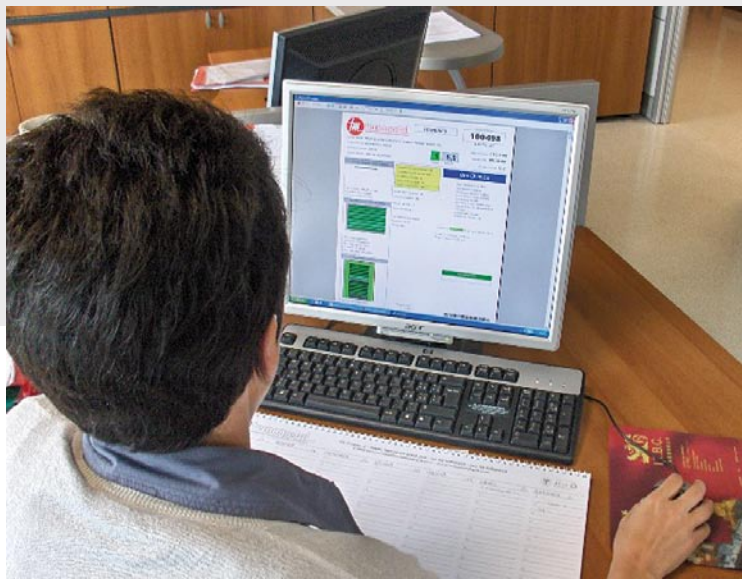


*Una corretta pianificazione degli investimenti, di concerto con una visione allargata del mercato e con una buona dose di coraggio imprenditoriale, sono parte degli ingredienti che consentono a Tecnometal di operare dinamicamente e con buoni risultati all'interno della catena di fornitura.*



# La fabbrica italiana di circuiti stampati

DI **D. GOZZI**

**P**er quanto le statistiche rientrano nel novero delle scienze esatte, essendo matematica, è la loro interpretazione che lascia un po' il tempo che trova. Secondo alcune associazioni di categoria la flessione che ha caratterizzato l'andamento del mercato elettronico italiano nel corso del 2007 è stata attorno al 5%. Secondo altri è stata ben più marcata, con perdite di commesse anche del 15%. Il mercato dei semiconduttori ha dato segni di stabilità in Italia e di crescita in Europa. In mezzo a questo viavai di dati e di opinioni c'è la realtà di chi ha chiuso, di chi ha mantenuto il suo fatturato e di chi è in crescita...e non lo dice!

Comunque stiano realmente le cose, è diffusa la percezione dell'andamento negativo del mercato, complici anche i mezzi di informazione che tutto diffondono tranne che le informazioni oggettive. Lo scenario di riferimento non è comunque positivo, in quanto l'Italia possiede i livelli di pil e di investimento in ricerca e innovazione tra i più bassi in Europa.

## L'ESEMPIO DI TECNOMETAL

All'interno dello scenario italiano dove i maggiori mercati rimasti, quello industriale e dell'automotive, presentano un andamento sostanzialmente stabile, c'è anche chi ha deciso di muoversi controcorrente. Tecnometal, in controtendenza con le posizioni di molti operatori del mercato elettronico, ha deciso e attuato massicci investimenti logistici e tecnologici.

"I punti chiave su cui abbiamo puntato per aumentare la nostra competitività all'interno della supply chain sono tre -commenta Attilio Brivio, titolare di Tecnometal- potenziare e insieme ottimizzare i processi e le risorse interne; risparmiare sui costi, in particolare sulle fasi di processo degli ordini a valore aggiunto nullo; aumentare il livello del servizio. Mi rendo conto che oggi più che mai il produttore di PCB, pur essendo posizionato a monte della catena di fornitura, viene ad assumere un ruolo centrale nell'ambito della supply chain".

Fabio Puccia Modica, responsabile

vendite aggiunge "per poter offrire una soluzione vincente e concorrenziale alle spinte interne ed esterne del mercato, ci siamo imposti di adottare un approccio di analisi globale dei processi e delle fasi logistiche correlate. Valutando nel tempo l'aumento di complessità del mondo in cui ci siamo inseriti con la nostra offerta, ci siamo resi conto che elementi di competenza tecnica, disponibilità a magazzino di materie prime e prezzo non sono più sufficienti. In particolare non abbiamo mai perseguito la politica del prezzo. Per mantenere la propria posizione all'interno di una moderna e dinamica supply chain è necessario mostrare maggiore competenza sui processi e studiare soluzioni specifiche sulla base degli obiettivi e delle esigenze del cliente". Entrambi hanno poi sottolineato come andranno assumendo sempre più importanza le tecnologie multiplayer (con fori ciechi e interrati) nel caratterizzare l'offerta al mercato, segmento non ancora trainante, ma destinato nel medio-breve periodo a rappresentare un'opportunità enorme.



## STRUTTURA, TECNOLOGIA E LOGISTICA

In linea con l'analisi del management Tecnometal che mira a mantenere la propria posizione nella dinamica del mercato, sono stati alcuni investimenti tesi a potenziare l'area tecnologica e la logistica. Uno degli investimenti di base ha riguardato l'ampliamento strutturale, estendendo di 500 m<sup>2</sup> l'area di produzione e di 100 m<sup>2</sup> quella legata all'archiviazione dell'attrezzatura.

