



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DIEF

Dipartimento di
Ingegneria Industriale



Idee e strumenti per l'impresa manifatturiera del domani

Bologna – 19 Marzo 2014

Ing. Romeo Bandinelli

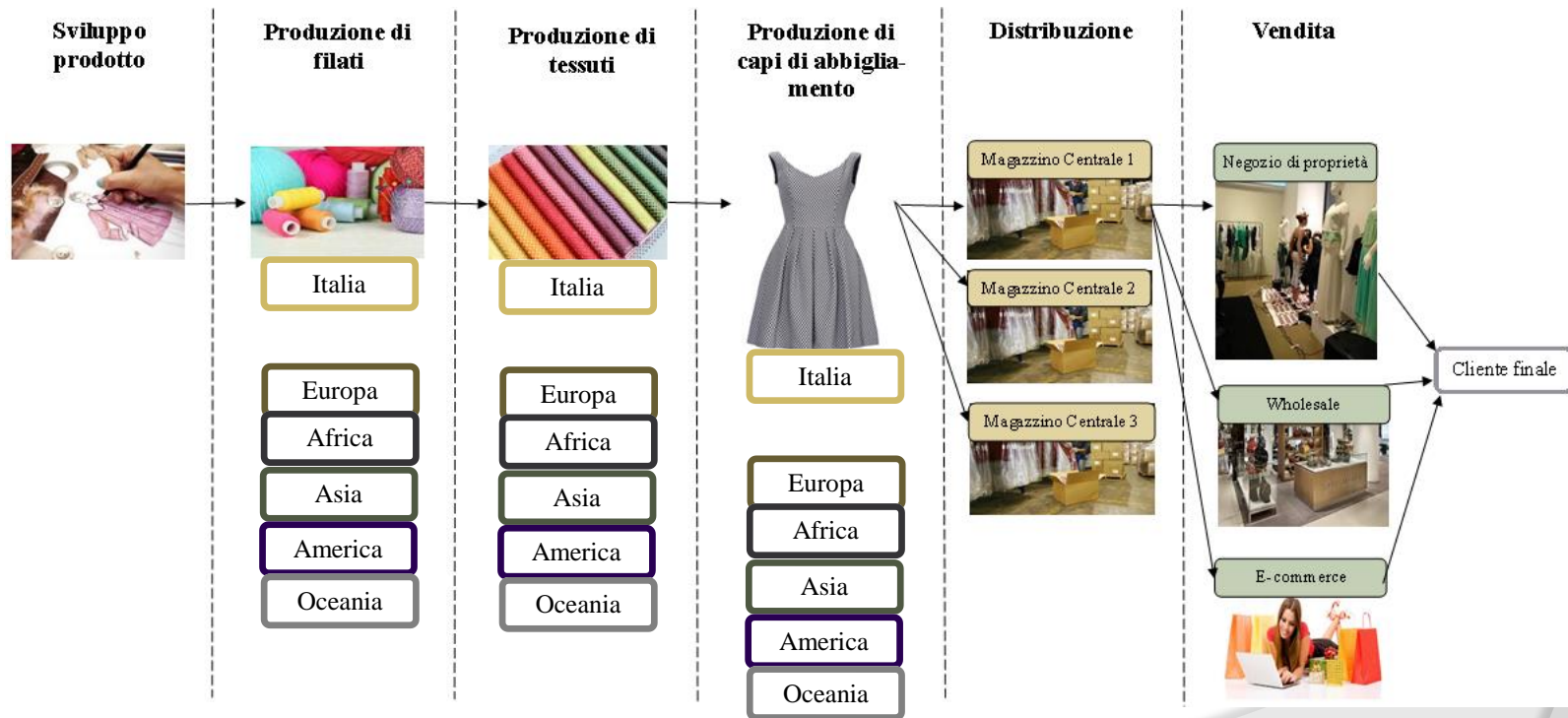
Il ruolo delle tecnologie ICT a supporto della tracciabilità e rintracciabilità nel settore del tessile abbigliamento

