

# Filiera a radiofrequenza

*Tredici aziende insieme  
per tracciare con l'Rfid  
la catena della distribuzione*

L' Rfid italiano procede a passi grandi e piccoli. Uno di quelli grandi è stato compiuto la scorsa settimana a Parma, dove il laboratorio Rfid dell'Università Statale guidato dal professor Antonio Rizzi ha avviato un progetto pilota molto ambizioso, che si propone di tracciare con le etichette a radiofrequenza l'intera catena della grande distribuzione alimentare.

Un po' come ha fatto due anni fa Wal-Mart negli Stati Uniti, ma con un'importante differenza. Il grande retailer americano aveva imposto ai propri partner di filiera di salire sul carro della nuova tecnologia, generando fra questi non pochi dissapori. L'Università di Parma invece ha coinvolto nel progetto pilota 13 aziende, da Nestlé a Danone, da Parmacotto ai Grandi Salumifici Italiani, Da Auchan a Lavazza. Queste, come gli altri partner, hanno aderito spontaneamente e condividono in pieno lo spirito dell'iniziativa. Hanno investito nel progetto tempo e denaro e si aspettano di ottenere risultati concreti. Il che è di per sé di buon auspicio.

Per quattro mesi queste 13 aziende, coadiuvate dai "tecnologi" Oracle e Id Solutions (spin-off dello stesso ateneo emiliano), sperimentano i tag a radiofrequenza sui colli e successivamente li applicheranno alle spedizioni reali. Poi inizierà la fase operativa del progetto, che durerà altri otto mesi.

Per un anno quindi, prosciutti e yogurt viaggeranno lungo la filiera portando con sé, nascoste nelle etichette digitali, molte informazioni che serviranno alle aziende per ottimizzare i processi e ridurre i costi. Ma non solo. Alcune aziende coinvolte hanno spiegato che partecipare al progetto rappresenta per loro anche un sistema per trovare nuovi clienti a caccia di partner capaci di gestire soluzioni tecnologiche avanzate.

Tutto questo, aggiunto alla forte preparazione del gruppo di Rizzi e a una rigorosa aderenza ai più moderni standard del settore (le etichette Gen2 su frequenza Uhf e la piena compatibilità con il protocollo internazionale stabilito da GSI)

fa dell'Rfid Logistic Pilot di Parma un progetto di portata internazionale che potrebbe venir presto imitato da altri, non solo in Italia.

Alla fine del progetto, se tutto andrà come previsto, le aziende coinvolte trasformeranno il pilota in una realtà quotidiana. Ma Rizzi prevede che già nella fase esplorativa verranno gestiti da 15 a 20mila cartoni.

Secondo alcuni addetti ai lavori, questo progetto rappresenta il primo effetto concreto della liberalizzazione delle frequenze deciso nel luglio scorso dal ministro per le Comunicazioni, Paolo Gentiloni. Ma con tutta probabilità non sarà l'unico. Più di una filiera infatti sta avviando progetti analoghi per ottimizzare i propri processi con la tecnologia Rfid, che si candida oggi più che mai a entrare nell'intimo dell'informatica applicata alla logistica.



Come nel caso di Wal-Mart, anche il progetto di Parma si fermerà ai negozi senza arrivare alle case dei clienti dei supermercati e riguarderà soltanto i colli e non i singoli prodotti in vendita. Tracciare ogni confezione viene ritenuta un'evoluzione naturale, ma un po' tutti concordano sul fatto che per arrivare fin qui ci vorrà ancora qualche anno e parecchie riunioni con le associazioni dei consumatori per trovare soluzioni meno costose e definire una linea di condotta comune sui temi della privacy.

PAOLO C. CONTI  
Paolo C. Conti è presidente di Cedites