



MOTOROLA
PER PERSONE CHE LAVORANO
IN MOVIMENTO



RF-ID SENZA COMPROMESSI
www.siar-rfid.eu
info@siar-rfid.eu
IMPRIMIZ SISTEMA

home | media kit | contact

Newsletter
Ricevi la nostra newsletter
iscriviti

News
Novità di mercato
Nuovi prodotti

Articoli
in field
hard & soft
situazione
approfondimenti
key person
scanpages
WHITE PAPER
tutti

Focus
La Tracciabilità: le regole generali
Riconoscimento Vocale
RFID

Informazioni
Directory
Mostre e Fiere

Tools
Scarica XML
Segnala questo sito
cerca

Shop On Line
Banner
Bottoni
Directory
Abbonamenti
carrello

Novità di mercato

“RFID Fashion Pilot”: come riorganizzare la filiera del mondo moda/tessile

Lo scorso 30 settembre, presso il Centro S. Elisabetta dell'Università degli Studi di Parma, si è tenuto un convegno dal titolo “RFID Fashion Pilot - L'impatto della tecnologia RFID nella supply chain fashion”, per la presentazione dei risultati dell'omonimo progetto.

Dopo il progetto pilota RFID nel largo consumo (RFID Logistics Pilot), infatti, l'RFID Lab dell'Università di Parma ha avviato un'analoga sperimentazione della tecnologia RFID nell'ambito fashion. Questa iniziativa sarà presentata anche durante **Trace.ID Fashion**, l'evento dedicato alla filiera moda/tessile che si terrà a Milano, presso l'hotel Michelangelo, l'11 novembre 2010 (<http://www.trace-id.eu/> per informazioni e <http://www.trace-id.eu/Registrazione.htm> per registrarsi direttamente).

Partito nel settembre 2009, il progetto RFID Fashion Pilot ha permesso di realizzare una supply chain pilota in cui testare l'implementazione della tecnologia RFID e dell'internet degli oggetti nel settore tessile e dell'abbigliamento.

Al progetto pilota, che è durato complessivamente un anno, hanno partecipato cinque aziende tuttora aderenti al Board of Advisors Fashion del laboratorio RFID Lab, quali, Branded Apparel Italia (gruppo DBA), Dolce & Gabbana Industria con i suoi due operatori logistici DHL e TNT, Imax e Diffusione Tessile (Gruppo Max Mara), Miroglio Fashion, Norbert Dentressangle, Trussardi. Il laboratorio RFID Lab ha svolto il ruolo di coordinatore scientifico del progetto, anche in collaborazione con le università mondiali che aderiscono alla Global RF Lab Alliance Network. Nel progetto sono stati inoltre coinvolti i partner tecnologici di RFID Lab, quali Impinj, Motorola, MTI, Psion Teklogix, Skeye, Teleservizi, UPM Raflatac, Zebra che hanno fornito i dispositivi hardware e l'infrastruttura software necessaria alla sperimentazione. L'integrazione del progetto è stata seguita da Id-Solutions, spinoff dell'Università degli Studi di Parma e Alliance Partner di RFID Lab. Infine, RFID Fashion Pilot ha beneficiato del supporto tecnico di EPC Global tramite Indicod ECR, che ha fornito strumenti e standard della piattaforma EPCGlobal per la codifica e lo scambio delle informazioni.