Agenda

- ⦿ Background
- ⦿ Obiettivo
- ⦿ Il PLM a supporto dello sviluppo prodotto
- ⦿ L'Open-To-Buy
- ⦿ Il concetto di interoperabilità
- ⦿ Tracciabilità/rintracciabilità
- ⦿ Sostenibilità
- ⦿ Shopping experience

Background

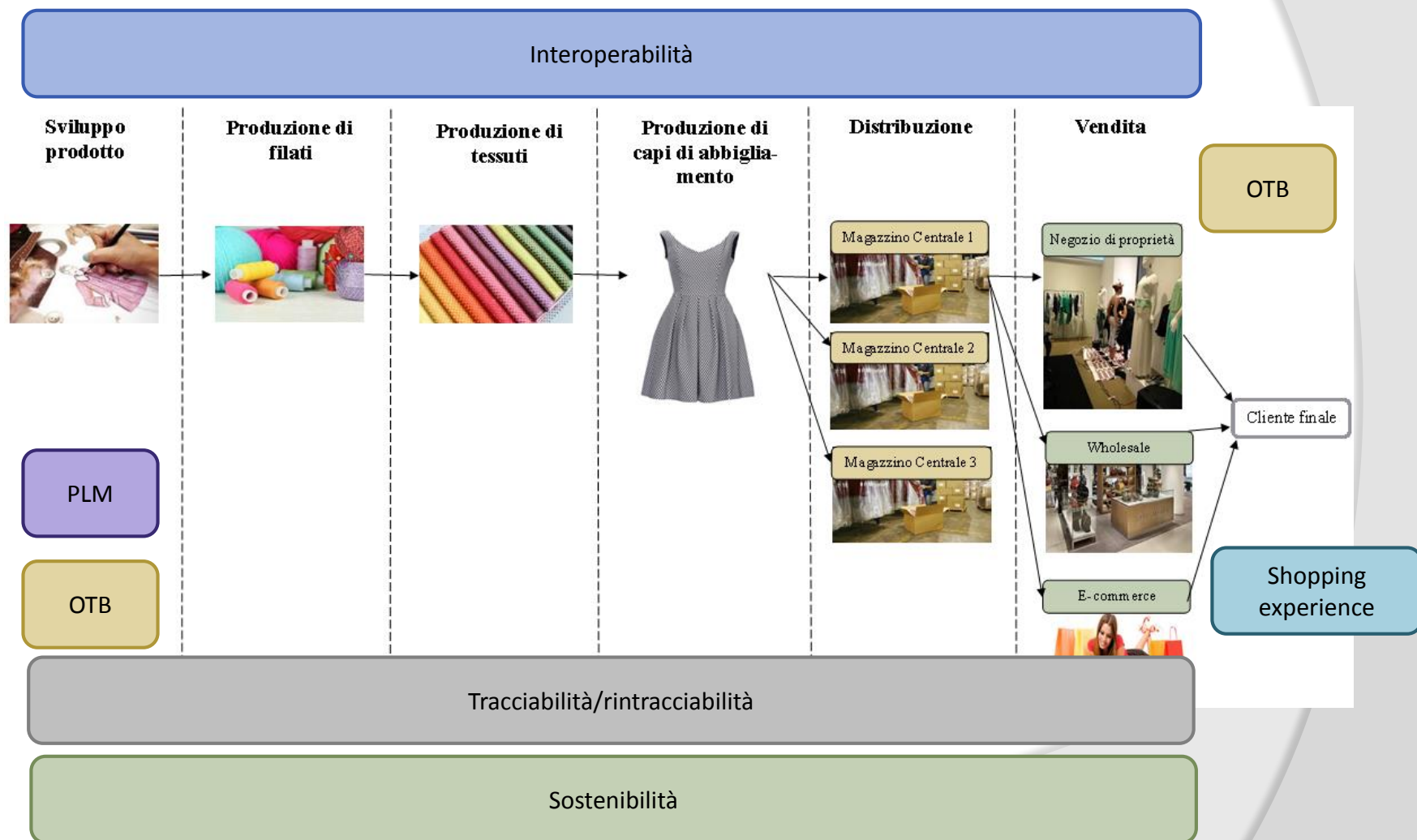
● La filiera del fashion



Obiettivo

- ⦿ Rendere flessibili, efficienti e sostenibili i processi della filiera grazie a metodologie innovative e applicazioni IT:
 - Product Lifecycle Management (PLM)
 - Open-To-Buy (OTB)
 - Interoperabilità
 - Tracciabilità/rintracciabilità
 - Sostenibilità
 - Shopping experience

