

IL "MOMENTO DELLA QUALITÀ"

di Ing. P. Boschi

Il mercato manifesta esigenze via via sempre maggiori di qualità dei prodotti e di qualità dei

servizi resi al Cliente. La concorrenza avviene sempre più sul piano del prezzo, ma certamente il forte aumento della competitività in mercati sempre più complessi ed in continua evoluzione richiede da parte delle Aziende una attenzione quanto mai profonda verso il Cliente al fine di garantire prestazioni e servizi che soddisfino i suoi bisogni e le sue necessità.

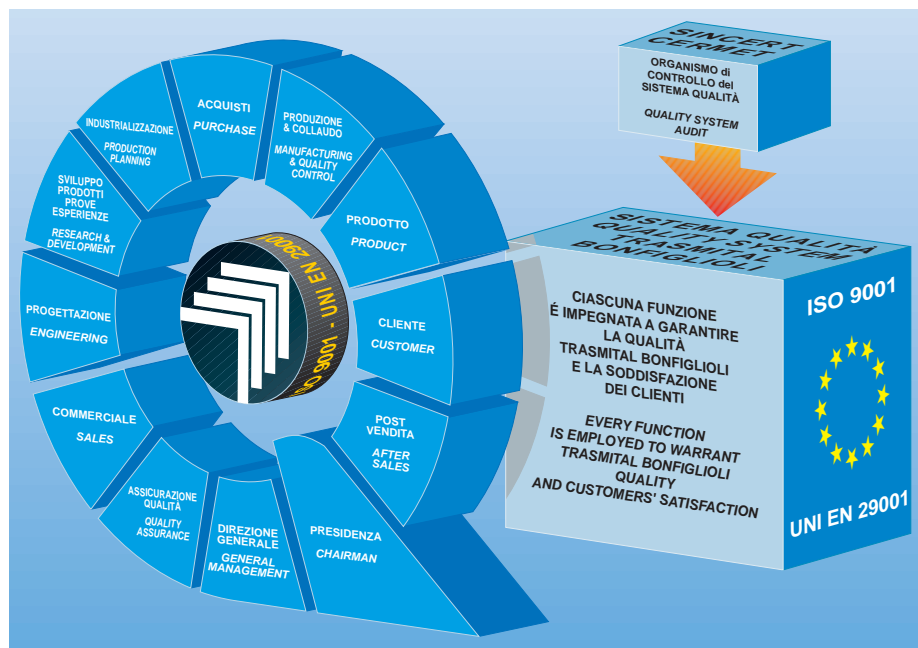
Qualità vista quindi come elemento fondamentale per rafforzare la competitività dell'Azienda, in grado di dare una risposta stabilizzante, tendente a ridurre la portata perturbatrice delle diverse variabili che oggi si presentano.

Qualità intesa come il collante di lungo periodo in grado di assicurare da un lato il continuo e competitivo rapporto col mercato, e dall'altro, di far acquisire e valorizzare sia gli inevitabili vari modi di produrre che, l'automazione, l'informatica, lo sfruttamento degli impianti, la flessibilità, la gestione.

Qualità perciò per fare profitto, in quanto è il risultato della produttività e ne è la premessa; profitto su cui l'Azienda si regge e che determina quei margini necessari per affrontare i vantaggi competitivi.

La Qualità dunque non è più un attributo riferibile al solo prodotto, ma un concetto che investe tutta la vita Aziendale ed in particolare tutto il livello organizzativo.

In pratica questo discorso assume connotazioni che possono variare a seconda delle dimensioni dell'Azienda, del tipo di mercato e del tipo di prodotto, ma poichè la qualità dei prodotti e dei servizi dipende strettamente dalla qualità dei processi ecco spiegata la crescente attenzione di miglioramento di



THE TIME FOR QUALITY

The market is becoming more and more demanding in terms both of product quality and the quality of services to customers.

There is increasing competition as regards prices. However it cannot be denied that the big growth in competitiveness of rapidly developing increasingly complex markets means that Companies must give close attention to Customers in order to ensure performance and services that meet their requirements.

Thus quality is fundamental to strengthening the company's competitiveness and must provide a stabilising response to reduce any disturbing effects of variable elements as they appear.

Quality is a long term bonding agent ensuring on one hand an on-going, competitive rapport with the market and, on the other hand, acquisition and evaluation of the inevitable range of production methods, automation, computer sciences, plant exploitation, flexibility, as well as management.

However, quality must be aimed at making a profit, as this is the result of productivity and also its precondition; the Company thrives on profit, which establishes the margin required to tackle competitive advantages.

Quality is therefore no longer an attribute referred purely to the product, but a concept involving the company's life as a whole and, in particular, all aspects of organisation.

In practice, this subject entails connotations that vary according to the Company's size, the type of market and product. As the quality of products and services closely depends on the quality of processes, this



questo aspetto. Miglioramento che consiste in interventi diversi e specifici, ma tutti con l'obiettivo di rispettare il criterio della "PREVENZIONE" degli inconvenienti.

In ogni caso si deve tenere presente che il processo industriale non è costituito soltanto dal processo produttivo, ma include tutte le attività che vanno dalla definizione del prodotto alla sua consegna, inclusa l'installazione e l'assistenza.

Ciò è sempre vero anche senza voler realizzare in Azienda la "Qualità Totale" la quale ha un'estensione ancora più ampia.