Le aziende partner del progetto hanno messo a disposizione i propri siti e i capi di abbigliamento su cui effettuare le sperimentazioni. Più precisamente, la supply chain che è stata interessata al progetto è costituita dal centro di distribuzione (CeDi) dell'azienda Miroglio fashion, sito in Pollenzo (CN), e da un punto vendita Elena Mirò, monomarca, sito all'interno dell'outlet Fidenza Village di Fidenza (PR). Durante il progetto sono stati taggati circa 15.000 capi di abbigliamento (item) relativi alla stagione primavera-estate 2010. I tag RFID UHF GEN2 sono stati applicati su tutti gli item destinati al punto vendita prescelto, tramite un processo di taggatura svolto presso il CeDi di Pollenzo. Anche il processo di spedizione dal CeDi al punto vendita viene gestito mediante tecnologia RFID, effettuando un controllo puntuale della merce in uscita. All'interno del punto vendita di Fidenza, la prima rilevazione dei capi spediti avviene in fase di ricevimento della merce nel retro negozio, dove i capi vengono presi in carico nella giacenza di retro negozio, dopo aver controllato la conformità all'ordine. Quindi, un successivo punto di rilevazione RFID è stato collocato nel passaggio tra l'area di retro negozio e l'area di vendita, allo scopo di leggere il capo ad ogni passaggio ed assegnarlo all'appropriata area di stock. Questa rilevazione consente, all'interno del punto vendita, la gestione di due stock separati: uno relativo alla riserva e uno relativo all'area vendita. Un'ultima rilevazione dei capi taggati è quindi effettuata durante la vendita del capo alla cassa del punto vendita. Ancora, un capo può essere identificato mediante i processi di inventory o fitting, corrispondenti rispettivamente alla realizzazione di un inventario fisico ovvero alla prova del capo in camerino da parte di un cliente. Tutti gli attori appartenenti alla supply chain hanno quindi potuto seguire il flusso fisico degli item fino alla cassa del punto vendita, e di condividere i dati ad essi relativi mediante l'internet degli oggetti. Infatti, i processi cui i capi di abbigliamento sono sottoposti sono stati costantemente monitorati tramite l'accesso a un cruscotto Internet, sviluppato ad hoc per il progetto, e che permette di effettuare specifiche analisi dei flussi di prodotto.

Il progetto si prefiggeva numerosi obiettivi. In primo luogo, grazie alla realizzazione di una supply chain pilota, RFID Fashion Pilot ha costituito uno scenario per valutare la fattibilità tecnica dell'implementazione della tecnologia RFID nel contesto del fashion, misurando il livello di accuratezza ottenibile nell'identificazione dei capi nei diversi processi logistici. In secondo luogo, il progetto ha permesso di quantificare l'impatto economico della tecnologia sui processi logistici e di punto vendita, in termini di riduzione di ore uomo, miglioramento dell'accuratezza dei dati di inventario, disponibilità di nuovi dati dai camerini, miglioramento del servizio al cliente, incremento del fatturato.

I risultati

La sperimentazione sul campo, condotta nel 2010, ha evidenziato molti risultati positivi ottenibili dalla tecnologia RFID applicata all'ambito fashion.

Dal punto di vista dell'efficienza del sistema, il progetto ha evidenziato che con l'impiego della tecnologia RFID è possibile ottenere una consistente riduzione dei tempi uomo. Ad esempio, nel controllo dei capi (effettuato sia in fase di ricevimento sia di spedizione), la tecnologia RFID permette incrementi di produttività di un fattore 20, passando da 7-8 capi al minuto a 120-130 capi; ne deriva un risparmio del 90-95% dei tempi uomo. questo consente di ottenere agevolmente un controllo sia in quantità che in mix in tutti i passaggi della supply chain, riducendo gli errori e aumentando l'efficienza dei processi.

Un analogo discorso vale per i tempi di inventario, che si riducono enormemente, rientrando nell'ordine di decine di minuti/uomo, da un massimo di 30 a un minimo di 7-8 minuti, con un'accuratezza variabile tra il 97,9% e il 99,5%. Ne consegue la possibilità di eseguire l'inventario con cadenza quotidiana, mantenendo la giacenza del sistema informativo perfettamente allineata con quella fisica, e ottimizzando tutti i processi che si basano sui dati di inventario, dal riassortimento all'assistenza al cliente.

