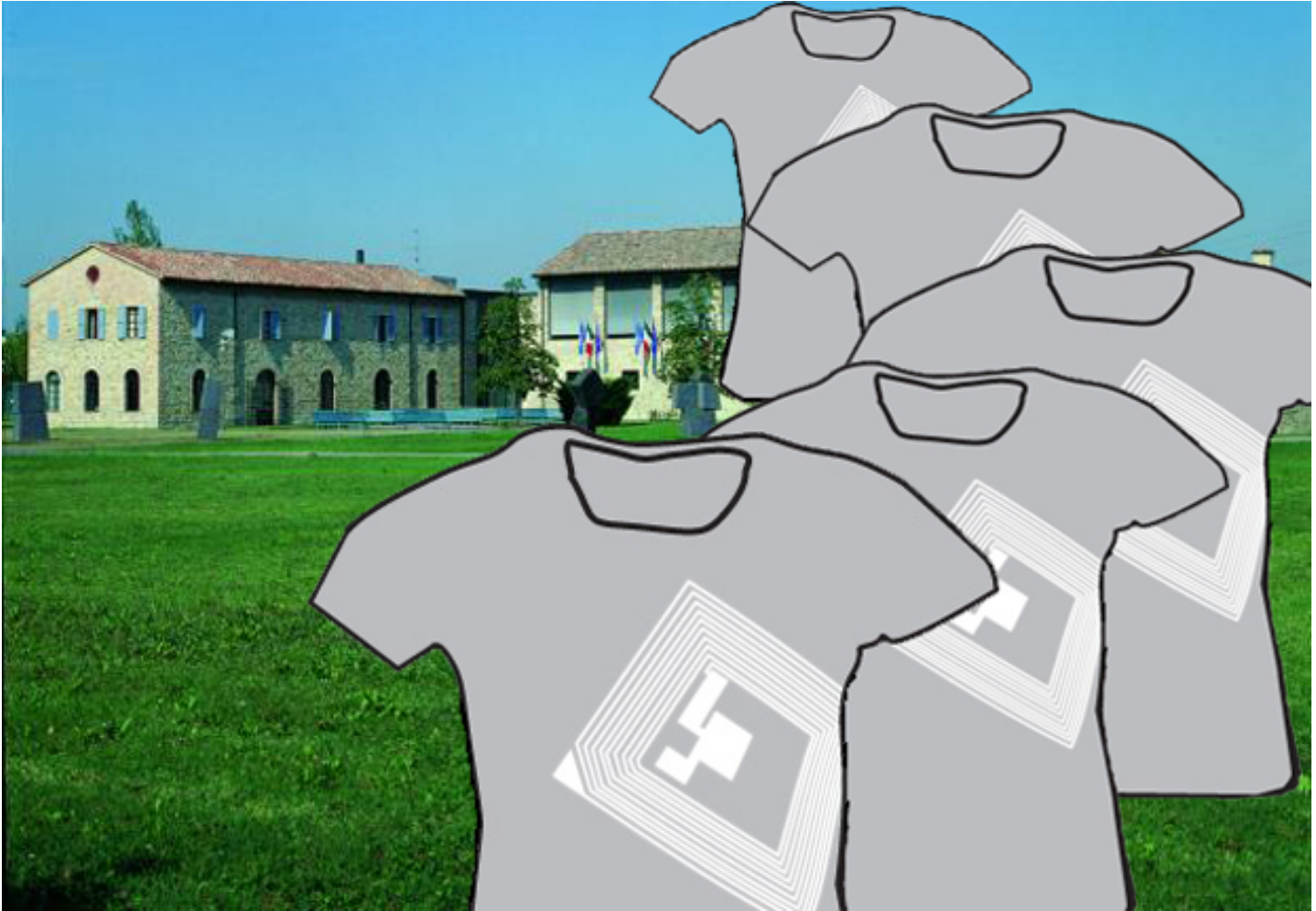


Rfid Fashion Pilot: ecco i risultati

Da *Staff*

Creata il 2010-10-14 18:40

Rfid



Fashion Pilot, ovvero un anno di intensa sperimentazione su una filiera reale del tessile e dell'abbigliamento, dal centro di distribuzione al punto vendita finale, per un totale di 15mila capi taggati della collezione primavera estate firmata Elena Mirò.

Con questo progetto, l'Rfid Lab dell'Università di Parma è riuscita per la prima volta a radunare diversi brand del fashion made in Italy, per condividere le risorse e cercare le migliori soluzioni volte a incrementare l'efficienza dei processi e a verificare i ritorni dell'investimento nelle tecnologie Rfid.

"Tutte le aziende - ha premesso Antonio Rizzi, professore ordinario di Logistica e Supply chain management al dipartimento di Ingegneria Industriale dell'Università degli Studi di Parma nonché fondatore del Rfid Lab - hanno un problema di visibilità e di tracciabilità dei flussi fisici dei prodotti lungo la filiera e l'Rfid è una tecnologia che può davvero fare la differenza".

Avviato nel settembre del 2009, il pilot ha coinvolto in prima linea 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 e Trussardi che hanno finanziato il progetto condividendone la fase progettuale, l'esperienza e i risultati.

I tag Rfid sono stati applicati a più di 15mila capi della collezione primavera estate 2010 firmata Elena Mirò. Per testarne le prestazioni dal sito del produttore al punto vendita finale sono stati coinvolti il Cedi (centro di distribuzione) dell'azienda Miroglio, a Pollenzo (Cuneo) e l'outlet di Elena Mirò, localizzato all'interno del Fidenza Village.

“I tag Rfid Uhf Gen2 – ha precisato Rizzi - sono stati applicati su tutti gli item destinati al punto vendita, 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. 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, consentendo 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 effettuata durante la vendita del capo alla cassa del punto vendita. Il capo può essere identificato anche mediante i processi di inventory o fitting, corrispondenti rispettivamente alla realizzazione di un inventario fisico o alla prova del capo in camerino da parte di un cliente.

Grazie a questa ingegnerizzazione dei processi tutti gli attori della filiera hanno potuto seguire il flusso fisico degli item fino alla cassa del punto vendita, condividendo i dati attraverso un cruscotto online sviluppato ad hoc per il progetto, che permette di effettuare specifiche analisi dei flussi di prodotto.

“Dal punto di vista dell'efficienza del sistema – ha sottolineato Rizzi -, 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) 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 ed 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.

“Monitorando i movimenti dei capi verso i camerini del punto vendita – ha proseguito Rizzi -, 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".

Tra gli altri vantaggi apportati dalla tecnologia Rfid il pilot ha evidenziato la possibilità 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 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 che consentono di velocizzare il riassortimento e quindi di accelerare il time to market.

A questo proposito 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 e l'incremento del fatturato risultante è risultato pari a un + 0,37%.

Nel caso invece dell'applicazione di replenishment, 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%.

"Grazie all'infrastruttura realizzata – ha concluso Rizzi - 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". L'Rfid Fashion Pilot è aperto anche a nuove aziende che non hanno partecipato alla prima fase ma che sono interessate a seguire la sperimentazione.

abbigliamentoAntonio RizziBranded Apparel ItaliaCuneodhIDolce &Gabbana IndustriaElena MiròFidenza Villagefileragruppo DbGruppo
Max MaraImax e Diffusione Tessilelogisticamade in Italymiroglio fashionmodaNorbert
DentressangleoutletparmaPollenzoradiofrequenzarfidrfid fashion pilotrfid labsupply chaintagteessiletntTrussardiUhf Gen2

URL di origine: <http://rfid.thebizloft.com/content/rfid-fashion-pilot-ecco-i-risultati>