

IDENTIFICAZIONE AUTOMATICA DELLE MERCI: LE SFIDE NELLA LOGISTICA E NEL MANUFACTURING NON FINISCONO MAI

Al GLM SUMMIT 2023 grande interesse per le stampanti intelligenti SATO per semplificare i processi di tracciabilità

Milano, 28 novembre 2023 Si è da poco conclusa la decima edizione del Global Summit Logistics&Manufacturing, evento dedicato alla logistica, alla produzione e all'Industria 4.0, alla quale ha partecipato in qualità di espositore SATO, multinazionale giapponese che propone soluzioni digitali complete per l'identificazione automatica dei prodotti. Nel corso della manifestazione, che ha visto quest'anno la presenza di più di 300 persone, fra aziende espositrici e utenti finali, si sono approfonditi, fra conferenze, workshop tematici e incontri one-to-one, criticità e soluzioni tecnologiche in grado di rispondere alle nuove sfide che devono affrontare le imprese manifatturiere. Fra queste la digitalizzazione della supply-chain per rendere i dati visibili e fruibili in tempo reale, integrando tecnologie avanzate fra cui sistemi di etichettatura in grado di rivoluzionare la user experience. A questo proposito vale la pena citare una ricerca condotta da Omnitracs LLC (società specializzata nello sviluppo di software per la gestione di consegna merci) in base alla quale il 65% dei consumatori, a parità di valore di merce acquistata, sceglie di pagare di più per consegne più veloci e affidabili. Analogamente, gli studi realizzati dell'azienda di consegne GoPeople hanno mostrato che fino all'88% degli utenti di e-commerce selezionano la consegna per il giorno stesso, anche se a pagamento. Sono testimonianze che una supply chain più veloce e meglio connessa è garanzia di successo.

Questi sono alcuni dei motivi per cui oggi quando si parla di automazione delle attività logistiche e produttive è necessario affrontare anche il tema dell'etichettatura delle merci: il tracciamento è infatti indispensabile per competere in numerosi settori. I prodotti finiti, siano essi alimenti, farmaci, capi d'abbigliamento o apparecchi destinati al settore automotive devono mantenere "traccia", attraverso i dati contenuti nelle etichette, del processo di trasformazione della materia prima e della catena logistica di trasporto e consegna delle merci. E' una sfida non banale in particolare per le medie imprese che devono competere con grandi aziende che investono da anni nella digitalizzazione delle linee produttive.

SATO, player tecnologico e industriale giapponese che produce stampanti intelligenti per supportare un tracciamento efficace dei prodotti, afferma che le moderne soluzioni di manufacturing devono prevedere un'identificazione delle merci smart e flessibile, basata su tecnologie semplici e a valore aggiunto sotto tutti gli aspetti, fra cui trasparenza, monitoraggio, uso efficace delle risorse e compatibile con l'utilizzo di Intelligenza Artificiale per i processi decisionali.

Application Enabled Printing (AEP), piattaforma software sviluppata da SATO e integrata nelle sue stampanti, è una potente intelligenza integrata che consente di raggiungere nuovi livelli di visibilità su flussi di lavoro e prodotti rendendo l'etichettatura un processo versatile. AEP converte il flusso di dati in azioni concrete e misurabili generando rinnovata efficienza operativa: esattamente ciò che le aziende richiedono ai propri integratori di sistemi. Le stampanti SATO ricevono in autonomia i dati da un server remoto, interpretano automaticamente le informazioni acquisite dai dispositivi portatili, si connettono direttamente ai sistemi ERP (esempio SAP) per recuperare le informazioni utili a identificare un lotto da spedire, e possono addirittura riprodurre delle video guide su come preparare un panino seguendo le normative HACCP.

Sempre più richiesta ai fini dell'automazione della supply chain è la tecnologia RFID (*Radio-Frequency Identification*), che grazie alla lettura massiva delle etichette rende più efficienti i processi logistici.

./..

