

SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITA' - UNI EN ISO 9001: 2015		
INDEMAC S.r.l.	Politica e Obiettivi per la Qualità anno 2023	Pagina 1 di 6
Data 03/02/23	Redazione (Resp. Sistema di Gestione)	Riesame e Approvazione (Direzione)
Natura della modifica: Prima Emissione		

Politica e Obiettivi per la Qualità 2023

Documento che definisce la strategia della **INDEMAC** per la Qualità nel 2023

1. **POLITICA PER LA QUALITÀ**

La nuova evoluzione della normativa sulla Qualità ha portato a sviluppare un nuovo modo di gestire la propria struttura e i propri processi.

Tale decisione non rappresenta un cambiamento di rotta rispetto al passato ma costituisce senz'altro un passaggio più profondo, più consapevole e, soprattutto, più strutturato, verso un modello organizzativo che pone il Cliente al centro della propria attenzione e cerca di focalizzare le sue esigenze ed aspettative per poterle soddisfare nel miglior modo possibile, nella certezza che la soddisfazione del cliente rappresenta il successo della **INDEMAC**.

Il nuovo modello di gestione è stato sviluppato secondo le indicazioni della nuova norma internazionale UNI EN ISO 9001: 2015 e si ispira essenzialmente ai principi di gestione per la qualità, in particolare:

- orientamento al cliente
- coinvolgimento del personale
- approccio alla gestione basata sui processi
- miglioramento continuo.

L'Azienda si impegna fortemente nel cercare di raggiungere livelli di miglioramento continuo della qualità in modo da rispondere prontamente a tutte le sollecitazioni provenienti dal Cliente e tendere a livelli di eccellenza nella qualità.

A tal fine, la Direzione intende assicurare il perseguimento del suddetto obiettivo attraverso:

- l'attenzione continua alla **soddisfazione del cliente** con puntuale rilevazione del suo gradimento,
- la cura della **crescita professionale** per tutto il personale aziendale,
- il **miglioramento continuativo** del proprio sistema di gestione (miglioramento che deve essere relativo non soltanto alla qualità dei prodotti ma a qualsiasi elemento dell'organizzazione: risorse umane e tecniche),
- l'**efficacia ed efficienza** del proprio Sistema di Gestione aziendale, attraverso il controllo accurato delle fasi di produzione e il controllo teso a una riduzione dei costi legati a prodotti e processi,
- uno **sviluppo commerciale** teso alla ricerca di quote di mercato crescenti e la conseguente maggiore presenza sulle diverse aree di mercato, curando anche l'immagine aziendale, con azioni di marketing strategico ed operativo sia sul territorio nazionale che internazionale.

La Direzione della **INDEMAC** è consapevole che l'obiettivo della garanzia della qualità richiede un impegno costante da parte di tutto il personale operativo e che esso può essere raggiunto con successo solo attraverso un approccio sistematico alle tematiche della qualità.

La Direzione crede profondamente in questo e si impegna a diffondere e promuovere la qualità in azienda.

2. OBIETTIVI PER LA QUALITÀ

Il Responsabile del Sistema di Gestione per la Qualità (RSG) ha il compito di effettuare il monitoraggio degli obiettivi definiti, con frequenza semestrale (se non diversamente specificato), producendo i report relativi al loro stato di attuazione sul Rapporto del Sistema di Gestione che viene presentato in sede di Riesame della Direzione.

In questa sede non risulta possibile definire gli obiettivi puntuali per gli indicatori definiti per i processi aziendali, in quanto la fase di raccolta dati che costituisce la base per poterli definire, è attualmente in corso, poiché non esiste storia per molti di essi. Il presente documento dovrà quindi essere revisionato al termine del periodo di raccolta dati, antecedente la visita di certificazione e stimato in 5/6 mesi dalla data di emissione della presente Politica.

Elementi di Strategia Aziendale		Soddisfazione del Cliente		
Obiettivo Generale	Aumento del grado di soddisfazione del cliente nel tempo;			
Obiettivi specifici e pianificazione delle risorse				
L'aumento del grado di soddisfazione del cliente può essere perseguito attraverso le seguenti linee di intervento:				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestione adeguata del processo di comunicazione con il cliente secondo quanto specificato dalla documentazione di sistema, con particolare attenzione alla prevenzione del disservizio; ▪ Monitoraggio puntuale della soddisfazione del cliente; ▪ Formazione e sensibilizzazione del personale sulle esigenze del cliente, sulla comunicazione con il cliente, sulla prevenzione del disservizio; ▪ Attivazione di adeguate azioni correttive a seguito dei reclami pervenuti. 				
Obiettivi di dettaglio				
Obiettivo	Livello Organizzativo	Parametro di misura	Target	Scadenza
Aumentare il grado di soddisfazione del cliente	Direzione/Resp.Commerciale	Misura della customer satisfaction: punteggio medio ottenuto a livello complessivo	Min. 7	31/12/23
Formazione al personale	Resp. Sist. Gestione	N° ore di formazione sui temi indicati (Rif. Piano di Formazione)	Completamento	31/12/23
Prevenzione del disservizio	Direzione/Resp. Produzione,	N° reclami clienti per commessa	Al massimo 1	31/12/23

