

Documento Qualità Ambiente

Modifiche
Aggiornato organigramma pag. 11
Punto 3. 7 aggiornato
Punto 4.2 aggiornato
Punto 4.4 punto 2 aggiornato
Pag. 24 – Punto 5.3.5

INDICE

Capitolo 1	Riferimenti normativi.....	4
Capitolo 2	Termini e definizioni	5
Capitolo 3	Presentazione di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi.....	6
3.1	Descrizione di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi.....	6
3.2	Caratteristiche delle Associazioni di categoria (Federchimica, Confindustria), l’autonomia e i vincoli.....	7
3.2.1	Cosmetics Europe	7
3.3	La mission e la vision, i valori	7
3.4	Dichiarazione sulla politica ambientale.....	9
3.5	Descrizione della struttura organizzativa di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi..	10
3.6	Il processo decisionale: gli organismi e gli strumenti metodologici	12
3.7	Gruppi merceologici.....	12
3.8	Enti correlati.....	12
3.8.1	Camera italiana dell’acconciatura.....	12
3.8.2	La Forza e il Sorriso	13
3.8.3	Accademia del Profumo	13
Capitolo 4	Analisi del contesto.....	15
4.1	Gli stakeholders, gli interlocutori, il piano strategico.....	15
4.2	Servizi erogati	16
4.2.1	Accesso alla struttura	17
4.3	Campo di applicazione SGQ SGA.....	17
4.4	Processi di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi e relative procedure	18
Capitolo 5	Leadership.....	21
5.1	Impegno della Direzione	21
5.2	Cliente	21
5.3	Politica	22
5.3.1	Introduzione	22
5.3.2	Presupposti.....	23
5.3.3	Obiettivi generali	24
5.3.4	Obiettivi dell’organizzazione.....	24
5.3.5	Obiettivi delle persone.....	25
5.3.6	Obiettivi legati alle performance	25
5.3.7	Risultati attesi	26
5.3.8	Risorse necessarie	26

5.3.9	Scadenze.....	26
5.4	Responsabilità.....	27
Capitolo 6	Elenco delle procedure del Sistema di Gestione	28

Capitolo 1 Riferimenti normativi

Riferimenti normativi a cui il presente manuale si è ispirato:

UNI EN ISO 9000:2015 "Sistemi di gestione per la qualità - Fondamenti e vocabolario"

UNI EN ISO 9001:2015 "Sistema di Gestione per la Qualità - requisiti"

UNI EN ISO 9004:2009 "Gestire un'organizzazione per il successo durevole - L'approccio della gestione per la qualità"

UNI EN ISO 19011:2018 "Linee guida per audit di sistemi di gestione"

UNI EN ISO 14001:2015 "Sistemi di gestione ambientale - Requisiti e guida per l'uso"

UNI EN ISO 14004:2016 "Sistemi di Gestione ambientale - Linee guida generali sui principi, sistemi e tecniche di supporto"

D.LGS. n. 196 del 30 giugno 2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali"

D.LGS. n. 81 del 9 aprile 2008 "testo in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro"

Regolamento (CE) n. 1223/2009 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 novembre 2009 sui prodotti cosmetici.

Capitolo 2 Termini e definizioni

Di seguito riportiamo un breve glossario dei termini e definizioni in uso corrente da Cosmetica Italia.

Categoria merceologica:	Identifica in senso verticale (per i Gruppi merceologici) le imprese.
Federazione di settore – Federchimica:	Federazione Nazionale dell'Industria Chimica. Rappresenta l'industria chimica italiana ed è articolata in 16 Associazioni e 43 Gruppi merceologici, cui aderiscono oltre 1300 imprese.
Confindustria:	Organizzazione di rappresentanza delle Imprese Industriali associate alle Associazioni che compongono il "Sistema Confindustria" (Associazioni territoriali, Federazioni Regionali, Federazioni Nazionali di Settore e le Associazioni di Categoria).
Cosmetics Europe:	Associazione europea delle imprese cosmetiche. E' articolata in 31 associazioni nazionali e 22 imprese cosmetiche internazionali e 5 membri associati.
Comitato di Direzione	È composto dal Direttore Generale e dai 5 capi area. Favorisce lo scambio di informazioni, il coordinamento delle decisioni e la condivisione delle strategie e delle politiche.

Capitolo 3 Presentazione di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi

Cosmetica Italia (Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche) è l'associazione di imprese liberamente aderenti, che svolge la propria attività a favore delle stesse, nelle aree strategiche della rappresentanza, appartenenza e servizi (Vedere sezione "3.3").

Cosmetica Italia è stata costituita il 6 novembre del 1967 e, nell'ambito del settore cosmetico è l'Associazione imprenditoriale più rappresentativa poiché conta circa 550 imprese associate che corrispondono alla quasi totalità del mercato cosmetico italiano.

Il 30 maggio 2005 è stata costituita Cosmetica Italia Servizi srl, la società di servizi di Cosmetica Italia, partecipata al 100% da Cosmetica Italia, che ne esercita la direzione e il coordinamento.

Cosmetica Italia servizi srl mette a disposizione delle imprese il proprio *know-how* in continuo sviluppo, maturato grazie anche ad una fitta rete di scambi e collaborazioni sia con importanti Centri Universitari e di ricerca sia con laboratori privati.

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi si è dotato del sistema di gestione per la qualità, aderente al modello descritto nelle norme UNI EN ISO 9001:2015 e UNI ISO 9004:2009, con l'obiettivo di fornire la massima efficacia e garantire la soddisfazione dei bisogni alle imprese associate, mediante l'erogazione di servizi e la prestazione di assistenza - consulenza professionale, con la rappresentanza dei loro interessi sul territorio nazionale.

Dal 2013 Cosmetica Italia ha operato per implementare un sistema di gestione ambientale, in linea con i requisiti descritti nelle norme UNI EN ISO 14001:2015, con l'obiettivo di ridurre la produzione di rifiuti, perfezionare il processo di gestione e migliorare in generale l'impatto ambientale derivante dallo svolgimento delle proprie attività.

3.1 Descrizione di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi

Cosmetica Italia nasce dall'iniziativa di venti industriali ed operatori del settore e si afferma progressivamente come punto di riferimento per tutto il mercato.

Il ruolo fondamentale di Cosmetica Italia, che si è sviluppato negli anni con la crescita professionale ed economica del settore, si esprime nella definizione e nella diffusione di tutte le informazioni relative agli aspetti normativi, tecnici, economici e commerciali che riguardano i prodotti cosmetici e la loro produzione e immissione nel mercato. I cosmetici hanno assunto, nel quadro dei beni destinati a soddisfare le esigenze dell'individuo, un'importanza sempre più rilevante. Oggi devono soddisfare con affidabilità e funzionalità tecnica i bisogni che nascono nell'individuo che vive nella società moderna.

La crescita dell'importanza dei cosmetici ha determinato l'emanazione di norme vincolanti da parte dell'Unione Europea sulla loro produzione e commercializzazione, che i singoli paesi hanno recepito e che garantiscono il consumatore sulla sicurezza e sull'affidabilità dei prodotti. Tale norme sono state aggiornate dalla Commissione UE ed entrate in vigore l'11 luglio 2013 sotto forma di Regolamento.

Cosmetica Italia ha collaborato alla definizione di queste regole e continua a collaborare con gli operatori del settore per la loro corretta e puntuale applicazione. Oggi è il punto di riferimento fondamentale non solo per gli aspetti tecnici delle imprese ma anche per quelli che riguardano l'intera sfera aziendale. Cosmetica Italia è quindi diventato l'indispensabile luogo di riferimento per le imprese e per gli interlocutori esterni.

