

ICT PER COMPETERE

Rfid, ancora in test



Si moltiplicano i progetti pilota in Europa e in Italia, ma l'identificazione di cose o persone con la radiofrequenza è ancora poco conosciuta
 di Marialuisa Astesani

Secundo un'indagine appena presentata da Idc, la conoscenza dell'Rfid, cioè la Radio frequency identification, è ancora lontano dall'essere diffusa: nel panorama delle imprese con oltre 10 dipendenti, ben l'86,6% degli intervistati ammette di non saperne nulla (si scende al 73,1% se si guarda da 250 addetti in su). Andando a vedere per settori, la pur scarsa conoscenza è più elevata nel commercio (22,9%), pressoché nulla invece nella pubblica amministrazione locale (0,5%). Stando alle interviste, anche là dove si sa cos'è l'Rfid, si penserebbe di utilizzarlo solo nel 17% dei casi (in misura maggiore nelle imprese da 50 a 249 addetti).

Dunque, in Italia la tecnologia Rfid è poco conosciuta.

Diversa la situazione negli Stati Uniti, dove il ministero della Difesa ha fatto da apripista con soluzioni legate alla sicurezza e dove, più di recente, il colosso distributivo Wal-Mart ha chiesto l'impiego delle etichette per l'Rfid su pallet e cartoni entro gennaio 2005 ai primi 100 fornitori domestici ed entro gennaio 2006 ai fornitori internazionali. Secondo un'altra ricerca di Idc, realizzata a novembre 2004, le opinioni oltre oceano riguardano infatti i benefici attesi dalla nuova tecnologia: tra le principali, figurano l'inventario del magazzino, la tracciatura dei movimenti dei prodotti nella fase di lavorazione o quella delle materie prime, per le industrie manifatturiere; la tracciabilità, a livello di pallet o di referenze nei centri distributivi per il retail; la gestione di tutti i transiti di un collo sino alla documentazione, per la logistica.

Lo studio indica anche le priorità che potrebbero favorire l'introduzione dell'Rfid e

cioè: l'abbattimento del costo delle etichette, al primo posto (costo che in realtà potrebbe non essere un problema), l'abbassamento della spesa per le infrastrutture necessarie, la richiesta dei clienti (Wal-Mart docet), l'introduzione di standard universali.

Se l'Rfid si sta diffondendo negli Stati Uniti, in Europa siamo invece a livello di test. Uno tra i progetti più interessanti è quello di Metro che, in partnership con dei fornitori, ha realizzato a Rheinberg un future store in un supermercato Extra aperto al pubblico, per verificare costi reali di implementazione e punti critici della tecnologia, misurandone poi l'efficacia. Una serie di referenze sono dotate di etichetta Rfid e vengono registrate in entrata dal sistema; all'interno del punto di vendita poi, attrezzato con arredi innovativi, scaffali intelligenti segnalano quando un prodotto sta per esaurirsi, una serie di totem interattivi dialogano con il consumatore e casse self scanner in uscita mandano al back office input per i riordini. I clienti sono informati dell'esperimento da grandi cartelli all'ingresso. Sempre di Metro è l'Innovation center, realizzato presso un centro distributivo Kaufhof di Neuss dove, in un'area di 1.300 mq, si possono vedere in atto i vari passaggi per seguire un capo di abbigliamento dal momento del suo ingresso (abiti, capispalla, intimo di varie taglie e colori) sino al suo smistamento verso la destinazione finale, in modo completamente automatico. Un'area dimostrativa è dedicata anche ai prodotti grocery presenti poi nell'Extra future store. Entrambe le realizzazioni sono visitabili in demo al sito www.future-store.org.

E in Italia? **Valtur** ha utilizzato la tecnologia Rfid integrandola nella sua carta di pagamento Quickpay, che sostituisce il denaro nei villaggi. I dati ricavati da ogni passaggio della carta (che contiene un microchip) al bar, alle boutique, ai

centri benessere o nelle escursioni, ecc viene convogliato in un database per la conoscenza in tempo reale dei consumi, permettendo così al magazzino di garantire i flussi e le scorte di tutto ciò che è necessario.

Trenitalia invece ha realizzato un test sui motori di trazione di alcuni locomotori, per l'identificazione dei componenti riparabili, per tracciare la catena distributiva dei materiali di manutenzione e per certificare la stessa manutenzione. Le etichette sono applicate sui motori, così che il tecnico, grazie a un rilevatore palmare dove sono inseriti gli ordini di lavoro, possa riconoscere in automatico il numero seriale inserito nell'etichetta, sapendo cosa deve cambiare e montare. Eseguita la riparazione, il palmare consente di codificare e certificare quel motore (a quell'etichetta sono collegati tutti i dati che riguardano quel singolo motore).

Proprio sull'Rfid, il Politecnico di Milano ha avviato una ricerca per identificare i vari ambiti di applicazione delle tecnologie Rfid nelle imprese e nella Pubblica Amministrazione, analizzando i diversi progetti in atto per valutare le soluzioni implementate, l'impatto sui processi, i meccanismi decisionali, i ritorni economici e le criticità. In Italia ha censito 104 aziende utenti e 182 applicazioni o progetti. Lo scopo è quello di fornire, da un lato, delle informazioni utili per i decisori che a diversi livelli (singola impresa, associazioni di categoria, authority, legislatore, ecc) si devono confrontare con queste tematiche e, dall'altro, contribuire ad avvicinare la filiera dell'offerta di soluzioni Rfid alle esigenze del mercato. E proprio su questo fronte sono in arrivo ulteriori novità: una etichetta realizzata con una speciale plastica che sostituirà il silicio dei microchip, sarà più sottile e soprattutto meno costosa.



COSA DICONO LE IMPRESE (in %)

Esempi di applicazione (case history)	60
Spiegazioni su come funzionil sistema	56
Informazioni base su cos'è e come funziona	55
Informazioni sui costi	51
Prospetti finanziari costi/benefici	50
Comunicazione con approccio business e non tecnologico	44

endenze-Rfid in Uk industry

GLOSSARIO

⇒ **Cos'è l'Rfid?**

• Si tratta di un sistema che comprende una etichetta (tag) dotata di chip con antennina filiforme; un lettore, fisso o mobile, capace di leggerla (o di modificarla); hardware e software che immagazzinano i dati o li confrontano o li riscontrano o li cambiano, a seconda del punto della filiera dove avviene la lettura o delle esigenze. La tag è un unicum, ogni etichetta cioè ha una propria identificazione (come una user id). Le tag possono essere: attive, come quelle degli aerei o del Telepass, alimentate da una batteria, e possono raggiungere potenze molto elevate e coprire grandi distanze oppure passive, che si attivano (ricevendo energia) col segnale in radiofrequenza (wireless) del lettore a una distanza compresa fra 3 e 5 metri.

FUTURE STORE IN GERMANIA

A Rheinberg, presso il supermercato Extra, Metro sta verificando costi reali di implementazione e punti critici dell'Rfid, in partnership con alcuni fornitori. Alcune referenze vengono registrate in entrata dal sistema, mentre in negozio scaffali intelligenti "scaricano" il venduto ai fini del riordino e delle rotture di stock a banco.