



rete Edi che supporta lo scambio delle diverse tipologie di documenti, codificati da Industrie Cartarie Tronchetti secondo lo standard definito da Indicod-ECR. Oggi, i flussi operativi sono stati ottimizzati e vengono scambiati in formato elettronico circa il 50% di ordini e fatture e il 25% degli avvisi di spedizione del Gruppo, offrendo inoltre la possibilità di effettuare il backup delle trasmissioni Edi. L'implementazione non ha richiesto cambiamenti significativi interni e i processi dell'azienda sono rimasti invariati. Tronchetti è oggi un gruppo multinazionale presente con diversi stabilimenti in Italia, Polonia e Spagna. Il core business dell'azienda è la produzione e trasformazione della carta, che viene distribuita su tutto il territorio europeo.

L'RFID è una realtà

Seppure in ritardo e con lentezza, una tecnologia che si consolida sempre più è l'identificazione automatica in radiofrequenza. I suoi campi di impiego si vanno ampliando. Spesso con ritorni sui propri passi di industrie importanti come Benetton, che era partita troppo presto, fallendo gli obiettivi. Ora sta però ripensando all'RFID con un approccio nuovo poiché il settore dell'abbigliamento sta mostrando di accelerare la sua corsa in questa direzione. Anche all'ultimo Forum Retail & Gdo, invero, si è sentito poco su questa tecnologia. Con una importante eccezione: Lavazza. Lavazza è un'azienda mono-prodotto, ma distribuisce migliaia di item che non sono solo caffè, ma sono di ausilio alla vendita del caffè medesimo (esempio tipico i ricambi).

In altre parole, come osserva **Alberto Mambrin, responsabile del disegno e controllo del sistema logistico in Lavazza**, un prodotto (caffè) semplice da gestire logisticamente ma, per contro, una logistica "molto complessa" in chiave aziendale in quanto molto variegata a livello di prodotto e quindi di informazioni correlate.

I flussi fisici sono preceduti, accompagnati e seguiti da flussi di informazioni e chi movimentata la merce lungo tutta la filiera ha la necessità di avere queste informazioni aggiornate in tempo reale. Sapere dove si trova la merce permette infatti di prevedere con estrema attendibilità cosa e quando arriverà a destinazione, dando la possibilità di pianificare le proprie attività, riducendo al minimo gli imprevisti. Donde la decisione di adottare la tecnologia RFID, in collaborazione con l'Università di Parma (per la precisione lo spin off Id-Solutions).

Tramite questa è possibile associare a ogni entità fisica una serie di informazioni (dati di tracciabilità, date di scadenza, numeri di serie, ecc.). Per ogni item si possono aggiungere informazioni dinamiche man mano che questo percorre la supply chain. Tutti gli spostamenti fra i vari anelli della catena

Fermento intorno all'RFID

L'atteggiamento della grande distribuzione verso l'RFID è ancora di prudenza ma le sperimentazioni fervono. «Nonostante il calo di attenzione dell'ultimo anno come conseguenza della riduzione dei consumi, osserva il prof. **Antonio Rizzi, responsabile RFID Lab di Parma**, le società della distribuzione hanno continuato a sperimentare l'utilizzo dell'RFID come tecnologia capace non solo di ridurre i costi ma anche e soprattutto di questi tempi di incrementare il fatturato. Noi stiamo lavorando insieme a Auchan, Coop e Conad: in discussione non è più la fattibilità tecnica, ma la misurazione degli impatti economici. L'attività sperimentale proseguirà quasi certamente per tutto il 2010 ma con l'anno successivo si passerà dal laboratorio ai punti di vendita. Tra l'altro l'adozione di questa tecnologia consentirà alla Gdo di migliorare la qualità dell'informazione per i consumatori, venendo incontro a una precisa esigenza di questi».

sono tracciati in tempo reale e condivisi con l'internet degli oggetti fra i diversi attori coinvolti. A livello operativo diventa possibile conoscere in anticipo ciò che sarà o non sarà consegnato permettendo di pianificare la propria attività e prevenire eventuali problemi. A livello strategico si dispone di una statistica di tutti i flussi fisici che permette di analizzare eventuali inefficienze lungo la filiera e di porre rimedio. In concreto la tecnologia RFID al momento serve per l'identificazione delle bobine di packaging prodotte da

Goglio (principale fornitore di imballi flessibili) e utilizzate da Lavazza per il confezionamento dei propri prodotti. Si usa Internet per condividere i dati relativi a tali bobine lungo tutta la filiera, che va dalla produzione delle bobine presso lo stabilimento Goglio di Cadorago (CO) fino alle linee di produzione Lavazza presso lo stabilimento di Settimo Torinese (TO). Questi i vantaggi evidenziati da Mambrin: controllo puntuale accurato dell'inventario dei magazzini dei due attori; riduzione delle giacenze nei propri magazzini e miglioramento del livello di servizio fornito a Lavazza, grazie alla visibilità puntuale sulle giacenze del magazzino imballi; automazione del processo di ricevimento grazie alla disponibilità in tempo reale ed in formato elettronico standard dei dati di spedizione e di tracciabilità delle singole bobine; elevata visibilità sullo stato di avanzamento dei propri ordini prodotto. Si tratta di un test significativo, per saggiarne le funzionalità in vista di un impiego più esteso della tecnologia.