Cosmetica Italia Servizi srl nasce dall'iniziativa delle imprese associate a Cosmetica Italia e si afferma progressivamente come punto di riferimento per tutto il mercato.

Il ruolo fondamentale di Cosmetica Italia servizi srl, che si è sviluppato negli anni con la crescita professionale ed economica del settore, si esprime nella definizione e nella diffusione di tutti i servizi relativi agli aspetti normativi, tecnici e commerciali che riguardano i prodotti cosmetici, i dispositivi medici, gli integratori alimentari e la loro produzione e immissione nel mercato. I cosmetici, i dispositivi medici e gli integratori alimentari hanno assunto, nel quadro dei beni destinati a soddisfare le esigenze dell'individuo, un'importanza sempre più rilevante. Oggi devono soddisfare con affidabilità e funzionalità tecnica i bisogni che nascono nell'individuo che vive nella società moderna.

3.2 Caratteristiche delle Associazioni di categoria (Federchimica, Confindustria), l'autonomia e i vincoli

Le Associazioni di categoria, insieme alle Federazioni Regionali, alle Federazioni Nazionali di Settore e alle Associazioni Territoriali costituiscono il "sistema Confindustria". Si tratta, per il Codice Civile (art. 36 e seguenti), di Associazioni non riconosciute e senza scopo di lucro e, sotto il profilo fiscale, sono Enti non commerciali.

L'adesione è volontaria e regolata dalle norme statutarie, diverse per ciascuna Associazione, ma disciplinate dallo Statuto, dal Codice Etico e dalla Carta dei Valori di Confindustria, che dettano le norme generali di comportamento.

L'attività è finanziata con i contributi – definiti dall'Assemblea Annuale dei Soci – versati dalle imprese associate.

3.2.1 Cosmetics Europe

Cosmetica Italia aderisce a Cosmetics Europe, l'associazione Europea delle Imprese cosmetiche. Fanno parte di Cosmetics Europe sia le aziende internazionali produttrici e distributrici di cosmetici sia le associazioni nazionali di categoria dei diversi Stati Membri dell'Unione Europea. In tal modo Cosmetics Europe è in grado di rappresentare a livello europeo i circa 4.500 imprese cosmetiche.

3.3 La mission e la vision, i valori

Cosmetica Italia è l'Associazione delle imprese cosmetiche italiane che ha lo scopo di tutelare con autorevolezza e responsabilità gli interessi del settore e di favorire il benessere quotidiano e sociale. Cosmetica Italia servizi srl è la società di servizi di Cosmetica Italia che ha lo scopo di offrire servizi alle imprese.

Mission di Cosmetica Italia.

Promuovere lo sviluppo economico delle imprese e favorire la crescita delle risorse umane coinvolte.

Diffondere i valori di eccellenza del prodotto, la cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale attraverso lealtà, partecipazione e coesione associativa.

Affermare i valori del settore e tutelarne gli interessi mediante la cura delle relazioni con i portatori di interesse.

Favorire la crescita culturale e lo sviluppo sostenibile delle imprese con servizi mirati e innovativi.

Essere il riferimento del settore cosmetico e della sua filiera, rispecchiando valori etici e di responsabilità sociale e aumentare sempre più il benessere e l'autostima di chi utilizza i prodotti cosmetici.

Vision di Cosmetica Italia.

Essere il riferimento del settore cosmetico e della sua filiera, rispecchiando valori etici e di responsabilità sociale e aumentare sempre più il benessere e l'autostima di chi utilizza i prodotti cosmetici.

Essere un "nice place to work" per le persone che fanno parte della struttura di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, riconoscibile da:

- L'applicazione di valori "alti" e condivisi;
- Lo spirito di comprensione e collaborazione che anima tutte le persone nei rapporti tra loro;
- La crescita professionale assicurata da piani di formazione continua;
- Il clima favorevole alla consapevolezza e alla responsabilità di ciascuno nel proprio agire;
- La possibilità che ciascuno sia protagonista e disponibile al cambiamento.

L'attività di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi è rappresentata dalla vita associativa, dall'erogazione di servizi a favore delle imprese associate e dalla rappresentanza dei loro interessi.

In sintesi, gli obiettivi sono:

Area dell'appartenenza (Cosmetica Italia è il luogo in cui si esprime la consapevolezza di essere imprenditori, di avere delle responsabilità sociali e di condividere la passione per la bellezza ed il benessere):

- offrire agli imprenditori e ai loro collaboratori un luogo in cui incontrarsi, confrontarsi e promuovere attività d'interesse per le imprese. Creare le condizioni per favorire la loro partecipazione alla vita associativa;
- allargare la base associativa.

Area dei servizi (Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi sa anticipare, ascoltare e soddisfare le esigenze delle imprese e offre loro il sostegno qualificato per lo sviluppo del business):

- assicurare la soddisfazione dei bisogni e delle aspettative delle imprese mediante la progettazione e l'erogazione di servizi efficaci e di elevata qualità;
- assicurare l'efficacia e l'efficienza dei processi di erogazione dei servizi mediante il miglioramento continuo delle competenze, abilità e conoscenze del personale dipendente;
- offrire convenzioni che riducano i costi dei servizi operativi delle imprese.
- Offrire una gestione efficace del premio Accademia del Profumo e una adeguata comunicazione esterna.

Area della rappresentanza (significa che gli imprenditori di Cosmetica Italia si sentono parte di un unico settore, autorevole, competente):

- promuovere la reputazione del settore e tutelare gli interessi generali delle imprese nei confronti delle Istituzioni, degli organismi pubblici di vigilanza e dell'opinione pubblica;
- intervenire con azioni di influenza e pressione per facilitare la definizione e l'applicazione delle norme e delle indicazioni applicative.

Valori di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi

Responsabilità

è l'impegno ad essere consapevoli e a farsi carico delle proprie azioni, nonché di quelle dell'organizzazione, e delle conseguenze che ne derivano

Lealtà

è la fedeltà agli impegni presi, essere trasparenti e costruttivi nei rapporti con gli altri, perseguendo gli obiettivi comuni

Fiducia

è il senso di sicurezza nell'agire che viene dal credito e dalla stima reciproca nelle relazioni interne all'organizzazione fondate sulla convinzione che tutti agiscano in modo conforme alle attese

3.4 Dichiarazione sulla politica ambientale

L'Associazione nazionale imprese cosmetiche Cosmetica Italia, nell'ambito dei processi interni di progettazione ed erogazione di servizi in favore delle imprese associate, ha da sempre considerato il rispetto, la sensibilità e la tutela nei riguardi dell'ambiente principi guida fondamentali per lo svolgimento delle proprie attività.

La realtà COSMETICA ITALIA, consapevole dei potenziali impatti ambientali relativi allo svolgimento delle proprie attività e particolarmente sensibile all'idea più ampia di sostenibilità, è convinta che il perseguimento della logica del miglioramento continuo delle proprie performance ambientali non sia in contrasto con il conseguimento di significativi vantaggi quali benefici di immagine, commerciali e di efficienza economica. Tutt'altro, è ferma convinzione dell'Associazione che tali obiettivi siano tra loro collegati e perfettamente conciliabili.

A tal proposito, al fine di assicurare la continua ed efficace applicazione dei principi guida e di stabilire un quadro di riferimento per il raggiungimento dei propri obiettivi ambientali, COSMETICA ITALIA ha ritenuto corretto implementare un Sistema di Gestione Ambientale secondo i requisiti della norma UNI EN ISO 14001:2015, e di integrarlo con il già presente Sistema di Gestione della Qualità.

