

Seguire la lavatrice a domicilio

Sono molteplici i vantaggi offerti dai sistemi di tracciabilità. Per conoscere i processi interni, ma anche per fidelizzare il cliente e migliorare il prodotto.

di **Andrea Payaro**

Per uno sguardo allargato sugli argomenti trattati in questo articolo vi segnaliamo i seguenti Percorsi di lettura:

www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-005.pdf (Elettrodomestici bianchi)
www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-008.pdf (Piccoli elettrodomestici)

Il concetto di tracciabilità si sta progressivamente diffondendo in svariati settori industriali come pratica gestionale che intende monitorare ciò che accade sul prodotto dalle prime fasi di produzione fino a quelle successive alla vendita. Nella pratica si intende l'intero processo informativo che segue il prodotto dall'origine a monte fino a valle della filiera produttiva e che peraltro si differenzia dal concetto di rintracciabilità, come processo inverso che permette perciò di risalire da valle a monte lungo il percorso della filiera per identificare le informazioni distribuite step by step.

A livello normativo si ritrova la rintracciabilità per la sicurezza alimentare (Reg. Ce 178/2002) e tracciabilità tecnica (Uni 10939) oltre che la rintracciabilità per la sicurezza farmaceutica (Decreto 2 agosto 2001 e Decreto 15 luglio 2004).

Tra le cause motivanti l'adozione di un sistema di tracciabilità, oltre che le norme europee, si possono citare le richieste di alcune multinazionali automobilistiche e degli elettrodomestici nei confronti dei loro subfornitori. L'approccio con cui la multinazionale l'adotta è riuscire a controllare tempi, costi e qualità dei prodotti e dei processi; ma in definitiva l'opportunità offerta da questa pratica gestionale è la possibilità di seguire un prodotto anche dopo che questo è passato "nelle mani" del con-

sumatore con vantaggi di una migliore gestione della supply chain e la possibilità di conoscere meglio il mercato di riferimento.

Purtroppo sono oggi ancora molte le aziende che si dotano di un sistema di tracciabilità soltanto perché costrette da normative o da clienti/fornitori che dispongono di potere contrattuale. Altre però cominciano a guardare al sistema di tracciabilità come a un nuovo strumento di competitività sul mercato.

Tra le opportunità offerte dalla tracciabilità, vale la pena sottolineare il fatto di poterla considerare uno strumento in grado di assicurare benefici sulle attività post acquisto, per capire sia il livello di soddisfazione del cliente sia per le reali capacità che ha di monitorarne le esigenze, arrivando a interpretarne anche bisogni latenti. Grazie alla tracciabilità si è in grado non solo di comprendere in quali aree geografiche il prodotto viene adottato, quali zone evidenziano maggiore fedeltà, ma si arriva anche a conoscere la fisionomia del cliente con cui si riesce a mantenere un rapporto finalizzato a valutare il valore percepito dell'acquisto. Quello di tracciabilità è dunque oltre un concetto che ha assunto in diversi settori

una connotazione normativa (farmaceutico, agroalimentare), anche un fattore di fidelizzazione e di controllo dei processi interni.

IL VALORE DEL MERCATO

Nell'attuale panorama economico sono due le dinamiche di cui l'azienda deve tenere conto: da un lato le necessità di una produzione sempre più globale, vuoi per penetrare in nuovi mercati, vuoi per ridurre costi di produzione; dall'altro un cliente sempre più esigente che richiede standard qualitativi sempre più elevati. Queste due componenti non sempre sono orientate nella stessa direzione, ma possono anche esprimere punti di vista contrapposti. E il caso che si presenta per esempio quando una produzione dislocata geograficamente a grande distanza può risultare penalizzata in termini di qualità di prodotto o dei materiali. L'azienda, per mantenere un equilibrio che si traduce in un mantenimento delle quote di mercato, deve però essere in grado di identificare prevenire o correggere in modo veloce situazioni potenzialmente in grado di recare danni alla propria immagine a seguito della commercializzazione di prodotti difettosi o comunque non di qualità. La tracciabilità e la conseguente possibilità di seguire il prodotto dopo l'acquisto diventano quindi strategici come mezzi per "ascoltare la voce del cliente" e per riuscire a sviluppare quei servizi che siano in grado di accompagnarlo durante tutta la vita del prodotto.

Si deve peraltro sottolineare che la globalizzazione per l'elettrodomestico rappresenta un fenomeno ormai consolidato. Questo settore ha registrato negli ultimi anni una produzione che nel nostro Paese è notevolmente calata: si consideri che dai 10 milioni di apparecchi prodotti nel 2002 si è scesi ai 6,4 nel 2007. Secondo stime attendibili l'erosione della produzione italiana di elettrodomestici non è ancora finita, a tutto vantaggio dei Paesi dell'Est Europa.

