

Résumé

Ghibli, machines de nettoyage professionnelles depuis 1968.

Le développement et la production du premier aspirateur Ghibli datent de 1968. Il fut fabriqué dans un garage quelque part, au sud de Milan. Aujourd'hui, 50 ans plus tard, Ghibli & Wirbel est un acteur majeur sur le marché européen du nettoyage. En plus des aspirateurs eau et poussière, des autolaveuses, des monobrosses et des extracteurs textiles ont également été introduits. Toujours avec un excellent rapport qualité / prix et fabriqué en Italie!

Quelques chiffres:

- Chiffre d'affaires annuel: 30 000 000 euros +
- Unités annuelles vendues: 200 000 +
- Surface de l'usine: 40 000 m²
- Fabriqué en Italie: 100%

*Pour pérenniser son développement GHIBLI & WIRBEL c'est doté **d'un code éthique** inspirant pour ses collaborateurs et développe une nouvelle charte machine **CAM GREEN** pour diminuer fortement son empreinte environnementale.*



1 – Présentation de la société

Ghibli & Wirbel, la nouvelle marque née de l'union des deux excellences italiennes du nettoyage professionnel, se présente aujourd'hui au public, forte de son histoire, mais visant l'investissement pour l'avenir. Les mesures prises qui nous ont permis de suivre cette voie ont été nombreuses, tout comme l'énorme engagement de notre entreprise au fil du temps.

En 2005, avec l'arrivée de Riello Investimenti, société qui rachète 58 % de la participation de Ghibli S.p.A., 100 % de la marque Wirbel est acquise, une autre entreprise historique dans le secteur des machines de nettoyage professionnelles. Suite à cet événement, Ghibli est également entrée en 2006 sur le marché des machines monobrosses.

Dans les mêmes années, l'entreprise présente sa première gamme de laveuses-sécheuses professionnelles, des machines à contenu technologique de pointe, indispensables pour tous ceux qui travaillent dans le secteur du nettoyage. Le projet d'unir l'expérience renommée de Ghibli dans le domaine des aspirateurs et la compétence de Wirbel dans le traitement de surface avec des machines monobrosses va bien au-delà de la simple réalité industrielle.

Une histoire, celle de Ghibli et Wirbel, qui vient de loin et arrive jusqu'à nos jours, montrant les deux entreprises côte-à-côte sur le marché, en conservant les valeurs de l'entrepreneuriat italien, la passion pour le travail et la qualité du Made in Italy. Une nouveauté, donc, non seulement en termes d'image, mais aussi un réel engagement sur le marché pour surmonter les défis qui se présentent à l'horizon. Le haut niveau de compétitivité et les demandes de plus en plus exigeantes des opérateurs du secteur constituent pour nous une incitation précieuse à se développer et à devenir le référent de tous les professionnels du nettoyage.

HISTOIRE ITALIENNE

2016

L'engagement pour l'avenir est renforcé : plus d'investissements dans la recherche et le développement pour continuer à garantir les meilleures solutions en termes de produits, services et qualité.

2015

Naissance de la marque Ghibli & Wirbel

2013

Production et lancement des générateurs de vapeur avec aspiration

2012

Le Gruppo Riello augmente son engagement au sein de l'entreprise en passant à 84 % de l'ensemble du paquet d'actions

2008

Le potentiel maximum de moulage (21 presses à injection) est atteint

La petite activité industrielle Ghibli, créée dans les années du boom économique, est désormais en mesure de rivaliser avec les plus grands fabricants du nettoyage à l'échelle internationale

2007

Lancement de la gamme d'autolaveuses pour sols pour le nettoyage des espaces intérieurs

2006

Acquisition de Wirbel S.p.A., spécialisée dans la production de monobrosses, et déménagement des lignes de production dans l'usine de Dorno

2005

L'année qui marque un tournant : Riello Investimenti entre dans la compagnie d'actions de Ghibli avec une part qui s'élève à 58 %

1998

L'entreprise atteint les dimensions actuelles (40 000 m², dont 2000 m² de bureaux)

1979

Le volume d'affaires augmente rapidement et l'agrandissement de l'usine de Dorno est alors nécessaire L'installation de moulage avec l'introduction de la première presse à injection de grand tonnage est inaugurée

1978

Transformation de l'entreprise en Société par Actions

1968

La Fondation de Ghibli

LA ROUTE POUR LA QUALITÉ

La qualité est l'objectif principal que Ghibli & Wirbel entend poursuivre à travers ses activités.