La politica ambientale di COSMETICA ITALIA vuole:

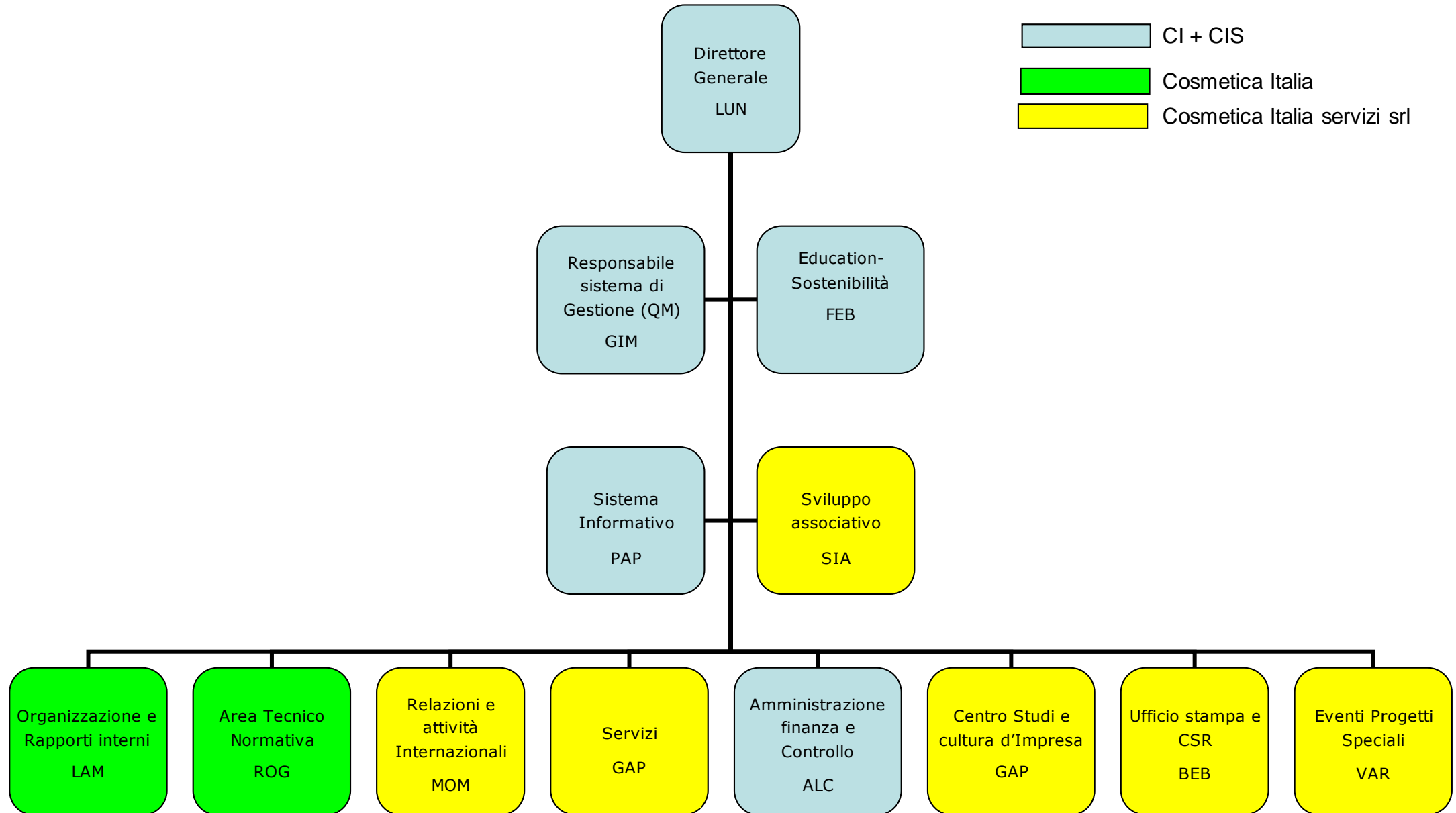
- ✓ assicurare che le proprie attività siano svolte in conformità con le vigenti disposizioni nazionali e con le normative locali applicabili;
- ✓ implementare e mantenere aggiornato e attivo nel tempo un Sistema di Gestione Ambientale efficace;
- ✓ attuare ogni sforzo in termini organizzativi, operativi e tecnologici per ridurre e ottimizzare il consumo di energia, acqua e la produzione dei rifiuti, favorendone il recupero ove possibile;
- ✓ mantenere una gestione controllata e organizzata dei rifiuti in linea con le disposizioni di raccolta differenziata;
- ✓ assicurare che la politica ambientale e il Sistema di Gestione Ambientale predisposto siano assimilati ed attuati a tutti i livelli dell'Associazione, e che siano sostenuti da attività di formazione ed addestramento;
- ✓ sviluppare, mettere in atto, aggiornare e migliorare il proprio Sistema di Gestione Ambientale, introducendo appropriate metodologie di auditing e controllo.

Il livello di raggiungimento degli obiettivi stabiliti e lo stato di attuazione del Sistema di Gestione Ambientale saranno verificati e monitorati periodicamente nel corso dei riesami da parte della Direzione.

La presente dichiarazione è conosciuta dal personale dell'Associazione e resa disponibile al pubblico e a chi lavora per conto dell'organizzazione.

3.5 Descrizione della struttura organizzativa di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi

L'organigramma illustra la struttura organizzativa generale di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, ed è coerente e funzionale con il suo contesto e dimensione, inoltre adotta un approccio per processi dove l'associato e la sua soddisfazione è l'elemento centrale. Graficamente vengono mostrate le aree funzionali sottostanti a Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi. Ruolo fondamentale per i sistemi di gestione qualità e ambientale è svolto dal QM che, come da organigramma, opera in staff alla Direzione Generale, così da garantire la sua totale indipendenza dalle altre funzioni dell'associazione.



3.6 Il processo decisionale: gli organismi e gli strumenti metodologici

Cosmetica Italia è governata dagli organi previsti dallo Statuto sociale.

La sovranità del processo decisionale appartiene all'Assemblea Generale dei Soci che governa Cosmetica Italia con:

- il Consiglio Direttivo, organo di indirizzo e di controllo;
- il Consiglio di Presidenza, organo di gestione;
- il Presidente, che assume la rappresentanza legale e generale verso l'esterno.

La sovranità del processo decisionale di Cosmetica Italia servizi srl appartiene all'Assemblea del Socio unico (Cosmetica Italia), che lo governa attraverso il Consiglio di Amministrazione.

Il Direttore Generale di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi ha il compito di attuare le politiche e le strategie del Presidente e degli altri organi decisionali. Ha inoltre la responsabilità dell'indirizzo e del coordinamento dell'attività delle persone che operano nella struttura organizzativa, dell'erogazione di servizi alle imprese, della rappresentanza verso l'esterno e della vita associativa.

All'interno di Cosmetica Italia, per la promozione e la vitalità delle imprese, operano inoltre i Gruppi merceologici e sono attive altre due associazioni: "Camera italiana dell'acconciatura" e "La forza e il sorriso". L'iniziativa Accademia del Profumo non ha personalità giuridica e viene governato dall'Area Relazioni internazionali ed eventi di Cosmetica Italia.

3.7 Gruppi merceologici

I Gruppi che operano all'interno di Cosmetica Italia sono costituiti dai rappresentanti delle imprese che si riuniscono secondo criteri di affinità produttiva e commerciale e hanno lo scopo di affrontare e discutere i temi di loro specifico interesse, operando per la tutela e la promozione sul piano tecnico-economico e di immagine dei rispettivi settori e canali di competenza.