La presenza di tag RFID permette inoltre di accedere a un'altra importante fonte di informazione, rappresentata dai camerini del punto vendita. Questi ultimi, equipaggiati anch'essi con tecnologia RFID, consentono il monitoraggio delle prove dei capi, attività finora mai effettuata nell'ambito fashion. Ne derivano informazioni del tutto innovative, rappresentate da utili indicazioni inerenti alla “vestibilità” dei capi di abbigliamento: ad esempio, monitorando i movimenti dei capi verso i camerini del punto vendita, è possibile sapere se il capo provato è anche acquistato dal cliente o se, viceversa, un capo viene provato ripetutamente ma non è successivamente venduto. In quest'ultimo caso, gli stilisti dell'azienda potranno in tempo reale rivedere la vestibilità dei modelli provati, informazione critica in ambienti fast fashion. La tecnologia RFID permette, infine, di accedere a informazioni utili per l'assistenza alla vendita: monitorando i dati RFID è, infatti, possibile sapere in maniera oggettiva in quali fasce della giornata, o in

TOSHIBA
Leading Innovation >>>
Hai una vecchia stampante?
Passa ad un nuovo modello, per te una super valutazione e ritiro dell'usato.



TeMi
EDITRICE



www.temi.com
I nostri video



Copyright Editrice TeMi Srl -
P.IVA 11489470150
All rights reserved - Direttore
responsabile: Ernesto Salvio
Testata giornalistica registrata
presso il Tribunale di Milano,
Autorizzazione 331 del
03/06/1995
powered by Sinte

quale giorno della settimana, vi è il maggior numero di afflusso di clienti e prove di capi, prevedendo un adeguato numero di assistenti alla vendita all'interno del negozio.

I benefici maggiori derivano comunque dalla possibilità, offerta dalla tecnologia RFID, di incrementare il fatturato del negozio, tramite il monitoraggio puntuale della giacenza disponibile sull'area vendita e nel retro negozio. Nella generalità dei casi, un cliente del punto vendita che non trova un capo esposto nella taglia o colore desiderato, esce dal negozio senza chiedere: la disponibilità di uno strumento che permetta di gestire tempestivamente il riassortimento delle taglie e dei modelli che sono stati venduti permette di dare una risposta concreta ai clienti, evitando la mancata vendita. In RFID Fashion Pilot sono stati implementati due strumenti per misurare l'impatto della tecnologia RFID sul fatturato:

- un primo strumento, di assistenza alla vendita permette di identificare un capo mediante lettura RFID e di verificare la disponibilità in area vendita e retro negozio di capi di modelli in taglie e colori differenti. Questo strumento viene utilizzato dalle addette di punto vendita per dare una risposta al cliente che chiede disponibilità di taglie/colori differenti;

- un secondo strumento, di replenishment, permette di informare quotidianamente le addette di punto vendita quali modelli/taglia/colore sono stati venduti nei giorni precedenti e non sono più presenti in area vendita ma sono presenti in retro negozio. Grazie a questa informazione le addette di punto vendita possono quotidianamente rifornire l'area vendita con ciò che si vende effettivamente e che in quel momento manca.

Per quanto riguarda l'applicazione di assistenza alla vendita se ne è misurato l'utilizzo, correlandolo alla vendita dei capi cercati. Lo strumento è stato utilizzato 326 volte (corrispondenti al 2,68% del venduto del periodo) e 45 volte un capo cercato è stato anche venduto, con un incremento del fatturato del punto vendita dello 0,37%. Il dato è conservativo in quanto deve essere approfondito se il sistema non sia stato utilizzato più frequentemente per dimenticanza o effettivamente in quanto l'informazione fosse già in possesso dell'addetta del punto vendita.

Nel caso invece dell'applicazione di replenishment, questa è stata utilizzata per 18 giornate tra le 72 in cui è stata disponibile. I capi ripristinati sono stati 150 di cui 140 successivamente venduti. Considerando conservativamente come impatto sul fatturato solo i capi venduti entro una settimana dal giorno di replenishment, è stato stimato un impatto sul fatturato del 5,50%. Se viceversa si considerassero tutti i capi ripristinati e poi venduti come vendite dovute al replenishment RFID, l'incremento del fatturato del punto vendita salirebbe al 9,58%.

