

- [CHI SIAMO](#)
- [/5T5/REPORTS](#)
- [LIBRI](#)
- [AUTORI»](#)
- [I SOCI»](#)
- [DIVENTA AUTORE](#)
- [LA TUA AZIENDA QUI?](#)
- [ENTRA](#)
- [REGISTRATI](#)



- [HOME](#)
- [RFID ITALIA](#)
- [UNIVERSITÀ E RICERCA](#)
- [GUIDE](#)
- [OPINIONI](#)
- [NEWS DAI SOCI](#)
- [RISPOSTE](#)
- [FASHION TECH](#)

Live dal: 2012/11/12

[Rfid for fashion: 4 domande \(e 4 risposte\) per capire meglio](#)

Pubblicato da [Redazione](#)

Si contano a migliaia le collezioni prodotte in ogni stagione dalle case di moda ed è anche per questo che *Rfid for fashion* sta diventando il pay off di una buona logistica. Rispetto al tradizionale uso dei barcode, l'identificazione wireless di ogni singolo articolo, abito o accessorio che sia, coi tag ... *c'est plus facile*.



Tecnologia usata nelle retrovie per la gestione dei magazzini oggi l'Rfid for fashion è diventato un must per la gestione in store: il punto vendita, infatti, usa i tag associati ai cartellini (detti [smart label](#)) per sviluppare tanti nuovi servizi interattivi. E non stiamo parlando delle soluzioni world wide: anche [le grandi firme della moda italiana usano l'Rfid](#) (anche questo già detto e ridetto).



Per chi non lavora tutti i giorni con i grandi numeri o che riconosce la qualità logistica solo dai [fattorini che vanno e vengono in negozio](#), Rfid for fashion non significa nulla. Così come non dice niente ai consumatori che acquistano (e se trovano un tag non capiscono, [come è successo a una fan delle borsette Fendi](#)).

Le etichette col chip fanno dell'Rfid for fashion un sistema di servizio (molto più intelligente)

Invece Rfid for fashion significa tante cose. In molti sollevano ancora la questione del costo dei tag (5/10 centesimi) che, rispetto al valore di un capo, nella moda oggi è ampiamente ripagato. I vantaggi (ormai detti e stradetti): l'Rfid azzerà le perdite dei prodotti lungo la filiera, azzerà i tempi di inventario, garantisce il rapido riassortimento a scaffale sul punto vendita e funge da carta d'identità per tutelare brand e consumatori dalla contraffazione o dal [mercato grigio](#). E questi sono solo gli esempi più spiccioli di un miglioramento logistico grazie al modello dell'Rfid for Fashion: tanti tag per tanti articoli, una

piattaforma di gestione informatica condivisa tra tutti gli attori della filiera e un po' di lettori Rfid distribuiti nei magazzini e nei negozi. Eppure quando si parla di Rfid molte aziende sono frenate dalla Privacy: ciò che preoccupa è il chip e quei dati associati al vestito che si sta per acquistare.

Per fare chiarezza abbiamo rivolto 4 domande fondamentali ad Antonio Rizzi, Full Professor – Industrial Logistics & Supply Chain Management nonché founder dell'[Rfid Lab Parma](#).

Quali e quanti dati contiene un tag integrato in un'etichetta?

“Normalmente pochi: 96 bit sono sufficienti per un seriale che rappresenta la chiave per accedere a tutte le altre informazioni, statiche e dinamiche che risiedono nei sistemi. Quei bit raccontano taglia, colore e modello, nel caso l'origine e la composizione dei materiali (importante per chi soffre di particolari allergie). Una marcia in più è la memoria Tid (Tag Identifier) per l'anticontraffazione. Il Tid, è il seriale univoco che il produttore di chip programma nel silicio del singolo chip usato per assemblare il tag Rfid (chip + antenna) il TID a differenza del [seriale Epc](#), non può essere modificato e per queste caratteristiche l'abbinamento Tid+Epc è oggi il più sicuro sistema anticontraffazione”.

Che differenza c'è tra l'Rfid for fashion e i tag usati per il telepass o integrati nella carta di credito?

“Sono completamente diversi, sia per i costi che per le prestazioni. Nella supply chain l'obiettivo è la lettura a distanza, multipla, con dispositivi a basso costo secondo uno standard mondiale”.

Oggi l'Rfid è diventata una tecnologia di riferimento nel fashion. Cosa chiedono le aziende italiane, di preciso?

“Molte cose: inizialmente sembrava che l'aspetto logistico fosse quello preponderante: essere in grado di leggere il contenuto di un collo senza aprirlo per risparmiare ore/uomo. Finalmente oggi molte di loro si sono accorte che quello è solo la punta di un iceberg e che la parte più grande è nascosta e si chiama accuratezza inventariale, out of stock, nuovi set di informazioni sul grado di appetibilità dei capi, anti contraffazione, mercato grigio, riduzione delle perdite. In altre parole: Rfid for fashion”.

L'Rfid è una tecnologia, ma è soprattutto una chiave di servizio. Perché le aziende del fashion non hanno ancora trovato il modo di raccontare ai clienti la portata di questa innovazione?

“Molte stanno iniziando ora ad implementarla o a valutarla e forse non hanno ancora ben compreso l'importanza e il valore del comunicarlo, memori dei [casi Benetton](#) di una decina di anni fa. Progetti in uso ormai da alcuni anni quali ad esempio quelli di Walmart, hanno mostrato che se il cliente viene informato sui benefici che può ottenere dalla tecnologia è ben disposto nei confronti della stessa. Parlando con il responsabile del deployment [Walmart](#) negli Usa, l'anno scorso, mi ha molto colpito un aneddoto: un cliente, leggendo un cartello che spiegava in negozio perché [il brand avesse deciso di utilizzare l'Rfid sui jeans](#), ha esordito: *wow, ecco perchè adesso quando vengo in questo negozio trovo sempre la mia taglia, prima non la trovavo mai! Ben fatto ragazzi!*”.

Altri articoli che ti suggeriamo di leggere



Like

0



0



[#Antonio Rizzi](#) [#etichette rfid](#) [#firme rfid](#) [#grandi firme rfid](#) [#logistica](#) [#logistica Rfid](#) [#logitica](#) [#moda rfid](#) [#rfid](#) [#rfid for fashion](#) [#Rfid Lab Parma](#) [#smart label](#) [#SUPPLY CHAIN](#) [#supply chain rfid](#) [#tag Rfid](#)

Profile

[Sign in with Twitter](#) [Sign in with Facebook](#)

or

Name

Email Not published

Website

Comment

Post It

The Biz Loft on [Follow](#)