOSTRI COLLEGHI È SUL CAMPO OGNI GIORNO

Dipendenti per categoria di lavoro, 2020

- Manutenzione e modernizzazione
- Nuovi impianti, vendite e installazioni
- Amministrazione, IT e Ricerca e sviluppo
- Produzione



Sono stati raccolti >35.000 commenti dei dipendenti KONE a livello globale dalle discussioni online e dai sondaggi tra i dipendenti. Questi sono stati analizzati e presi in considerazione per aggiornare i valori di KONE nel 2020.

83%

Nel 2020 per l'83% delle assunzioni esterne in posizioni di leadership sono stati selezionati candidati del paese.

¹ Nel 2021

² Nazioni Unite 2018

LE COSE MIGLIORI ACCADONO QUANDO TUTTI SONO COINVOLTI

La ricerca sulla cultura di KONE ha evidenziato che alcune delle abitudini e dei comportamenti che supportano il senso di coinvolgimento dei collaboratori sono l'apertura e la fiducia, incoraggiando il concetto di responsabilità personale e l'innovazione guidata dai dipendenti. Come metti in pratica questi comportamenti nel lavoro quotidiano?

Porre domande aperte è un modo semplice e sicuro per cercare di ricevere feedback e ispirare gli altri a condividere i propri pensieri e le proprie idee. Essendo noi stessi disponibili, invitiamo gli altri ad essere altrettanto aperti e fiduciosi.

Acquisiamo la fiducia necessaria per assumerci la responsabilità e mostrare iniziativa quando sappiamo di poterlo fare. Supportando gli altri, li incoraggiamo a sperimentare e provare cose nuove.

Le idee eccellenti scaturiscono quando ci sforziamo di coinvolgerci a vicenda, condividere i nostri approcci, discutere e imparare dai nostri errori.

↑ **35%**
ENTRO IL
2030

KONE HA PRESO L'IMPIEGNO DI AUMENTARE ENTRO IL 2030 LA PERCENTUALE DI DONNE CON IL RUOLO DI DIRETTORE

➔ IN QUESTO CAPITOLO VERRÀ ILLUSTRATO COME RAFFORZARE LE PRATICHE CHE CI AIUTANO A LAVORARE MEGLIO INSIEME.

QUANDO TI SENTI INCLUSO

IL TUO CORPO RILASCI
ENDORFINE

SEI A TUO AGIO,
CONSAPEVOLE
CHE GLI ALTRI TI
SUPPORTANO

CONSIDERI GLI
INCONVENIENTI
LEZIONI APPRESE

TI SENTI
SOLLEVATO



FOTO DI DANITA VICENTE MAYORAL

LE NOSTRE DIFFERENZE SONO I NOSTRI PUNTI DI FORZA

Ognuno di noi ha caratteristiche uniche, come personalità, aspetto, capacità, background ed esperienze, ed è esattamente così che deve essere. Sono le nostre diverse prospettive che ci consentono di promuovere l'innovazione, di creare la migliore esperienza People Flow e di costruire città migliori e più sostenibili.

➔ Danita Vicente, Talent Management & Learning, KONE Americas, racconta la sua esperienza:

"Quando sono stata alle riunioni di progettazione iniziali per un progetto globale in Finlandia, ho esposto idee chiare su come avremmo dovuto organizzare il sistema in base alle mie esperienze. Tuttavia, dopo aver appreso le complessità che il sistema avrebbe comportato per la nostra organizzazione e aver ascoltato i punti di vista degli altri, ho cambiato completamente opinione. Essere presente mi ha consentito di spiegare con sicurezza i motivi agli altri e di aiutarli a comprendere perché sono state prese determinate decisioni."

SIAMO TUTTI ESPERTI NEL NOSTRO LAVORO

QUESTI COLLEGGI CI FANNO CONOSCERE LE QUALITÀ CHE LI RENDONO UNICI. QUALI SONO LE TUE DOTI DISTINTIVE?



FOTO DI MATHILDA CHUA

"Tratto le persone alla pari e sono aperta ai commenti di tutti. Questa è una capacità unica che mi aiuta a relazionarmi con i colleghi, che spesso mi dicono che sono capace di trasformare in parole i loro pensieri."

Mathilda, Singapore



FOTO DI MOHAMMED AYAZ

"I miei colleghi si rivolgono a me in cerca di soluzioni, poiché spesso trovo il lato positivo delle cose. Mi avvalgo delle mie competenze ed esperienze uniche per supportarli e crescere insieme."

Mohammed, Emirati Arabi Uniti



FOTO DI ALJA LEPISTÖ

"Credo che l'essere per metà finlandese e per metà svizzera mi abbia fatto apprezzare punti di vista diversi, essere empatica e resiliente. Traggo facilmente ispirazione e sono alla costante ricerca di modi per migliorare le cose."

Alja, Finlandia



"L'innovazione è uno sport di squadra, con persone che lavorano insieme. Dare valore alle nuove idee e sperimentarle è fondamentale per innovare. **Se non corriamo rischi talvolta, l'innovazione sarà comunque un'eccezione e non la regola.** Rimanere curiosi, imparare dagli altri e chiedere "perché" più spesso sono semplici azioni che tutti possiamo praticare e che possono portare ad azioni più grandi."

Maciej Cracovia, EVP, Chief Technology Officer presso KONE

SUGGERIMENTO UTILE
Sii interessato,
non interessante.