Obiettivo



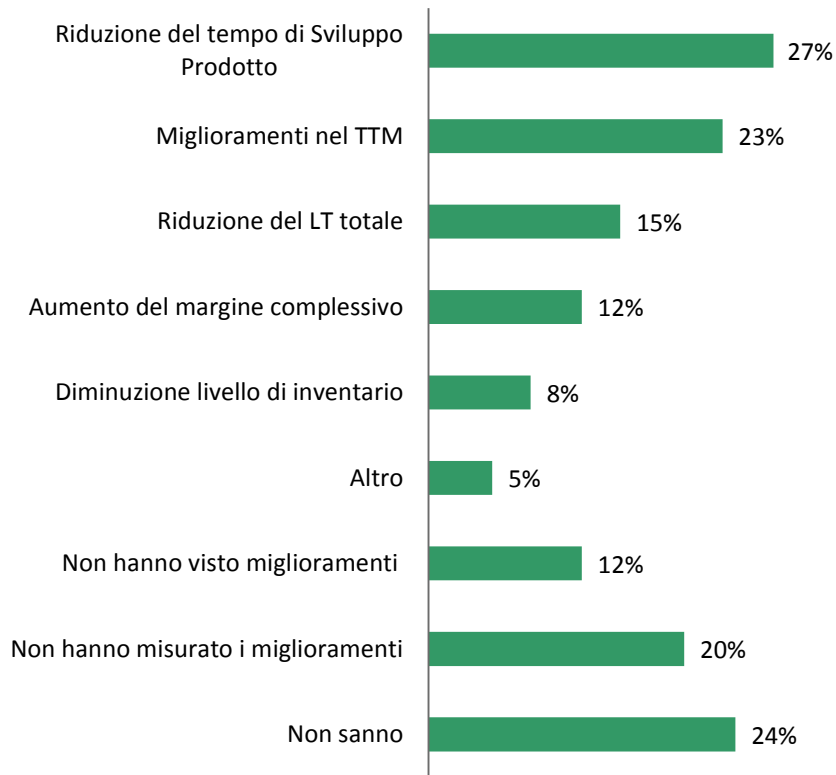
Il PLM a supporto dello sviluppo prodotto

- Funzionalità industry-specific che si adattano alle esigenze di Design e Stile

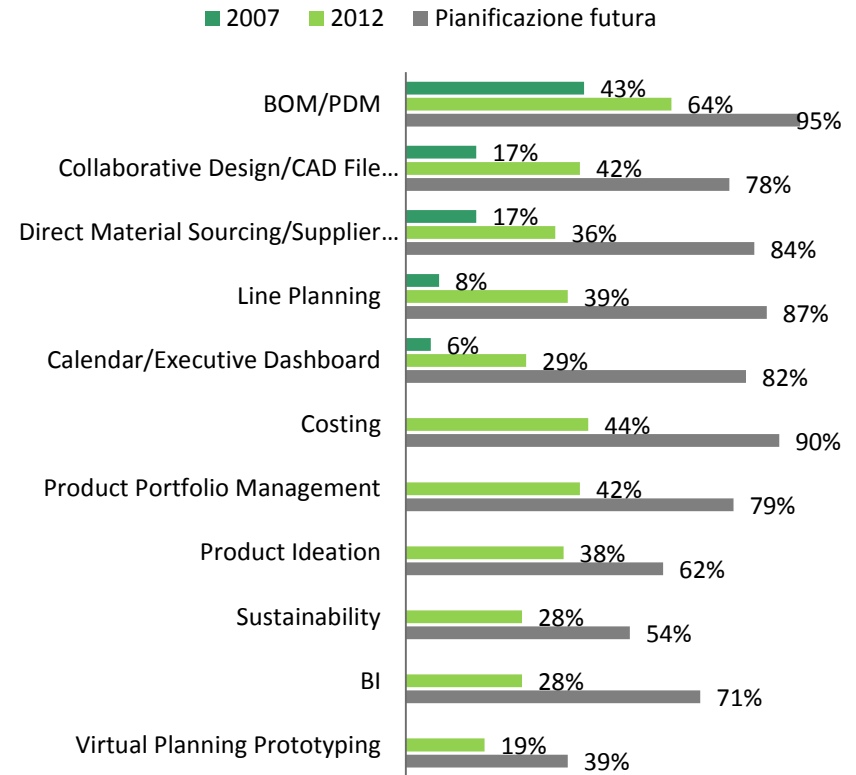
General Purpose
Product Data Vaulting & Management
Item Management & Classification/Library
Product Change Management
Workflow & Business Process Management
Project Management
Design & Development Collaboration
Visualization, Markup & Translation
Regulatory & Compliance
Master Data Management
Portfolio Management
Integration