In Cosmetica Italia operano i seguenti Gruppi, ai quali tutti gli Associati che possiedono i requisiti merceologici o distributivi necessari per l'appartenenza, possono aderire:

- cosmetici in farmacia;
- cosmetici per l'estetica;
- prodotti professionali per acconciatori;
- produzione conto terzi;
- cosmetici connotazione naturale ed erboristica;
- cosmetici in profumeria.

3.8 Enti correlati

3.8.1 Camera italiana dell'acconciatura

La Camera Italiana dell'acconciatura è stata fondata il 9 aprile 2001 da Confartigianato Acconciatori, Federacconciatori/CNA e Cosmetica Italia.

La Camera si propone come interprete dell'acconciatura e come protagonista della "moda *made in Italy*", creando iniziative mirate alla valorizzazione del settore, con eventi che coinvolgono tutti gli operatori delle filiere che rappresentano il sistema del *made in Italy* nel mondo.

La Camera italiana dell'acconciatura non è compresa nel campo applicativo del sistema di gestione di Cosmetica Italia.

3.8.2 La Forza e il Sorriso

La forza e il sorriso Onlus organizza laboratori di bellezza gratuiti per donne in trattamento oncologico nelle strutture ospedaliere e nelle associazioni di volontariato in tutta Italia.

Il progetto è nato negli Stati Uniti nel 1989, col nome di Look Good Feel Better, e si è diffuso in numerosi paesi nel mondo. In Italia, il programma è attivo dal 2007, sotto il patrocinio di Cosmetica Italia.

La Forza e il Sorriso non è compresa nel campo applicativo del sistema di gestione di Cosmetica Italia.

3.8.3 Accademia del Profumo

Accademia del Profumo è stata costituita nel 1990. La sua mission, oggi, è valorizzare il profumo come elemento essenziale del benessere, promuoverne la creatività, accrescerne la cultura e la diffusione in Italia.

Vi aderiscono le aziende cosmetiche associate a Cosmetica Italia (associazione nazionale imprese cosmetiche) che producono e distribuiscono profumi, le aziende produttrici di essenze e di materiali di confezionamento utilizzati nei profumi, *opinion leaders* ed esperti operanti nell'ambito della comunicazione e della distribuzione.

Accademia del Profumo gestisce il premio Accademia del Profumo che viene organizzato ogni anno e ha lo scopo di valorizzare e promuovere i nuovi profumi lanciati sul mercato italiano. I riconoscimenti sono assegnati per premiare l'innovazione e la proposta creativa delle nuove fragranze lanciate sul mercato italiano.

Il sistema di gestione di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia servizi si applica alla gestione del premio e non alle altre attività di Accademia del Profumo.

"Sistema COSMETICA ITALIA" Enti collegati e correlati

SOCIETA' CONTROLLATE

Cosmetica Italia servizi S.r.l.

Cosmetica Italia socio unico 100%

CONSORZI COLLEGATI

UNISERVICE

Cosmetica Italia/Cosmetica Italia servizi srl

ASSOCIAZIONI PROMOSSE

**Camera Italiana
dell'Acconciatura**

Cosmetica Italia / CNA /Confartigianato

**La Forza e il Sorriso
Look Good Feel Better Italia**

Cosmetica Italia e imprese associate

INIZIATIVE PROMOSSE

Accademia del Profumo

Capitolo 4 Analisi del contesto

4.1 Gli stakeholders, gli interlocutori, il piano strategico

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi nell'approcciarsi all'analisi del suo contesto, ha seguito una metodologia strutturata e strettamente coerente e integrata con la sua strategia. L'associazione, per via del suo ruolo rigorosamente legato al settore cosmetico, non solo deve conoscere il proprio contesto, ma deve essere pienamente consapevole e informata del contesto in cui operano le proprie aziende associate.

L'attività associativa e di fornitura dei servizi è guidata dal piano strategico che è stato elaborato nel corso del 2018, applicando le metodologie più adatte ad un'organizzazione articolata e complessa come Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, che interagisce con una pluralità di portatori di interesse ([stakeholders](#)) assai diversi tra loro.

Ciò permetterà di identificare il tipo di aspettative e bisogni espressi nei confronti dell'Associazione e di rispondere adeguatamente, definendo per ciascuno di loro gli obiettivi e le strategie più adeguate per raggiungerli mediante lo svolgimento di attività contenute in progetti e programmi di lavoro.

Per mappare gli attori del proprio contesto competitivo, l'approccio adottato è quello proposto dal modello di Porter; infatti nell'analisi si è tenuto conto non solo dei concorrenti diretti per l'associazione, ma anche di quelli potenziali, dei fornitori e dei clienti e i possibili sostituti. Per ogni attore individuato è stato studiato il comportamento e le possibili minacce/opportunità derivanti da questo, si è determinato un obiettivo riguardante quell'attore e le azioni per raggiungerlo. Il tutto è stato accompagnato da una valutazione e classificazione della fattibilità delle azioni e dal contributo alla mission dell'obiettivo prefissato. Si è in questo modo ottenuta una classificazione dei diversi attori.

In parallelo a questa attività si stanno anche individuando i punti di forza, debolezza, opportunità e le possibili minacce per l'associazione e per il settore in generale. La metodologia adottata è quella della [SWOT analysis](#).

L'analisi ha dato una visione completa, riguardante il contesto interno (punti di forza e debolezza) e il contesto esterno dell'associazione (analizzando minacce ed opportunità).

Il risultato di questa fase è documentato in 2 matrici di SWOT analysis una specifica per l'associazione e una più generica riguardante il settore cosmetico nella sua interezza.

Allo scopo di contrastare le minacce di carattere generale che potrebbero danneggiare tutto il settore cosmetico è attiva sin dal 2008 (anno di certificazione dell'Associazione) la procedura di Crisis Management. La crisi è un evento straordinario (potenziale, reale o anche solo percepito) il cui accadimento e la cui visibilità pubblica all'esterno minacciano di produrre un effetto negativo sulla reputazione dei prodotti cosmetici o del settore cosmetico o dell'associazione e sulle sue attività. In particolare la situazione di crisi si manifesta con una situazione di rischio (reale/potenziale o percepito) per la salute dei consumatori e dei cittadini in generale o per la reputazione del settore cosmetico e dell'associazione. I dettagli di questa attività sono descritti nella procedura "[3.4.1 Crisi Management](#)". (Attualmente è sospesa)

4.2 Servizi erogati

I servizi offerti da Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi sono riconducibili alle seguenti funzioni generali che comprendono attività specifiche.