CHE NE DICI DI...
... fare una domanda aperta?
Il modo in cui poniamo le domande può fare la differenza in una conversazione.

Anche se le domande chiuse possono essere utili per controllare i fatti, le domande aperte sono più efficaci per raccogliere e condividere le informazioni.



MODI PER COINVOLGERE I COLLEGGI E RELAZIONARSI CON LORO:

- "Essere onesti e rispettosi dimostrando genuina curiosità"
- "Semplicemente ascoltando"
- "Chiedete le opinioni degli altri"
- "Dialogo e discussioni"
- "Tenere incontri regolari"

DISCUSSIONI ONLINE SUL PERCORSO DELLA CULTURA DI KONE, NOVEMBRE 2021

DI SEGUITO SONO RIPORTATI ALCUNI ESEMPI

La riunione è stata proficua?

DOMANDA CHIUSA

Che cosa hai imparato durante la riunione?

DOMANDA APERTA

MOMENTI IMPORTANTI

- Pensa e rifletti su un momento in cui ti sei sentito valorizzato e compreso al lavoro.
- Riesci a ricordare una situazione in cui avresti potuto fare di più per far sentire qualcuno partecipe? Che cosa potresti fare per spronare gli altri?



PERCHÉ NON PROVARE...

- ... a invitare un collega di un altro team o funzione a pranzare o a prendere un caffè insieme? Non sai mai quali idee potrebbero scaturire dalla conversazione.
- ... ad assicurarti che tutti abbiano l'opportunità di parlare? Dedica un momento a considerare i diversi punti di vista che le persone condividono nelle riunioni e cerca di saperne di più.

CREATIVITÀ
cre|a|ti|vi|tà sostantivo
l'uso di immaginazione o idee originali per creare qualcosa.

Quando è stata l'ultima volta che ti sei preso una pausa, hai pensato liberamente e lasciato la mente libera di vagare?
Dove o quando riesci a riflettere al meglio? Mentre ti rechi al lavoro? Mentre leggi?

QUANDO L'INCLUSIONE È RECIPROCA, TUTTI NE BENEFICIANO

All'incontro con i clienti, arriviamo sempre preparati. Tuttavia, ciò non significa accorciare i tempi dell'incontro. Al contrario. Quando incontriamo i clienti, non possiamo dare nulla per scontato. Possiamo anche conoscerli bene, ma le loro priorità e i loro punti deboli possono ancora sorprenderci.

Ecco perché iniziamo sempre incoraggiando i clienti a raccontarci come sta andando la loro attività e quali sono le loro priorità e gli obiettivi. Questa semplice pratica fornisce due risultati eccezionali.

In primo luogo, ci aiuta a costruire un ponte tra le priorità del cliente e i modi in cui KONE può supportarle. Questo non solo dimostra che abbiamo ascoltato, ma è anche fondamentale per offrire più velocemente le soluzioni ideali. Quindi sì, arriviamo all'incontro preparati, ma lo scopo della conversazione è trovare insieme le soluzioni giuste, non presentare un'idea e svanire.

In secondo luogo, aiuta a consolidare tutte le parti come un unico team che si concentra sulla soluzione a sfide condivise e sulla ricerca di opportunità condivise. È così che costruiamo un rapporto con i nostri clienti orientato verso un successo sostenibile.

Un'abitudine per me utile durante gli incontri è prendere appunti. Invece di pensare a cosa dire dopo, mi concentro sull'ascolto.

Il bello di lavorare a stretto contatto con i clienti è che non sai mai in anticipo cosa si può ottenere insieme.

Anna Tiri, Unit Maintenance Director,
KONE Elevators Finlandia e paesi baltici



FOTO DI ANNA TIRI

"Inizia sempre incoraggiando i clienti a condividere come sta andando la loro attività e quali sono le loro priorità e gli obiettivi."

QUAL È LA TUA IDEA DI MIGLIOR LUOGO DI LAVORO?



E QUAL È IL RUOLO CHE PENSI DI RICOPRIRE NEL CREARLO?

ECCO ALCUNI PENSIERI



"Un luogo dove le persone hanno un atteggiamento positivo, si preoccupano e si supportano a vicenda."

"Dove personalità e stili di lavoro diversi sono benvenuti."

"Dove non abbiamo più silos e possiamo lavorare su progetti in base ai nostri interessi, alle nostre competenze e motivazioni."

"Dove si è liberi di innovare, apprendere nuove competenze e allargare i confini."

DISCUSSIONI ONLINE SUL
PERCORSO DELLA CULTURA DI KONE,
NOVEMBRE 2021



PENSARE E OSSERVARE IMMEDESIMANDOSI (OUTSIDE-IN THINKING)

LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE È UNA PARTE ESSENZIALE DELLA NOSTRA CULTURA. TUTTAVIA, PER SERVIRE AL MEGLIO I NOSTRI CLIENTI E CREARE VALORE PER GLI UTENTI FINALI, OSSERVIAMO LA SITUAZIONE DA UNA PROSPETTIVA ANCORA PIÙ AMPIA.

Di cosa sono esattamente al centro i nostri clienti? Sicuramente, non solo della nostra attenzione. Ciò che li circonda sono ambienti urbani pieni di persone, traffico, suoni, odori, diverse esigenze degli utenti finali e opportunità di muoversi più velocemente. È un mondo in cui le tendenze, le tecnologie e i servizi si sviluppano a velocità impressionanti.

