

POLITICA PER LA QUALITÀ 2026

(Valida per tutti i siti aziendali)

“LA QUALITÀ CIRCOLARE”

QUALITÀ DEL PERSONALE - QUALITÀ DELL'AMBIENTE DI LAVORO E QUELLO CHE CI CIRCONDA CODICE ETICO - QUALITÀ DEL PRODOTTO

La Direzione di Olab Srl, nell'ambito della strategia dell'azienda, orientata alla progettazione, produzione e vendita di elettrovalvole, raccordi, componenti e pompe per uso idraulico e pneumatico, definisce la strategia aziendale in merito alla qualità, incentrata su diversi pilastri fondamentali che riflettono un impegno per l'eccellenza e il miglioramento continuo:

1. QUALITÀ GLOBALE

Il concetto di Qualità inserito originariamente in azienda una ventina d'anni fa riguardava essenzialmente i processi aziendali ed il prodotto. Nel tempo il concetto di qualità ha dato i suoi frutti portando l'azienda ad estenderne il significato ed i campi applicativi. La qualità non si limita oggi solo ai processi e ai prodotti, ma si estende anche all'ambiente di lavoro interno, alla formazione e alla sicurezza del personale, nonché al rispetto dell'ambiente, come testimoniato dalla certificazione **ISO14001**. Le linee guida comportamentali sono racchiuse nel **codice etico**, che racchiude un insieme di principi, valori e norme di comportamento che stabiliscono gli standard morali e le aspettative inerenti dipendenti e le altre parti interessate all'interno dell'organizzazione.

2. ANALISI DEL CONTESTO

Riconosciamo l'importanza di considerare tutte le parti interessate nell'ambito della nostra attività, non solo i Clienti diretti, e di aderire ai requisiti normativi e alle direttive del settore per soddisfare le aspettative di tutte le parti coinvolte dal sistema qualità. L'analisi comprende anche l'impatto del **cambiamento climatico** sia sul contesto che sulle esigenze e sulle aspettative delle parti interessate.

3. LEADERSHIP E MOTIVAZIONE DEL PERSONALE

La direzione si impegna attivamente a promuovere la qualità a tutti i livelli, incoraggiando il coinvolgimento del personale e fornendo incentivi per il miglioramento continuo, sottolineando l'importanza che dalla consapevolezza che dal lavoro di ciascuno dipende la qualità del prodotto e quindi la competitività sul mercato.

4. ORIENTAMENTO AL CLIENTE

Le aspettative del cliente sono posti al centro delle attività aziendali, e si promuove la reputazione aziendale attraverso la soddisfazione del cliente rispetto ai prodotti acquistati e il raggiungimento e il mantenimento di certificazioni di sistema riconosciute da importanti organismi del settore (ISO9001 e ISO14001 già raggiunte e ISO45001, nelle intenzioni).

5. ORIENTAMENTO AL RISULTATO

Si utilizzano dati e informazioni per valutare le prestazioni nel tempo, identificare le non conformità e migliorare continuamente prodotti e processi, con l'obiettivo di ridurre i costi della non qualità.

6. RISK BASED THINKING

Si affrontano le sfide e i cambiamenti con un approccio orientato al rischio, trasformando i rischi in opportunità per raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi.

Riesaminata il: 23/01/2026

Direzione Generale
(Dott. Olindo Bottura)