

POLITICA DELLA QUALITA'

INDICE DELLE REVISIONI				
REV	DESCRIZIONE	DATA	REDATTO	APPROVATO
00	PRIMA EMISSIONE	25/09/2013	A.SCOTTO	S.REGAZZONI
01	REVISIONE PARAGRAFO 1,6,9	31/10/2017	A.SCOTTO	S.REGAZZONI
02	INSERIMENTO NUOVO § 12 CAMBIAMENTI CLIMATICI	17/09/2024	A.CANEPÀ	S.REGAZZONI
DENIOS S.r.l. Fraz. Marella 4 - 56017 Isola del Cantone (GE) Tel. 010.9636743 Fax 010.9636745 C.F. e P. IVA 03385390103		Dr. Ing. Stefano Regazzoni Direttore Generale Denios S.r.l.		

1. INTRODUZIONE – CONTESTO DELL'ORGANIZZAZIONE

- 1.1 Il presente documento descrive le politiche della qualità ed ambientali di DENIOS, in base alle quali abbiamo progettato e applichiamo a tutti i processi ed in tutte le attività il nostro Sistema di Gestione della Qualità e Ambiente .
- 1.2 Tutte le risorse (finanziarie, umane, materiali, ecc.) devono confluire in un unico grande progetto di sviluppo che possa far sentire tutti responsabilizzati e coinvolti negli obiettivi fissati e nella crescita continua .
- 1.3 Poniamo la qualità come principale strumento a sostegno dell'intera organizzazione aziendale, attraverso il miglioramento continuo della nostra efficienza, per la soddisfazione delle esigenze dei Clienti ed il miglioramento delle prestazioni ambientali.
- 1.4 E' stato analizzato il contesto nel quale opera l'organizzazione, definendo il mercato, l'importanza strategica del personale formato e qualificato e analizzando la proprietà dell'azienda.

2. ORIENTAMENTO AL CLIENTE

- 2.1 Poniamo le aspettative dei nostri Clienti al centro delle nostre attività. La loro soddisfazione e la loro fidelizzazione sono gli indicatori principali del nostro successo.
- 2.2 La soddisfazione del Cliente, da cui discende naturalmente la sua fidelizzazione, è il frutto di un costante impegno volto a instaurare rapporti caratterizzati da una collaborazione attenta e propositiva che, partendo dalle esigenze tecnico-commerciali, porti a fornire, al giusto costo, un servizio di qualità, basato sul prodotto conforme in modo da affermare una posizione di leader nel mercato.
- 2.3 La centralità del ruolo del Cliente rende necessario impegnare tutte le energie e capacità a disposizione per:
 - a. ascoltare le sue indicazioni, suggerimenti;
 - b. anticiparne le aspettative;
 - c. focalizzare le attività sui suoi bisogni;
 - d. soddisfarlo meglio e più velocemente;
 - e. fornire soluzioni che creino valore per il Cliente, cioè il prezzo che è disposto a pagare per il prodotto che soddisfa pienamente i propri bisogni.
- 2.4 Occorre quindi:
 - a. operare in modo trasparente ed affidabile, assicurare la qualità che il Cliente si aspetta dal nostro prodotto a prezzi competitivi, attraverso l'analisi ed il contenimento dei costi.
 - b. porre estrema attenzione al rispetto degli impegni contrattuali espliciti ed impliciti;

3. IMMAGINE NEL MERCATO

- 3.1 La soddisfazione dei Clienti ha come diretta ricaduta il miglioramento dell'immagine sul mercato, e quindi: incremento del numero dei Clienti di alto livello, incremento del fatturato, ingresso in nuove aree di mercato, programmazione della crescita.
- 3.2 Una buona immagine nel mercato presuppone credibilità: la pianificazione deve essere attendibile, in maniera tale che gli impegni verso i Clienti vengano assunti in base alla reale disponibilità delle risorse aziendali e non vengano disattesi.
- 3.3 DENIOS deve offrire un servizio percepito dai Clienti come superiore ai concorrenti: questa la chiave, soprattutto in questo difficile momento, per raggiungere i risultati aziendali attesi.
- 3.4 E' necessario essere competitivi, velocizzare la messa in produzione di nuovi prodotti mediante l'adozione degli strumenti tecnici più innovativi ed affidabili, rendendo più efficiente l'organizzazione, utilizzando tutte le potenzialità necessarie.

4. ORIENTAMENTO AI PROCESSI

- 4.1 La Direzione crede fortemente che l'approccio per processi, peraltro alla base della progettazione, della costruzione, dell'implementazione, del monitoraggio e del miglioramento del Sistema di Gestione della Qualità, costituisca fattore importante per il rapido raggiungimento degli obiettivi, la valorizzazione e l'ottimale impiego delle risorse.
- 4.2 Lavorare per processi implica:
- accettare il grande cambiamento culturale che questo comporta;
 - accogliere favorevolmente l'innovazione;
 - promuovere la cultura del lavoro di squadra composta da persone che hanno fiducia uno nell'altro e che riconoscono reciprocamente i propri ruoli e le responsabilità al fine di raggiungere l'obiettivo comune;
 - per i responsabili, accettare di passare dall'esercizio della semplice autorità al potere della convinzione.
 - operare in modo strutturato e sistematico, in sintonia tra le diverse aree e competenze aziendali.

