



Politica per la qualità del Consorzio C.A.A.T.

La politica per la qualità del Consorzio C.A.A.T. si prefigge le seguenti finalità primarie:

- ottenere la soddisfazione delle aziende associate dal punto di vista dell'efficacia delle attività promozionali realizzate finalizzate allo sviluppo degli affari di mercato, dell'immagine, della presenza internazionale;
- ottenere la soddisfazione delle aziende associate dal punto di vista dei servizi resi in logica sia di qualità sia di efficientamento dei costi ed accessibilità degli investimenti necessari ad avviare processi di internazionalizzazione;
- sviluppare l'immagine del Consorzio e la base delle aziende associate;
- accompagnare le imprese socie a crescere sui mercati internazionali attraverso un processo consapevole, favorendo l'adozione di una metodologia strutturata e replicabile e pianificando una formazione ad hoc su competenze e strumenti per l'internazionalizzazione

A tali fini il Consorzio C.A.A.T. ha considerato i seguenti elementi di riferimento:

- definizione, monitoraggio e soddisfacimento delle esigenze delle aziende associate;
- competenza e professionalità del proprio personale;
- gestione delle conoscenze interne e riservatezza dei dati;
- sollecitazione del più ampio coinvolgimento e confronto con tutte le imprese associate
- impegno nella crescita della base associativa (aumento delle imprese consorziate), quale volano per favorire lo sviluppo di progetti sempre più ambiziosi ed efficaci, dove l'unione tra le MPMI associate possa davvero portare le stesse ad acquisire la forza e l'organizzazione delle imprese più strutturate.
- Impegno nel lavorare a costruire programmi promozionali annuali che possano coniugare le indicazioni provenienti dalle imprese consorziate con le rilevazioni costanti sul contesto economico internazionale.

In particolare per quanto riguarda il 2020 e sino a successive modifiche, C.A.A.T. articola la propria strategia programmatica in linea con lo sviluppo progettuale avviato da qualche anno, puntando ad intensificare soprattutto le azioni di comunicazione digitale.

Il mutato scenario internazionale che si sta riconfigurando a seguito di cambiamenti dirompenti negli stili di vita e nelle abitudini di acquisto, che l'emergenza COVID-19 ha ulteriormente accelerato, ha imposto al Consorzio C.A.A.T. un rafforzamento della propria attività di comunicazione che oggi più che mai deve orientarsi verso percorsi integrati di marketing digitale. Ciò per porre in evidenza le specificità delle creazioni artigianali a portafoglio, rendendone trasparente l'origine, rafforzando l'identità del Territorio (made in Italy, made in Emilia-Romagna) sui mercati internazionali, sviluppando nuove forme di comunicazione basate sull'esperienza del prodotto e sul racconto delle storie nelle quali l'identità del territorio si intreccia con quella del mestiere, dell'impresa, del singolo artigiano ma anche con la prospettiva plurale di offerta: l'artigianato in tutte le sue forme, in tutti i materiali (dal riuso al materiale pregiato, dal materiale comune a materiali innovativi) e per i differenti contesti di utilizzo.



- impegno verso il miglioramento continuo dei processi di lavoro e di servizio a beneficio dell'efficacia dell'operatività consortile e dei vantaggi e delle opportunità da trasferire alle imprese associate.
- Impegno a dare la massima visibilità alla Politica per la Qualità del Consorzio ed alle iniziative da esso promosso.

La Direzione del Consorzio C.A.A.T. s'impegna a perseguire le finalità sopra citate tramite l'adeguata implementazione degli elementi di riferimento e a migliorare nel tempo l'efficacia del sistema di gestione.

In particolare per quanto attiene lo sviluppo associativo la Direzione mira a promuoversi verso imprese operanti nei settori di riferimento del Consorzio, impegnandosi nel fornire con la dovuta chiarezza le necessarie informazioni per formalizzare l'adesione al Consorzio, nell'operare con la massima imparzialità nella gestione delle adesioni e nel successivo mantenimento di adesione al Consorzio.

Quanto sopra espresso rappresenta il quadro strutturale per la definizione e il riesame degli obiettivi per la qualità. La Direzione si impegna, quindi, a coinvolgere il personale nella gestione per la qualità, garantendo attenzione e assicurando disponibilità in merito.

È responsabilità della Direzione assicurare che il personale abbia adeguata conoscenza delle norme regolanti la corretta erogazione dei servizi offerti (es. Privacy); nonché sia costantemente formato, aggiornato e motivato nel rapporto con l'impresa consorziata. Sulle basi di tale politica la Direzione stabilisce annualmente gli obiettivi per la qualità, i programmi e le risorse per raggiungerli, condividendoli con il personale. La Direzione, inoltre, riesamina almeno annualmente, o comunque quando ne sorga la necessità, la politica per la qualità, i requisiti cogenti, gli elementi di riferimento per accertarne l'idoneità ed eventualmente aggiornarli in ottica di miglioramento: la Direzione valuta il conseguimento degli obiettivi definiti, l'andamento dei programmi promozionali, eventuali problematiche legate alla gestione degli associati e valuta conseguentemente opportunità di sviluppo di nuove iniziative ed opportunità per le proprie imprese consorziate.

Rev. 1 – Approvato dall'Assemblea dei soci in data 25/06/2020

Il Presidente
Claudio Belardi