Le maintien de la qualité est la raison pour laquelle l'entreprise investit chaque année une part substantielle de ses ressources dans la recherche et le développement.

Le résultat : ne pas abandonner le placement dans la plus haute gamme de machines professionnelles de nettoyage d'intérieur.

Un service disposant d'un personnel hautement spécialisé et plus de 150 collaborateurs sont constamment engagés dans la réalisation de nouvelles idées, dans l'étude de découvertes avant-gardistes et dans la conception de nouveaux modèles. C'est ici qu'on donne les réponses aux besoins et aux demandes d'aujourd'hui ; c'est ici qu'on anticipe les besoins du marché de demain.

Un groupe d'ingénieurs, assisté par des technologies de pointe, travaille constamment à perfectionner l'existant et à concevoir le nouveau.

Des solutions innovantes sont étudiées non seulement pour améliorer continuellement **la fonctionnalité et l'ergonomie** des machines Ghibli & Wirbel, mais aussi pour **réduire les niveaux de bruit, améliorer les économies d'énergie** et les rendre de plus en plus efficaces, polyvalentes et robustes, en utilisant les matériaux et technologies les plus appropriées à cet effet. L'ensemble du processus de production est inspiré par **les meilleures pratiques qui existent aujourd'hui pour** protéger l'environnement.

CERTIFICATION

Ghibli est une entreprise certifiée **ISO 9001:2015 et IQNET, depuis 1995**. Grâce à l'attention constante dédiée à la qualité et à l'innovation de ses produits, elle a pu se prévaloir de la réalisation de brevets industriels pour les modèles Sakura et Briciolo.

En plus du **marquage CE**, la plupart des modèles possède **des certificats IMQ, ETL, SEV, IRAM**.

2 - CODE ÉTHIQUE

GHIBLI & WIRBEL A CHOISI DE SE DOTER D'UN CODE ÉTHIQUE

Cet ensemble de normes de conduite publiques et privées vise à éclairer notre chemin de croissance et toutes les relations que nous rencontrons dans notre vie d'entreprise.

2.1 - NOS PRINCIPES ÉTHIQUES

1) RESPECT

Le respect doit être compris comme la transparence, la sincérité et la compréhension envers les personnes qui travaillent avec nous. Les moments de critique doivent toujours être constructifs et conduire à l'amélioration des activités et des processus : une action ou un comportement est repris, jamais une personne. Les applaudissements doivent être publics, le rappel toujours privé. Le respect qui est nourri envers les gens doit également être gardé par rapport au lieu de travail et aux biens de l'entreprise, car ils sont les outils de notre succès. Ils doivent donc toujours rester efficaces, propres et bien rangés.

2) ENGAGEMENT

S'engager et s'impliquer, c'est écouter les gens sans idées préconçues, comprendre leurs attentes et leurs besoins. Nous ne considérons jamais une personne uniquement pour ce qu'elle est, mais surtout pour ce qu'elle pourrait devenir. Informer tout le monde de nos objectifs et des résultats obtenus est une activité décisive. Nous communiquons aussi les idées les plus simples : demain, elles pourraient devenir un grand succès. Nous transmettons toujours une forte motivation aux personnes qui travaillent avec nous. L'entreprise appartient à tout le monde : pour cette raison, nous disons toujours « nous », jamais « je ». Nous devons être fiers de faire partie d'une grande organisation.

3) IDÉES CONCRÈTES ET ESPRIT D'INITIATIVE

Nous prêtons attention à l'aspect pratique, nous sommes déterminés, nous nous appuyons sur des faits, nous essayons de planifier autant que possible pour éviter tout problème et perte de temps. Nous agissons. Nous vérifions toujours le rapport

coût-bénéfice des idées que nous concevons et des projets que nous développons. Nous donnons l'ordre et la continuité à notre travail. Dans notre entreprise, il n'y a de place que pour des personnes dynamiques et pleines d'initiative. La vitalité et l'énergie sont la base du bon fonctionnement de notre entreprise. Ne jamais avoir une excuse pour ne pas travailler, donner l'exemple aux autres : ce sont deux de nos principes de base. Le dynamisme est contagieux : nous devons toujours être un exemple pour tous.