- **Politiche regolatorie**
 - *Crisis management*: si occupa di gestire la "crisi" per tutelare il settore cosmetico e la sua reputazione. La crisi è un evento straordinario (potenziale, reale o anche solo percepito), il cui accadimento e la cui visibilità all'esterno minacciano di produrre effetti negativi sulla reputazione dei prodotti cosmetici, del settore cosmetico, dell'Associazione Cosmetica Italia e sulle attività dell'Associazione stessa. La gestione della crisi è di fondamentale importanza ed è stata descritta nella procedura "[Crisis Management](#)".
- **Politiche economiche e di sviluppo del business**
 - [Centro studi cultura impresa](#): svolge le attività dell'Associazione di analisi economica dei canali e dei mercati internazionali. E' referente per i vari media in materia economico-statistica; promuove ricerche, rilevazioni, progetti e convegni a supporto della cultura d'impresa;
 - Relazioni e attività internazionali: fornisce consulenza riguardante le procedure di import-export, la stesura di contratti esteri di vario tipo e tutto ciò che riguarda gli scambi intracomunitari, comprese informazioni sui finanziamenti e su come sviluppare un'attività all'estero; gestisce l'organizzazione di missioni estere e partecipazioni a fiere estere, in collaborazione con gli stakeholders di riferimento
 - Università e ricerca: cura i rapporti con l'Università inoltre, fornisce informazioni sui rapporti con gli enti pubblici e sulla gestione della formazione professionale.
- **Public affairs**
 - Rapporti istituzionali: assicura il dialogo con i diversi portatori di interesse (governo, amministrazione pubblica, mondo politico, imprese, enti locali, organizzazioni e gruppi di pressione) per il raggiungimento mirato degli obiettivi associativi e del settore (es. progetto advocacy).
 - *Rapporto annuale*: è il rapporto economico sull'industria cosmetica pubblicato annualmente presentato in occasione dell'Assemblea, con focus monografici che variano di anno in anno Rappresenta uno strumento privilegiato nei rapporti con gli stakeholders della politica e dei media
 - ABC-cosmetici: sito di Cosmetica Italia che ha lo scopo di promuovere al grande pubblico una migliore conoscenza dei prodotti cosmetici e dei loro ingredienti.
- **Servizi tecnico-normativi**
 - Fornisce informazioni e consulenze in tema di legislazione cosmetica e di normative collaterali; segue gli sviluppi legislativi, in Italia e a livello UE, degli argomenti che interessano il settore in materia chimica, imballaggi, ambientale, comunicazione e sicurezza degli ambienti di lavoro e dei lavoratori. Realizza GMP e segue i vari passaggi del Ministero per il rilascio dei CLV.
- **Comunicazione e sviluppo associativo**
 - Sviluppo associativo: incremento della base associativa mediante attività di promozione della proposta di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi. Fidelizzazione e analisi della soddisfazione dell'associato;

- **Servizi & Sviluppo alle Imprese**

- Offrire la messa a punto di protocolli di studio mirati, monitoraggio delle sperimentazioni, verifica della eventuale significatività statistica dei risultati.
- Erogare diverse tipologie di corsi di formazione specialistica per associati Cosmetica Italia e non.
- Mettere a disposizione delle imprese il proprio *know-how* tecnico scientifico in attività di consulenza.
- Fornire un contesto autorevole per il Premio Accademia del Profumo per valorizzare l'industria del profumo italiana.

4.2.1 Accesso alla struttura

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi dispongono di una sede a Milano, le informazioni per l'accesso si possono trovare sul sito Internet: www.CosmeticaItalia.it

4.3 Campo di applicazione SGQ SGA

Il campo applicativo del sistema di gestione per la qualità di Cosmetica Italia è:

RAPPRESENTANZA E TUTELA DELLE IMPRESE DELL'AREA COSMETICA E DELLA CURA DELLA PERSONA, EROGAZIONE DI CONSULENZA TECNICO-NORMATIVA E PROFESSIONALE, ANIMAZIONE ASSOCIATIVA

Il campo applicativo del sistema di gestione per la qualità di Cosmetica Italia servizi srl è (AREA EXTRA ASSOCIATIVA):

PROGETTAZIONE ED EROGAZIONE DI SERVIZI INTEGRATI E FORMATIVI ALLE IMPRESE NELL'AREA COSMETICA E SALUTISTICA
GESTIONE DEL PREMIO ACCADEMIA DEL PROFUMO

I requisiti della norma ISO 9001:2015 non applicabili o applicabili parzialmente sono il punto "7.1.5 Risorse per il monitoraggio e la misurazione" in quanto Cosmetica Italia non utilizza apparecchiature per prove, misurazione e collaudi, però effettua indagini e analisi di mercato.

UNI EN ISO 14001:2015

Cosmetica Italia, nell'ambito dei processi interni di progettazione ed erogazione di servizi in favore delle imprese associate, ha da sempre considerato il rispetto, la sensibilità e la tutela nei riguardi dell'ambiente, principi guida fondamentali per lo svolgimento delle proprie attività.

Il campo applicativo del sistema di gestione ambientale riguarda tutte le attività e i processi - strategici, primari e di supporto - svolti da Cosmetica Italia; in particolare riguarda le attività il cui normale svolgimento possa avere interferenze con l'ambiente o generare come output rifiuti.

RAPPRESENTANZA E TUTELA DELLE IMPRESE DELL'AREA COSMETICA E DELLA CURA DELLA PERSONA, EROGAZIONE DI CONSULENZA TECNICO-NORMATIVA E PROFESSIONALE, GESTIONE EVENTI DI ANIMAZIONE ASSOCIATIVA.

I requisiti delle norme ISO 14001:2015 sono tutti applicabili.

4.4 Processi di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi e relative procedure

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi hanno realizzato, documentato, attuato e aggiornato il sistema di gestione per la qualità in accordo con i requisiti della Norma UNI EN ISO 9001:2015 e il Sistema di Gestione Ambientale in accordo ai requisiti della Norma UNI EN ISO 14001:2015 mediante l'impiego degli strumenti adottati dalla Direzione per la gestione delle entità organizzative di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi.

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi ha identificato i processi elencati di seguito. La sequenza e le interazioni fra i processi e gli indicatori per identificarne l'efficacia sono indicati nel foglio excel "[misurazione](#)". Tale descrizione è da considerarsi parte integrante del sistema di Gestione di Cosmetica Italia.

Le procedure comuni di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi srl sono indicate in nero, quelle specifiche di [Cosmetica Italia](#) sono in verde e quelle specifiche di [Cosmetica Italia Servizi srl](#) in viola. L'elenco completo delle procedure sono indicate nel [Capitolo 6](#).

1. Processi strategici e direzionali

- 1.1. analisi e pianificazione strategica (procedura: "gestione della documentazione e delle registrazioni")
- 1.2. pianificazione e sviluppo organizzativo e del personale (procedura: Formazione e aggiornamento professionale)
- 1.3. relazioni esterne e rappresentanza
 - 1.3.1. analisi economiche e di mercato (procedura: "[centro studi e cultura d'impresa](#)")
 - 1.3.2. *public affairs*
 - 1.3.3. rapporti con le associazioni
 - 1.3.4. *scientific relations*
 - 1.3.5. comunicazione (procedura: "[accademia 33](#)")
 - 1.3.5.1. gestione della *newsletter* (procedura: "gestione della *newsletter*")

2. Processi primari (servizi alle imprese)

- 2.1. Sviluppo associativo
 - 2.1.1. Sviluppo associativo (procedura: "[Sviluppo associativo](#)")
 - 2.1.2. *customer satisfaction* e fidelizzazione
- 2.2. assistenza e consulenza tecnico professionale
 - 2.2.1. annullata
 - 2.2.2. normativa antitrust, *privacy*, comunicazione commerciale (procedura "rispetto della normativa antitrust" e linea guida "rispetto normativa antitrust")

