

RADIOFREQUENZA IL PROGETTO LOGISTIC PILOT DALL'UNIVERSITÀ DI PARMA

# L'Rfid va in filiera

**Maggior sicurezza e tempi ridotti:  
un passo verso l'addio al codice a barre**

**L**a settimana scorsa un nutrito gruppo di aziende del comparto alimentare ha annunciato a Parma i primi risultati concreti di un progetto pilota durato un anno e volto a dimostrare l'efficacia delle etichette digitali Rfid (Radio Frequency Identification) nella gestione della filiera.

È un progetto di notevole valore, per tre motivi. Prima di tutto perché i risultati, spiegati dal coordinatore dell'iniziativa, Antonio Rizzi, professore dell'Università di Parma, dimostrano come i tag Rfid possano effettivamente incrementare l'efficienza e ridurre i costi nei processi logistici. In secondo luogo perché è la prima volta che molte aziende dello stesso comparto scelgono di avviare insieme un progetto di questa portata, condividendone gli oneri e mettendo a fattor comune le informazioni e la conoscenza acquisita. Infine perché l'Rfid Logistic Pilot (così è stato chiamato il progetto) rappresenta un caso di successo della ricerca italiana in questo settore.

Nel corso dell'ultimo anno le aziende che hanno partecipato al progetto hanno gestito parte del proprio flusso di merci incollando su più di romila colli un'etichetta digitale, che ha comunicato via radio le informazioni relative al collo in questione a una serie di software che sono stati realizzati dall'Università di Parma e da alcuni partner tecnologici, fra cui Id Solution (spinoff dello stesso ateneo emiliano) e Oracle, che ha fornito gli strumenti per realizzare il progetto con la metodologia Soa (System Oriented Architecture).

Le aziende hanno così potuto seguire in tempo reale la movi-

mentazione delle merci, controllare le giacenze, analizzare con maggior dettaglio i risultati delle promozioni, ottimizzare le scorte di magazzino, utilizzando la codifica delle informazioni definita dall'associazione Gsr.

I risultati del test, ha spiegato Antonio Rizzi, sono stati positivi: «L'accuratezza del rilevamento dei tag è stata pari al 100% per i pallet e al 96% per i singoli colli. I tempi di controllo presso il produttore sono stati drasticamente ridotti. Inoltre abbiamo verificato che un sistema simile rende possibile realizzare un sistema di fatturazione automatica».

Nel corso della conferenza di presentazione dell'Rfid Logistic Pilot, alle aziende interessate (che comprendono nomi come Auchan, Carapelli, Chiesi, Cecchi Corriere, Conad, Danone, Grandi Salumifici Italiani, Gruppo Goglio, Nestlé, Number 1, Lavazza, Parmacotto e Parmalat) è stato chiesto di avviare una seconda fase del progetto, nell'ambito della quale ampliare la portata della "taggatura" dei colli. Gli interessati hanno risposto positivamente, mettendo in luce tuttavia delle perplessità relative ai costi. Alcuni produttori hanno suggerito che dovranno essere le catene della grande distribuzione a fare il primo passo, anche perché per loro sono più evidenti che per altri i vantaggi del sistema Rfid.

Negli Stati Uniti è stato Walmart, il colosso mondiale della distribuzione, a scommettere per prima sulla tecnologia Rfid per incrementare l'efficienza del proprio processo logistico. L'ha fatto mettendo sul tavolo un investimento considerevole

e forzando alcuni dei propri fornitori ad adeguarsi alla nuova tecnologia. La stessa tecnologia che è in fase di studio anche nei magazzini di molti operatori della Gdo italiana. Alcuni di essi, come Auchan e Conad, hanno annunciato l'iniziativa. Altri, come Esselunga, mantengono per ora il riserbo. Ma quella della radiofrequenza sembra ormai una strada segnata nell'ambito di questo settore. A dimostrazione di ciò si aggiunge una dichiarazione del presidente di Confimprese, Mario Resca, nel corso di un convegno organizzato l'altroieri a Roma da Assoknowledge, che ha confermato il grande interesse in molti attori della Gdo italiana per le tecnologie di identificazione a radiofrequenza.