La curiosità verso i nostri clienti e il mondo che li circonda è l'essenza dell'approccio outside-in thinking (immedesimazione). Adottare questo approccio significa anche adottare una visione esterna dei nostri prodotti e servizi.

Quando osserviamo noi stessi dalla prospettiva più ampia del mondo che ci circonda, siamo al passo con ciò che succede? Ma soprattutto, quali interessanti prospettive potrebbe offrirci un punto di vista più ampio come azienda? Cos'altro potremmo fare per migliorare ulteriormente il flusso della vita urbana?

Possiamo rispondere a queste domande solo avvicinandoci al mondo con una mente aperta, ascoltando attentamente, senza mai dare nulla per scontato.

Siamo tutti in grado di usare un approccio outside-in. Parlando con persone diverse, esplorando concetti diversi e seguendo i vari media, acquisiamo idee che non avremmo mai potuto trovare da soli.

L'EMPATIA POTREBBE ESSERE IL SUPERPOTERE PIÙ IMPORTANTE IN FUTURO?



L'ARTE DELL'ASCOLTO

Per poter ascoltare apertamente ciò che accade intorno a noi, è necessario innanzitutto mettere da parte le nostre ipotesi. Abbiamo tutti dei pregiudizi che influenzano quotidianamente il nostro pensiero. Alcuni studi indicano che vi sono più di 200 diversi pregiudizi cognitivi che possono offuscare la nostra capacità di vedere e sentire i punti di vista degli altri. Sebbene questi pregiudizi ci aiutino a prendere decisioni rapide e a risparmiare energia, possono anche trarci in inganno.

➔ La verità è che non osserviamo la realtà come è, ma come la percepiamo.

Comprendere e accettare che il nostro pensiero è sempre imperfetto può stimolarci a porre domande più aperte e portarci a nuove scoperte. Può inoltre aiutarci a considerare le opinioni degli altri e a prendere decisioni migliori. Quando diventiamo più consapevoli dei nostri pregiudizi, impariamo a immedesimarci (outside-in).

➔ Quali lenti applicano gli altri quando osservano il mondo? Cosa è importante per loro?

Immedesimarsi (approccio outside-in) e ascoltare apertamente ci aiuterà a scoprire una base in comune e, in ultima analisi, a ottenere risultati migliori.

Prima di incontrare qualcuno, scrivi le tue ipotesi su un foglio. Prova quindi ad abbandonare tali supposizioni e ascoltare veramente. Potresti restare sorpreso.

SPIEGAZIONE DEL CONCETTO DI OUTSIDE-IN THINKING (IMMEDESIMAZIONE)



APPROCCIO INSIDE-OUT



e APPROCCIO OUTSIDE-IN (IMMEDESIMAZIONE)

➔ IN QUESTO CAPITOLO VENGONO ILLUSTRATI ALCUNI DEI COMPORTAMENTI E DELLE PRATICHE CHE CI PERMETTONO DI ESPANDERE LE NOSTRE PROSPETTIVE E DI IMMEDESIMARCI (APPROCCIO OUTSIDE-IN).

SCOPRIAMO LE TANTE OPPORTUNITÀ CHE ABBIAMO PER FARE LA DIFFERENZA



"La capacità di ascoltare è una delle caratteristiche più importanti necessarie nel mio lavoro", afferma il progettista dell'illuminazione Jukka Korpihete.

"Ci avvaliamo di team che interpellano costantemente gli utenti per scoprire cosa vogliono e di cosa hanno bisogno. È necessario tenere gli occhi e il cuore aperti ed essere sempre pronti a imparare qualcosa di nuovo", afferma.



Jesus González, tecnico manutentore spagnolo, illustra in che modo spiega ai clienti i 24/7 Connected Services di KONE: "Sono io a occuparmi degli interventi di assistenza mensili, ma il sistema controlla l'ascensore ininterrottamente ed esegue analisi, verificando che funzioni correttamente notte e giorno. Oggi è possibile analizzare i dati provenienti da oltre 200 parametri. Il sistema è in grado di monitorare azioni come il comportamento di apertura e chiusura delle porte, la posizione e il movimento nel vano di corsa dell'ascensore, le statistiche di utilizzo, la precisione di arresto, il chilometraggio e il tempo di corsa."



"Sugli ascensori è già presente il Braille accanto ai pulsanti, ma pochissime persone non vedenti lo leggono", afferma Ilkka Pirttimaa, CEO di MIPSsoft, l'azienda dietro a BlindSquare, un'app di navigazione per persone non vedenti o ipovedenti. Per chi ha perso la vista, l'app cambia la vita. "L'app vocale permette all'utente di chiamare un ascensore e andare direttamente al piano richiesto grazie alle indicazioni della guida", afferma Pirttimaa.



Miguel Falcao Fernandes, architetto di Aedas a Singapore, spiega come gli strumenti digitali, come KONE Elevator Planner, aiutano i professionisti della progettazione a pianificare le migliori soluzioni possibili per il flusso delle persone con il minimo sforzo: "Con gli strumenti di pianificazione di KONE, abbiamo una visione chiara già nella fase iniziale. Inseriamo semplicemente i parametri e otteniamo accesso immediato a dati preziosi nelle fasi iniziali del concetto."

