



Il mistero del codice a barre e la morte del suo creatore

Autore : Maria Monteleone

Data: 18/12/2012

Qual è il significato del codice a barre applicato sui prodotti?

Una serie di barrette verticali per identificare i prodotti e semplificare il lavoro dei commercianti: il cosiddetto **codice a barre**, brevettato circa sessant'anni orsono, è stato ideato da **Joseph Woodland**, deceduto lo scorso 15 dicembre nella propria casa del New Jersey. L'idea esisteva già alla fine degli anni quaranta. Solo più tardi Woodland sviluppò presso il colosso dell'informatica **IBM** i codici a barre lineari per come li conosciamo. Essi furono adottati il 3 aprile 1973 con il nome 'UPC' (Universal Product Code)

Tra i banchi dell'università, insieme al collega **Bernard Silver**, Woodland pensò a un sistema di riconoscimento basato su una serie di **barre larghe e strette** che contenessero, nel loro interno, i codici con le **informazioni** di ciascun prodotto. Oggi quello stesso sistema, conosciuto appunto come "**codice a barre**", è adottato a livello europeo **[1]** e internazionale ed è visibile sull'**etichetta** di ciascun prodotto, dal pacco di biscotti alla borsa griffata.



Il codice a barre consente ai commercianti di catalogare, prezzare e collocare a scaffale i prodotti nonché a facilitare il servizio di **cassa**; i prezzi non vengono più battuti a mano sulla cassa, ma vengono rilevati automaticamente grazie ai lettori computerizzati del codice a barre.

In pochi sanno però che ad ogni striatura del codice corrisponde un significato ben preciso. Il vero cuore del codice a barre non è il **tracciato delle linee**, che serve solo a far leggere il numero ai dispositivi (scanner) elettronici, ma il numero alla base di esso, formato da **13 cifre**. Questo numero non indica il prezzo, come molti credono (anche perché in quest'ultimo caso bisognerebbe cambiare il codice a barre ad ogni variazione di prezzo), bensì altre importanti informazioni.

Vediamo perciò il significato che hanno tutte quella serie di righe larghe e strette e di numeri sottostanti:

- le prime **3 cifre** contrassegnano il **Paese dell'articolo** (per es. le cifre per l'Italia sono 800-839, per la Spagna 840-849, ecc.), ma non dicono se si tratta del Paese di produzione o di quello di provenienza delle materie prime. Le cifre 200-299 sono assegnate a prodotti confezionati all'interno del negozio stesso in cui sono venduti (per es. salumi e formaggi);
- le successive **4 cifre** rappresentano l'**indirizzo** del produttore o del fornitore;
- le altre **5 cifre** identificano la denominazione del **prodotto** all'interno dell'azienda. Per esempio possono significare: biscotti al cioccolato, 150 g, pacco promozione;
- l'**ultimo numero** serve solamente come verifica, in modo che il computer possa accorgersi di un'eventuale errore nelle cifre precedenti.

Il codice a barre, seppur involontariamente, ha diminuito la tutela nei confronti del consumatore, a vantaggio del consumismo e delle grandi aziende. Infatti, con l'introduzione di questo sistema, il **cartellino del prezzo** è finito in soffitta. Il prezzo, quindi, non è più applicato su ciascun prodotto, ma solo sullo **scaffale**, dal momento che con la lettura automatica del codice a barre alla cassa non c'è più bisogno di registrare i prezzi uno ad uno. Se è vero che ciò comporta un risparmio di tempo per il



commerciante (e anche per il consumatore che fa la fila al supermercato), però **disorienta l'acquirente** che, nel marasma dei prodotti e delle scatole già messe nel carrello, non ha più l'esatta percezione della somma che andrà a spendere alla cassa.

Note:

[1] A livello europeo il codice a barre viene denominato (EAN- European Article Number).