

UNIVERSITA' RIZZI: POSITIVA SPERIMENTAZIONE IN 13 GRANDI AZIENDE, TRA CUI CHIESI, PARMALAT E PARMACOTTO

Rfid, «la spia» della qualità

La tecnologia «made in Parma» controlla i beni di largo consumo lungo la filiera. I risultati? Riduzione dei tempi e migliore gestione delle scorte



Campus Antonio Rizzi (a sinistra) con Bill Hardgrave (Università Arkansas) e Simon Langford (Wal Mart).

Luca Molinari

«Ha la stessa funzione di Google ma il suo campo di «ricerca» è totalmente diverso.

La tecnologia Rfid (Radio Frequency Identification, traducibile in identificazione a radio frequenza) offre la possibilità di controllare il «viaggio» dei beni di largo consumo dal produttore al consumatore. Permette cioè di sapere in qualsiasi momento dove si trova un dato prodotto. I vantaggi per produttori, operatori logistici e distribuzione sono numerosi, come testimoniano i risultati di «Rfid Logistics Pilot», primo progetto pilota italiano Rfid di filiera nel largo consumo.

La sperimentazione è stata lanciata nel giugno 2007 dal laboratorio «Rfid Lab» del nostro ateneo in collaborazione con 13 grandi aziende tra cui Chiesi, Parmacotto, Parmalat e altre importanti realtà legate al settore agroalimentare. L'obiettivo è stato quello di testare sul campo la fattibilità e i benefici derivanti dall'utilizzo di questa nuova tecnologia e del sistema Epc (Electronic Product Code, ossia Codice prodotto elettronico), nella gestione della supply chain (la gestione della catena di fornitura).

La sperimentazione sul cam-

po ha coinvolto la base logistica di Mamiano di Parmacotto, il centro di distribuzione di Calcinatone (Bg) e due ipermercati di Auchan. In particolare, da maggio a settembre circa 12 mila cartoni e 800 pallet sono stati dotati di etichetta Rfid e immessi nella catena di fornitura.

Ieri mattina nell'auditorium polifunzionale del Campus si è svolto un convegno per illustrare i risultati dell'innovativo progetto. Per l'occasione sono intervenuti Bill Hardgrave, Rfid Research Centre della university of Arkansas, e Simon Langford, manager delle Rfid Strategies di Wal Mart, che hanno illustrato le strategie di implementazione della tecnologia Rfid.

Il secondo relatore si è soffermato soprattutto sul lavoro finora svolto in tal senso e sulle iniziative future di Wal Mart e Sam's Club.

Antonio Rizzi, fondatore e coordinatore del Rfid Lab di Parma, ha invece illustrato nel concreto il lavoro svolto, le sue finalità e risultati raggiunti. «Il nostro obiettivo - ha sottolineato - è quello di capire come questa tecnologia possa creare valore. I dati che vengono forniti sfruttando la tecnologia Rfid, se correttamente interpretati, creano un importante valore ag-

giunto».

I risultati ottenuti dalla sperimentazione sono legati soprattutto ad aspetti tecnologici e gestionali. Tra i primi, la riduzione dei tempi di controllo dal produttore (pari al 68%) e di ricevimento e presa in carico nel centro di distribuzione (pari all'80%). Importantissime anche la riduzione delle scorte di sicurezza (30%) e la possibilità di verificare in tempo reale l'andamento delle promozioni. L'adozione della nuova tecnologia permette inoltre un monitoraggio in real time della presenza del prodotto a scaffale. Un controllo puntuale di questo genere consente di ridurre il fenomeno dello stock out (la mancanza di prodotti).

Dalla sperimentazione presentata ieri al Campus universitario è poi emersa la possibilità di introdurre processi automatici di fatturazione con una conseguente riduzione dei costi in campo amministrativo. Non solo. Soprattutto tra i prodotti freschi è fondamentale garantire qualità e freschezza al cliente. E proprio grazie al nuovo sistema vengono messi a scaffale prodotti con una vita residua media superiore al 66%. ♦



Obiettivi futuri

Si ampliano prodotti e parametri

*** E in futuro? Il progetto dovrebbe allargarsi. Visti i risultati ottenuti, le aziende partecipanti al progetto stanno infatti valutando la possibilità di proseguire la sperimentazione. In particolare, la seconda fase del progetto dovrebbe partire nel 2009 e coinvolgere una pluralità di prodotti appartenenti a produttori diversi, sempre nell'ambito dei prodotti freschi. Anche gli «attori» coinvolti dovrebbero aumentare (ci saranno almeno più produttori, operatori logisti-

ci e almeno due retailer - venditori al dettaglio). La sperimentazione riguarderà non solo l'identificazione del prodotto, ma anche il monitoraggio dei cosiddetti parametri ambientali come la temperatura. In futuro inoltre, la tecnologia Rfid potrebbe essere inoltre calata nell'operatività di tutti i giorni. Il progetto rimarrà infine «condiviso» e anche le aziende che non hanno partecipato alla sua prima fase, potranno aderire alla sperimentazione. ♦ L.M.