Ulteriori informazioni su tutte queste storie sono disponibili all'indirizzo www.kone.com

ASCOLTARE PER APPRENDERE

Iscriviti e ascolta The Flow of Urban Life, un podcast di KONE che esplora come l'urbanizzazione e la digitalizzazione stanno trasformando il modo in cui viviamo, lavoriamo e ci muoviamo nelle città.

Visita KONE.com e segui KONE sui social media per trarre ispirazione e per unirti alle conversazioni su un'ampia gamma di argomenti, dagli edifici intelligenti alla collaborazione, fino alla produttività e al benessere.



Per rimanere al corrente delle attività recenti nella tua zona, considera la possibilità di seguire i comunicati stampa e i post della tua città o comunità locale sui social media.

Inoltre, scopri che tipo di azioni e obiettivi la tua città si è posta in termini di sostenibilità.

APPROCCIO OUTSIDE-IN

METTITI NEI LORO PANNI

- ESERCIZIO

PER RIUSCIRE A CREARE VALORE PER I CLIENTI, DOBBIAMO COMPRENDERE COSA CONTA PER LORO.

In KONE lavoriamo con una vasta gamma di clienti che hanno esigenze e aspettative diverse.

Teniamo sempre in considerazione sicurezza, qualità e sostenibilità e collaboriamo con i nostri clienti e partner per salvaguardare questi aspetti.

A cos'altro sono in genere interessati i nostri clienti?

Ecco un esercizio per aiutarti a scoprire quanto conosci i diversi tipi di clienti che serviamo.

Abbina questi otto diversi tipi di clienti alle loro probabili esigenze e aspettative.

Riempi le caselle sui post-it gialli con la lettera che corrisponde alla serie di richieste per quel tipo di cliente.

In fondo alla pagina sono riportate le risposte più comuni.

- A**
- Differenziazione, miglioramento del flusso di persone e dell'esperienza dell'utente
 - Proprietà e investimento interessanti (valore del ciclo di vita)
 - Ottimizzazione dei costi e gestione dei rischi
 - Riduzione dell'impatto ambientale

- B**
- Buona reputazione e elevata soddisfazione dei clienti
 - Opzioni della soluzione e dettagli tecnici
 - Ottimizzazione di costi e valore del ciclo di vita
 - Informazioni su legislazione, sicurezza, sostenibilità, manutenzione

- C**
- Aumento dell'attrattiva dell'edificio
 - Aumento del valore del ciclo di vita della proprietà
 - Flusso di persone ottimizzato
 - Accessibilità ed esperienza utente

- D**
- Funzionamento e manutenzione affidabili
 - Accessibilità ed esperienza utente
 - Miglioramento dell'attrattiva e del valore del ciclo di vita dell'edificio
 - Aumento del valore del ciclo di vita della proprietà

- E**
- Affidabilità e flusso di informazioni
 - Accessibilità ed esperienza utente

- F**
- Costo totale di proprietà
 - Manutenzione e modernizzazioni affidabili
 - Prevedibilità
 - Miglioramento del processo di lavoro

- G**
- Soluzione che risponde alle esigenze ed è adatta allo scopo
 - Gestione dei rischi
 - Ottimizzazione dei costi
 - Processo di installazione senza problem

- H**
- Flessibilità di progettazione e processo di progettazione facile
 - Progettazione funzionale ed edificio attraente
 - Riduzione dell'impatto ambientale
 - Flusso di persone ottimizzato
 - Migliore accessibilità ed esperienza dell'utente

AMMINISTRATORE
E UTENTE

CO-OPERATIVA
EDILIZIA

FACILITY
MANAGER

PROPRIETARIO

IMPRENDITORE
EDILE

CONSULENTE

SVILUPPATORE

ARCHITETTO

RISPOSTE:
 LOCALITARIO E UTENTE FINALE = E
 IMPRENDITORE EDILE = G
 CO-OPERATIVA EDILIZIA = D
 CONSULENTE = B
 ARCHITETTO = H
 RESPONSABILE DELLA
 STRUTTURA = F
 SVILUPPATORE = A
 PROPRIETARIO = C

VEDERE AL MEGLIO IL MONDO VA OLTRE I CLIENTI

ECCO ALCUNI ESEMPI DI COSA SIGNIFICA OUTSIDE-IN THINKING (IMMEDESIMARSI) PER I COLLEGHI KONE IN TUTTO IL MONDO:

"Si tratta di pensare da punti di vista diversi, non solo quelli dei clienti, ma anche dei partner, dei colleghi e degli ecosistemi di cui facciamo parte."
- Maelle, Francia



FOTO DI MAELLE PERNELLE

"Imparare dall'ambiente che ti circonda, in che modo l'innovazione avviene nel mercato e come le scelte dei clienti cambiano in tempo reale."
- V Premkumar, India



FOTO DI V PREMKUMAR

"Prendere in considerazione gli input provenienti dall'esterno della nostra azienda, ascoltare e assorbire."
- Aleksandar, Serbia



FOTO DI ALEKSANDAR KNEŽEVIĆ

E secondo te? Qual è la tua visione dell'outside-in thinking (immedesimazione)? In che modo influenza il tuo modo di lavorare?

