

MANUALE DELLA QUALITA' ALLEGATO

A_POLITICA PER LA QUALITA'

Codice Documento: [A_POLITICA QUALITÀ.DOCX](#)

Versione: **05 del 20 aprile 2023**

Gestito da: Segreteria Generale Aziendale (SGA)

Archiviato: ECM

STORIA DELLE MODIFICHE APPORTATE

Versione 1 – Primo aggiornamento alla norma ISO 9001:2015 – Anno 2017

Versione 2 – Modifiche evidenziate ed integrative dei concetti di fondo - Anno 2018

Versione 3 – Modifiche post covid 19 – Anno 2020

Versione 4 – Competere contro i supermercati del digitale – Anno 2022

Versione 5 – Aggiornamenti loghi –Anno 2023

1. GENERALITA'

La strategia che l'Azienda si dà, risponde fundamentalmente alla domanda: **come avere successo nel mondo digitale di oggi?**

Non è una sfida che può essere affrontata semplicemente dotandosi di tecnologia, o come alcuni temono, sfruttando la tecnologia per sostituire le persone.

Le persone, la loro cultura e preparazione sono l'unico vero fattore che può permettere alle aziende di entrare nel mondo digitale.

Sarà necessario creare una nuova cultura aziendale, **in simbiosi con la cultura cosiddetta della QUALITA'**, che consideri la tecnologia e la **professionalità** un modo per consentire alle persone di adattarsi ed imparare ogni giorno, cambiando e destabilizzando lo status quo.

In un'epoca in cui tutto è incentrato sulla tecnologia, i veri leader metteranno di fatto in primo piano le persone.

Stanno entrando, già da tempo, in azienda i "*nativi digitali*" e questi pretendono un mondo modellato sulle proprie esigenze ed hanno nuove aspettative riguardo alla organizzazione del lavoro.

E' necessario trasferire loro tempestivamente ed in maniera efficace la nostra storia, i nostri valori, il nostro knowledge organizzativo e aziendale e di skill tecnico-applicativo

Le tecnologie di collaborazione stanno, già da tempo, riconfigurando le regole del lavoro stabilite nel secolo scorso. **Il modo di lavorare in collaborazione sta profilandosi come l'investimento più strategico per le medie e grandi aziende. Mentre le piccole aziende sono alle prese coi rudimenti della Digital Transformation la sfida tra le major è il lavoro in collaborazione.**

La spinta verso occupazioni freelance sta ridisegnando la fisionomia della forza lavoro, come anche i modi, i tempi e i luoghi in cui il lavoro viene svolto.

Questi cambiamenti, a fronte anche della pandemia ancora in corso, non costituiscono più una moda o una fase transitoria: IL CAMBIAMENTO E' DIVENTATO LA NUOVA NORMALITA'.

Per questo motivo, nel fondare l'Azienda, si è concordato di porre come obiettivo primario d'azienda i collaboratori ed il loro bene umano e professionale, riconoscendoli come la vera forza aziendale. Questo si coniuga con le azioni sanitarie – organizzative – operative per permettere alle persone di lavorare in tutta sicurezza e mediante lo smart working che avrà dal 2020 una storia tutta sua di nuova competitività.

Con essi si è voluto condividere le strategie aziendali, ponendo come fondamento i criteri di eticità comportamentale nei riguardi dei clienti ed il rispetto delle regole del mercato e dello stato.

Si cerca di dare, nonostante i tempi sempre più stretti, ai collaboratori la consapevolezza di far parte di un gruppo costruito attorno a loro, con la volontà di essere una squadra di professionisti pronti a lottare con tutte le idee, la forza e l'intelligenza per raggiungere il comune bene aziendale. Obiettivi molto alti ed impegnativi da condividere, dove il singolo è disposto a mettere le proprie capacità a fattor comune per la vittoria della squadra, o diversamente trarne le dovute conseguenze.

Questo obiettivo non può realizzarsi se non con una leadership dotata della stessa dinamicità di decisione, della sensibilità ed efficacia nel saper cogliere occasioni e segnali deboli sia dal mercato che dal personale in cambiamento in modo da indirizzare le forze al miglioramento e non al caos organizzativo, pericolo sempre in agguato nelle fasi di trasformazione delle persone, dei team, dei ruoli e competenze.

