

economia società



Mit Boston e Uib, stages per il 2004

Nell'ambito dell'accordo stipulato, nel 2003, tra l'Uib ed il prestigioso Mit di Boston, istituzione di livello mondiale, anche per il 2004 le aziende biellesi potranno ospitare studenti o neo-laureati in stage. Anche per questa edizione, lo stage potrà avere una variabile durata da 3 a 12 mesi e partirà dal prossimo giugno. Secondo gli accordi, agli stagisti verrà affidato lo sviluppo di progetti di interesse della propria azienda nei campi dell'ingegneria, dell'economia, della fisica, del marketing, dell'elettronica, dell'informatica, del design e sulla ricerca nei nuovi prodotti e materiali.

COMPRO ORO
PAGO IN CONTANTI
APERTO ANCHE LUNEDÌ MATTINO
Biella
Via De Marchi, 10

ECONOMIA E SOCIETÀ - L'INSERTO ECONOMICO BIELLESE DEL LUNEDÌ E GIOVEDÌ

MADE IN ITALY

ETICHETTE E MARCHIATURE DI QUALITÀ SONO ESPOSTE A CLONAZIONI E IMITAZIONI CON LA TECNOLOGIA RFID, PRIMA CHE CON LE NORME, SI PUÒ GIÀ METTERE UN FRENO

Marchi, la tutela passa dentro un 'tag'

GIOVANNI ORSO

Chiamate questioni di etichetta, ma non di quelle che implicano plaisanteries e bon ton. Piuttosto di quelle che hanno a che fare con i falsi d'autore, con quella grande Chinatown nel cuore del made in Italy. Un saggio di ciò, peraltro, lo si è avuto la settimana scorsa con il blitz della Guardia di Finanza alla Fiera di Milano in occasione della mostra-convegno Expo-comfort, che ha permesso agli agenti di intervenire, in soli due giorni, su ben 35 prodotti visibilmente contraffatti, realizzati oltre la Grande Muraglia ma marchiati made in Italy.

Attualmente, va detto, il sistema è tale che clonare marchi ed etichette è qualcosa di semplice e facile. Perfino il nostro 'Biella.The Art of Excellence', potrebbe essere bellamente contraffatto (*Deus avertit!* direbbero i teologi). Proprio per questo, la sfida è, oggi sempre più, proprio quella di realizzare un sistema di smart label, etichette intelligenti, difficilmente clonabili, in grado non solo di identificare il prodotto ma di consentire la tracciabilità piena.

Fantascienza? No, la sfida è già in atto. Mai sentito parlare di Rfid (radiofrequency identification device), raccolta automatica dati? Per il presidente Uib, Ermanno Rondi, questa potrebbe essere la strada giusta. Proprio l'Italia, come primo produttore mondiale di celebri marchi, potrebbe essere molto interessata a che le proprie etichette oltre che i propri prodotti non venissero imitati.

Ciò sta e cade con quell'esigenza di tracciabilità del prodotto la cui garanzia, in molti casi, è possibile solo ricorrendo alla Rfid.

Non solo, ma la Rfid permette, grazie ai tag (sorta di 'pastiglie', banalizzando molto) riciclabili e alle smart label Epc nei capi d'abbigliamento sino ai 'colloqui' macchina-utensile-manufatto, di garantire e tutelare l'intera catena dell'offerta.

"Già attualmente esistono studi attuali in collaborazione tra aziende e Politecnico di Torino per l'individuazione di criteri di crittografia che consentano una lettura da parte dei soli soggetti legittimati - spiega il presidente Uib, Ermanno Rondi, che in quanto ingegnere nell'alta tecnologia si muove perfettamente a suo agio. Per rendere più difficile essere clonabili i marchi si può, per esempio, abbinare al tessuto o al capo un codice Rfid che può essere solo letto o solo scritto e letto da una specifica antenna. Basta porlo sotto l'etichetta e quando essa è fatta scorrere sotto l'antenna di lettura, che dovrà stare nel negozio dove il capo viene acquistato, essa dichiara la corrispondenza di autenticità".

E che questo sia il futuro, lo dice l'imminente l'apertura, da parte di Sun Microsystems, di un centro europeo di testing della tecnologia Rfid. Situato in Scozia, su 11.000 mq di superficie, il centro avrà il compito di aiutare le aziende europee a collaudare le proprie soluzioni Rfid, dall'applicazione di tag ai prodotti fino all'integrazione delle informazioni acquisite via radio all'interno dei sistemi back-end e la successiva condivisione di tali dati con i partner della catena dell'offerta.