4) RESPONSABILITÉ ET DÉLÉGATION

Conscience d'avoir à répondre de ses propres actions et de celles des autres, à résoudre des problèmes sans se décharger sur les autres. Si la responsabilité implique un malaise, cela signifie qu'on n'a pas les connaissances nécessaires pour l'exercer : il ne faut pas se décourager ni refuser la responsabilité, mais prendre simplement des mesures pour disposer des connaissances nécessaires à cet effet. Avec la croissance de notre entreprise, il devient de plus en plus nécessaire de déléguer des responsabilités et d'encourager les gens à prendre leurs propres initiatives. Pour ce faire, nous avons besoin d'une grande dose de tolérance : les personnes à qui nous avons délégué l'autorité et la responsabilité, si elles sont considérées valides, effectueront leur travail à leur manière. Les gens ont besoin de commettre des erreurs pour grandir. L'important est de ne pas persévérer dans l'erreur.

5) HUMILITÉ ET DÉSIR D'APPRENDRE

Ne jamais rien tenir pour acquis ou déjà établi. Ne jamais avoir aucune sorte de présomption, sachant reconnaître chacun ses limites. Il vaut la peine de tirer le meilleur parti de chaque expérience et de toujours poser des questions. Rendre ses propres connaissances disponibles aux autres les aide et nous aide aussi. Nous essayons toujours de tirer le maximum d'informations du contact avec l'extérieur. Nous préservons et cultivons la curiosité. Nous faisons grandir les gens. La formation est l'investissement que nous faisons dans la ressource la plus importante que nous avons : nous-mêmes.

6) ESPRIT D'ÉQUIPE

Il est important de se sentir membre d'une équipe et non de joueurs individuels. En fait, c'est l'équipe qui gagne et non l'individu. Nous n'oublions jamais que notre travail conditionne toujours celui de nos collègues. L'équipe doit se réunir périodiquement pour résoudre les problèmes qui se posent et fixer des objectifs à poursuivre. L'équipe est un groupe dans lequel les rôles sont bien définis et où il y a un directeur/entraîneur qui organise le jeu. Aux yeux du client, c'est toujours l'entreprise qui fonctionne bien ou mal, pas l'individu.

2.2 - GESTION PERSONNELLE ET POLITIQUES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

1) ÉGALITÉ DES CHANCES ET ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

Notre société s'engage à préserver un environnement de travail non discriminatoire, y compris le harcèlement fondé sur le sexe, l'orientation sexuelle, la race, l'âge, les croyances religieuses, le statut d'invalidité, l'affiliation syndicale ou l'appartenance politique. Le recrutement, en matière d'accès à la formation et à la progression de carrière, est exclusivement lié à la performance au travail et aux mérites atteints. Notre entreprise s'engage à assurer des environnements de travail sûrs et sains, à être une organisation solidaire et responsable envers l'environnement, à se conformer à toutes les lois et réglementations applicables en matière d'environnement, de sécurité et de santé. Nous devons nous engager à réduire constamment la consommation d'énergie et d'eau, à utiliser moins de papier et moins de carburant, à réduire le bruit sous toutes ses formes, à contenir autant de déchets que possible et à gérer les produits contaminés de la manière la plus appropriée.

2) PROTECTION DE TRAVAIL

Notre société s'engage à ne pas employer du personnel qui travaille contre son gré ou qui n'est pas libre de se retirer de la relation de travail, de ne pas se servir du travail infantile (enfants de moins de 16 ans), de ne pas employer de jeunes travailleurs (jeunes de moins de 18 ans) dans des situations malsaines ou dangereuses, ou pendant les heures d'école. Notre société bannit tout comportement de violence verbale, physique ou psychologique envers toute personne à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise. Sur cette base, nous choisissons de travailler uniquement avec des fournisseurs de services, des processus ou des matériaux qui ne vont pas à l'encontre de ces principes.

3) RÈGLES COMMUNES

Notre compagnie ne soutient aucun parti politique ou club sportif, ne tolère pas les proclamations ou les manifestations visant n'importe quelle prise de position. Notre société ne tolère pas l'affichage d'affiches et/ou de calendriers avec un fond sexuel ou vulgaire. L'entreprise adhère à la réglementation en vigueur sur la protection de la santé des travailleurs. L'abus d'alcool et/ou de stupéfiants n'est pas toléré.

