

Kumho tires ha annunciato la scorsa settimana che introdurrà l'etichetta di identificazione a radio frequenza (RFID) su tutti i suoi prodotti, per la prima volta al mondo, come parte di un IT New Technology Verification process, sviluppato in collaborazione con l'Agenzia nazionale per la promozione dell'industria IT.

RFID (Radio Frequency IDentification) è una tecnologia di riconoscimento wireless e un modulo RF, tramite un'antenna, è in grado di riconoscere e identificare i dati memorizzati nelle etichette RFID. Si tratta di una tecnologia già ampiamente applicata in vari settori come auto, aerospaziale, farmaceutica, vestiti e comunicazione. Diversamente dai codici a barre, con capacità di immagazzinamento dati limitata e un riconoscimento limitato alla corta distanza, RFID può essere dotato di una memoria che può memorizzare una grande quantità di informazioni. La distanza di riconoscimento si estende a diversi metri ed è in grado di raccogliere informazioni sui prodotti dalle etichette RFID in tempo reale.

La decisione, che differenzierà Kumho da tutti gli altri produttori di pneumatici, che si affidano ancora all'etichettatura tramite codice a barre, punta a ottimizzare l'efficienza del flusso di lavoro. L'etichetta di identificazione a radio-frequenza, realizzata in collaborazione con Asiana IDT, fornisce informazioni dettagliate sulla qualità del prodotto. E' un'etichetta miniaturizzata che può essere applicata direttamente all'interno del rivestimento interno del pneumatico durante il processo di fabbricazione. Ogni pneumatico avrà un'etichetta diversa e acquisirà così un'identità unica, che potrà essere monitorata da un sistema di database direttamente nel quartier generale di Kumho Tires. L'etichetta conterrà informazioni sulla qualità e le prestazioni del prodotto, oltre a tutte le registrazioni dettagliate relative ai processi di produzione, distribuzione e vendita. L'intero ciclo di vita del prodotto potrà essere gestito in maniera sistematica, semplificando l'intero processo, dall'analisi della qualità del prodotto durante la fabbricazione, al tracking dei canali di distribuzione, alla gestione delle scorte. L'RFID può anche prevenire la distribuzione attraverso canali illegali o la vendita di prodotti difettosi, contribuendo ad aumentare la soddisfazione e la fiducia dei clienti.

Dall'inizio del 2013 Kumho Tires ha introdotto le etichette a radiofrequenza in tutti i pneumatici per autobus e camion, fabbricati nei siti di Gwangju e Gokseong in Corea del Sud, e nei pneumatici di primo equipaggiamento per le automobili BMW. A partire dalla seconda metà dell'anno, l'etichetta sarà applicata a tutti i nuovi pneumatici per autovetture nazionali. Infine, a partire dal 2014 tutti i siti produttivi, compresi quelli all'estero, adotteranno il sistema RFID. Con l'incorporazione di RFID in tutte le linee di prodotto, Kumho Tyres prevede di tagliare 10,4 miliardi di Wan (oltre 7 milioni di Euro) in costi annuali nel settore della logistica, produzione e controllo qualità.

"Kumho Tires ha sempre introdotto tecnologie innovative per l'industria, aumentando allo stesso tempo l'efficienza di controllo della qualità e la fiducia dei consumatori, - ha affermato Bok-Soo Park, chief technology officer di Kumho Tires - Grazie al nuovo sistema di gestione delle informazioni resteremo focalizzati sulla soddisfazione del cliente e sull'innovazione produttiva nel mercato dei pneumatici".

© riproduzione riservata
pubblicato il 10 / 06 / 2013