In base a questa premessa il paradigma etico aziendale non cambia:

- ✓ Mantenere nei riguardi dei colleghi un rapporto onesto e trasparente; l'azienda è di tutti per 365 giorni l'anno, dove tutti collaborano spendendo le migliori energie al bene comune
- ✓ Avere, sempre, un rapporto di correttezza nei riguardi dei clienti e dei fornitori che sono entrambi vissuti come partner strategici
- ✓ Creare una società in cui l'aggiornamento tecnologico sia tale da evitare l'obsolescenza culturale ed anzi avere l'ambizione di utilizzare sempre le tecnologie più avanzate che il mercato informatico è in grado di mettere a disposizione

L'Azienda è convinta che gli obiettivi strategici come, l'utile aziendale, la crescita del fatturato, la soddisfazione dei clienti, ecc., saranno conseguenze che verranno raggiunte dal comportamento di ogni persona, della squadra aziendale, coerente all'obiettivo primario che ci siamo dati.

L'impegno aziendale nel perseguire tali obiettivi è definito e accompagnato dall'impostazione, attuazione, verifica e miglioramento continuo del Sistema di Gestione per la Qualità descritto nel Manuale Qualità.

L'obiettivo primario si concretizza con una successiva domanda: come si possono coinvolgere efficacemente le persone affinché riescano a comprendere che anche per loro questo deve essere un vero ed importante obiettivo?

1. **CONSAPEVOLEZZA – TECNOLOGIA** ⁽²⁾

Far comprendere come la tecnologia stessa può aiutare di molto al miglioramento dei processi aziendali. Deve diventare un atto vissuto e non uno slogan vuoto. La tecnologia potrà cambiare i processi di business della nostra azienda come quelli dei clienti che ci vedranno come loro partner per competere.

2. **TEMPO – VELOCITA' – COMPETENZE** ⁽²⁾

Il tempo diventa un fattore strategico. La velocità con cui la tecnologia si sviluppa, cambia, si trasforma, renderà presto obsoleto qualunque prodotto che venga realizzato, che sia hardware, che sia software. Ergo saranno necessarie iniezioni continue di competenze da far acquisire dalle persone in azienda o dall'azienda stessa.

3. **GROSSE MOLI DI INFORMAZIONI – ELABORAZIONE DATI** ⁽¹⁾

Cresce e crescerà esponenzialmente e per le singole persone sarà difficile se non impossibile padroneggiarle in modo tradizionale: non più l'istinto e/o l'esperienza dei manager a definire le strategie dell'azienda ma la elaborazione di dati oggettivi disponibili a mostrare la migliore strada da perseguire. Dati che sono aspettative dei nostri Clienti, dei nostri Partner, dei nostri dipendenti. Dati che sono le aspettative del mercato e dei vari settori che desideriamo approcciare. Dati pesati nella componente di minaccia (rischio) e opportunità.

4. **PARTNER – SINERGIE – CONTINUITA'** ⁽²⁾

Viste le dimensioni della nostra Azienda è impossibile DA SOLA capire le giuste direzioni da prendere (che non sono poche come negli anni 80 e 90 ma molte, complesse, spesso in contraddizione fra loro) per cui è strategico mantenere forti relazioni con i partner importanti.

Inoltre il mercato si muove sempre più verso grandi competitor che potremmo definire “supermercati digitali”, dove poter reperire qualsiasi prodotto con soluzioni vantaggiose. Non potendo contare su questa massa critica, la nostra azienda deve saper proporre soluzioni che arricchiscano quanto già offerto dai grandi partner, per poter mantenere la propria identità in un contesto sempre più competitivo.

5. **STARTUP - CAMBIAMENTO**

Dobbiamo creare nuove startup fatte di giovani innamorati delle tecnologie e attraverso il contatto con loro (non contaminato dalle nostre visioni) capiremo meglio i cambiamenti necessari utili alla nostra evoluzione.

6. **NUOVO MERCATO – DALL’ITALIA AL MONDO**

Non può essere solo l’Italia il nostro mercato ma il mondo. La tecnologia ce lo permette. Creare prodotti, applicazioni, soluzioni vincenti che il mercato vuole legate ai prodotti e alle tecnologie vincenti sul mercato. Ma per questo ci vuole sia intelligenza e capacità delle nostre PERSONE.

7. **LA NOSTRA FILOSOFIA AZIENDALE**

Ma l’intelligenza e la capacità delle persone senza il collante della nostra filosofia aziendale non saranno sufficienti. Dobbiamo sognare insieme, lo stesso sogno, per trasformarlo in realtà

⁽¹⁾ Analisi del contesto – esigenze ed aspettative dei clienti

⁽²⁾ Strategie dell’Organizzazione e analisi delle esigenze di altre parti interessate: in primis le persone – i dipendenti, i collaboratori; quindi i partner sia come persone (RIOS) sia come Partner importanti.