

[Sei di Moda](#) / [Attualità](#) / Made in Italy D.O.C., la soluzione in un chip

Tecnologia

Made in Italy D.O.C., la soluzione in un chip

di Alessandra Clementi

Grazie alla tecnologia **Rfid**, presto si potrà avere una sorta di carta di identità del capo di moda che si acquista: una garanzia per produttori e consumatori. Il progetto è allo studio della società di ingegneria Mizar Consulting, in collaborazione con Rfid Lab della Sapienza. In un workshop in programma il 25 febbraio, i risultati della ricerca e le prospettive.



Inserire negli abiti un microchip parlante che ne racconti, a richiesta, la storia e garantisca l'acquirente.

Al momento dell'acquisto di capi di abbigliamento, capita spesso di trovare sull'abito o sull'accessorio un codice a barre di impossibile decifrazione; in un futuro molto prossimo si potranno consultare in maniera leggibile i dati non manipolabili grazie a un chip presente nell'etichetta dell'abito, in una sorta di carta d'identità del prodotto.

Si tratta di attendere che venga messa a punto la tecnologia **Rfid**. Questa sigla sta per **Radio Frequency Identification**, ovvero identificazione a radiofrequenza. Con questo termine si indicano quei processi che consentono il riconoscimento a distanza di oggetti, animali e persone sfruttando le onde radio. Un sistema di

identificazione a radiofrequenza è costituito da due componenti principali: un trasponder o tag, e un reader (lettore). Il tag è l'etichetta che si appone all'oggetto.

È qui che sono contenute tutte le informazioni ad esso relative e che lo identificano in modo univoco. I dati, memorizzati in un microchip, possono essere letti grazie a un'antenna che riceve e trasmette i segnali radio da e verso il lettore Rfid.

In questo momento l'idea è ancora in fase di sviluppo ed è alla base del progetto della società di ingegneria Mizar Consulting che, in collaborazione con Rfid Lab della Sapienza, sta sviluppando un'innovativa modalità di applicazione della tecnologia Rfid alle aziende del settore moda. Lo scopo è quello di coinvolgere sia le imprese che operano nel settore del lusso, particolarmente attente alla qualità del prodotto finale, e quelle della grande distribuzione, più legate ai problemi della logistica.

Il microchip che potrebbe segnare una svolta nella produzione, distribuzione e vendita del prodotto moda sarà al centro di un workshop organizzato dalla stessa **Mizar Consulting** e da **Rfid Lab Università la Sapienza il 25 febbraio a Roma**.

L'iniziativa è denominata 'Strategie di innovazione nei processi aziendali: l'impatto della tecnologia Rfid nel settore della Moda. Applicazioni e ritorni di investimento per item ad alto valore aggiunto' e servirà a fare il punto sulla tecnologia Rfid applicata alla moda.

L'ingresso al workshop è libero: basta compilare la [scheda](#) di partecipazione.

L'Rfid", spiegano i promotori del progetto, "offre la possibilità di identificare, attraverso tag e lettori che si sovrappongono alle infrastrutture in essere, un capo o articolo di abbigliamento a distanza e senza necessità di vista. Ogni etichetta è dotata di un microchip contenente un identificativo univoco, che può accompagnare il capo per tutto il suo ciclo di vita, identificandolo in caso di necessità".

Accoppiare una migliore gestione della catena di produzione a una garanzia massima sulla provenienza dei prodotti, tutelando in questo modo il marchio made in Italy, vitale per il settore della moda. "Da quel momento, con il nostro sistema, vengono tracciate e sono targate fino all'arrivo nei negozi. Questo consente, tra l'altro, ai rivenditori di tutelarsi contro il taccheggio".

Nel workshop tutti i partecipanti saranno chiamati a sedere attorno a un tavolo con quattro obiettivi principali: lo studio dei processi, l'individuazione della soluzione Rfid più opportuna. La finalità del progetto è arrivare ad uno studio di fattibilità mirato alle specifiche esigenze di ciascuna azienda che permetta di arrivare ad un ritorno atteso sull'investimento. Sul prodotto finito l'impatto stimato del costo del sistema di rintracciabilità è variabile per tipologia di tag applicata e ha un range stimato dai 20 centesimi ai 6 euro. Ciò dipende essenzialmente dalla tipologia di tag la cui principale distinzione è tra attivi e passivi.

Il punto fondamentale è assicurare la rintracciabilità fino al punto vendita dove, è ipotizzabile, sarà disponibile per l'utente finale un lettore che permetta eventualmente di consultare tutte le caratteristiche registrate e, soprattutto, essere garantito da eventuali contraffazioni.

(Pubblicato il 20 febbraio 2009)

Divisione La Repubblica
[Gruppo Editoriale L'Espresso Spa](#) - P.Iva 00906801006