5. CRESCITA E PARTECIPAZIONE

- 5.1 La motivazione di tutto il personale dell'azienda a tutti i livelli, deve essere basata soprattutto sulla consapevolezza, intesa come avere le conoscenze e le capacità per svolgere propri compiti con responsabilità e comprendere la influenza del proprio lavoro sull'insieme delle attività svolte, sulla soddisfazione del Cliente, sugli impatti ambientali, sulla sicurezza, sui costi e sui risultati economici dell'azienda. La consapevolezza arriva nel momento in cui si comprende il perché si deve operare in un determinato modo e, che cosa comporterebbe l'effettuazione di operazioni diverse o non conformi.
- 5.2 Ognuno di noi determina la qualità e il successo delle proprie prestazioni: la responsabilità ultima dell'esecuzione e dell'efficacia di una qualsiasi attività è di chi la svolge.
- 5.3 Ognuno deve essere responsabile del miglioramento del proprio lavoro e della condivisione di tale miglioramento con altre persone, il cui lavoro può trarre beneficio da quello altrui.
- 5.4 Ognuno deve sentirsi responsabile dell'attuazione dei principi e del raggiungimento degli obiettivi indicati in questo documento, facendone parte integrante di ogni sua attività.
- 5.5 E' necessario che tutto il personale, a tutti i livelli, si riconosca nella cultura dello spirito di collaborazione e della sensibilità e attenzione nei confronti degli obiettivi della Qualità .

6. INNOVAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO

- 6.1 Il continuo miglioramento è un requisito imprescindibile per stabilire e sostenere prestazioni di prima classe in termini di qualità, consegna e costi. E' necessario quindi promuovere il miglioramento di tutti i processi aziendali in termini di qualità, organizzazione, passaggio delle informazioni, costi e prestazioni.
- 6.2 E' necessario utilizzare strumenti di analisi, misurare continuamente le prestazioni e definire indicatori di qualità e di efficienza, che forniscano la base necessaria alla individuazione di obiettivi concreti e misurabili volti al miglioramento continuo.
- 6.3 La nostra politica industriale è rivolta a stabilire e mettere a punto processi innovativi ed efficienti, in grado di produrre i nostri prodotti per soddisfare le esigenze dei Clienti meglio dei nostri concorrenti.

7. COINVOLGIMENTO DEI FORNITORI

- 7.1 L'approvvigionamento di materiali, lavorazioni e servizi ricopre un ruolo determinante per la qualità del prodotto offerto ai nostri Clienti, stabilendo una forte dipendenza delle prestazioni aziendali da quelle dei fornitori: la capacità di fornire prodotti e servizi ad elevato contenuto qualitativo sono pesantemente influenzate dalle capacità dei fornitori a concorrere a tali risultati.
- 7.2 Si può perciò affermare che il parco fornitori è un patrimonio dell'azienda paragonabile al know-how e ai Clienti.
- 7.3 Ciò comporta l'introduzione di una politica aziendale per l'approvvigionamento nonché la qualifica dei fornitori secondo standard predefiniti. L'approccio alla gestione degli acquisti con grande contenuto di innovazione e elevata potenzialità qualitativa è rappresentato da una serie di accordi e attività volti a instaurare una forte cooperazione con i fornitori.

8. SALUTE E SICUREZZA

- 8.1 La salvaguardia della salute e la sicurezza dei lavoratori costituiscono valore primario, impegno assiduo e componente costante della nostra missione.
- 8.2 L'attuazione di tali principi avviene attraverso il costante investimento di risorse, il miglioramento continuo delle prestazioni e dell'affidabilità dei processi nel rispetto della legislazione dettata in materia.

9. SISTEMA QUALITÀ – OBIETTIVI PER LA QUALITÀ

- 9.1 La Direzione intende mantenere un Sistema di Gestione per la Qualità quale strumento per realizzare gli obiettivi, rispettare gli impegni assunti, promuovere il miglioramento continuo dei processi aziendali, garantire il rispetto dei requisiti cogenti per i prodotti ed i servizi correlati.
- 9.2 Gli obiettivi da perseguire sono la riduzione dei costi della Non Qualità, attraverso la diminuzione degli scarti e delle rilavorazioni, il miglioramento dell'efficienza di tutte le attività ad ogni livello, ottimizzando tempi e metodi di lavoro.

10. RESPONSABILITÀ ED AUTORITÀ

- 10.1 La Direzione fa sì che autorità e responsabilità siano ben definite e le rende note tramite organigramma (evidenzia i ruoli rilevanti ai fini della Qualità dei prodotti e dei servizi forniti) e job description (definisce, invece, le mansioni dei singoli in forma operativa).

11. INFORMATIZZAZIONE

- 11.1 Promuoviamo la diffusione in Azienda della cultura di informatizzazione dei processi produttivi e delle singole postazioni lavorative, per soddisfare i requisiti di rintracciabilità delle produzioni e dei controlli.

12. CAMBIAMENTO CLIMATICO

- 12.1 L'organizzazione è particolarmente attenta alla valutazione delle implicazioni che il cambiamento climatico ha sulla propria attività. Tale valutazione è riportata nell'analisi del contesto dell'organizzazione