

Tag alla moda



di Andrea Gentile

30 Luglio 2008

Dopo la "storica" esperienza di Benetton con l'Rfid, la moda si affida nuovamente alle tecnologie di identificazione a radiofrequenza. L'Università di Parma e **Id-Solution**, società spin-off della stessa università, hanno creato il Board of advisors fashion, nell'ambito dell'**Rfid Lab** (centro per la ricerca, la didattica e il trasferimento tecnologico sul tema dell'Rfid), così da favorire l'adozione di questa tecnologia nel mondo della moda. Tra le 14 aziende che partecipano al board si trovano marche come Meschino, Lotto, Dolce & Gabbana Industria, Trussardi e Zucchi.

Nell'Rfid Lab, l'università mette a disposizione ricercatori e spazi, mentre la società le risorse tecniche e umane per l'allestimento e il funzionamento. Non è la prima volta che le due organizzano un'iniziativa del genere. Già 22 altre aziende avevano partecipato a un board per il **settore alimentare e di largo consumo**. In generale, questi progetti consentono di sviluppare e condividere con altre società le conoscenze preliminari per identificare le opportunità e massimizzare i benefici che la tecnologia Rfid può fornire, se applicata in azienda. Per di più, questa conoscenza viene sviluppata all'esterno della società stessa, in outsourcing, e insieme ad altri interessati, con un risparmio di risorse tecniche, economiche e umane. E, inoltre, le società possono tenersi in continuo aggiornamento sugli avanzamenti della tecnologia a radiofrequenza.

Ma perché dedicare un board alla moda? Questo settore, secondo il laboratorio parmigiano, avrebbe delle caratteristiche favorevoli per l'adozione della tecnologia Rfid, tra cui alcune di natura esclusivamente pratica, per esempio l'assenza di metalli e acqua nella produzione dei capi di abbigliamento. L'Rfid potrebbe risolvere una delle grandi necessità della moda, cioè l'automazione dei flussi logistici e produttivi. La lotta alla contraffazione e l'efficienza nella gestione dei singoli negozi (si va dall'inventario, alla sicurezza della merce), inoltre, sono due punti chiave, e anche in questo la tecnologia di identificazione a radiofrequenza può aiutare molto.

"La partecipazione all'iniziativa sviluppata da Rfid Lab permette di individuare il momento più opportuno per introdurre la tecnologia Rfid nei propri processi logistici, con un corretto timing e ritorno sugli investimenti", ha dichiarato Oscar Grignolio, CIO Dolce & Gabbana Industria.

Saranno diversi i progetti curati dal Board of advisors fashion. Tra questi, verranno effettuati dei test tecnologici, volti a valutare il funzionamento, nell'ambito della moda, dei sistemi di lettura attualmente disponibili sul mercato, e la quantificazione economica delle potenzialità dell'Rfid. Ma gli studi pongono attenzione anche al consumatore. Il board, infatti, si occuperà di valutare l'impatto su chi comprerà prodotti di moda, cercando di capire come questa nuova tecnologia viene percepita dagli acquirenti e i relativi timori sulla tutela della privacy.

Per le aziende, secondo quanto affermano all'Rfid Lab, i benefici saranno tanto maggiori quanto più aziende adotteranno la tecnologia a radiofrequenza. Il vantaggio competitivo maggiore, infatti, sarà per le prime società che inizieranno a conoscere, sperimentare e implementare con l'Rfid, che godranno più a lungo dei benefici.

Chiudi finestra