"Impegnarsi continuamente con le parti esterne per imparare e continuare a sviluppare le nostre competenze attraverso la formazione, la lettura e l'ascolto esterni."
- Maria, Finlandia

"Si tratta di un impegno nel comprendere e adattare la nostra attività in base a fattori esterni."
- Tom, Regno Unito



FOTO DI TOM WAVRE

"È comprendere che abbiamo bisogno di una rete di partner intorno a noi."
- Rita, Singapore



FOTO DI RITA MALLIUS



FOTO DI MARIA SUORSA

PENSARE FUORI DAGLI SCHEMI
Con chi lavori per rendere le città posti migliori in cui vivere?
Di quali tipi di collaborazione avremo bisogno in futuro per dare forma a città migliori, e con chi?

NON DIMENTICARE DI ESPLORARE LE PIATTAFORME DI APPRENDIMENTO DISPONIBILI PER I DIPENDENTI KONE SULLA NOSTRA RETE INTRANET.



SUGGERIMENTO UTILE
Le università aperte in tutto il mondo offrono decine di migliaia di corsi gratuiti per l'apprendimento flessibile e a distanza ogni anno.

DA DOVE TRAI ISPIRAZIONE E COME LA CONDIVIDI CON I TUOI COLLEGHI?

SCEGLIERE LA SOSTENIBILITÀ OGNI GIORNO

LA NOSTRA AMBIZIONE È DI ESSERE LEADER IN TUTTI GLI ASPETTI DELLA SOSTENIBILITÀ.

Includere la sostenibilità tra i nostri principi culturali fondamentali significa fare scelte consapevoli che tutelano l'ambiente, la diversità e l'inclusione, l'etica e l'integrità in tutto ciò che facciamo. Queste scelte permettono la transizione verso società sostenibili, circolari e a zero emissioni.

Ci siamo dedicati alla creazione di ambienti urbani migliori per tutti, coinvolgendo clienti, fornitori e partner in relazione alle azioni per il clima e l'ambiente.

La diversità e l'inclusione sono alla base della nostra cultura e dei nostri valori. Crediamo che l'innovazione cresca che le comunità di lavoro prosperino quando valorizziamo le persone per quello che sono veramente. Questo è il motivo per cui ci impegniamo coscientemente per l'equità e le pari opportunità.

Siamo orgogliosi di condurre le nostre attività in modo responsabile e di fare la cosa giusta.

Possiamo tutti contribuire alla sostenibilità attraverso le nostre azioni quotidiane, ad esempio sensibilizzando su una questione ambientale, aumentando la consapevolezza delle nostre opinioni preconcepite e conoscendo meglio il Codice di condotta KONE.*

In che modo, puoi contribuire agli sforzi in materia di sostenibilità?

➔ **ESPLORIAMO I COMPORTAMENTI CHE CI AIUTANO A FAR PROGREDIRE LA SOSTENIBILITÀ.**

* Ulteriori informazioni a pagina 29.



UNA PRIORITÀ GLOBALE

È giusto sentirsi frustrati per la lentezza con cui il mondo sta agendo per affrontare le questioni sociali e il cambiamento climatico. Lo siamo tutti. Tuttavia, il cambiamento è in corso. Man mano che vengono messe in atto più strutture politiche e normative per la sostenibilità, anche le grandi istituzioni finanziarie si stanno allineando. In altre parole, le regole delle nostre economie e le relazioni commerciali sono già state riscritte. Essere in grado di mostrare attenzione verso le questioni ambientali e sociali sta diventando sempre più cruciale.

➔ **Non ci possono essere attività non sostenibili.**

Come leader nel settore, scegliamo di andare oltre e di essere tra i protagonisti che fanno la propria parte nel promuovere la trasformazione anziché limitarsi ad adempiere agli obblighi. Il modo in cui trattiamo le persone, ci occupiamo dell'ambiente e conduciamo le nostre attività in definitiva è importante per le attività dei nostri clienti e anche per i nostri utenti finali. Se, come dicono alcuni, la sostenibilità è un puzzle, assicuriamoci che il nostro sia il tassello più forte possibile.

AIUTARE LE CITTÀ A CRESCERE IN MODO SOSTENIBILE

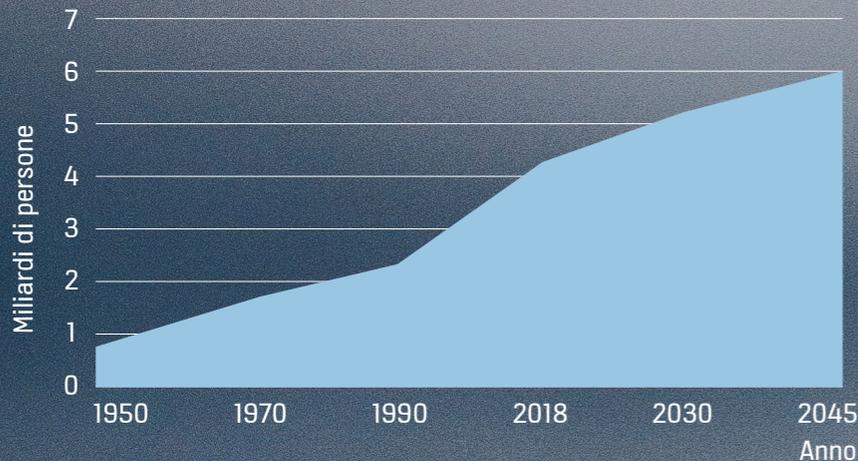
KONE si pone l'obiettivo di essere leader in materia di sostenibilità nel proprio settore e non solo. Per contribuire a creare ambienti urbani migliori, collaboriamo con i nostri clienti per tutto il ciclo di vita dei loro edifici. In questo modo, li aiutiamo anche a raggiungere gli obiettivi di sostenibilità.

