

Tavola Rotonda

"Accreditamento e Taratura: strumenti per la competitività"

Torino, 28 ottobre 2014

Antonio Molle - Global Operations PTE&TW - SKF Automotive

L'affidabilità delle operazioni di controllo e di misura, garantite da un'attenta e affidabile taratura, è fondamentale all'interno di realtà operative e produttive, non solo come ovvia garanzia di qualità dei prodotti ma anche, soprattutto, come strumento oggettivo e "neutrale" per:

- monitorare internamente le *performance* e individuare con la massima tempestività (o addirittura in anticipo) deviazioni di processo o fenomeni di deriva nel tempo;
- valutare correttamente e oggettivamente le *performance* dei fornitori;
- possedere gli "strumenti" e conoscere una "lingua" comune per dialogare con i clienti, valutandone concretamente e correttamente le esigenze e le problematiche.

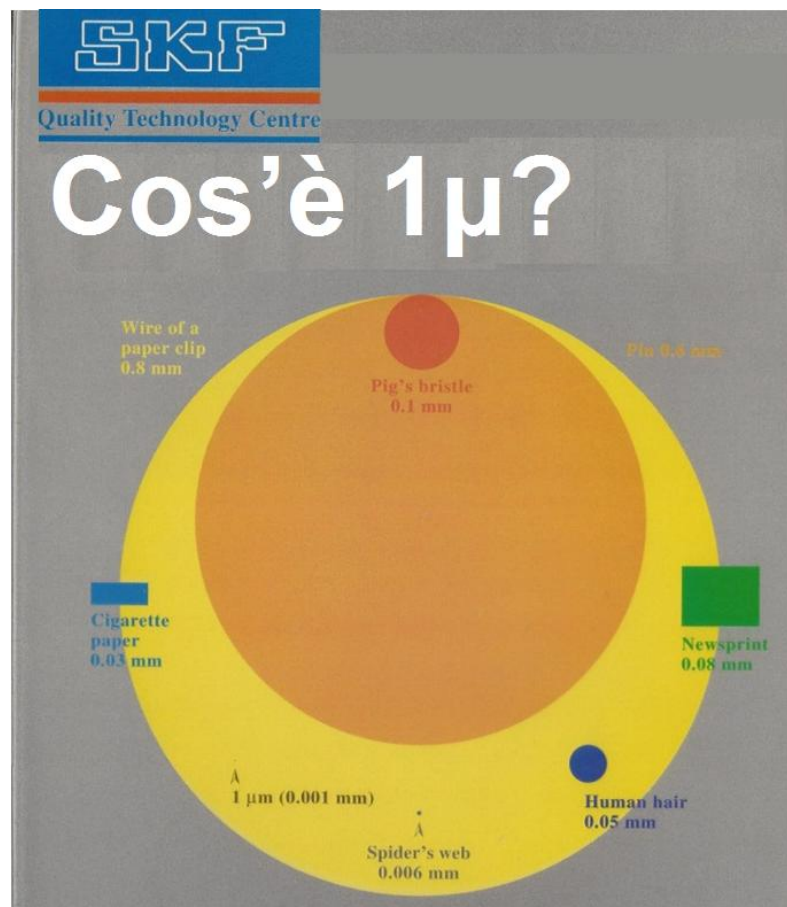
La corretta valutazione delle caratteristiche e della realizzazione di un prodotto è inoltre decisiva in tutte le fasi della vita del prodotto stesso: dalla progettazione alla prototipazione, alla campionatura, alla realizzazione in serie, fino alla sua vita in applicazione. È vitale poter contare, in ciascuna di queste fasi, su sistemi di misura adeguati, capaci e affidabili.

Per la **progettazione**, ad esempio, è decisivo poter conoscere e fare affidamento sulle proprie capacità di taratura, misurazione e valutazione dei parametri definiti da e con i clienti, al fine di prevenire l'introduzione su disegni e contratti di caratteristiche e tolleranze non raggiungibili o non correttamente misurabili. Nelle fasi di **prototipazione e campionatura** è essenziale avere la capacità di certificare e garantire le caratteristiche dei prodotti che, attraverso attività di testing e controllo incrociato dei clienti, saranno poi "benedette" e rilasciate per la produzione di serie.

L'efficacia di un sistema di misura è poi messa a dura prova durante la **realizzazione di serie** dei prodotti, dove minime sbavature possono determinare effetti catastrofici direttamente per il produttore (falso scarto) o per il cliente (non conformità).

A questo proposito è di fondamentale importanza la capacità di garantire nel tempo (attraverso la continua tracciabilità e riferibilità degli strumenti e delle tecniche di misura), la qualità delle misurazioni effettuate su prodotti che possano essere percepiti, a posteriori, come non conformi dai clienti, in fase di accettazione, assemblaggio e addirittura in caso di ritorno dal campo (**applicazione**). In quest'ultimo caso, al fine di supportare il cliente nell'individuazione e soluzione del problema, è cruciale avere la capacità di definire le cause delle *failure* chiaramente e tempestivamente, attraverso osservazioni, analisi, misurazioni oggettive e riconosciute.