Elementi di Strategia Aziendale		Efficacia ed efficienza del Sistema di Gestione		
Obiettivo Generale	Miglioramento dell'efficacia del sistema attraverso la riduzione delle non conformità e il rafforzamento dell'attività di monitoraggio			
Obiettivi specifici e Pianificazione delle Risorse				
<p>Il Miglioramento dell'efficacia del sistema attraverso la riduzione delle non conformità e il rafforzamento dell'attività di monitoraggio può essere perseguito attraverso le seguenti linee di intervento;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formazione sul sistema di gestione e sulle procedure di controllo, • Procedurizzazione delle attività, • Rivisitazione del programma annuale delle verifiche ispettive, • Ottemperanza stretta alle prescrizioni della documentazione vigente: rispetto dei flussi di processo e delle procedure istituite, • adeguamento e ampliamento delle risorse umane a disposizione della società per garantire una esecuzione e un controllo dei processi più efficace, • coinvolgimento del personale in programmi di miglioramento della qualità tesi a rilevare eventuali caratteristiche dei processi da migliorare. 				
Obiettivi di dettaglio				
Obiettivo	Livello Organizzativo	Parametro di misura	Target	Scadenza
Numero di NC interne relative ai prodotti/processi	Responsabili Processo	N° NC	Max 5	31/12/23
Numero di verifiche ispettive eseguite	Resp. Sist. Gestione	N° verifiche	Almeno 1 su tutti i processi	31/12/23
Raggiungimento certificazione del Sistema di Gestione per la Qualità	Responsabili di Processo	Tempo	Rispetto scadenza	30/09/23
Pubblicazione del documento "Politica e obiettivi per la qualità" sul sito internet indemac.it	Resp. Sist. Gestione	Tempo	Rispetto scadenza	30/09/23

Elementi di Strategia Aziendale		Miglioramento Continuativo		
Obiettivo Generale	Miglioramento dei processi aziendali e dell'efficacia del Sistema di Gestione			
Obiettivi specifici e Pianificazione delle Risorse				
Il miglioramento continuativo può essere perseguito attraverso le seguenti linee di intervento:				
<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione del sistema di monitoraggio degli indicatori prestazionali di processo, • Adozione di programmi di miglioramento definiti in relazione alle esigenze di sistema. 				
Obiettivi di dettaglio				
Obiettivo	Livello Organizzativo	Parametro di misura	Target	Scadenza
Definizione degli Obiettivi per gli indicatori di processo a seguito di raccolta dati	Direzione, RSG, Resp.li di Processo	% obiettivi fissati per gli indicatori	Piano completo di obiettivi per tutti gli indicatori dopo i primi 6 mesi di raccolta dati (100 %)	30/09/23
N° di piani di miglioramento attivati	Direzione, RSG, Resp.li di Processo	N° piani	Min. 1	31/12/23

Obiettivo Generale	Sviluppo Commerciale			
Obiettivi specifici e Pianificazione delle Risorse				
Lo sviluppo commerciale può essere perseguito attraverso le seguenti linee di intervento:				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ migliorare la capacità di penetrazione del mercato, ▪ migliorare il livello di comunicazione verso l'esterno e l'immagine aziendale, ▪ Aumento della penetrazione e copertura di nuove Aree geografiche di mercato per i prodotti consolidati con azioni di marketing anche fuori dal territorio nazionale, ▪ Pubblicità su riviste di settore e in Italia pubblicità sulla rivista specializzata "Detergo". ▪ Ricerca di Rivenditori specializzati per il Mercato estero, ▪ Potenziamento della funzione commerciale, attraverso la ricerca di partner sul territorio italiano ed estero 				
Obiettivi di dettaglio				
Obiettivo	Livello Organizzativo	Parametro di misura	Target	Scadenza
Aumento del fatturato generale	Direzione, Resp. Comm.le	ML di Euro	+ 20%	31/12/23
Aumentare l'efficacia del processo di Gestione delle Offerte	Direzione, Resp. Comm.le	N° ordini / n° offerte	Min. 10%	31/12/23
Marketing digitale	Direzione, Resp. Comm.le	N. di click sui post	Min 20%	31/12/23