Con l'aumentare delle temperature globali, che innescano a cascata una serie di conseguenze, è sempre più necessario comprendere in che modo le città possono essere parte della soluzione, per mitigare e adattarsi a questi cambiamenti.

Lo sapevate che la promessa di KONE per il clima nel 2020 è stata la più ambiziosa del settore?

6 MILIARDI

Si stima che entro il 2045 il numero di persone che vivono nelle città sarà di 6 miliardi.



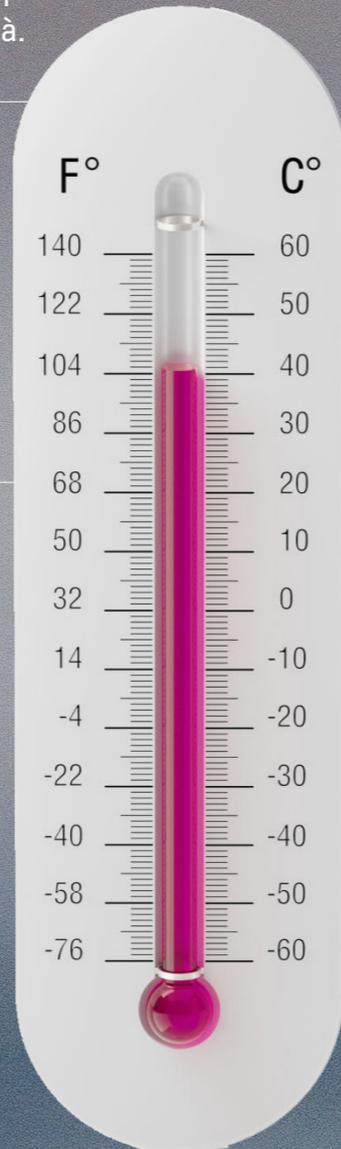
40% ↓

SIAMO IMPEGNATI NELL'INIZIATIVA SCIENCE BASED TARGETS (SBTI)¹: Uno dei nostri obiettivi principali è quello di ridurre del 40% le emissioni di gas serra correlate ai prodotti rispetto al riferimento del 2018 entro il 2030. Le azioni che intraprenderemo per raggiungere questo obiettivo aiuteranno i nostri clienti a ridurre le proprie emissioni di carbonio e a contribuire a catene di fornitura più sostenibili. Un altro obiettivo è quello di ridurre le emissioni assolute nelle nostre operazioni del 50% dal 2018 al 2030.

CI IMPEGNIAMO AD AVERE OPERAZIONI A ZERO EMISSIONI DI CARBONIO ENTRO IL 2030.

¹ Gli obiettivi basati sulla scienza forniscono alle aziende un percorso chiaramente definito per ridurre le emissioni in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi. Molte aziende in tutto il mondo stanno già lavorando con l'iniziativa Science Based Targets (SBTi). Ulteriori informazioni sono disponibili all'indirizzo <https://sciencebasedtargets.org/>

Per illustrare l'impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita delle nostre soluzioni, pubblicheremo le Dichiarazioni sull'impatto ambientale dei prodotti (EPD, Environmental Product Declarations). Inoltre, divulgheremo le Dichiarazioni sull'impatto su salute e benessere dei prodotti (HPD, Health Product Declarations) per comunicare il contenuto dei materiali e i relativi effetti sulla salute dei nostri prodotti, rispondendo a una crescente esigenza di ambienti abitativi più salutarì. Ulteriori informazioni sono disponibili all'indirizzo <https://www.kone.com/en/products-and-services/green-building/lifecycle-impact-assessments/>



COME UN UNICO TEAM KONE, FACCIAMO LA DIFFERENZA NELLA CREAZIONE DI CITTÀ SOSTENIBILI

FORNIAMO L'OFFERTA PIÙ SOSTENIBILE.

Sapevi che KONE supporta la bioedilizia attraverso un'offerta innovativa ed efficiente dal punto di vista energetico e materiali sani, funzionali e sostenibili? Forniamo anche documentazione trasparente sull'impatto ambientale dei nostri prodotti.

CONTRIBUIAMO A CREARE UN FUTURO PIÙ SOSTENIBILE

Hai letto dei modi in cui ci impegniamo per operazioni a zero emissioni?

VALORIZZIAMO I NOSTRI DIPENDENTI E ATTRAIAMO I MIGLIORI TALENTI

Sapevi che KONE applica pratiche eque nel processo di selezione e consente percorsi professionali unici grazie a contratti flessibili e sostenendo un sano equilibrio tra lavoro e vita privata?

OFFRIAMO AI NOSTRI PARTNER LA POSSIBILITÀ DI CRESCERE

Sapevi che lavoriamo con circa 30.000 fornitori e ci impegniamo ad avere un impatto positivo su tutta la nostra catena del valore?

Scopri come KONE contribuisce allo sviluppo economico negli oltre 60 paesi in cui opera.

