

Filiera TIA

Tecnologie ad Identificazione automatica



Aderente a

CONFINDUSTRIA SERVIZI INNOVATIVI E TECNOLOGICI



ASSOKNOWLEDGE

Gruppo TIA www.gruppotia.it



ASSOKNOWLEDGE

Gruppo di filiera TIA



L'Assoknowledge ha deciso di dar corso alla costituzione del Gruppo di Filiera denominato **"Tecnologie di Identificazione Automatica"** ed in data 4 Luglio 2007 é stata convocata la prima Assemblea per l'assegnazione delle deleghe e per l'elezione dell'organo di Governo della medesima.



ORACLE®



Intermec

Hi Pro Group
Competence for Evolution



MARKETING & MANAGEMENT



diennea
ANY • KEY



Grafiche
Sestante
s.r.l.

Grafiche Sestante s.r.l.

DATALOGIC™

xerox



Gruppo TIA www.gruppotia.it

Situazione attuale

Criticità:

- Scarsa conoscenza della tecnologia
- poca sensibilità da parte delle istituzioni
- mancanza di fonti autorevoli di informazione
- favole, invenzioni e bugie
- Poche realtà di system integrator
- Mancanza di interlocutore istituzionale

Esigenze:

- Filiera verticale: quando punti della filiera vengono indeboliti tutta la filiera ne risente
- Complessità competitività rischiosità
- filiera della carne, filiere alimentari, filiere GDO, filiere vinicole, territoriali, distributive



Obiettivi del Gruppo di filiera

- **Creare una infrastruttura del sapere e dell'innovazione** che parte dall'industria e si rivolge a PMI e grandi imprese
- **Trasferire le eccellenze della conoscenza**
- Offerta di know how congiunta per una soluzione end-to-end diretta a risolvere le sfide del business traducendo, approfondendo e ottimizzando la domanda attraverso l'integrazione dei singoli core business in un'unica logica di fruizione
 - Creare un precedente, probabilmente unico, nel panorama nazionale
 - Presenza istituzionale ad eventi, manifestazioni, convegni
 - Stimolare la crescita del mercato attraverso la diffusione di un sapere corretto che evidenzia opportunità, strategie, soluzioni
 - Rappresentanza e lobby
 - Integrare la ricerca accademica con quella day by day
 - Esprimere una adeguata rappresentanza in Europa

Strategia TIA

- **In ambito RFID le imprese devono crescere in termini culturali, organizzativi, manageriali, sviluppando una propria soggettività, di comportamento gestionale nell'esplicazione di esigenze e necessità, perseguendo i propri obiettivi di mercato e condizionando le attività produttive**



ASSOKNOWLEDGE

Assoknowledge - Gruppo Tia



Eventi Patrocinati

- ❑ 2006 Fiera Hunkeler - Lugano
- ❑ 2007 Innovate Day Xerox - Roma
- ❑ 2007 Assoknowledge costituisce il Gruppo di Filiera TIA
- ❑ 2007 Evento In Movimento Oracle - Roma
- ❑ 2007 Fiera Outsourcing - Roma
- ❑ 2008 Conferenza Nazionale Servizi Innovativi e Tecnologici - Milano
- ❑ 2008 Trackability – Milano
- ❑ 2008 Trace Id – Milano
- ❑ 2008 M2M – Milano
- ❑ 2008 Proximity – Milano
- ❑ 2008 Cars bankamatica - Roma

TIA 2008 : TO DO

- ❑ Crescita del gruppo di filiera
- ❑ Ottimizzazione delle risorse Web Social Network / Oracle
- ❑ Collaborazione con FUB (Fondazione U. Bordoni)
- ❑ Rappresentanza alla Commissione Europea
- ❑ Presenza su tavoli Istituzionali
- ❑ Collaborazione con Confimprese
- ❑ Evento TIA Group ottobre 2008 (presentazione nuovo libro bianco RFID)

Agosto 2006: il test

- 18 pallet attraversano 18 portali simultaneamente a “velocità reale”
- I pallet sono misti, con il 70% di materie liquide
- Alcuni tag sono volutamente nascosti all’interno del pallet



2007 - Metro sceglie l'RFID sui Cash&Carry in Germania

Perché RFID?