- 2.2.3. tecnico-normativa/*regulatories* (procedura: "consulenza tecnico-professionale")
 - 2.3. servizi tecnico-organizzativi
 - 2.3.1. testing (procedura: "attività di testing")
 - 2.3.2. servizi di certificazione, qualità, ambiente
 - 2.3.3. formazione professionale (procedura: "servizio progettazione e realizzazione corsi di formazione")
 - 2.4. animazione della vita associativa
 - 2.4.1. *advisoring* (linee guida: "advisor dei gruppi")
 - 2.5. sviluppo del business delle imprese (procedura: "Internazionalizzazione")
 - 2.5.1. eventi associativi (linee guida: "eventi")
 - 2.5.2. relazioni internazionali, fiere e missioni
 - 2.5.3. supporto informativo e commerciale, finanziario e logistico
 - 2.6. informazioni ai soci (*newsletter*, circolari, monografie, ecc.)
 - 2.7. progetti
 - 2.8. Gestione del Premio Accademia del Profumo (procedura: "Gestione del Premio Accademia del Profumo")
 - 2.9. Gestione dell'evento Milano Beauty Week (.....)
- 3. Processi di supporto**
- 3.1. logistica, approvvigionamento, manutenzione, sicurezza (procedura: "comprare facile")
 - 3.1.1. segreteria, supporto organizzativo, riunioni interne, attività operativa (linee guida: "attività di segreteria")
 - 3.2. *information & communication technology*
 - 3.2.1. gestione del *backup* (procedura: "gestione del *backup*")
 - 3.3. formazione e aggiornamento professionale (procedura: "formazione e aggiornamento professionale")
 - 3.3.1. *coaching*
 - 3.4. *issue & crisis management* (procedura: "*crisis management*")
 - 3.5. amministrazione, finanza e controllo
 - 3.5.1. budget e controlli, contabilità generale, gestione finanziaria
 - 3.5.2. rapporti contributivi con gli associati
- 4. Processi per il miglioramento (Sistema della qualità)**
- 4.1. rilevazione della qualità percepita
 - 4.2. *audit* interni (procedura: "*audit* interni")
 - 4.3. analisi dei dati
 - 4.4. gestione delle azioni di miglioramento (procedura: "gestione delle azioni di miglioramento")
 - 4.5. gestione dei prodotti non conformi (procedura: "gestione dei prodotti non conformi")

Il Sistema di Gestione Ambientale introdotto da Cosmetica Italia ha come obiettivo il miglioramento delle prestazioni ambientali.

Le procedure che il Sistema di Gestione Ambientale condivide con il Sistema di Gestione per la Qualità sono:

- 1.2 Gestione della Documentazione e delle RegISTRAZIONI
- 3.3 Formazione e aggiornamento professionale
- 4.2 Audit interni
- 4.4 Gestione delle azioni di miglioramento
- 4.5 Gestione dei prodotti non conformi

La sequenza e le interazioni fra le procedure del Sistema di gestione ambientale e gli indicatori utili a identificarne l'efficacia sono descritti nell'[analisi ambientale](#).

La gestione delle infrastrutture e delle attività necessarie per garantire la riservatezza dell'informazione (privacy) è affidata al Consorzio Uniservice, che assicura il funzionamento dei sistemi informatici e la cura dello stabile, compresi gli impianti tecnologici; il presidio delle conformità alla norma per quanto riguarda l'ambiente di lavoro è assicurato dal Consorzio Uniservice. I rapporti tra Cosmetica Italia e il Consorzio Uniservice sono regolamentati dal regolamento del Consorzio Uniservice. La gestione del *backup* e della *newsletter* sono eseguite secondo procedure fissate da Cosmetica Italia.

Capitolo 5 Leadership

5.1 Impegno della Direzione

La Direzione, nella persona del Direttore Generale e del comitato di Direzione, si impegna nello sviluppo e nel miglioramento del sistema di gestione e nel miglioramento continuo dell'efficacia e dell'efficienza dell'organizzazione.

In particolare, il Direttore Generale:

- s'impegna a diffondere in Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, a tutti i livelli, la consapevolezza dell'importanza di conoscere e soddisfare i bisogni dell'associato;
- stabilisce la politica per la qualità;
- dichiarazione sulla politica ambientale;
- indica gli obiettivi per la qualità;
- garantisce almeno una volta all'anno il riesame del sistema di gestione;
- assicura la disponibilità delle risorse adeguate allo svolgimento delle attività.

Lo strumento che rileva e registra le attività svolte dal direttore generale nell'esercizio delle sue responsabilità è l'"agenda" del gestionale di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi.

5.2 Cliente

Le entità con cui Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi si pone in relazione per raggiungere i suoi scopi istituzionali sono le imprese associate e non solo pertanto con il termine "clienti" si intendono le imprese associate a Cosmetica Italia e le imprese non associate che utilizzano i servizi di Cosmetica Italia Servizi srl.

Per la gestione del Premio Accademia del Profumo si entra in relazione con le aziende partecipanti che candidano i propri prodotti, con i punti vendita che aderiscono all'iniziativa e con il consumatore finale che partecipa al concorso per la categoria miglior profumo dell'anno.

Attraverso la Milano Beauty Week, che si caratterizza per essere un evento B2C, Cosmetica Italia e le Imprese associate incontrano i consumatori/cittadini attraverso la realizzazione, nell'arco della settimana, di numerose iniziative che portano il pubblico a diretto contatto con il settore e con le Imprese del settore che hanno aderito all'iniziativa.

Per Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi l'orientamento al cliente è diffuso a tutti i livelli ed è promosso costantemente dalla Direzione.

La Direzione assicura che i bisogni del cliente siano individuati, definiti e soddisfatti allo scopo di accrescerne la soddisfazione, mediante il coinvolgimento continuo e costante dei componenti la struttura, servendosi principalmente di riunioni e di comunicazioni interne scritte.

Allo scopo di identificare e di valutare gli aspetti ambientali associati alle proprie attività, i quali possono dar luogo ad impatti ambientali significativi, Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi ha condotto un'Analisi Ambientale secondo una specifica procedura "5.1 analisi valutazione aspetti ambientali" che prende in considerazione i seguenti aspetti ambientali diretti:

- materie prime e materiali utilizzati (nel caso specifico si riferisce a prodotti utilizzati per la pulizia dei locali);
- rifiuti;
- emissioni in atmosfera;

- scarichi idrici e acque reflue;
- utilizzo delle risorse idriche;
- utilizzo delle risorse energetiche;
- rumore (nel caso specifico non sono presenti fonti di rumore);
- contaminazione del suolo (nel caso specifico non sono presenti sostanze contaminanti);
- sostanze lesive dello strato di ozono (HCFC, CFC);
- Radiazioni elettromagnetiche.

Oltre alle condizioni operative normali, sono state considerate anche condizioni anomale o possibili situazioni di emergenza, tenendo conto delle prescrizioni legali applicabili e del grado di controllo che l'azienda può esercitare.

La valutazione degli aspetti ambientali sarà nuovamente ripetuta a seguito di modifiche importanti ai processi, di modifica della policy aziendale, di nuove o più severe prescrizioni legislative. In assenza di tali modifiche, la valutazione sarà comunque rivista almeno ogni tre anni.

5.3 Politica

5.3.1 Introduzione

A seguito delle dimissioni del Presidente eletto nel 2021 per il successivo triennio, a cui è subentrato il Vice-Presidente anziano per la gestione corrente dell'Associazione, nel corso dell'Assemblea del febbraio 2023 è stato eletto il nuovo Presidente. Nel 2024 verrà eletto il nuovo Presidente, che rimarrà in carica 3 anni. La presidenza ha riconfermato i tre obiettivi generali derivanti dall'impostazione in aree strategiche (appartenenza – rappresentanza – servizi) dell'attività associativa del vertice. Essi sono:

1. Incrementare la base associativa e coinvolgere il maggior numero di associati nelle attività associative;
2. consolidare il peso politico e la notorietà dell'associazione e incrementare la reputazione del settore cosmetico, della sua industria e dei suoi prodotti nei confronti delle istituzioni e dei consumatori;
3. migliorare costantemente l'efficacia e la qualità dei servizi erogati;
4. Sviluppare gli aspetti di sostenibilità e di Green Deal proposti dalla Commissione Europea (Gestione dei rifiuti da imballaggio, Ecodesign, Green Claims e revisione della direttiva sul trattamento delle acque).
5. Nel 2023 Cosmetica Italia ha aderito in qualità di Supporting Partner, al progetto europeo "Commit for our planet", voluto e lanciato da Cosmetics Europe a dicembre 2022. L'iniziativa, rivolta alle imprese cosmetiche in tutta Europa, mira a ridurre l'impronta ambientale del settore cosmetico lungo tutta la catena del valore, attraverso uno sforzo e un'azione congiunti del settore. Il progetto prevede impegni specifici all'interno di tre ambiti: clima, packaging e consumo di risorse naturali diminuendo emissioni di gas serra, migliorando le soluzioni di imballaggio e preservando le risorse naturali.

