

A large, dark blue arrow points from the top left towards the bottom right, dominating the left side of the page. In the bottom left corner, there is a decorative graphic consisting of four vertical, rounded rectangular bars of decreasing height from left to right, followed by a small circle.

QUALITÀ, SICUREZZA
E BUSINESS CONTINUITY,
RISPETTO AMBIENTALE
ED ENERGETICO,
RESPONSABILITÀ SOCIALE:
LA POLITICA DEL
GRUPPO ALMAVIVA

Luglio 2018

**QUALITÀ, SICUREZZA E BUSINESS
CONTINUITY, RISPETTO AMBIENTALE ED
ENERGETICO, RESPONSABILITÀ SOCIALE:
LA POLITICA DEL GRUPPO ALMAVIVA**

QUALITÀ, SICUREZZA E BUSINESS CONTINUITY, RISPETTO AMBIENTALE ED ENERGETICO, RESPONSABILITÀ SOCIALE: LA POLITICA DEL GRUPPO ALMAVIVA

ENUNCIATO DELLA POLITICA INTEGRATA ALMAVIVA II

Gruppo AlmavivA dichiara:

- di riconoscere i concetti di Qualità, Sicurezza e Business Continuity, Rispetto Ambientale ed Energetico, Responsabilità Sociale come elementi di base del proprio modo di operare e stabilisce che:
 - **Qualità** significa fornire prestazioni sempre all'altezza e coerenti sia con esigenze e requisiti del Cliente che con valori e strategie che la direzione aziendale ha definito.
 - **Sicurezza e Business Continuity** significa offrire certezza e affidabilità di processi aziendali e di servizi di business informatizzati assicurando continuità nella erogazione di servizi/prodotti, riservatezza, integrità, e disponibilità del patrimonio informatico gestito/mantenuto per conto dei Clienti.
 - **Responsabilità Sociale** significa l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa attraverso una gestione efficace delle problematiche d'impatto sociale ed etico all'interno dell'organizzazione e nelle zone di attività della stessa.
 - **Rispetto Ambientale** significa tenere conto delle problematiche ambientali nella definizione delle scelte aziendali attraverso l'adozione di comportamenti, tecnologie e metodi di produzione eco-compatibili, con l'obiettivo di ridurre la propria impronta ambientale e migliorare le performance energetiche.

- che i suddetti concetti permeano i tre elementi principali che per Almaviva sono alla base della propria politica: i **valori**, la **strategia aziendale**, le **esigenze del cliente** secondo quanto qui di seguito riportato:

I VALORI

- **Centralità del Cliente:** l'organizzazione riconosce che il primo obiettivo per il successo è l'attento ascolto dei Clienti/Utenti. L'orientamento al Cliente deve esprimersi attraverso:
 - impegno costante ad aiutarli a superare le loro necessità
 - coinvolgimento del Cliente nella predisposizione dei prodotti/servizi
 - spostamento del focus da Produzione a Servizio.
- **Centralità delle persone:** l'organizzazione fa propria la convinzione che le persone siano i principali artefici del cambiamento e l'elemento differenziante in un mercato sempre più competitivo.
- **Orientamento ai risultati:** è la Misura oggettiva del successo dell'Organizzazione.
- **Qualità:** l'Organizzazione persegue miglioramenti continui della qualità dei prodotti e dei servizi determinando l'innovazione ed il miglioramento continuo dei processi, della tecnologia, dei modelli e dei sistemi adottati in modo da corrispondere assiduamente a quanto il mercato richiede.
- **Responsabilità sociale, ambiente ed energia:** l'organizzazione si fa carico di gestire aspetti di natura etica ambientale ed energetica all'interno della visione strategica impresa.
- **Sicurezza e Business Continuity:** l'Organizzazione fa propria la convinzione che gli asset e i servizi forniti sono un complesso di beni da proteggere da tutto quanto sia in grado di minacciarlo.
- **Assunzione di responsabilità:** per mantenere un ambiente innovativo l'Organizzazione persegue un sistema di decentramento delle responsabilità che estenda il livello di delega al più basso livello possibile e incoraggi i collaboratori ad assumere rischi calcolati nella ricerca dell'Eccellenza.

LA STRATEGIA AZIENDALE

L'Organizzazione si fa carico di:

- **Soluzioni innovative:** formulare soluzioni "su misura" rispetto alle esigenze del cliente, in linea con le tecnologie di mercato e coerenti con i principi base di metodologie di "riuso".
- **Servizi ad alta professionalità:** effettuare formazione specialistica a tutte le risorse coinvolte nei progetti/servizi per essere competitivi sul mercato di riferimento e non accontentarsi delle competenze consolidate.
- **Diffusione delle competenze e esperienze maturate:** perseguire la convergenza e l'integrazione delle competenze aziendali per passare dall'offerta di servizi centrati sulla tecnologia all'offerta di consulenza di gestione dei processi.
- **Soluzioni con integrazione di prodotti di mercato:** indirizzare il focus della propria attività di business da Produzione a Servizio; offerta di Servizi e Soluzioni Informatiche facendo ricorso a prodotti di mercato oltre che a prodotti custom.
- **Rispetto e diffusione dei Principi etici, Rispetto ambientale ed Efficienza Energetica.**
- **Difesa del patrimonio delle informazioni e asset aziendali:** considerare il proprio patrimonio di asset e il patrimonio informativo un complesso di beni da proteggere da tutto quanto sia in grado di minacciarlo.
- **Analisi, valutazione e monitoraggio dei rischi:** assicurare che la gestione dei rischi sia integrata nei processi aziendali, tenga conto del contesto di riferimento, coinvolga le Parti interessate e le loro aspettative e venga periodicamente monitorata.

LE ESIGENZE DEL CLIENTE

L'Organizzazione si fa carico di corrispondere alle esigenze del cliente principalmente attraverso:

- **soluzioni all'avanguardia per tutte le esigenze**
- **prezzi competitivi**
- **qualità dei servizi**
- **rispetto dei tempi di consegna**
- **sicurezza per i prodotti/servizi forniti**
- **servizi/prodotti forniti con continuità**
- **rapporto di partnership.**