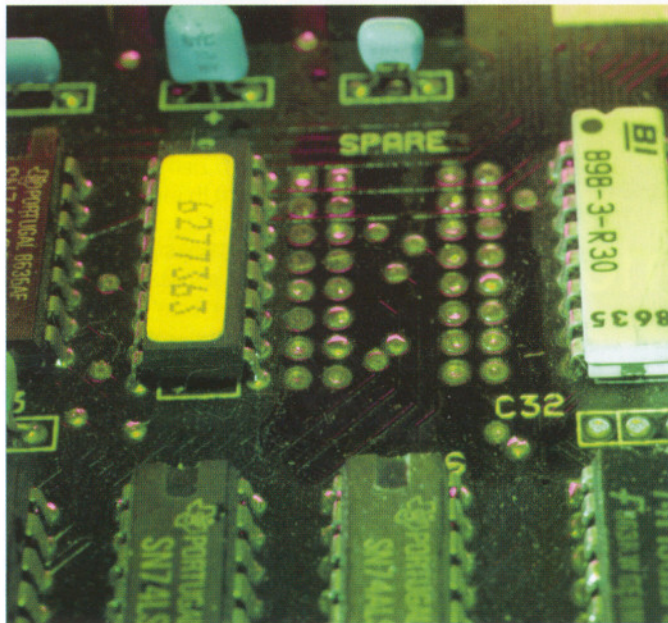


RFID FINE DELLA DISILLUSIONE



Gli esperti del Gartner Group sono convinti che per la tecnologia a radiofrequenza la fase della disillusione sia finita e che d'ora in poi ci sarà una crescita stabile, magari non strabiliante come si ipotizzava tempo fa, ma produttiva per tutti i soggetti delle diverse filiere interessate. E ciò con riferimento sia alle diverse tipologie di aziende quanto alla gamma di applicazioni copribile in questo modo.

Una conferma in tal senso arriva anche da un osservatorio attento in quanto focalizzato sull'innovazione tecnologica creato all'interno di Confindustria, Assoknowledge, che sta premendo sul governo per misure in grado di

accelerare la diffusione della radiofrequenza.

Un'ulteriore conferma della quasi maturità raggiunta dalla tecnologia viene poi dai risultati del progetto pilota durato un anno svolto presso l'Università di Parma, volto a verificare i benefici dell'Rfid nella gestione di una filiera completa, nel caso quella alimentare (vedi Punto focale a pag. 42, n. 190, *Logistica Management*). Le indicazioni sono positive: l'utilizzo di tag Rfid può effettivamente incrementare l'efficienza e ridurre i costi dei processi logistici.

Nel corso dell'ultimo anno le aziende che hanno partecipato al progetto (tra loro Auchan, Carapelli, Conad, Danone,

Nestlè, Number 1, Lavazza e Parmalat) hanno gestito parte del proprio flusso di merci incollando su più di diecimila colli un'etichetta digitale che ha comunicato via radio le informazioni relative al collo stesso a una serie di software sviluppati dall'Università insieme ad alcuni partner tecnologici tra cui Id Solution (spinoff dello stesso ateneo emiliano) e Oracle, che ha fornito gli strumenti per realizzare il progetto con la metodologia Soa (Service Oriented Architecture). Si è anche appreso che la tecnologia Rfid è in fase di studio nei magazzini della GDO. Auchan e Conad sono tra i nomi che hanno optato per questa scelta. □