I fattori chiave sono:

- la comunicazione, efficace per gli associati e per le Istituzioni e per i consumatori;
- il coinvolgimento degli associati;
- la rappresentanza trasversale di tutti gli associati;
- il consumatore e le sue forme più importanti di rappresentanza;

- la necessità di identificare nuove forme e modalità di partenariato con Cosmoprof;
- lo sviluppo del business delle imprese associate mediante l'internazionalizzazione.

La Direzione ha quindi definito le azioni di miglioramento indicate dai vertici e da completare nel medio termine:

- mantenere i costi di funzionamento bassi e individuare alternative fonti di finanziamento delle iniziative, mediante progetti specifici di medio-termine;
- favorire la fruizione dei servizi con le forme più efficaci e moderne di comunicazione, assicurare il miglioramento e l'innovazione continua, mantenere alto il livello della professionalità della struttura;
- cercare il rapporto diretto (*personal touch*) con l'associato, favorendo la partecipazione alle iniziative ed eventi anche in modalità da remoto, e moltiplicare le iniziative sul territorio;
- intensificare le attività di sviluppo associativo, anche rivolto a imprese della filiera (packaging, macchinari, servizi), in conformità alla nuova Vision associativa;
- consolidare il piano di Public Affairs e Advocacy per favorire le opportune relazioni con gli stakeholders del mondo istituzionale e dei media, per incrementare la conoscenza dei valori (economici, sociali e culturali) del settore e valorizzare la sua reputazione e quella della sua industria e dei suoi prodotti.
- Sviluppare le conoscenze e le opportunità per le Imprese associate sui temi della sostenibilità/ambiente.

La Direzione, mediante il coinvolgimento attivo di tutto il personale, si è riferita ai "valori di fondo" condivisi con tutte le altre associazioni europee, ossia la promozione delle caratteristiche della cosmetica che mettano in luce il contributo alla qualità di vita, la sostenibilità dello sviluppo e la trasparenza.

In secondo luogo, la Direzione ha sostenuto l'evoluzione del ruolo associativo verso la "rappresentanza di interessi comuni e diffusi", ossia:

- conoscere e interpretare le imprese associate a Cosmetica Italia nei loro processi reali, mutevoli, adattativi;
- favorire il coinvolgimento degli associati di Cosmetica Italia sui temi della reputazione e dell'interesse collettivo.

Dopodiché la struttura di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi ha recepito le linee-guida del triennio ed ha aggiornato la Politica per la qualità con passaggi formali collettivi almeno due volte l'anno.

5.3.2 Presupposti

La *mission* e la *vision* di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi guidano ancora la politica per la qualità.

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi adottano gli strumenti per l'attuazione della politica e per indirizzare tutte le azioni verso obiettivi identificati e misurabili. Perciò l'organizzazione del sistema opera secondo la filosofia del miglioramento continuo e, con l'adozione del Sistema di Gestione, controlla l'evoluzione e la documenta in modo adeguato.

La Politica per la qualità è da oltre dieci anni il documento fondamentale per tutte le attività e il processo decisionale; l'organizzazione perciò possiede le caratteristiche di una *learning organization* permanente.

Il Consiglio di Presidenza ha inoltre confermato anche la politica di innovazione tecnologica e organizzativa continua che la Direzione ha sempre sostenuto e sviluppato per la crescita professionale dei dipendenti e per il miglioramento dell'offerta di servizi.

5.3.3 Obiettivi generali

L'obiettivo generale del "sistema Cosmetica Italia" è continuare ad ispirarsi al modello *EFQM* per mantenere il livello di eccellenza raggiunto.

L'introduzione nel contesto di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, del sistema di gestione ha contribuito a sviluppare una sensibilità interna all'associazione nei confronti del modo di operare di ogni singolo processo e ha sensibilizzato ogni persona agli aspetti ambientali.

Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, nell'ambito dei processi interni di progettazione ed erogazione di servizi in favore delle imprese associate, ha da sempre considerato il rispetto, la sensibilità e la tutela nei riguardi dell'ambiente principi guida fondamentali per lo svolgimento delle proprie attività.

Il nostro sistema di Gestione prevede che il controllo degli standard ISO non venga applicato solo all'interno della struttura, ma contempla anche la verifica del modo di operare dei fornitori, soprattutto relativamente agli aspetti ambientali.

5.3.4 Obiettivi dell'organizzazione

Gli obiettivi dell'organizzazione sono molteplici e sono sempre identificati, definiti e proposti a tutti i componenti l'organizzazione, sotto forma di programmi e progetti. Gli obiettivi dell'organizzazione per il 2024 sono:

1. usare in modo sistematico, ricorrente e aggiornato gli strumenti gestionali disponibili (Piano strategico, budget e controllo di gestione); aggiornare il piano strategico di Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi, delle singole aree e dei responsabili d'area;
2. mantenere e sviluppare azioni di miglioramento dei sistemi di gestione ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015;
3. adeguare le conoscenze e le risorse tecnologiche allo sviluppo organizzativo e alla crescita personale e professionale di ciascun membro dell'organizzazione;
4. mantenere il livello di *empowerment* acquisito (delega e responsabilità) e ampiamente diffuso;
5. promuovere all'esterno l'uso dei siti web (Cosmetica Italia, Cosmetica Italia Servizi e ABC-cosmetici), delle pagine social e di tutti gli strumenti ed i materiali a disposizione, per lo sviluppo di tutta la comunicazione;
6. consolidare il sistema di sviluppo professionale basato sulle competenze mediante il coinvolgimento sistematico dei capi Area.;
7. incrementare l'offerta e l'erogazione di corsi di formazione professionale, manageriale e imprenditoriale verso gli associati, anche attraverso i sistemi digitali;
8. Far conoscere i valori del settore al grande pubblico anche attraverso la realizzazione della Milano Beauty week
9. sviluppare la cultura della sostenibilità, anche attraverso il mantenimento del sistema di qualità ambientale UNI EN ISO 14.001:2015;
10. sviluppare l'area "Servizi e sviluppo" a supporto delle attività di fidelizzazione, promozione e vendita dei servizi;

11. consolidare l'attività dell'area "Sviluppo Associativo e Rapporti di filiera", per incrementare la rappresentanza associativa e continuare il suo allargamento alle imprese della filiera;
12. Applicare le valutazioni di sviluppo del Personale adottate dopo l'analisi sul potenziale del personale effettuato con la società esterna.