Parallelamente alla discesa della produzione, anche i consumi hanno registrato nel 2008 una frenata. Lo mette in evidenza il Gfk Global Retail and ►



6/799

Foto: Rex

Technology Report indicando i dati delle vendite a valore relative al periodo gennaio-dicembre 2008. L'anno chiude con segno meno, il -1,8% peraltro in un trend negativo che si è aggravato nel mese di dicembre (-7,1%). Fra i prodotti più venduti chiudono l'anno con segno positivo le flat tv (+7,1%), i pc portatili (+11,7%), le macchine da caffè (+10,2%). Stabili sono invece i consumi di lavastoviglie (+0,3%), rasoi elettrici (+2,8%), aspirapolvere (+1,7%). Vistosi cali si registrano per lettori mp3 (-66,7%), computer da tavolo (-21,8%), lettori di dvd (-18,1%) oltre che per la telefonia mobile in generale (-8,7%). Tra i dati relativi a questo insieme di apparecchi è importante notare i comuni fattori trainanti sul piano del successo: i prodotti che hanno avuto performance migliori nel 2008 si confermano quelli caratterizzati dal grado di innovazione (sia nel prodotto che nel design), dal contenuto di servizio (per esempio la mobilità e connettività per quanto riguarda pc portatili e smartphone o il porzionamento per le macchine da caffè) e un'offerta articolata in termini di prezzo.

IL RUOLO DELL'ETICHETTA

Secondo alcuni esperti la competizione sul prodotto non sarà comunque più sufficiente. Secondo **Pierluigi Cavicchi**, direttore a capo del dipartimento che si rivolge alla supply chain di **De Longhi spa**, l'innovazione deve risultare un concetto esteso alla capacità di lavorare collaborando con clienti e fornitori. Il settore dell'elettrodomestico subirà una ristrutturazione e molti degli attuali player non saranno più presenti in futuro. La qualità rappresenterà uno dei motivi di successo, ma occorrerà investire soprattutto sul binomio servizio-prodotto.

Dello stesso avviso **Albino Sonato**, presidente di **Aires**, che sottolinea il fatto che in un clima competitivo difficile, di decisa contrazione dei consumi, le difficoltà sono da attribuire anche alle inefficienze che investono e penalizzano tutta la filiera.

Carnevale Maffé, docente della Scuola di direzione aziendale dell'**Università Bocconi di Milano**, sottolinea che lo shock sul lato della domanda rimette in discussione i processi tradizionali che caratterizzano i rapporti tra

industria e distribuzione. Quello che risulta assente è un coordinamento strutturale dei flussi di progettazione, produzione e vendita; momenti che considerano oggi il cliente come mero elemento finale della catena del valore: un "consumatore" appunto e nient'altro. Questo concetto risulta riduttivo e fuorviante. Occorre quindi ripensare, secondo questa voce autorevole, i processi di ingaggio del cliente e quelli relativi alla supply chain, impostando flussi di dialogo tra utilizzatori sempre più consapevoli a fronte di uno scenario che vede produttori e distributori sempre più esposti a rischi di disintermediazione e di erosione di margini.

In questo ambiente particolarmente difficile, un modo per valorizzare il ruolo del consumatore è proprio la tracciabilità. Guardando al futuro, le applicazioni più promettenti sono quelle realizzate con etichette Rfid, dette anche transponders o tag Rfid. I tag sono in pratica delle memorie dotate di un apparato radio ricetrasmittente, spesso inserito nel medesimo chip di silicio. Il tag viene eccitato da un apparato esterno (fisso o portatile) con cui si stabilisce un dialogo via radio. Il dispositivo restituisce il suo codice identificativo e/o le altre eventuali informazioni contenute. I tag riscrivibili possono anche essere programmati a distanza con dati aggiuntivi o riprogrammati completamente con una nuova "identità". Le loro dimensioni e il loro assemblaggio finale può variare enormemente a seconda del tipo di applicazione e delle prestazioni richieste. L'etichetta Rfid consente di memorizzare dati e di tenere traccia della vita di un prodotto. In alcuni casi il prodotto stesso, abbinato al dispositivo, è in grado di auto aggiornare le informazioni che vengono perciò memorizzate a intervalli regolari nel chip dell'etichetta in radio frequen-

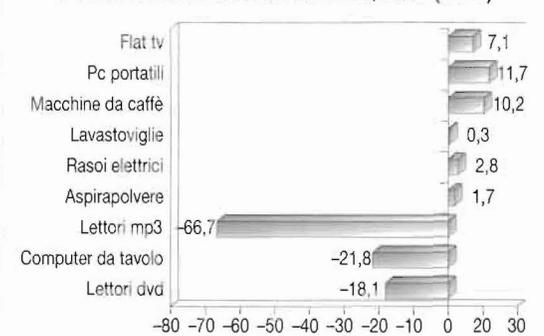
za. In particolare se si considera una filiera corta (produttore, punto di vendita, cliente) si può per esempio ipotizzare un modello applicabile a prodotti specifici come appunto gli elettrodomestici bianchi.