4) COLLABORATEURS EXTERNES

Les agents de vente, les consultants, les représentants, les entrepreneurs indépendants, les travailleurs externes temporaires et les fournisseurs sont tenus de respecter les mêmes normes de conduite que les employés de notre entreprise lorsqu'ils ont affaire avec nous ou en notre nom. Aucun collaborateur interne ou externe n'est autorisé, indirectement, par l'intermédiaire d'agents, à faire ce qui est expressément interdit par la politique actuelle de l'entreprise.

5) CHARITÉ ET PARRAINAGE

Toutes les activités caritatives de l'entreprise viseront les enfants et/ou les organismes de recherche pour le bien commun.

2.3 - RELATIONS VERS L'EXTÉRIEUR

1) RELATIONS AVEC LES CLIENTS

L'équité des affaires est un facteur clé pour maintenir et développer des relations avec nos clients. Il est extrêmement important que nous nous engageons uniquement avec des promesses que nous sommes sûrs de garder. Le client est au centre de notre attention et nous écoutons ses besoins. C'est la relation personnelle qui crée une valeur ajoutée à la relation d'affaires. Leur rendre souvent visite est un élément qui renforce la relation mutuelle et la confiance. Souvenons-nous toujours que c'est le client qui nous paie le salaire.

2) RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

Il est extrêmement important de mener des recherches et des visites approfondies avant d'engager des fournisseurs, des sous-traitants, des entrepreneurs, des artisans ou des fournisseurs de services externes. Notre qualité dépend également de la qualité de nos produits et de nos processus. Le prix n'est pas le seul discriminant et dans de nombreux cas ce n'est même pas le plus important.

3) INFORMATIONS

Il est interdit de communiquer des informations confidentielles concernant les plans stratégiques, prix de vente, informations financières, projets de produits, informations relatives aux négociations, accords ou relations d'affaires entre notre société et d'autres, informations relatives aux employés, logiciels, secrets commerciaux, brevets, marques de fabrique et autres informations similaires de clients ou fournisseurs, à toute personne ou organisation, directement ou indirectement, sans le consentement écrit préalable de la société, ainsi que d'utiliser des informations confidentielles à des fins commerciales ou autres. Notre société considère ses ressources d'information d'entreprise comme ayant une valeur stratégique. Notre politique vise à protéger les ressources informatiques en mettant en place des contrôles de sécurité pour empêcher la divulgation non autorisée, la modification ou la destruction d'informations non accessibles au public, l'interruption du service pour traiter les informations fournies aux utilisateurs et le vol de ressources de notre entreprise. Tous les employés de notre entreprise sont tenus de veiller à ce que l'utilisation de nos ressources informatiques, y compris Internet, le courrier électronique et d'autres ressources en ligne, ainsi que l'utilisation de matériel et de logiciels, soient conformes aux objectifs de notre entreprise. Notre société s'engage à respecter le droit à la vie privée des clients et des employés. Il est de la

responsabilité de chaque employé de respecter la vie privée des clients et des collègues.

4) FRAUDE, VOL, CADEAUX, OFFRES D'ARGENT ET CONFLITS D'INTÉRÊTS

Nos activités de travail doivent refléter les valeurs d'honnêteté, de loyauté, de fiabilité, d'équité, de solidarité avec les autres et de sens des responsabilités. Tout acte impliquant le vol, la fraude, les détournements de fonds ou de biens est strictement interdit. Faire la bonne chose signifie également faire des choix commerciaux avec honnêteté et intégrité, sur la base de facteurs objectifs tels que les coûts, la qualité, la valeur, le service et la capacité de respecter les engagements pris. Par conséquent, les employés de notre société ne peuvent pas accepter ou offrir des cadeaux, des sommes d'argent, des actes de courtoisie et de divertissement ou des faveurs, sauf dans les cas où ceux-ci sont de valeur nominale et habituels pour les circonstances de la transaction. Tous les employés doivent s'abstenir de toute action ou relation qui pourrait entrer en conflit, de manière évidente ou apparente, avec les intérêts de notre société. Les conflits d'intérêts surviennent lorsqu'un employé utilise son poste à des fins personnelles ou si les intérêts personnels de l'employé entrent en conflit avec les intérêts de l'entreprise.

3 - ENGAGEMENT VERT

L'engagement de Ghibli & Wirbel pour l'environnement est matérialisé par le projet **CAM Green**, qui l'engage sur la voie de l'écoconception et qui a mis en place une série de fiches de données techniques "vertes" concernant les machines Ghibli & Wirbel. Cette documentation offre des informations claires, mises à jour et fiables sur la performance environnementale.