**Comunicat de presă**

8 decembrie 2014

**Google Glass în producţia BMW: ochelarii inteligenţi pentru inspecţia vizuală şi asigurarea calităţii producţiei**

**Proiect-pilot Industry 4.0 la uzina din Spartanburg (SUA); Google Glass ar trebui să faciliteze comunicarea şi transferul de informaţii pentru clarificarea problemelor la automobielele preserie**

**Bucureşti/Spartanburg.** O imagine face cât 1.000 de cuvinte: în prezent, BMW Group derulează un proiect-pilot la uzina pe care o are la Spartanburg (SUA), al cărui obiectiv este să determine dacă tehnologia portabilă poate îmbunătăţi şi accelera fluxul de lucru în asigurarea calităţii. Pentru aceasta, angajaţii utilizează Google Glass pentru a înregistra seriile de teste efectuate pe automobilele de preserie. Instrumentul le permite să facă fotografii sau videoclipuri ca mijloc de documentare a potenţialelor abateri, oferind o modalitate mai bună, mai rapidă şi mai clară de a le analiza şi de a le corecta ulterior. În prezent, BMW Group evaluează sub ce formă acest proiect-pilot inovator poate fi transferat spre alte zone şi locaţii de producţie. Proiectul este un element al actualei campanii Industry 4.0 desfăşurată de BMW Group, instituită pentru a evalua modul în care noile tehnologii pot fi aplicate pentru a oferi susţinere optimă angajaţilor în producţie şi în planificarea acesteia.

Obiectivul proiectului-pilot de la uzina din Spartanburg este îmbunătăţirea comunicării între controlorii calităţii din centrul de analiză al producţiei de preserie, pe de-o parte, şi inginerii de dezvoltare, pe de altă parte. BMW Group realizează o verificare completă a fiecărui automobil de preserie, astfel încât să fie garantată calitatea premium a tuturor automobilelor în producţia de serie ulterioară. Anterior, potenţialele probleme identificate la automobilele de preserie erau documentate în scris. Destul de des, descrierea problemei era prea vagă, ceea ce, la unul din patru cazuri, ridica noi întrebări din partea departamentului de specialitate competent.

**Sistemul de apeluri video pentru clarificarea problemelor direct pe automobil**

Ochelarii inteligenţi fac posibil ca angajaţii din centrul de analiză să adauge secvenţe foto sau video în rapoartele lor. Afişajul optic montat pe cap este echipat cu o cameră care are trei setări diferite: fotografii, înregistrare video şi context video. În cel din urmă mod, camera este pornită în permanenţă; la fiecare două minute, imaginile video sunt stocate temporar şi pot fi transferate ulterior, prin apăsarea unui buton, către un server al uzinei BMW Group pentru stocare permanentă. Acesta este un mare avantaj în special pentru cazurile când defecţiunile nu pot fi reproduse cu exactitate. "Pe perioada proiectului-pilot, intenţionăm să adăugăm o funcţie de apel video, astfel încât problema să fie discutată în direct cu departamentele de dezvoltare competente", a explicat coordonatorul proiectului, Dr. Jörg Schulte.

Până acum, rezultatele proiectului-pilot au fost atât de încurajatoare încât este luată în considerare aplicarea în faza de asamblare finală a automobilelor de serie. În acest domeniu, inspecţiile sunt efectuate conform planurilor de testare şi apoi sunt documentate pe terminalele unor computere staţionare. În funcţie de echiparea automobilului, numărul de teste individuale ce se efectuează variată între 10 şi 25. Pentru documentarea acestora, controlorii trebuie să facă numeroase drumuri între automobil şi terminal. "Cu Google Glass, echipele de verificare ar putea sta lângă automobil, să privească planurile de verificate pe afişajul integral al dispozitivului şi să le bifeze prin control vocal. Astfel, ambele mâini ar fi libere pentru realizarea testelor în orice moment", a completat Schulte.

**Industry 4.0 la BMW Group.**

BMW Group are o reţea de producţie de ultimă oră, care se dezvoltă continuu. Anumite iniţiative reunite sub termenul Industry 4.0, care în prezent sunt subiectul unei dezbateri publice, au fost introduse anterior în cadrul BMW Group sau sunt în faza de lansare. Pentru BMW Group, Industry 4.0 nu înseamnă o producţie complet automoatizată sau o creştere a gradului de automatizare. În acest context, aceasta înseamnă utilizarea raţională a noilor tehnologii în dorinţa de a oferi un sprijin ideal pentru oamenii din zonele de producţie şi planificare a producţiei. Pe lângă gestiunea inteligentă a datelor, abordarea include şi sisteme sofisticate om-robot care pot îmbunătăţi semnificativ procedurile de lucru nefavorabile din punct de vedere ergonomic. Deoarece universul digital şi cel fizic se îmbină tot mai mult, apar noi oportunităţi care permit oamenilor să coopereze mai eficient în cadrul reţelei internaţionale de producţie a BMW Group. În viitor, sistemele mobile de asistenţă vor oferi o susţinere îmbunătăţită angajaţilor din producţie. Accentul este pus mereu pe beneficii specifice în tehnologiile de producţie care se translatează, în final catre client prin produse de o mai bună calitate.

Pentru informaţii suplimentare, vă rugăm contactaţi:

**BMW Group România**

**Alexandru Şeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: [alexandru.seremet@bmwgroup.com](mailto:alexandru.seremet@bmwgroup.com)

**BMW Group**

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI şi Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile şi motociclete şi oferă servicii financiare şi de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 29 de facilităţi de producţie şi asamblare în 14 ţări şi are o reţea de vânzări în peste 140 de ţări.

În 2013, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 1,963 milioane de automobile şi 115.215 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2013 a fost de 7,91 miliarde de euro, iar veniturile au atins pragul de 76,06 miliarde de euro. La 31 decembrie 2013, BMW Group dispunea de o forţă de muncă de 110.351 de angajaţi.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung şi pe acţiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic şi social prin lanţul de valori, responsabilitatea vastă a produselor şi un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com); [www.bmw.ro](http://www.bmw.ro)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWRO>  
YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>  
Site-uri de presă:  
[www.presa.bmw.ro](http://www.presa.bmw.ro)  
[www.presa.mini.ro](http://www.presa.mini.ro)  
[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
[www.press.bmwgroup-sport.com](http://www.press.bmwgroup-sport.com)