

Testata: THEBIZLOFT

Data: Gennaio 2014

THEBIZLOFT
digitalnews

TAG RFID READER ANTENNE
Il primo Rfid Store italiano. Tutto l'hardware Rfid online.

NEWS DAI SOCI:


Etichette Rfid: il brand di moda Proenza Schouler sceglie Lab Id per ottimizzare log

★ ALL NEWS, CASE STUDY, DIGIFASHION, RFID ITALIA

7 gennaio 2014 di Redazione The Biz Loft 5 39

✍

ETICHETTE ANTICONTRAFFAZIONE RFID: NELLE COLLEZIONI DI MAURO GASPERI, IL MADE IN ITALY SI PROTEGGE CON L'EFFICIENZA




Il giovane stilista bresciano, ex collaboratore di brand come Paola Frani, Doratex, Cristiano Fissore e D&G, ha spiccato il salto, ritagliandosi uno spazio nelle passerelle internazionali dal 2009, firmando le sue collezioni. L'impronta grafica e architettonica definiscono lo stile e il mood di un brand che ha scelto un modello di business in cui Made in Italy significa che tutto, ma davvero tutto, è italiano.

“Sono italiane la creatività ma anche le materie prime che utilizziamo – spiega Fabio Gasperi, fratello nonché amministratore della società -. I fasonisti sono italiani, anzi lombardi: parliamo di Brescia e dintorni. Andando in controtendenza, abbiamo deciso di avvalerci di collaboratori molto vicini a noi e questo ci permette di mantenere un contatto diretto e collaborativo con la filiera potendo, nel caso, supervisionare ogni fase del lavoro con velocità e comodità, il che rende tutto molto più efficiente. L'ottimizzazione nella supply chain del fashion è un aspetto fondamentale del business. Questo è uno dei motivi per cui abbiamo fatto immediatamente nostra la soluzione, quando il nostro partner tecnologico ci ha proposto un paio di anni fa l'impiego delle etichette anticounterfeiting Rfid per realizzare un Sistema di Gestione, in base digitale, per garantire la tracciabilità di ogni singolo prodotto ed assicurare la qualità e l'autenticità del nostro brand, certificandone il Total Made in Italy”.

Dal barcode all'Rfid, controlli massivi, univoci ed estesi

L'obiettivo del progetto di reingegnerizzazione legato all'uso di nuove etichette anticounterfeiting Rfid? Controllare al meglio la movimentazione dei capi, velocizzare la logistica e risolvere in fretta ogni eventuale collo di bottiglia, consentendo alle collezioni taggate di arrivare in fretta negli show room, assicurando grazie a una perfetta tracciabilità delle informazioni, ordini precisi e consegne puntuali ai mercati di riferimento internazionali: dal Nord Europa agli Stati Uniti, dal Marocco al Giappone, Cina inclusa. Stiamo parlando di 10 mila capi a stagione (tutti dotati di Tag Rfid), per un totale di 50 mila movimentazioni annuali.


La Società di consulenza, Teqsys Group e il partner tecnologico Aton, hanno iniziato a lavorare al progetto nel 2011 e nel giro di sei mesi il sistema è entrato in produzione e in questo modo la collezione P/E 2012 era già con tag Rfid a bordo. Le etichette anticounterfeiting con l'Rfid diventano intelligenti e consentono di identificare ogni singolo capo certificando oggettivamente il Made in Italy e la qualità del brand Mauro Gasperi in tutto il mondo.



“Le attuali normative sull'etichettatura del “made in” sono lacunose – sottolinea Franco Gasperi -. La legge prevede prodotti etichettati come Made in Italy anche se solo una piccola parte della lavorazione avviene in Italia. Per garantire la tutela del consumatore e certificare la garanzia che possa rendere oggettiva e tangibile la qualità e l'autenticità dei nostri prodotti, le etichette anticounterfeiting e la messa a sistema della tracciabilità si sono dimostrate una soluzione vincente anche per il controllo del mercato grigio”.

Il valore aggiunto di una tracciabilità con le etichette anticounterfeiting Rfid

I tag Rfid sono usati per la logistica e la gestione degli inventari ma anche per la lotta al mercato grigio. I partner hanno messo a punto un sistema dedicato, Teq-Tmi, che permette di gestire in maniera completamente automatizzata tutte le movimentazioni dei capi in ingresso e in uscita dall'azienda, memorizzando anche tutte le operazioni effettuate, dalla fase di taglio al confezionamento, dall'ingresso all'uscita dai magazzini, dagli show room agli store e via dicendo. Al momento sono state ingegnerizzate 3 collezioni. Il Sistema Teq-Tmi, impostato e certificato presso un ente terzo accreditato con riferimento alla norma Uni En Iso 9001:2008, coinvolge l'intera azienda nel suo complesso: dal commerciale che inserisce gli ordini al responsabile di produzione che inserisce e associa i tag precodificati nelle etichette anticounterfeiting le quali, associate a ogni singolo capo, arrivano al magazzino. Qui il personale utilizza terminali portatili che funzionano attraverso una rete wireless locale, grazie al middleware onld di Aton, interfacciato con il gestionale aziendale. La versatilità della tecnologia ha portato Mauro Gasperi a progettare ulteriori applicazioni delle etichette anticounterfeiting Rfid. Alcune applicazioni sono già state individuate e sono programmate per essere implementate come, ad esempio, la possibilità di proiettare durante una sfilata le informazioni relative ai capi nel momento in cui la modella passa davanti a un reader Rfid e che potranno essere visionate via smartphone o tramite installazioni di digital signage.



Un flagship store di valore per Mauro Gasperi

La creazione di una rete commerciale Internazionale e di canali di vendita indiretti ha portato il marchio a fare alcuni ragionamenti di strategia. Il risultato è stata l'apertura di due negozi monomarca, uno a Brescia e uno a breve in Cina.

"Volevamo guardare negli occhi i clienti – prosegue Franco Gasperi – per andare oltre ai buyer e capire che cosa davvero pensano i consumatori delle nostre collezioni. Fino a un anno fa, infatti, le scelte erano fatte negli showroom e nelle sfilate: non abbiamo monomarca e portiamo mediamente 6 campionari a stagione il che ci faceva vedere le vendite esclusivamente dal punto di vista del back end. Nella scelta dei buyer c'è comunque una forte componente soggettiva mentre aprire una finestra sulla strada era importante. Nel flagship store nel centro di Brescia oggi possiamo parlare direttamente con le persone e con i commessi, capendo davvero cosa succede e come stanno andando le varie proposte. Parliamo di circa 1500 articoli diversi con una rotazione di tre o quattro mesi. Grazie alle etichette anticounterfeiting Rfid stiamo valutando soluzioni di magic mirror per aumentare l'ingaggio e il servizio ai clienti. Il consumatore, nel momento in cui esce dal camerino potrà visualizzare informazioni di prodotto e di cross selling su uno schermo posto a lato dello specchio in negozio. Le etichette anticounterfeiting Rfid hanno davvero cambiato la gestione: oltre a ridurre i tempi di inventario da una giornata a un'ora, ci permettono di capire ancora meglio la movimentazione in store e di offrire ai clienti un certificato Made in Italy autenticamente basato su una filiera informativa sicura, trasparente e precisa, che si origina dal prodotto e passa dai processi per diventare sistema".



Testata: THEBIZLOFT

Data: Gennaio 2014