Fashion Specific
Storyboarding
Line Planning/Range Planning
Calendar Management
Workflow
Product Development
Product Costing
Sourcing
Contract Management
Visual Merchandising
Merchandise Planning
Material/Trim Development
Color Management
Integrated Design Tool

Il PLM a supporto dello sviluppo prodotto



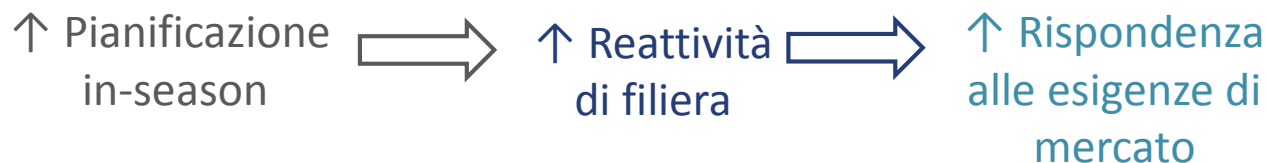
Benefici riscontrati



Estensione del perimetro dei progetti

L'Open-To-Buy

- ⊙ È la massima quantità di capitale che il buyer può spendere per nuovi acquisti durante la stagione
 - $OTB = \text{vendite previste} + \text{riduzioni previste (markdown, sconti dipendenti, furti)} + \text{stock di fine mese pianificato} - \text{stock di inizio mese pianificato} - \text{merce ordinata}$
- ⊙ L'attività di merchandise planning pre-season viene ridimensionata per monitorare in modo proattivo i trend



L'interoperabilità

- ⦿ Creare una rete di collaborazione fra gli attori della filiera in cui lo scambio di informazioni sia facilitato
 - Mappatura e definizione dei processi di filiera
 - Utilizzo di formalismi condivisi dai partner



- ⦿ eBIZ: Creazione di un'architettura comune per Tessile/Abbigliamento e Calzature

↑ Adozione di
ICT e eBusiness



↑ Integrazione
lungo la filiera



↑ Flessibilità e
rispondenza alle
esigenze di
mercato

Tracciabilità/rintracciabilità

- Tracciare le informazioni sull'origine dei prodotti lungo la filiera
- Rintracciare=ricostruire la storia di un prodotto



- Tag NFC sui capi d'abbigliamento che consentono una identificazione «intelligente» del prodotto a vantaggio della filiera e del cliente

↑ Tracciabilità
delle fasi di
lavorazione




↑ Certificazione
di autenticità
del prodotto



↑ Integrazione
lungo la filiera e
rispetto al
cliente

Sostenibilità

- ⦿ Aumento della sensibilità verso problematiche ambientali (riscaldamento globale, scarsità e aumento dei prezzi delle materie prime, disastri ecologici)
- 
- ⦿ Sostenibilità come opportunità di business e come fonte di vantaggio competitivo
 - ⦿ Un nuovo fattore critico di successo (CSF) per il settore moda:
 - Time to market
 - Qualità e innovazione di prodotto
 - Brand image
 - Riduzione impatti ambientali