Quest'ultimo dato è particolarmente importante in quanto permette di giustificare ampiamente il ritorno economico dell'investimento nella tecnologia RFID. Il business case sviluppato da RFID Lab insieme alle aziende del Board of Advisors nel 2008 aveva infatti posto in evidenza come fosse proprio l'incremento di fatturato l'elemento critico su cui si giocasse gran parte della redditività dell'investimento: anche solo frazioni di punto percentuale del fatturato per ogni punto vendita permettevano di recuperare l'investimento nella tecnologia RFID in pochissimo tempo.

I prossimi passi

Grazie all'infrastruttura realizzata per la sperimentazione, che è tuttora presente sui siti e funzionante, e al supporto delle aziende fashion aderenti al progetto, la sperimentazione è stata prolungata per includere la stagione Autunno Inverno 2010, così da raccogliere un numero maggiore di dati e ricevere ulteriori informazioni utili.

Al proseguimento del progetto possono partecipare anche nuove aziende che non hanno partecipato alla prima fase ma che sono interessate a seguire la sperimentazione. Per informazioni:

info@rfidlab.unipr.it

[segnala questa news](#)

| | |
|--|------------|
| HP digitalizza l'archivio di Paul McCartney | 18-10-2010 |
| "RFID Fashion Pilot": come riorganizzare la filiera del mondo moda/tessile | 15-10-2010 |
| Università di Bologna: progetto internazionale di tracciabilità alimentare | 15-10-2010 |
| LXE ospita una serie di workshop professionali centrati sui nuovi terminali | 15-10-2010 |
| Cicrespi compie cento anni | 14-10-2010 |
| "Techflow" by Wincor Nixdorf | 13-10-2010 |
| RFID per la Red Rock Sky Marathon | 05-10-2010 |
| Aeroporti e voli più sicuri con i lettori di codici a barre di Datalogic Scanning | 30-09-2010 |
| NCR: converged retailing in Europa | 29-09-2010 |
| In bici con Legic | 28-09-2010 |
| IBM e McDonald's lanciano un nuovo sistema di pagamento | 27-09-2010 |
| Tessera del tifoso: collaudo positivo per gli stadi dotati del controllo accessi Zucchetti | 24-09-2010 |
| In preparazione Smau 2010 | 23-09-2010 |
| Firma digitale in tempo reale | 20-09-2010 |
| Nuovo osservatorio PA dal Lab#ID | 17-09-2010 |
| Anche la voce in FloraHolland | 17-09-2010 |
| Decathlon: carte fedeltà on demand con Zebra | 17-09-2010 |
| Carrefour ancora con Datalogic Mobile | 16-09-2010 |
| Zucchetti acquisisce Infogest Software | 15-09-2010 |
| Accordo Identec/Zonith A/S | 14-09-2010 |
| Cognex: We can read it! | 13-09-2010 |
| Accordo di licenza fra HID Global e UPM Raflatac | 10-09-2010 |
| IDTechEx: il mercato RFID continua a crescere | 09-09-2010 |
| Markem-Imaje per il settore dolciario | 09-09-2010 |
| MovieQ: tag RFID per il noleggio video | 01-09-2010 |
| I tag PowerID PowerT per le gare sportive | 31-08-2010 |
| IBM per la moda: il negozio diventa più intelligente | 30-08-2010 |
| Nuova nomina per Savi Technology | 27-08-2010 |
| Micropagamenti contactless con Multicard | 26-08-2010 |
| Convegno: Quale spazio alla logistica? | 26-08-2010 |
| Partnership fra Selesta Ingegneria e Digitronica.it | 25-08-2010 |
| Datalogic Memor alla fiera del libro di Madrid | 16-08-2010 |