ULTERIORI INFORMAZIONI DISPONIBILI NEL NOSTRO ULTIMO RAPPORTO SULLA SOSTENIBILITÀ SONO DISPONIBILI ALL'INDIRIZZO [KONE.COM/SUSTAINABILITY](https://www.kone.com/sustainability)

COSTRUIRE UN FUTURO SOSTENIBILE PER TUTTI

FISSANDO OBIETTIVI PIÙ AMBIZIOSI IN MATERIA DI SOSTENIBILITÀ E INTEGRANDO QUEST'ULTIMA IN TUTTI GLI ASPETTI DEL NOSTRO LAVORO, ECCO LE OPINIONI DEI NOSTRI COLLEGHI DI TUTTO IL MONDO SULL'ARGOMENTO.

"La sostenibilità è di fatto una delle questioni più importanti che la nostra società deve affrontare. Sono orgoglioso di lavorare per un'azienda che lo riconosce."

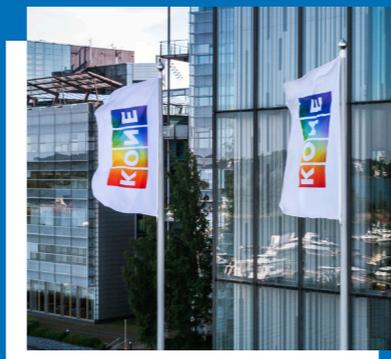


"KONE può mostrare il modo di insegnare, ispirare e motivare tutti, non solo nel nostro settore, per migliorare la sostenibilità."

"Se tutti facciamo la nostra parte per diventare più sostenibili, il mondo sarà un posto migliore più a lungo."



"Anche se in KONE prestiamo molta attenzione allo sviluppo della nostra offerta e ai modi di lavorare, non possiamo risolvere la crisi climatica e la perdita di biodiversità da soli. Vogliamo invitare i nostri clienti, partner, fornitori e i loro fornitori a unirsi a noi."



"Continuiamo costantemente ad accogliere il cambiamento positivo come un unico team KONE per il successo economico dell'azienda e per il successo sostenibile con i nostri clienti."

COME SAREBBE KONE PIÙ DIVERSIFICATA, EQUA E INCLUSIVA?

Abbracciare le nostre differenze è la chiave per sbloccare il nostro potenziale creativo e innovativo. L'inclusione è essenziale per consentire ai nostri colleghi di essere sé stessi al lavoro e di condividere apertamente e con fiducia nuove idee e concetti. Solo promuovendo un ambiente inclusivo, è possibile valorizzare la diversità e raggiungere una reale equità.

"KONE ha compiuto grandi passi in avanti in materia di diversità, equità e inclusione. Questo argomento mi appassiona e sono orgoglioso del modo in cui KONE ha aumentato la consapevolezza generale a riguardo. Possiamo tutti fare ancora di più per aumentare le diversità e promuovere un ambiente inclusivo ed equo, mettendo costantemente alla prova noi stessi e lo status quo, proteggendoci a vicenda, facendo sentire la nostra voce e imparando continuamente."



MATHEW HARRIS
Specialista della diversità e dell'inclusione globale

FOTO DI MATHEW HARRIS CON SUO FIGLIO, EZRA



FARE LA COSA GIUSTA NON SIGNIFICA SOLO ATTENERSI ALLE REGOLE. SIGNIFICA MANTENERE IL NOSTRO IMPEGNO VERSO L'ONESTÀ, L'INTEGRITÀ E IL FAIR PLAY.

Ecco dove trovare il nostro Codice di condotta e altre politiche e istruzioni chiave che ci guidano.



**FERMATI A PENSARE
PRENDI DECISIONI
ETICHE OGGI?**

SVILUPPO SOSTENIBILE
Sviluppo che soddisfa le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze.
Fonte: Nazioni Unite

OGNI AZIONE CONTA!

I NOSTRI COLLEGHI CONDIVIDONO LE PROPRIE IDEE SUI PASSI CHE I SINGOLI POSSONO INTRAPRENDERE PER COSTRUIRE UN FUTURO SOSTENIBILE.

FOTO DI NICOLE KÖSTER



"Discussioni del team su come integrare la sostenibilità nel lavoro quotidiano, che si tratti di eventi, pubblicità, del modo in cui ci muoviamo per andare al lavoro o dei nostri rapporti reciproci."

NICOLE, GERMANIA

FOTO DI DANIELE CAPRA



"Iniziare dalle piccole cose: ottimizzare i viaggi in auto, usare meno carta e spegnere le luci quando non sono necessarie."

DANIELE, ITALIA

FOTO DI JAMIE HICKS



"Portare attivamente la sostenibilità nel nostro pensiero e delle nostre critiche. Prendersi del tempo per comprendere gli obiettivi dei clienti e scoprire come possiamo supportarli."

JAMIE, REGNO UNITO



FOTO DI NGOC ANH TRAN

"Scegliere di ascoltare opinioni diverse dalla mia e di ignorare i pregiudizi per ascoltare davvero ciò che l'altra persona ha da dire."

NGOC ANH, SINGAPORE

➔ **QUALI SONO LE TUE ABITUDINI SOSTENIBILI? RIESCI A PENSARE AD ALCUNE COSE CHE PUOI FARE PER INIZIARE A CREARE ABITUDINI SOSTENIBILI?**



Ci impegniamo a operare a zero emissioni. Una delle azioni chiave che stiamo intraprendendo è il passaggio a una flotta di veicoli a basse emissioni.