Con la tecnologia in radiofrequenza ogni etichetta può contenere un numero molto elevato di informazioni: oltre al codice seriale identificativo unico che non può essere falsificato e costituisce un sistema di identificazione certo e non contraffabile, è disponibile una zona di memoria che può essere arricchita automaticamente con tutte le informazioni legate al processo produttivo e di vendita per tracciare tutta la filiera, dal produttore al consumatore.

SATO, nota per essere una delle prime aziende ad aver adottato questa tecnologia, offre una vasta gamma di soluzioni basate sulle codifiche UHF (Ultra High Frequency), e HF (Hi Frequency). Le stampanti RFID SATO supportano gli standard EPC, ISO, I-Code, Tag-it per l'etichettatura di scatole e cartoni o singoli articoli a seconda delle necessità del settore. Sono inoltre dotate di doppia antenna e permettono di gestire TAG di diverse dimensioni.

“Partecipare a questo evento è stata, oltre che un’esperienza di arricchimento professionale, una interessante occasione per stabilire nuovi contatti di business. Nel corso delle due giornate abbiamo avuto modo di incontrare professionisti di medie e grandi aziende con i quali abbiamo approfondito l’importanza del tracciamento e dell’identificazione delle merci nei processi di automazione della supply-chain”, afferma Carlo Bulizza, responsabile marketing di SATO Italia, “durante gli incontri one-to-one i nostri interlocutori hanno potuto verificare, *toccando con mano*, l’intelligenza, la flessibilità e la semplicità di utilizzo delle nostre stampanti, i cui modelli portatili e touch screen erano sul nostro desk”.

[SATO](https://www.sato-global.com/) <https://www.sato-global.com/>

SATO, multinazionale giapponese quotata pubblicamente nella prima sezione della Borsa di Tokyo, è sempre stata una pioniera nel mondo della marcatura: nel 1962 produceva la prima etichettatrice manuale al mondo, nel 1981 la prima stampante termica e nel 2003 la prima stampante basata sulla tecnologia RFID. Negli anni si è specializzata nell'etichettatura e produce stampanti ad alte prestazioni ampiamente riconosciute per essere ai vertici del mercato e offre soluzioni combinate hardware/software studiate su misura e sempre al passo con i più recenti requisiti tecnici e ambientali. Grazie ad una perfetta integrazione tra hardware, software e consumabili SATO è in grado di connettere persone, prodotti e informazioni al mondo dell’IoT. Con più di 80 anni di esperienza e una forza lavoro globale di oltre di 5.600 persone in 26 paesi l’azienda ha chiuso il 31 marzo 2023, con ricavi registrati di 142.824 milioni di Yen giapponesi (1,05 miliardi di dollari, importo convertito al tasso di US \$ 1 = ¥ 134, tasso sul mercato dei cambi di Tokyo al 31 marzo 2023). In Italia è presente dal 2019. I prodotti SATO sono utilizzati con successo nei settori alimentare, manifatturiero, sanitario oltre che nella GDO, nell’HO.RE.CA e nella logistica.

[SATO in Italia](https://www.satoeurope.com/it/) <https://www.satoeurope.com/it/>

Nel 2019 la multinazionale, nonostante il brand fosse presente in Italia dal 2006, decide di investire maggiormente sul territorio nazionale trasformando l’ufficio di rappresentanza in provincia di Como in una vera e propria filiale nazionale. La strategia si focalizza da subito sui servizi post-vendita per i partner con supporto tecnico gratuito, corsi di formazione in lingua italiana e interventi di riparazione effettuati sul territorio nazionale in tempi brevi. Nel 2022 inizia la fase di consolidamento grazie all’ampliamento del gruppo italiano con figure dedicate al supporto prevendita e all’apertura di una nuova sede a Bologna.

Ufficio stampa SATO Italia:

Updating

Olga Calenti – mobile +39 351 5041820; *Erminia Corsi* – mobile +39 348 7981209.