Non solo, ma IBM e Philips hanno recentemente stretto un accordo che prevede lo sviluppo congiunto di sistemi Rfid. Philips ha infatti incaricato IBM di realizzare il sistema Rfid in alcuni dei propri impianti produttivi e distributivi. In un primo momento, il nuovo sistema sarà utilizzato presso il sito produttivo Philips Semiconductors di Kao Hsiung in Taiwan e il centro distributivo della stessa divisione, presso Hong Kong, dove saranno taggate le confezioni di car-

tone contenenti i wafer. Il progetto ha avuto inizio nello scorso novembre e sarà pienamente operativo nel corso del 2004. Gli obiettivi pratici sono il miglioramento dei processi di business nella supply chain della produzione e della distribuzione, nella gestione inventario e controllo, e l'aumento della

customer satisfaction. La sofisticata tecnologia legata alla Rfid potrà aprire prospettive nuove proprio nell'ambito della più incisiva tutela del consumatore e della garanzia del prodotto.

"Il 'Biella.The Art of Excellence' già esiste ed è registrato in tutto il



Qui a sinistra, il presidente Uib, Ermanno Rondi. Sopra, il presidente dei Giovani Imprenditori Uib, Alberto Platini

mondo. Il Made in Italy doc auspichiamo tutti che presto si realizzi. Dobbiamo allora porci in condizione di difenderli al meglio-conclude Ermanno Rondi. E credo che questo strumento ci permetterà di farlo. A chi obietta sull'alto costo e sui tempi, rispondo che oggi un tag costa 1 euro e presto arriverà a costare pochi centesimi mentre le antenne in grado di leggerli sostituiranno presto i lettori di codici a barre. In una decina d'anni, avverrà una vera rivoluzione perché il sistema distributivo si baserà su queste nuove tecnologie. E che l'indirizzo sia questo, lo conferma il fatto che la stessa Walmart ha imposto ai suoi fornitori, dal 2006, di fornire i prodotti solo su pallet con marchiatura Rfid".

Anche per Alberto Platini, presidente dei Giovani Imprenditori Biellesi, l'importante è non permettere che i marchi possano essere clonati.

"Ha ragione il presidente Rondi - conferma Alberto Platini... Oggi l'alta tecnologia permette di concentrare su di una tessera, su di un microchip una quantità infinita di informazioni. Molte aziende tessili già se ne avvalgono per ragioni logistiche. Non è sbagliato pensare che la tutela dei nostri marchi come il 'Biella The Art of Excellence' possa passare anche sulla strada dell'ingegneria elettronica".

CONTRAFFAZIONE

Nel 2003, 5000 frodi

Un osservatorio di monitoraggio che documenti quanto accadrà, nel tessile europeo, con la fine dell'Accordo Multifibre, ma anche alcune precise linee d'azione che consustanziano una decisa strategia Ue antifalso. E' quanto ha proposto da Bruxelles, venerdì scorso, il ministro italiano delle Attività Produttive, Antonio Marzano. E le linee d'azione sono sostanzialmente sei: sostegno all'innovazione, tutela del consumatore con sistema di etichettatura efficace, semplificazione delle legislazioni, ripensamento dei fondi strutturali, lotta alla contraffazione, completamento dell'area commerciale euromediterranea.

A scorrere i numeri dell'invasione dei prodotti contraffatti si sente l'urgenza dell'attuazione di una strategia: nel primo semestre 2003, sul totale dei prodotti contraffatti intercettati dalle dogane dei 15 Paesi Ue, la Cina, con il 38% era al primo posto nel settore del materiale elettronico. Si calcola, inoltre, che siano stati 100 mila i posti di lavoro perduti nei Paesi Ue a causa

della contraffazione (a livello mondiale la cifra è di circa 250 mila unità). Sempre nel 2003, 5.061 sono state le violazioni accertate dalla Finanza. Contro i falsi, si muovono anche i privati, come la Italianmoda di Como che ha messo a punto il servizio True Italy che sta partendo dopo un test su circa 25 aziende.

"Il prodotto tutelato da questo marchio - spiega l'amministratore delegato Maurizio Verga - è associato ad un cartellino su cui è riportato un codice di autenticità che rende il prodotto unico. Il consumatore può accedere al sito www.trueitaly.com, digitando il codice di autenticità, può vedere sullo schermo il cartellino corrispondente con il numero di codice e la descrizione del prodotto acquistato. Un modo per trasformare il consumatore in attore. Accanto a questo c'è anche la possibilità di vendere non tanto il marchio True Italy ma il sistema ai grandi marchi oggetto di contraffazione".

G.O.

