

RFID ITALIA È UN ECOSISTEMA THEBIZLOFT BY LOFT MEDIA PUBLISHING

RFID

OUTSOURCING

19 APRILE 2010

BENVENUTO. SEI UN UTENTE REGISTRATO?
EFFETTUA IL LOGIN!

RFID
ITALIA

Conserva il tuo vantaggio competitivo grazie alla conoscenza
delle cinque dimensioni del cambiamento. [Leggi l'articolo](#)

• Consulting • Technology • Outsourcing

accenture
High performance. Delivered.

LOGIN REGISTRATI GRATIS INFOCHI SIAMO JOBS EVENTI CASE STUDIES FAQ CERCA



RFID ITALIA NETWORK DOCS PROGETTI INSIDER REPORTS MARKETPLACE

ISCRIVITI ALL'RFID ITALIA NETWORK

SEZIONI: HOME RFID TAG LOGISTICA TRACCIABILITÀ RETAIL BARCODE ALTRE SEZIONI

RFID ITALIA AWARD 2010

ARTICOLI - 09 APRILE 2010

STAMPA EMAIL SHARE 0 COMMENTI

Aton: l'Rfid parte dal middleware

AUTORE: LAURA ZANOTTI - REDAZIONE

TI PIACE QUESTO CONTENUTO?
(0 points)



Quando si parla di Rfid vengono subito in mente i tag e i reader ma questo è solo il principio o, piuttosto, il front end della tecnologia. Il back end è rappresentato da tutta l'intelligence di supporto, che include lo sviluppo di diverse componenti applicative e interfacce che, agganciandosi ai sistemi informativi aziendali, consentono alle imprese di ottimizzare i loro processi.

La radiofrequenza, infatti, è ormai parte integrante di un nuovo modello organizzativo, definito enterprise mobility, che sfrutta tecnologie wireless e potenza computazionale per generare logiche di sistema capaci di garantire maggiore efficacia ed efficienza al workflow aziendale.

Aton in vent'anni di attività ha maturato una fortissima specializzazione nelle tecnologie a radiofrequenza puntando proprio sul middleware come perno dello sviluppo e dell'offerta. A questo proposito The Bizloft ha intervistato Otello Azzali, vicepresidente di una società che oggi, oltre al quartier generale di Treviso, conta sedi a Milano, Roma, Torino, Bologna e alcune filiali in Europa, una in Spagna e una in Portogallo.

La vostra visione dell'Rfid è improntata sulla gestione informatizzata di tutte le fasi della supply chain, ovvero produzione, logistica e distribuzione, ma anche nelle applicazioni di Field Force Automation. Un approccio che oggi sta diventando una prassi diffusa ma quando avete iniziato eravate dei precursori...

“Abbiamo iniziato a condurre diverse sperimentazioni, cercando di capitalizzare le esperienze tecnologiche dei mercati esteri come, ad esempio, gli Stati Uniti, che ai tempi erano molto più avanti rispetto all'Europa. La nostra intuizione è stata quella di capire che il valore aggiunto della tecnologia sta in una diversa capacità di gestire la nuova mole di dati generati dalla radiofrequenza e di integrare questo nuovo workflow ai sistemi informativi aziendali. All'inizio c'erano diversi problemi legati alla mancanza di standard e normative. La svolta è arrivata sei anni fa, quando finalmente anche in Europa c'è stata la liberalizzazione delle frequenze anche se, per inciso, in Italia la legge è stata ufficializzata nel luglio del 2007”.

Il fatto che gli italiani seguano sempre a ruota non ci ha certo agevolato...

“In effetti noi italiani siamo sempre abbastanza in ritardo ma, rispetto ai nostri concorrenti, abbiamo una capacità unica al mondo: riusciamo a coniugare la lentezza della nostra burocrazia con uno sviluppo mentale che riesce a mantenerci al passo con tutti gli altri. Il fatto di essere legati a degli impedimenti tecnologici o legislativi stimola una grandissima capacità progettuale il che, sul medio e sul lungo termine, spesso ci dà la possibilità di recuperare i tempi a volte anche meglio di altri. Aton prima ancora che esistesse una standardizzazione, ha cominciato a lavorare a una soluzione che permettesse di integrare l'Rfid ai sistemi aziendali, senza che questi dovessero essere rifatti o sostituiti. È così che abbiamo realizzato la prima versione di **onld**, un middleware Rfid che gestisce i dati che provengono dai device sul campo, li filtra, li aggrega e li indirizza ai suoi effettivi utilizzatori tramite un applicativo di front-end quale un Erp o qualsiasi altro sistema gestionale. Conoscendo bene le problematiche dell'It aziendale e la difficoltà di migrare a nuovi sistemi operativi, dovevamo creare una soluzione che permettesse da una parte di dialogare con l'architettura aziendale esistente e, dall'altra parte, di gestire al meglio tutto il sottosistema Rfid. Abbiamo così progettato una piattaforma che non impatta in alcun modo sulla governance aziendale: Onld, infatti, non richiede alcun requisito minimo di sistema, offre massima scalabilità e flessibilità, con una natura opensource che consente la massima libertà di aggiornamento”.