- *Maggior velocità (letture contemporanee)*
- *Lettura cartoni anche nascosti*
- *Verifica immediata della correttezza pallet / cartoni*
- *Riduzione degli errori*



Gli starter kit Metro

- 1 - Stampante RFID con sw per etichette RFID



- 2 - Stampante RFID + Portale RFID



Perché RFID?

- *Migliore visibilità e integrazione delle supply chain di Metro e del fornitore*

L'inizio di una nuova era anche in Italia per l'RFID

13 Luglio 2007

Il Ministro delle Comunicazioni Paolo Gentiloni emette un decreto che liberalizza la fascia di frequenze UHF usate dai tag passivi RFID



- Frequenze UHF 865-868 Mhz
- 2W indoor
- 2W outdoor
- Libero utilizzo su base di non interferenza

RFID Logistic Pilot - UniParma



Come Wal-Mart...meglio di Wal-Mart

- Dimostrare la reale applicabilità dell'Rfid a processi di tracciabilità su intere filiere complesse

Gli attori utilizzatori di filiera

- Aziende primarie operanti nella Supply chain tra cui Auchan e Parmacotto



Gli attori tecnologici

- Id-solutions / Oracle
- Aziende Fornitori di tecnologia e know-how RFID tra cui Intermec Technologies



RFID nella GDO anche in Italia



RFID nel magazzino

■ Stoccaggio e prelevamento dei pallet

- RFID sui carrelli a forche
- Lettura dei Tag sui pallet
- Lettura dei Tag sulle locazioni di magazzino (singole o doppie)

■ Cassette di alimenti impilate su pallet

- RFID nei varchi di passaggio
- Lettura contemporanea tag sulle cassette



RFID sugli asset

■ Tracciabilità roll-cage

- Lettura con palmari RFID
- Identificazione roll-cage con tag



La gestione della tracciabilità alimentare.

E' in fase di studio/realizzazione un sistema tramite l'ausilio di tecnologia RFID, che permetterà di:

- ❑ Migliorare i tempi di lavorazione delle merci da parte dell'operatore
- ❑ Eliminare gli errori di lavorazione da parte dell'operatore
- ❑ Comunicare alla clientela contenuti direttamente collegati alla tracciabilità delle merci in forma automatica.
- ❑ Tutto questo sarà possibile utilizzando dei microchip RFID posizionati nelle bandierine portaprezzo o nei vassoi contenenti merce sottoposta a tracciabilità alimentare.



Lettore RFID
integrato nella
bilancia



TAG RFID
nella
bandierina
segnaprezzo



Un caso concreto Coop Consumatori Nordest

Un caso concreto di integrazione che ha dato dei risultati apprezzabili è stato il test condotto in quattro punti vendita di **Coop Consumatori Nordest** riguardante la **fontina del Consorzio Produttori della Valle d'Aosta**.

Creando un format apposito, con una comunicazione visiva studiata per informare il cliente sulla provenienza, la produzione e la qualità del prodotto, i risultati sono stati eccezionali:

**Si è passati da una vendita media di 164 kg/mese
a ben 1.958 kg/mese!
Un incremento di quasi 12 volte!**

Un caso concreto

E' da sottolineare che:

- Il test è stato effettuato in una zona geografica dove fanno la parte del leone altri prodotti caseari
- Il periodo di test si è svolto a primavera inoltrata che, come ben sappiamo, non è una stagione ideale per il prodotto in oggetto
- Non è stata effettuata alcuna operazione promozionale, sia in termini di informazione alla clientela, sia in termini di taglio prezzo

Maggiori informazioni:

<http://www.apissoftware.com/sistemidipesatura/ProgettoPilotaFontina.pdf>

In conclusione...

- la tecnologia è finalmente matura per offrire soluzioni in grado di dare notevoli vantaggi competitivi alle aziende
- L'implementazione nel mondo reale richiede però un'esperienza reale fornita dal giusto partner e dalla soluzione più adeguata studiata insieme al cliente



Il ritardo dell'Italia nel recepimento delle normative non deve essere visto in termini di una perdita di competitività ma come un'opportunità per dare impulso alle aziende a migliorare innovando i loro processi

Grazie della vostra attenzione!



info@gruppotia.it

Lorenzo Pietrosanti – 347 8311350
pietrosanti.lorenzo@euro-services.it



ASSOKNOWLEDGE

Gruppo TIA www.gruppotia.it