Si potrebbe definirla però "QUALITÀ AZIENDALE" perchè comunque la qualità deve considerarsi "allargata" a tutti i settori, tale da plasmare soprattutto la filosofia organizzativa dell'Azienda, lo stile di management, l'entità del coinvolgimento del personale.

Qualità sentita sia come fattore tecnico che come fattore strategico, di gestione e cultura aziendale.

E' naturale che mentre come fattore tecnico è principalmente ritenuta di competenza esclusiva dei tecnici e di tutti coloro che hanno maggiore influenza diretta sui prodotti e nei rapporti col Cliente, il fattore gestionale e culturale è di competenza di tutto il personale dell'Azienda, dalla Presidenza, alle Direzioni, dai Capi Servizi a tutte le Maestranze.

Ciò si traduce in pratica nella gestione collegiale della Qualità, che culmina comunque nel Sistema Qualità Certificato secondo le Norme UNI 29001, le cui procedure definiscono i "binari" che conducono all'"Eccellenza ed alla Soddisfazione del Cliente".

Con il raggiungimento della Certificazione l'Azienda ha saputo cogliere il "momento" giusto per dimostrare di essere in grado di affrontare, provare e garantire la qualità già dal 1993, quando ancora erano poche in Italia le Aziende Certificate.

Se analizziamo oggi il numero di Aziende con il Sistema Qualità Certificato risulta che ancora è minimo il numero delle Aziende in grado di dimostrarlo.

Nonostante questo, è stata comunque emessa la versione aggiornata delle Norme Unien ISO 9000 che dall'1/1/96 sostituiranno le "vecchie" Norme di riferimento datate 1987. La nuova versione riporta modifi-

explains the growing attention addressed to improving the latter.

Improvement covers a host of specific measures, but all of these aim at respecting a single criterion: "PREVENTING" trouble.

In any event, it is well to bear in mind that the industrial process does not consist merely of the production process, but embraces many different stages - from product definition through to delivery, including installation and servicing.

This always holds true even if a Company is not seeking "Total Quality" which is a wider ranging concept.

However, it could be defined as "COMPANY QUALITY" since quality must be considered as "extending" to cover all sectors in order to sharpen above all, the Company's organisation policy, style of management and degree of personal involvement.

Thus quality is considered both a technical and strategic factor, involving in management and company culture.

Obviously, while the technical aspect is mainly considered the exclusive province of technicians and all those with direct influence on products and Customer relations, the management and cultural aspect concerns all Company personnel, from the Chairman through all levels of management, from Service Heads through to all employees.

In practice, this is transformed into concerted Quality control culminating in the Quality Certificate System to UNI29001 Standards with its procedures defining the "paths" leading to "Excellence and Customer Satisfaction".

In 1993 Company Certification gave companies the opportunity to show they were capable of considering, proving and guaranteeing quality, although only a few companies qualified for such Certification at the time.

If we review the number of Companies conforming to Certified Quality System standards, very few Companies make the grade.

Nevertheless, the updated version of the Union ISO 9000 Standards was issued to replace from 1/1/96 the "old" reference standards dated 1987. The new version includes modifications to the requirements under

che ai requisiti già esistenti nelle norme attualmente in vigore con lo scopo principale di fornire una chiave di lettura ancora più moderna e dinamica del Sistema Qualità Aziendale soprattutto nei seguenti punti:

- politica della Qualità che deve porre come obiettivo prioritario la soddisfazione del Cliente
- risorse
- pianificazione della qualità
- riesame e validazione della progettazione
- controllo del processo produttivo esteso anche nelle fasi di assistenza
- gestione delle non conformità
- azioni correttive ed azioni preventive
- identificazione della necessità di utilizzare tecniche statistiche.

Ciò assegna sempre maggiore enfasi al “SISTEMA QUALITÀ”, richiedendo e pretendendo per questo quel profondo cambiamento culturale, quella rivoluzione mentale che deve estendersi a tutto il personale dell’Azienda affinché la Qualità sia vista ed affrontata sotto un’ottica decisamente diversa rispetto ad ieri.

Alle Nuove Norme “non dobbiamo” ma “vogliamo” adeguarci e questo attraverso l’applicazione del “Sistema” e delle Procedure, con un buon scambio di informazioni e soprattutto attraverso “Momenti di Prevenzione”.

Solo così possiamo essere certi di poter essere tutti “Protagonisti” di innumerevoli “momenti di SODDISFAZIONE DEI NOSTRI CLIENTI”



C. Bonfiglioli - Sam Till (John Deere)

the current standards with the aim chiefly to provide an even more modern and dynamic interpretation of the Company Quality System especially concerning the following points:

- *the Quality policy with Customer satisfaction at its number one objective*
- *resources*
- *quality planning*
- *design review and confirmation*
- *control of the production process extended to cover also after-sales service*
- *non-conformity management*
- *remedial and preventive measures*
- *accepting the need to use statistical techniques.*

This increasingly highlights the “QUALITY SYSTEM” calling for profound cultural changes, i.e. a mental attitude that must embrace all Company personnel so that Quality is seen and dealt with from a viewpoint clearly different from the past.

It is not a question of “having to” but “wanting to” fall in line with the New Standards by applying the “System” and the relevant Procedures plus a fruitful exchange of information and, above all, through “Prevention”.

Only in this way can we all be sure of playing a useful leading role by “SATISFYING OUR CUSTOMERS AT ALL TIMES”.



Veronesi - Bellettini - Zinzani - Boschi - Linguanti - Bonfiglioli - Sam Till (John Deere) - Fronticelli - Savoia