Onld nasce nel 2007 e ad oggi conta un parco installato nei comparti più disparati, dal fashion al food, dal manufacturing a tutta l'area legata alla logistica. Qual è il motivo per cui in Italia si fa Rfid ma se ne parla ancora così poco?

“Si tratta di una vecchia mentalità italiana per cui le aziende quando utilizzano tecnologie all'avanguardia preferiscono imporre un certo silenzio stampa, perché ritengono di perdere competitività. Invece le potenzialità legate all'utilizzo dell'Rfid sono davvero tantissime ed è molto importante promuovere una cultura di condivisione e di scambio, per mettere a fattor comune esperienze e modalità di sviluppo. Alla fine del 2009 abbiamo previsto più di 70 progetti. In questo momento il nostro portafoglio conta più di 300 clienti. Noi spesso facciamo attività di brainstorming con i nostri clienti ma per dare un lancio al sistema Paese è necessario generare un circolo virtuoso della conoscenza. A questo proposito Aton sta sensibilizzando il mondo delle imprese su alcuni argomenti caldi che grazie all'Rfid possono essere gestiti in maniera più proattiva. Un caso per tutti è quello del grey market”.

Di che si tratta?

“Di un mercato in cui la produzione aziendale segue canali di vendita non controllati. Ad esempio quando un produttore vende a un intermediario che, a sua volta, vende ad altri intermediari o canali alternativi che il produttore aveva escluso dal circuito per diversi motivi, magari legati alla scarsa qualità della distribuzione, dei magazzini o di altri parametri di servizio non allineati agli standard definiti. Si tratta di un canale legale e parallelo a quello ufficiale, che però può intaccare la reputazione del produttore. In questo caso l'Rfid garantisce la tracciabilità di ogni singolo articolo, assicurando al produttore e al consumatore il valore del prodotto con tutta una serie di informazioni aggiuntive che non solo riescono a ottimizzare la gestione dalla fonte al punto vendita ma offrono un grosso contributo a quella che oggi viene chiamata shopping experience. Grazie all'uso dei tag e dei sistemi di gestione avanzati basati sulla tecnologia Rfid il cliente può conoscere gli accessori coordinati al capo che sta provando, altre taglie disponibili o promozioni in corso oppure, se si tratta di un cibo, tutta una serie di ricette o di vini da associare. E questi sono solo i casi più comuni”.

Quanto il mercato italiano è attento a queste tecnologie di supporto? Cioè quanto siete evangelizzatori e quanto siete fornitori?

“Il **fashion** è più propenso di altri ma l'Rfid, sotto un profilo tecnologico, costituisce uno dei tanti processi di automazione aziendale. Da sempre le aziende hanno necessità di tenere sotto controllo i costi, i processi aziendali, l'efficienza. È un tema estremamente importante, soprattutto in un periodo in cui i margini si stanno riducendo, complice la congiuntura economica. La crisi ha indotto gli operatori a porsi grossi interrogativi per cui l'Rfid inizia a mostrare il suo valore in termini di Roi. Quello che non si è centrato subito è il suo livello di penetrazione. L'Rfid, infatti, era nato per automatizzare il retail ma è difficile convincere migliaia di fornitori a uniformarsi a uno standard. Wallmart lo sta facendo, costringendo certi fornitori ma il processo non è affatto semplice. Più facile è il discorso monomarca: quando un'azienda decide di investire nell'Rfid i vantaggi sono notevoli, anche se si tratta di una Pmi. Le cito un caso concreto: gli inventari nei negozi o negli outlet occupano mediamente tre persone per una settimana. Grazie all'automazione in Rfid in tre quattro ore è possibile risolvere tutto con un tempo tra progettazione e implementazione di non più di due o tre mesi. Si

tratta di introdurre un nuovo modo di lavorare che cambia la capacità di gestire la struttura del punto vendita ma anche quella di servire i clienti in negozio”.

Pensate che nel medio termine questo tipo di tecnologia sarà sempre più compresa dal mercato ?

“Certamente. L'Rfid consente risparmi sulla gestione nell'ordine del 30%. Un nostro cliente, che lavora nella logistica, ha raddoppiato il suo volume di lavoro con l'Rfid. Un incremento che si è tradotto non solo in un risparmio sui costi ma anche in una maggiore velocità di consegna e quindi riempimento dei negozi. Quello che spediva in un mese ora riesce a evaderlo in due settimane e questo consente un più rapido riassortimento del punto vendita e, per il produttore, di non dover gestire l'invenduto. Si tratta di risultati concretamente tangibili che comprovano il Tco dell'Rfid”.