

Prefazione

di Sergio Crippa, Hewlett-Packard Italiana

Innovazione, Soluzione Tecnologica, Competitività e Linguaggio Universale: sono questi gli elementi chiave su cui si basa il l'RFID.

Le **Soluzioni Tecnologiche** di identificazione e localizzazione a radio frequenza (RFID) trovano oggi applicabilità in contesti eterogenei e diversificati che vanno dall'industria alla distribuzione, dalla pubblica amministrazione ai servizi per il cittadino, dalla tracciabilità alla localizzazione, alla sicurezza, alla sanità, al turismo. Le esperienze fino ad ora realizzate sono innumerevoli e toccano ambiti e processi di business di notevole importanza ; tracciabilità delle merci e/o delle transazioni, identificazione degli oggetti, supporto alla sicurezza del paziente, gestione dell'anticontraffazione, etc...

L'**Innovazione** può essere metaforicamente intesa come "il sale" di un'azienda. Essa si presenta come necessità strettamente correlata alla crescita nella quotidianità. Un'azienda che cresce necessita di innovazione: nei processi, nei sistemi, nei prodotti, nel modello di business, nei modelli relazionali con fornitori e clienti. L'RFID si presenta sotto forma di tecnologia ma l'impatto ed i benefici che vengono apportati si riscontrano nei processi aziendali, nei prodotti e nei modelli di business (oggi posso fare "facilmente" quello che ieri era "complesso").

La **Competitività**, nell'ambito di un mercato globalizzato, è un elemento basilare per il successo. Essa è il risultato di una serie di fattori legati all'organizzazione aziendale tra cui l'efficienza dei processi, l'accuratezza delle operazioni, la correttezza del dato, la sicurezza della transazione, l'efficacia organizzativa, la tracciabilità delle operazioni, la misurazione dei risultati. Su questi ambiti l'RFID trova una collocazione eterogenea e corale capace di abilitare ogni singolo "business need".

Il **Linguaggio Universale** consiste nella "modulazione di frequenza" capace di far comunicare secondo una metrica, una metodologia ed una tecnicità comune le diverse realtà, sia all'interno di una stessa azienda, sia in un contesto di filiera nazionale o internazionale. Oggi l'RFID si applica in modo estensivo in ambienti complessi, facilitando la comunicazione trasversale tra tutti gli attori che fanno parte della stessa catena di valore.

HP ne è un chiaro esempio: un'azienda ad alto contenuto tecnologico che ha fatto dell'innovazione l'elemento caratterizzante del proprio DNA. In quest'ottica, HP svolge un ruolo chiave nel contribuire in modo determinante ad avviare un processo positivo, capace di sviluppare la tecnologia e la consapevolezza dei manager dell'industria italiana, per sostenere l'evoluzione delle organizzazioni e aumentare la competitività.

Il libro è quindi frutto di un'esperienza analitica e concreta, maturata attraverso l'osservatorio RFID e "**l'RFID Solution Center**", e rappresenta un ottimo ed efficace strumento a disposizione della comunità e del Sistema Paese.