Il modello di funzionamento è tale per cui il produttore registra tramite l'etichetta il codice prodotto, la data di produzione e la presenza nell'elettrodomestico di eventuali componenti tossiche. A questo punto l'elettrodomestico viene portato al punto di vendita. Nel momento in cui il prodotto viene rivenduto, il retailer registra nell'etichetta Rfid un codice che identifica il cliente finale e la data di vendita dell'apparecchio che a questo punto raggiunge la propria destinazione al domicilio del consumatore finale. In un database del produttore viene inserito il dato che fornisce la corrispondenza tra prodotto e consumatore insieme a quello della data di vendita. La corrispondenza permette di attuare da parte del produttore o del punto di vendita delle strategie di up selling o di cross selling.

Nel caso in cui l'elettrodomestico necessiti per esempio di assistenza durante la sua vita, il personale addetto ha la possibilità di leggere i dati registrati nell'elettrodomestico, quindi di comprendere il numero di ore di funzionamento ed eventuali precedenti attività di assistenza, e di aggiornare i dati inserendo il problema riscontrato, il componente difettoso, e dei codici apposti in grado di esprimere la tipologia dell'intervento effettuato e il componente sostituito. I dati registrati nel tag vengono registrati in tempo reale attraverso sistemi Gprs/Umts nel database del produttore il quale in questo modo è in grado di comprendere come funzionano i propri prodotti venduti e eventualmente attuare una campagna di prevenzione per evitare che un problema di fabbricazione possa creare problemi ai suoi clienti.

L'etichetta e la tracciabilità del prodotto consentono con ciò al produttore di migliorare le relazioni con i clienti; aumentare il livello di fidelizzazione; essere a conoscenza della collocazione del prodotto finale per organizzarne l'eventuale recupero. Al momento di raggiunta fine vita del prodotto, infatti, il produttore ha la possibilità di organizzare delle promozioni per favorire la sostituzione del prodotto. Il prodotto usato viene così portato in un centro di raccolta. La lettura del tag Rfid per-

LE VARIAZIONI NELLE VENDITE DI ELETTRODOMESTICI E PRODOTTI ELETTRONICI: 2008/2007 (in %)



Fonte: GfK Global Retail and Technology Report **Largo Consumo**

mette di comprendere subito quali componenti possono essere recuperati per essere immessi di nuovo nel ciclo di logistica diretta. Inoltre viene subito notificata la presenza di prodotti tossici-nocivi consentendone la rimozione in sicurezza. I dati raccolti costituiranno una fonte di informazioni strategiche per rilevare come hanno funzionato durante la loro esistenza i prodotti recuperati. Questi dati, passati alla funzione ricerca e sviluppo, contribuiranno al miglioramento dei prodotti nuovi.

Le stesse informazioni sono utili anche se il prodotto viene recuperato da una società estranea al produttore in un momento non pianificato dal produttore stesso. Anche in questo caso le informazioni registrate e lette nel momento in cui il prodotto entra nel centro di raccolta e smistamento contribuiscono a una migliore gestione del rifiuto, permettendo di raccogliere i componenti riutilizzabili e di rivenderli all'azienda produttrice. In quest'ultimo caso l'unica esigenza è costituita dallo standard di registrazione. Tutte le etichette devono essere registrate nello stesso modo utilizzando la medesima tecnologia.

LA SPINTA NORMATIVA

Le etichette Rfid non sono l'unica soluzione utile ai fini della tracciabilità. Il prodotto può essere seguito lungo la filiera anche utilizzando altri strumenti come i codici a barre. A differenza del tag un codice a barre può contenere un numero di informazioni nettamente inferiore e soprattutto non può essere aggiornato dopo la sua stampa. Inoltre il codice a barre necessita di una lettura ottica diretta e può subire dei danneggiamenti durante la vita del prodotto.

Un requisito per l'applicazione della tracciabilità è che tutti i soggetti della filiera utilizzino uguali standard per la registrazione delle informazioni. In caso contrario non si avrebbero i presupposti di una tracciabilità di filiera (unico standard condiviso per tutti gli attori della supply chain), ma degli episodi di tracciabilità interna in grado di portare certamente a un maggiore controllo dei processi interni dell'azienda, ma non di particolare aiuto all'integrazione verso valle o verso monte dell'intero ciclo.

