

13 POLITICA PER LA QUALITA'

- perseguire l'obiettivo di soddisfare le esigenze dei propri Clienti, ovvero garantire servizi che rispondano alle loro necessità ed aspettative;
- instaurare rapporti di collaborazione sia a monte sia a valle del processo produttivo, sia con i Clienti sia con i Fornitori;
- Instaurare rapporti di reciproco scambio con le parti interessate al fine di perseguire il miglioramento dei livelli di soddisfazione collettiva;
- valorizzare e favorire comportamenti e atteggiamenti di coinvolgimento del proprio Personale in tutte le attività rilevanti per il "Sistema di Gestione della Qualità", incoraggiando l'auto responsabilizzazione e promuovendo iniziative individuali tese al miglioramento della Qualità;
- prevedere la selezione dei fornitori (di prodotto e di servizi), scegliendo tra quelli ritenuti affidabili, e aggiornarla in base alle effettive prestazioni;
- utilizzare "Procedure" documentate e costantemente aggiornate, concepite in modo tale da garantire che i requisiti qualitativi dei prodotti siano soddisfatti e al contempo sviluppate in modo da permettere la divulgazione dei contenuti tecnici fra le varie unità dell'organizzazione;
- valorizzare il più possibile i dati raccolti in base alla registrazione delle Non Conformità rilevate sul processo, prodotto, servizio e sul Sistema Qualità, dei reclami dei clienti e della soddisfazione dei clienti, al fine di ridurre i Costi della Non Qualità;
- gestire e migliorare con continuità il nostro "Sistema di Gestione della Qualità" conforme ai requisiti della norma di riferimento ISO 9001 : 2015, scelta dai vertici come riferimento, ottenendo la relativa certificazione;
- analizzare i dati raccolti per definire opportune Azioni correttive per assicurare il miglioramento continuo dei processi;
- perseguire gli obiettivi fissati dalla Direzione Generale e le attività definite nella Pianificazione della Qualità.
- Analizzare e monitorare con costanza il contesto, i rischi e le opportunità per favorire il miglioramento continuo dell'organizzazione e della percezione da parte dei clienti e delle parti interessate.

Direzione Generale