Va da sé che qualsiasi imprecisione nelle fasi descritte sopra porta a generare ritardi, incomprensioni, revisioni, scarti, danni materiali e d'immagine... In una parola: **costi**. E, quindi, perdita di **competitività**.



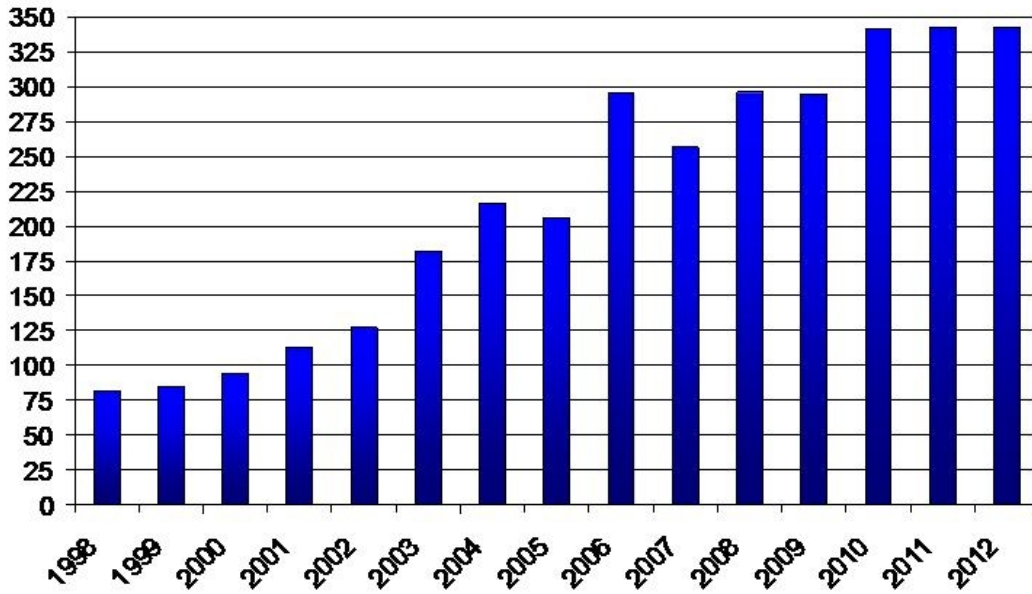
Per un'impresa manifatturiera all'avanguardia e competitiva è quindi fondamentale riconoscere il proprio **sistema di misura** non solo come una necessità o un requisito da parte di clienti ed enti certificatori, ma anche e soprattutto come uno strumento che concorre al raggiungimento di profitto e competitività.

Il sistema di misura di un'azienda non è ovviamente un insieme/sistema chiuso, ma strettamente correlato con le strutture che ne garantiscono e supportano la riferibilità e tracciabilità. Anzi, forse sarebbe più corretto affermare che il sistema e le strutture che, dall'esterno, supportano e garantiscono la riferibilità delle misure in fabbrica SONO parte integrante del sistema di misura della fabbrica stessa. E, quindi, contribuiscono e concorrono alla competitività. Quando fornitori e clienti sono globali, il discorso si complica e la taratura diventa garanzia di superamento di limitazioni geografiche, culture, linguaggi e convenzioni.

Va rilevata, inoltre, la tendenza sempre più marcata del mercato e dei “*players*” *automotive* di applicare regole e metodi molto severi nell'ambito del **ribaltamento di danni e costi**. Questa è una situazione nella quale un fornitore è anche chiamato a “difendersi”. La capacità di dimostrare la conformità dei propri prodotti, e di identificare la responsabilità per *failure* e danni (costi) in altri elementi, si deve poggiare su capacità di misurazione e metodi solidissimi. Casi pratici di contestazioni da parte dei clienti vengono spesso risolti grazie alla combinazione di due elementi chiave: riferibilità e affidabilità dei controlli e delle misure in produzione; chiara rintracciabilità dei singoli componenti.

Sono frequenti i casi in cui, a seguito di contestazioni da parte di importanti gruppi *automotive*, grazie al *data matrix* marcato via laser su ogni singolo pezzo (logo contenente informazioni dettagliate su data e ora di produzione, valori di tutte le caratteristiche critiche del singolo pezzo inclusivi di taratura, informazioni su materie prime, operatori e macchinari di produzione), siamo riusciti a risalire ai dati caratteristici di ogni singolo pezzo contestato, dimostrando l'estraneità del fornitore alla problematica riscontrata dal cliente sul campo.

La capacità di proteggersi nella catena cliente fornitore è ormai diventata un *must*, anche perché da qualche anno la *recall campaign* sta diventando strumento di marketing, quindi più che una necessità finanziaria del cliente diventa un'opportunità.



Campagne di richiamo automotive in Germania

(Fonte: Krafftahrt Bundesamt (KBA) German Federal Motor Transport Authority)