Gli investimenti tecnologici hanno visto l'acquisto di un nuovo sistema per il potenziamento della produzione, una linea per la stesura del solder destinata a una delle camere gialle; tutti gli investimenti realizzati in questi ultimi anni hanno avuto sempre il duplice obiettivo di migliorare sia qualitativamente che quantitativamente l'out-put di produzione. Di concerto con la corrente di pensiero che è condivisa a tutti i livelli in azienda, e secondo cui insieme alle competenze tecni-

che il supporto logistico è uno dei valori aggiunti maggiormente riconosciuti, è stato l'acquisto di un software specifico per la gestione automatica e la completa tracciabilità delle commesse.

“Questo software -spiega Brivio- ci ha consentito di migliorare il servizio e al tempo stesso di razionalizzare i costi. Per rispondere alle esigenze di un mercato che cambia, non ci siamo fatti nessun problema nel modificare la nostra metodologia di supporto al cliente”.

## The Italian PCB Factory



*Correct planning of investments, together with a broad vision of the market and a good dose of entrepreneurial courage: these are some of the ingredients that allow Tecnometal to operate dynamically and successfully inside the supply chain.*

### UN ERP PER GESTIRE IL FUTURO

“Il nostro stare all'interno di una supply chain non è di facciata -spiega Puccia Modica- i vantaggi tecnologici e strategici acquisiti vengono interamente trasferiti al cliente. Abbiamo fortemente voluto questo software perché ci consente di integrare e consolidare tutti i dati e le informazioni provenienti dall'esterno e dal nostro interno in un'unica piattaforma informativa, che ci consente di incrementare la produttività riducendo i costi di fabbricazione, di ottimizzare le risorse annullando i ritardi e soprattutto di migliorare la gestione del servizio e la risposta ai clienti”.

Il vantaggio che ne deriva dalla gestione integrata è notevole, partiamo dal ricevere i dati CAD e arriviamo alla fatturazione, senza perdere di vista la commessa, ottimizzando la gestione delle fasi di ingegnerizzazione e controllo della produzione; garantiamo una tracciabilità completa, che fornisce informazioni accurate in tempo reale fornendo una visibilità sullo stato dell'ordine in lavorazione. Tra i tanti vantaggi elimina la ridondanza di dati e comunicazioni, riducendo così la possibilità di potenziali errori nei processi di manufacturing.

L'offerta viene emessa a seguito dell'analisi di fattibilità del circuito, tutto è inserito a computer e l'avanzamento è sequenziale; la fattibilità risulta così vera e reale per cui dal ricevimento dell'ordine il lancio in produzione è immediato, accorciando considerevolmente le tempistiche di produzione. “Volendo

essere cavillosi -interviene Brivio- si allungano un pochino i tempi di offerta, appunto a seguito del tempo dedicato a svolgere l'analisi di fattibilità, ma abbiamo rimediato con l'ampliamento della struttura commerciale di back office, che contemporaneamente ci consente di seguire meglio le commesse che sono in crescita numerica. Questo è purtroppo un punto nevralgico: c'è un aumento numerico, ma non di volumi. Il mercato si va riducendo in termini di commesse di volumi; campionatura e prototipazioni si fanno a livello domestico e poi c'è la fuga verso i paesi a basso costo di manodopera, anche se qualche ritorno comincia a esserci. Il made in China va bene finché tutto va bene, al primo scivolone i dolori sono spesso così forti che consigliano un ritorno in casa”. Sebbene in Tecnometal siano in costante aumento le piccole commesse come campionature e prototipazioni, di cui si arriva a gestire anche 25 codici al giorno con consegna in cinque giorni lavorativi, questi investimenti rendono la struttura capace di fronteggiare anche i volumi, compresi quelli con livelli di tecnologia medio-alta (massimo a 12 layer).

“Attenzione -precisa Brivio- viene posta una particolare cura nel calibrare la nostra crescita, vogliamo essere un partner strategico per il cliente, avere cioè le articolazioni di un'azienda robusta, ma rimanere flessibili. Puntiamo su una crescita con maggiore ricorso all'automazione, vogliamo cogliere i vantaggi (rendendoli poi disponibili ai nostri clienti) del riuscire a posizionarsi in

quella zona di transizione da non tanto piccola azienda a non troppo grande azienda... con in più la capacità di dare soluzioni”.

### SAPER FARE E SAPER COMUNICARE

Il “saper fare” non è l'unica risorsa su cui punta l'azienda, per il management è importante anche comunicare le capacità presenti in azienda e tutte le potenzialità che col tempo e la dinamica di crescita si rendono disponibili. Investimenti sono costantemente a budget a supporto dell'attività commerciale; l'attività promozionale come la pubblicità e gli articoli (inviati per mail ai clienti attivi) sono in realtà i canali preferenziali per far conoscere le tematiche trattate di volta in volta nei meeting tecnici quali il T-day e i convegni. Un modo professionale per avvicinare l'azienda ai problemi tecnici del cliente. Una strategia attuabile grazie anche alla presenza in azienda del servizio qualità che scavalcando la propria missione interna dialoga con assiduità con clienti e fornitori, trasferendo know how e affiancando nella soluzione dei problemi che di volta in volta si possono incontrare in produzione, in particolare nei casi di NPI (New Product Introduction).

#### per saperne di più:

**Tecnometal**  
**Tel. 02 90.96.99.35**  
**Fax 02 90.96.98.54**  
**www.tecnometal-pcb.com**