Oltre all'adozione volontaria di modelli di tracciabilità, è necessario sottolineare l'esistenza di normative internazionali che stanno spingendo al raggiungimento di una condivisione colla-

borativa delle informazioni relative a un prodotto. In particolare quelle che stanno maggiormente sensibilizzando le aziende sono la Reach e la Raee.

Obiettivo del Reach (Regolamento europeo n. 1907/2006 del 18 dicembre 2006) è una più efficace protezione della salute umana e dell'ambiente attraverso un più alto livello di conoscenza dei pericoli derivanti dai prodotti chimici in commercio nel mercato europeo in relazione alla loro fabbricazione e al loro utilizzo. In questo regolamento sono coinvolti tutti quei soggetti che utilizzano nei loro processi di trasformazione prodotti chimici: riguarderà quindi la produzione della plastica, della gomma, del metallo, della carta, ma anche quella in campo agricolo. La regola è quella del "no data no market", cioè in assenza di informazioni relative alla pericolosità dei componenti chimici presenti su un determinato prodotto, quel prodotto non potrà essere commercializzato. L'attuazione del Reach prevede quindi un trasferimento dei dati da soggetto a soggetto della filiera, con esclusione dei distributori e dei consumatori, in un'ottica di perfetta supply chain.

La produzione sempre crescente di apparecchiature elettriche ed elettroniche (Aee) e la costante diminuzione del ciclo di vita media del prodotto, hanno portato il rifiuto elettrico ed elettronico (Raee - Rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche) a crescere a livello europeo sino a tre volte di più rispetto al flusso medio di rifiuti. Per avere un'idea dell'impatto sull'ambiente, basti pensare che nel 2007 in

Italia sono state immesse sul mercato circa un milione di tonnellate di Aee. Fino all'introduzione della normativa europea (normativa Weee, Waste of Electric and Electronic Equipments e normativa RoHS sull'uso di sostanze pericolose), il rifiuto tecnologico non è stato sistematicamente valorizzato, trattato o reimpiegato, con la conseguenza che troppo spesso è stato smaltito in discarica, con gravi ripercussioni sulla sicurezza dell'ambiente e sulla salute del cittadino. Obiettivo della normativa Raee è quella di ridurre al minimo la quantità di prodotti elettrici ed elettronici che possono finire in discarica, favorendo il recupero dei loro componenti metallici e plastici.

Reloader Italia è un'associazione senza fine di lucro che sta sviluppando alcuni progetti finalizzati a creare le basi per una corretta gestione della reverse logistics degli Aee. Il presidente dell'Associazione, **Domenico Iuliano**, già responsabile della logistica di **Whirpool Italia**, sta gestendo una serie di progetti finalizzati alla creazione di modelli di gestione in grado di seguire l'elettrodomestico dal momento in cui esce dall'azienda fino al momento in cui verrà recuperato a fine vita per riutilizzare parte dei suoi componenti o delle sue materie prime. In una ricerca da poco attivata, attraverso il coinvolgimento di università, esperti di logistica e di informatica, si stanno creando i presupposti per definire un modello di raccolta e comunicazione dei dati per facilitare le operazioni di recupero degli elettrodomestici. Tale progetto potrebbe facilitare sia le prime fasi della reverse logistics, sia rendere possibile una raccolta di dati inerenti la vita e l'utilizzo dell'elettrodomestico recuperato, con notevoli benefici per la comprensione del mercato.

La tracciabilità diviene quindi, anche da questo punto di vista, uno strumento essenziale per una migliore gestione della supply chain, grazie alla condivisione delle informazioni: il prodotto fluisce da monte a valle portando con sé una parte della propria storia stoccata o in un chip o scritta in un codice a barre (ottime opportunità esistono per i codici bidimensionali). Come si sottolineava già negli studi accademici dagli anni Ottanta, gestire in un'ottica collaborativa una supply chain porta a notevoli vantaggi in termini di minore scorte, maggiore reattività nei confronti del mercato e maggiore flessibilità. La tracciabilità è dunque il primo passo per costituire una supply chain efficiente. ■

UN CONFRONTO TRA SISTEMI DI TRACCIABILITÀ CON CODICE A BARRE E BASATI SU RFID

punti di forza	punti di debolezza
codice a barre	
Prezzo	Letture ottica diretta
Standard condivisi	Sensibile a sporcizia e danneggiamento
Semplicità di gestione	Scarsa capacità informativa
Rfid	
Letture elettromagnetica	Prezzo elevato per il largo consumo (da 0,05 euro)
Velocità di lettura	Problemi legati alle interferenze magnetiche
Non teme la sporcizia ed è più resistente	Ancora in fase sperimentale
Alta capacità di stoccare informazioni	
Fonte: elaborazioni dell'autore Largo Consumo	