

La Politica di Qualità voluta ed espressa da Re.A. Italia srl (in seguito Società) definisce la missione che l'azienda intende perseguire e gli obiettivi di riferimento fondamentali per dare continuità al processo di miglioramento intrapreso.

L'obiettivo primo che la Società si pone è far sì che il proprio Marchio acquisisca sempre maggiore interesse, affidabilità e valore a livello internazionale. La Società agisce al fine di promuovere al meglio le "Eccellenze"(\*) con le quali ha instaurato un "Rapporto di Affiliazione"(\*) e che operano, direttamente o indirettamente, nel territorio di riferimento. Quest'ultimo dev'essere riconosciuto come la "zona limitrofa" al Lago di Garda (Italia), intesa senza preclusioni di confini formali, comunali o regionali, ma percepita tale dal potenziale cliente.

Attraverso il proprio Marchio, la Società ha creato una virtuale "linea di confine" in cui il cliente possa ritrovare affidabilità e certezza di provenienza, senza alcun dubbio riguardo al legame che ogni "Eccellenza"(\*) ha con il territorio di riferimento.

Per il raggiungimento degli obiettivi sopra menzionati la Società ritiene fondamentale la volontà di porre il cliente al centro di un processo di miglioramento continuo. Con il "Rapporto di Affiliazione"(\*) ogni "Eccellenza"(\*) si impegna pertanto a promuovere un approccio commerciale basato sul soddisfacimento delle attese del cliente.

La Società persegue la convinzione che sia necessario accettare le nuove sfide che il mercato pone, alimentare l'inventiva e l'atteggiamento imprenditoriale per dar vita a strategie che possano distinguere la propria identità commerciale rispetto all'infinità di offerta del mercato globale.

La Società autorizza, entro i termini contrattuali, ogni "Membro Registrato"(\*) ad usare il proprio Marchio nelle attività commerciali, creando in tal modo un rapporto "virtuoso" di valore aggiunto. Attraverso la propria organizzazione, la Società offre ad ogni "Affiliato"(\*) la possibilità di usufruire di nuove risorse, sia umane sia tecnologiche, al fine di potenziare la propria visibilità, affidabilità e le proprie opportunità di mercato, così creando stabilità sia economica che occupazionale, nel rispetto dei principi previsti dal "Codice Etico"(\*).

(\*) Termine alla cui definizione si rimanda al "Regolamento Interno" della Società.