5.3.5 Obiettivi delle persone

Gli obiettivi delle persone scaturiscono dalle linee-guida determinate dal vertice Cosmetica Italia e Cosmetica Italia Servizi nella *mission* e *vision*. La Direzione ha sempre favorito il processo di consapevolezza della potenzialità umana e professionale di ciascuno. Gli obiettivi delle persone sono confermate nei seguenti temi:

1. crescita personale:
 - consapevolezza di sé e sviluppo delle proprie potenzialità, manutenzione delle abilità e dei comportamenti efficaci;
 - capacità di dialogo, confronto e collaborazione; incremento del livello di autonomia di ciascuno, orientamento all'innovazione;
 - auto-motivazione fondata anche sul valore aggiunto del proprio lavoro, analisi e riorganizzazione delle attività e dei processi svolti da ciascuno.
2. crescita professionale:
 - miglioramento continuo delle conoscenze e delle competenze specifiche mediante autoformazione, visite aziendali e partecipazione a corsi, convegni e seminari;
 - consolidamento delle capacità manageriali e professionali mediante processi di apprendimento *learning by doing*, corsi di formazione specifici, uso continuo e sistematico della tecnologia a disposizione;
 - convinzione a considerare il "cambiamento" come comportamento professionale permanente. A questo proposito il personale si è adattato facilmente al lavoro in smart working e ha sviluppato competenze per realizzare incontri/seminari/corsi di formazione utilizzando le tecnologie digitali.

5.3.6 Obiettivi legati alle performance

Secondo le indicazioni del modello *EFQM*, si manterrà l'uso sistematico degli strumenti di analisi della soddisfazione dell'associato (*customer-stakeholder satisfaction*) e il giudizio sulla reputazione da parte degli interlocutori esterni (*stakeholder survey*). La ripetizione nel tempo dell'analisi della soddisfazione degli interlocutori interni ed esterni permette – infatti - di individuare i punti deboli sui quali intervenire e quelli più forti da consolidare: tale processo è ricorrente e sistematico. Nel 2023/24, in collaborazione con un Istituto di sondaggi esterno, è stato effettuato il primo Survey sulla reputazione del settore, della sua industria e dei suoi prodotti, indirizzato ad un panel di stakeholders istituzionali nazionali. La volontà è di dare seguito all'indagine andando anche a sentire la voce ed il parere dei cittadini/consumatori.

5.3.7 Risultati attesi

Il risultato atteso più importante fra gli obiettivi generali è il mantenimento della certificazione UNI EN ISO 14001:2015 e del sistema di gestione per la qualità da parte di tutto il "sistema Cosmetica Italia": ciò garantisce modalità di lavoro standard comuni e mantiene flessibile l'organizzazione.

Per quanto riguarda gli obiettivi dell'organizzazione: la verifica sistematica dell'effettiva adozione, attuazione e svolgimento delle attività connesse al Sistema di gestione, la stesura dei report da parte del *Quality Manager* e l'analisi conseguente da parte della Direzione, assicurano l'adozione di eventuali ed efficaci misure correttive, se necessarie.

Infine, per gli obiettivi personali, la Direzione assicura le verifiche necessarie dello stato di avanzamento delle politiche definite mediante l'impiego degli strumenti disponibili per la gestione dello sviluppo: matrice dei ruoli e delle competenze, la scheda di valutazione delle posizioni e delle prestazioni e le interviste periodiche di approfondimento, sono gli strumenti adottati.

La Direzione adotterà gli strumenti nuovi per registrare le osservazioni, le analisi e le decisioni riguardo alla politica del personale, che resteranno riservate.

Lo strumento fondamentale di verifica dello stato di avanzamento delle azioni di politica per la qualità è rappresentato dalla revisione periodica (almeno una volta all'anno) della Politica, da parte della Direzione con l'intervento del *Quality Manager*.

5.3.7.1 Prezzi dei servizi offerti da CIS

I prezzi dei servizi erogati dall'area testing e di formazione sono stati decisi dalla direzione insieme con il responsabile di CIS.

Nel caso del testing si attua una maggiorazione del 30% sul costo del laboratorio, questo permette di coprire le spese vive (laboratorio, personale e corrieri) ed avere un piccolo margine.

Mentre i prezzi dei corsi di formazione offerti vengono valutati annualmente, ma negli ultimi anni si è deciso di mantenere i prezzi stabili, senza alcun aumento.

5.3.8 Risorse necessarie

Per gli obiettivi generali le risorse economiche vengono previste nel budget.

Per quanto riguarda gli obiettivi dell'organizzazione, la Direzione continua a prevedere investimenti in giornate di formazione per il personale, in altre nuove attrezzature (alcuni nuovi PC, programmi di supporto all'attività prevista e telefoni cellulari) e in consulenza specifica se richiesto.

5.3.9 Scadenze

La verifica del documento di Politica per la qualità sarà svolta nel 2024 una volta: entro il 31/12.

5.4 Responsabilità

La responsabilità generale fa capo al Direttore Generale di Cosmetica Italia. Il Quality Manager è responsabile degli aspetti operativi.

La Direzione assicura che le responsabilità e l'autorità siano definite e comunicate nell'ambito dell'organizzazione di Cosmetica Italia.

La struttura organizzativa di Cosmetica Italia è descritta in un "organigramma" emesso dalla Direzione di Cosmetica Italia e riportato al [punto 3.4](#).

Le principali responsabilità delle funzioni aziendali e i loro rapporti reciproci in relazione ai processi, sono definiti nelle procedure del sistema di gestione e nel file "Aree e funzioni".

Inoltre, le responsabilità della Direzione sono riportate con maggiore dettaglio qui di seguito:

1. attuare le politiche - compresa la politica della qualità - e le strategie definite dal Presidente, dal Consiglio di Presidenza e dal Consiglio Direttivo;
2. indirizzare e coordinare l'attività dei componenti la struttura organizzativa nell'erogazione di servizi alle imprese, nella rappresentanza verso l'esterno e nella vita associativa;
3. curare la gestione dei rapporti con il personale, dirigerne le attività, definirne le responsabilità, i compiti, gli incarichi ed il relativo trattamento economico; definire le politiche di formazione e di sviluppo professionale;
4. assicurare le revisioni periodiche dello stato di funzionamento ed efficacia del sistema di gestione di Cosmetica Italia;
5. assicurare le risorse e il sostegno adeguato al sistema di gestione di Cosmetica Italia;
6. valutare ed approvare i nuovi servizi di Cosmetica Italia;
7. Sensibilizzare le Imprese associate sul tema della Sostenibilità e dell'ambiente.

Capitolo 6 Elenco delle procedure del Sistema di Gestione

Codice	TITOLO
1.2 (*)	Gestione della documentazione e delle registrazioni
1.3.1	Centro studi e cultura di impresa
1.3.5	Accademia 33
1.3.5.1	Gestione della newsletter
2.1.1	Sviluppo associativo
2.2.2	Rispetto della normativa antitrust
2.2.3	Consulenza tecnico professionale
2.3.1	Attività di testing di Cosmetica Italia Servizi
2.3.3	Servizio di progettazione e realizzazione corsi di formazione
2.5	Internazionalizzazione
2.8	Gestione Premio Accademia del Profumo
3.1	Comprare facile
3.2.1	Gestione del backup
3.3 (*)	Formazione e aggiornamento professionale
3.4.1	Crisis Management
4.2 (*)	Audit interni
4.4 (*)	Gestione delle azioni di miglioramento
4.5 (*)	Gestione dei prodotti non conformi
5.1 (+)	Analisi e valutazione degli aspetti ambientali
5.2 (+)	Prescrizioni legali e di altro tipo
5.3 (+)	Definizione di obiettivi e programmi ambientali
5.4 (+)	Comunicazione con l'interno e con l'esterno per argomenti riguardanti l'ambiente
5.5 (+)	Procedura di gestione dei rifiuti
5.6 (+)	Preparazione e risposta alle emergenze

(*) : Procedura valide per il SGQ e SGA; (+) Procedure del SGA