FOTO DI SVEN HULT

SCOPRIRE OPPORTUNITÀ PER MIGLIORARE QUALITÀ E SICUREZZA

"Effettuiamo Gemba* visite nelle fabbriche, negli uffici, presso le sedi dei clienti e in altri luoghi dove si crea valore per il cliente allo scopo di osservare e comprendere la realtà, scoprire opportunità di miglioramento continuo e trovare nuovi modi di sostenere i team di lavoro. Queste visite si basano su dialogo aperto e collaborazione. Sono opportunità reali non solo per migliorare la qualità e la sicurezza, ma anche per costruire relazioni e lavorare come un unico team KONE."

SVEN HULT,
Responsabile della Qualità, Modernizzazione,
Finlandia

*GEMBA, che significa "luogo reale" in giapponese, è un termine ampiamente utilizzato nelle pratiche lean.

Finora abbiamo
esplorato gli aspetti
chiave che creano
il tipo di cultura che
ci consente di...

... MIGLIORARE IL FLUSSO DELLA VITA URBANA.

Ma rimane
una domanda
importante



COSA DA VALORE AL LAVORO?

Tutti cerchiamo uno scopo nella vita. Lavorando insieme, possiamo fare la differenza.

L'esperienza dimostra che più ci aiutiamo a vicenda, più significato riusciamo a trarre dal lavoro che svolgiamo. Questo a sua volta ha implicazioni sulla nostra produttività, sul coinvolgimento e sul benessere generale. Infatti, è stato dimostrato che il semplice atto di collaborare con un collega e mostrargli gratitudine ne aumenta la fiducia e l'autostima.

Con chi lavori nel tuo ruolo? In che modo chiedi i loro commenti e la loro guida? Quanto sei aperto alle loro idee e feedback? In che modo dimostri apprezzamento per i consigli ricevuti? Attribuisce il merito e condividi le best practice?

Possiamo tutti influenzare la significatività degli altri al lavoro. Per cominciare, sarebbe sufficiente mostrare riconoscenza per il supporto ricevuto dicendo semplicemente **grazie**.

1

TI SENTI INCLUSO AL LAVORO? COINVOLGI APPIENO I TUOI COLLEGGHI?

- Sì
- Abbastanza
- No

2

ADOTTI L'APPROCCIO OUTSIDE-IN? INCORAGGI GLI ALTRI A FARE LO STESSO?

- Sì
- Abbastanza
- No

3

PRENDI DECISIONI QUOTIDIANE SOSTENIBILI? AIUTI GLI ALTRI A CREARE ABITUDINI SOSTENIBILI?

- Sì
- Abbastanza
- No

4

IL TUO LAVORO DÀ ENERGIA A TE E A CHI TI CIRCONDA?

- Sì
- Abbastanza
- No

IMMAGINA DI PUNTARE PIÙ IN ALTO

Se nessuno ci dice che siamo idealisti, probabilmente non stiamo sognando sufficientemente in grande.

La cultura non è qualcosa che si può semplicemente cambiare. È un sogno che diventa sempre più reale attraverso ogni azione che facciamo ogni giorno.

Immaginiamo la differenza che potremmo fare se tutti ci sostenessimo a vicenda nel raggiungere il massimo delle nostre potenzialità.

Immagina se potessimo unire tutta la nostra creatività e curiosità, nonché tutte le nostre conoscenze su ciò che accade nel mondo. Immagina i progressi che potremmo compiere nel nostro settore e i vantaggi che potremmo offrire insieme ai nostri clienti.

Immagina i vantaggi per il mondo e per le generazioni future se ogni azione che abbiamo compiuto fosse sempre stata sfruttata per favorire il successo sostenibile, sostenere le azioni per il clima, promuovere la diversità e l'inclusione al fine di migliorare il flusso della vita urbana.

**Ingenuo? Forse.
Vale la pena puntare a questo obiettivo?
Sì al 100%.**

INSIEME,
POSSIAMO FARE
LA DIFFERENZA.



Nel corso della nostra storia, il successo di KONE si è basato sulla nostra forte cultura e sui nostri valori. Superare le sfide è stato un modo per rafforzare ulteriormente la nostra attività. Mentre KONE continua a crescere, ognuno di noi ha un ruolo da svolgere nello sviluppo dell'azienda e nel farne progredire la cultura.

Grazie a un ottimo lavoro di squadra, il nostro percorso ci ha visto rinnovarci per costruire nuove relazioni con i clienti e affrontare un mercato in costante evoluzione. Questo ci mostra la strada da seguire: lavorando insieme, raggiungeremo il successo.



HENRIK EHRNRÖÖTH,
CEO e Presidente di KONE



01 / 2022

La presente pubblicazione ha uno scopo puramente informativo. KONE si riserva il diritto di modificare in qualsiasi momento i contenuti. Nessuna delle affermazioni contenute in questa pubblicazione potrà essere interpretata come garanzia o condizione, espressa o implicita, relativa a qualsiasi prodotto, alla sua idoneità per qualsiasi scopo, commerciabilità o qualità, o come esplicitazione dei termini di qualsiasi contratto di acquisto. Copyright © 2022 KONE Corporation.