Sulla cresta dell'onda da or-

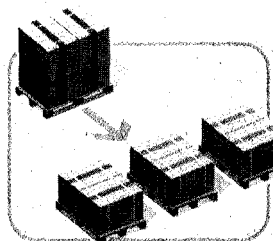
mai alcuni anni, l'Rfid ha attraversato una fase, per dirla con le parole degli analisti di Gartner, di disillusione. Tanti erano i progetti pilota, ma alla fine, per via dei costi considerevoli e di alcuni limiti legislativi pochi di essi hanno finito per trasformarsi in progetti reali. Ma secondo Gartner la fase della disillusione è ormai finita e la tecnologia Rfid sperimenterà da adesso in poi una crescita stabile e una progressiva diffusione in molti comparti, tanto fra le aziende quanto nelle applicazioni che riguardano gli stessi cittadini. Lo conferma l'interesse in materia della Confindustria, attraverso Assoknowledge, e l'intenzione del governo di lanciare una cabina di regia.

**PAOLO C. CONTI**  
Presidente di Cedites

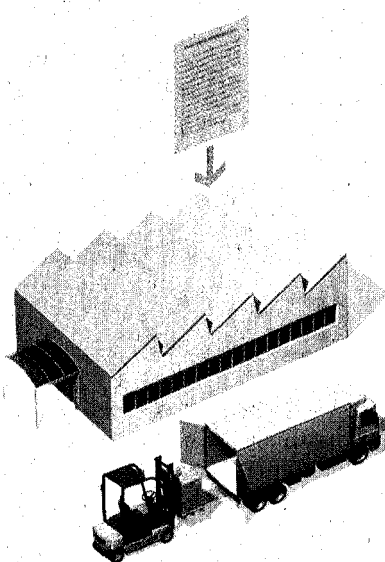


## Dal fornitore allo scaffale

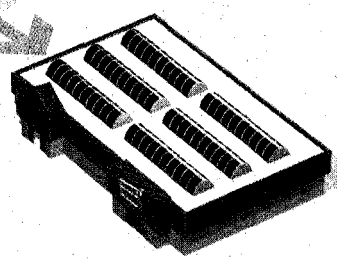
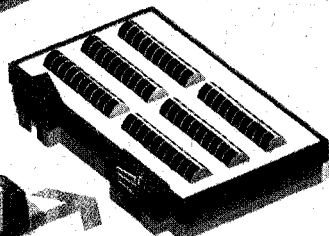
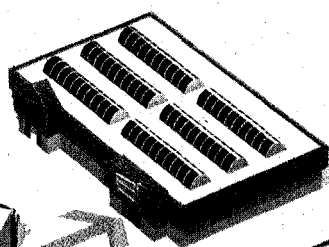
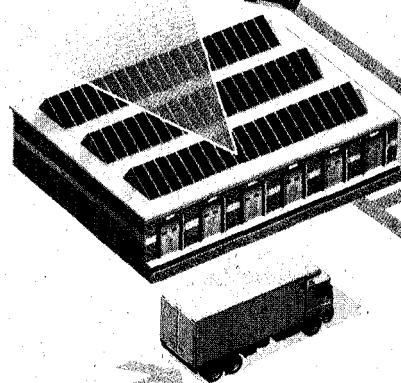
**Transito.** Il mezzo arriva al centro direzionale, i prodotti vengono scaricati, ventilati su nuovi pallet che poi, fasciati, sono spediti ai punti vendita.



**Scarico e vendita.** Il mezzo arriva al punto vendita, viene scaricato e i prodotti portati in area vendita. Alcuni vengono portati nella cella di stoccaggio.



**Preparazione.** In base all'ordine il fornitore prepara il pallet che è poi caricato sul mezzo di trasporto e inviato al centro direzionale delle grandi catene di supermercati.



STEFANO TARTAROTTI

www.ecostampa.it