PARLA L'ESPERTO ALESSANDRO BECCARO MIGLIORATI, A BIELLA IL 17 MARZO CON I GIOVANI UIB

'Febbre Gialla', se a prenderla è il tessile italiano

"Fino a qualche anno fa la Cina era semplicemente un'opportunità. Oggi, essa è senz'altro una necessità". Parola di Alessandro Beccaro Migliorati, vicepresidente di Consilia - Sistemi di Governo d'Azienda, una società presente, oltre che in Italia, anche in Cina, Romania, Ucraina e Polonia, una società che si occupa prevalentemente di gestire e studiare investimenti societari all'estero.

Di Cina, anzi più esattamente di 'Febbre Gialla', si parlerà il prossimo 17 marzo a Biella, al Circolo Sociale, alle 18,15. Relatore della serata, organizzata dal Gruppo Giovani Imprenditori dell'Uib presieduto da Alberto Platini, sarà proprio Alessandro Beccaro Migliorati.

Beccaro Migliorati, la Cina la conosce bene. Anzi benissimo. E sa che quello che dice, forse, non è propriamente musica per le orecchie di molti. Ma perché la Cina sarebbe oggi una necessità?

"Perché, per ognuna delle tante nostre imprese c'è ad accoglierla un mix di manodopera dal costo relativamente basso e di stabilità politica - spiega sempre Beccaro Migliorati. - Unico tratto negativo, la dittatura militare che si è dipinta di rosso per il classico opportunismo maista. Certo, le libertà politiche non ci sono, ma la libertà d'impresa sì. Tanto che nel nuovo governo sono entrati 3 giovani imprenditori. La crescita del Pil viaggia intorno al 10%. Vengono creati 25-30 milioni di posti di lavoro all'anno che assorbono quelli che, per effetto di quella che i cinesi chiamano 'privatizzazione' (chiusura di una fabbrica) restano senza impiego".

Ma in termini produttivi la Cina com'è? "Il costo del lavoro è un decimo che da noi - continua Beccaro Migliorati -

facevano torcitura e tintura. Ora hanno imparato a fare bene anche la tessitura. Nell'abbigliamento, poi, sono abilissimi: un controllore di qualità di un'azienda italiana mi ha confermato che lo scarto reso è appena dell'1%!".

Eppure la creatività resta italiana. E i marchi di qualità per cui ci battiamo?

Le nostre nicchie? E ancora, il tessile tecnico può aumentare il gap tra Ue e Cina?

"La creatività è italiana - ammette Beccaro Migliorati. - Anche il design. Ma la produzione è un'altra cosa. E la Cina è in grado di raggiungere buoni standard di qualità produttiva. Stanno già cominciando a nascere case di

moda cinesi. Restare qui non rappresenta più nessun vantaggio. Nei prossimi anni, trasferire la produzione in Cina sarà sempre più una necessità.

I marchi? Grande cosa, ma spingeranno ancora più in alto il costo del nostro prodotto. I prodotti di nicchia come le fibre nobili? Ad Ulan Bator, in Mongolia, c'è una fabbrica statale larga un chilometro e mezzo e lunga 4 e mezzo. Vi lavorano 60 mila operai. Sa che cosa producono? Cashmere. I tessuti tecnici? Ma lo sapete che il Goretex comincia ad essere costruito e certificato in stabilimenti cinesi?".

Con i suoi 400 milioni di abitanti nella fascia costiera ed i suoi circa 900 milioni di abitanti nell'interior, la Cina è un gigante con cui è arduo lottare, un Paese energeticamente petrollo-dipendente dall'estero. Solo il 5% di questa massa di cinesi è oggi benestante, ma il 30% di questo 5% è fatta da miliardari in dollari.

Qualcuno intravede per la Cina una sindrome giapponese: un'espansione apparentemente illimitata ma destinata, di punto in bianco, a fermarsi.

"Forse è vero - conclude Alessandro Beccaro Migliorati, ma l'estrema mobilità della forza lavoro, il peso ridotto dei sindacati (attualmente il 41% dello stipendio copre la sanità, la previdenza e l'infortunio), la crescita del Pil attuale ci dicono che si tratterà di un ciclo molto lungo, magari cinquant'anni. Lo scenario di una Cina che raggiunge gli standards qualitativi biellesi o europei non è propriamente dietro l'angolo ma occorre prepararsi. L'imprenditore non deve escludere l'obiettivo di andare a produrre in Cina. Il distretto biellese deve adeguarsi per tempo o vi sarà un planante declino".

G.O.



La Grande Muraglia cinese, simbolo del Celeste Impero e di una Cina che oggi costituisce il più temibile competitor dell'Occidente. Di economia cinese si parlerà il 17 marzo a Biella con Alessandro Beccaro Migliorati