Sostenibilità

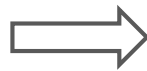
- ◎ Ripensare i processi aziendali e analizzare le pratiche di sostenibilità



- ◎ Sviluppo di un framework per rendere sostenibili tutti i processi della filiera: dallo sviluppo prodotto alla sua dismissione

- ◎ Situazione attuale:

↑ Prodotti eco-compatibili, rinnovabili e riciclabili



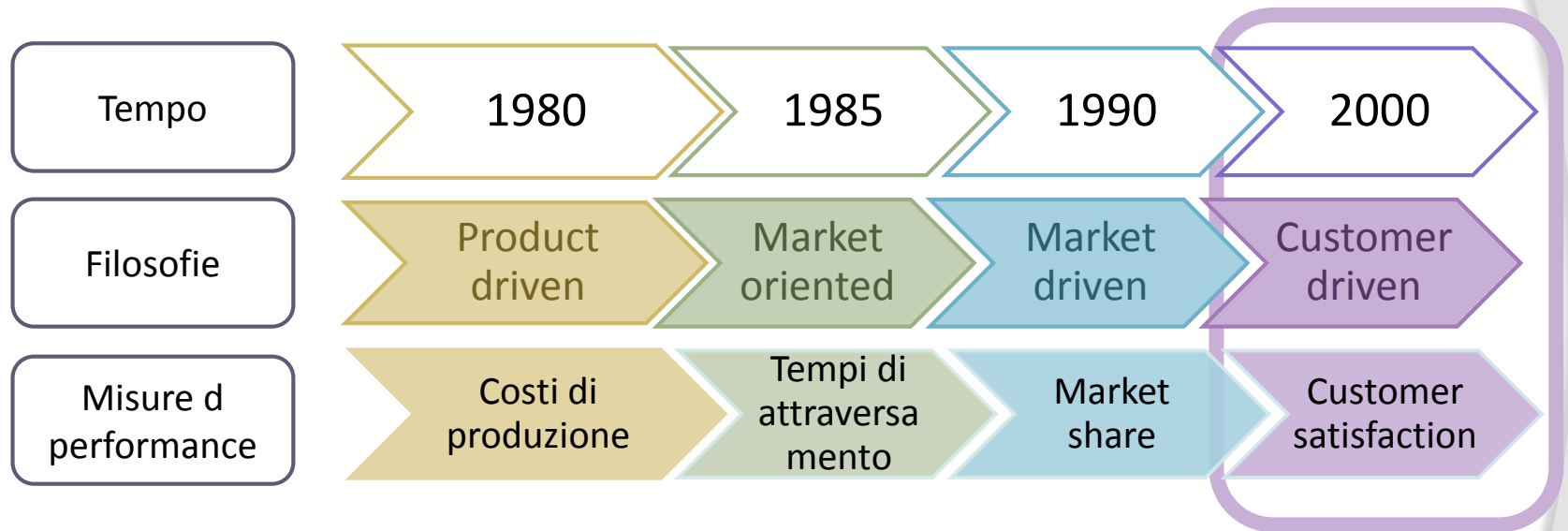
↑ Attenzione all'efficienza energetica dei processi produttivi



↑ Pratiche sostenibili lungo la filiera

Shopping experience

- Evoluzione della supply chain nel tempo



- Focus su Retailing, Marketing e Social Networks

Shopping experience

- ⦿ Visual merchandising
 - ↑ Comunicazione della brand image
 - ↑ Differenziazione dell'offerta
 - ↑ Uso di tecnologie abilitanti
- ⦿ Tecnologia RFId, Totem interattivi e Smart table
 - ↑ Tracciabilità del prodotto
 - ↑ Qualità delle informazioni
 - ↑ Cross-selling
 - ↑ Approccio smart da parte del cliente
- ⦿ Siti Internet a supporto del Retail Marketing
- ⦿ Social Networks per comprendere la percezione del brand da parte dei clienti

