

Tracciabilità fast fashion

Sandro Ferrone - Micro-collezioni flash che si rinnovano ogni settimana grazie alla disponibilità di dati freschi e continuativi, raccolti mediante la tecnologia RFID che traccia 2 milioni di capi prodotti e movimentati

Nato nel primo dopoguerra come attività di commercio di tessuti il fashion brand Sandro Ferrone produce ed esporta in tutto il mondo ogni anno circa 2 milioni di capi, ed è presente con oltre 100 punti vendita monomarca in Italia, a cui si aggiunge un numero sempre crescente di selezionati negozi multimarca, con un preciso posizionamento nel mercato dell'abbigliamento.

Rivolgendosi esclusivamente alla clientela femminile di ogni fascia di età e taglia grazie ai due marchi Sandro Ferrone e Sweet Size, l'azienda adotta come canali distributivi la vendita diretta ai negozi sia di proprietà che in franchising, forniti dai magazzini principali di Roma e Bologna, cui si affianca con un ruolo sempre più incisivo del canale web che permette di approcciare agevolmente mercati lontani, come il Messico e l'Argentina.

Alla base del successo dell'azienda troviamo una filosofia imprenditoriale ed un business model chiari e definiti, ispirati alla grande distribuzione: un sistema fast fashion, dove tutto accade in velocità e con i tempi ravvicinati rispetto alle esigenze del mercato.



Nella proposta stagionale ad esempio, il 60% dei capi ruota continuamente, assicurando ricorrenti novità per i consumer e un'ottimizzazione del magazzino del punto vendita, tanto che a fine stagione quest'ultimo non registra mai una rimanenza superiore al 5% del volume di merci acquistate.

Rispetto al modello tradizionale di due collezioni annue, Sandro Ferrone introduce il concetto di "col-

lezioni vive", prodotte, distribuite e vendute con la stessa rapidità con cui si modificano gli atteggiamenti e i comportamenti del mercato: i consumer sanno che il brand rinnova l'offerta ogni settimana e visitano spesso i punti vendita, almeno 12 volte l'anno rispetto alle 4 della concorrenza.

Una impostazione che si basa su questi punti: collezione base di 800 modelli, equilibrio qualità/prezzo,

riassortimento in tempo reale dei modelli più venduti, forniture di piccoli flash ai retailer con cadenza settimanale, riducendo così il rischio d'inventario del prodotto nel p.v., e timing d'acquisto studiato per ottimizzare le rimanenze di magazzino. Per assecondare ogni giorno simili dinamiche ed aspettative della

zione ai retailer: ed è proprio in quest'ultimo anello del percorso distributivo che si inserisce la soluzione tecnologica, realizzata da Maestrale Information Technology e basata su sistemi RFID firmati RFID Global: semplificare le fasi di spedizione della merce e di gestione delle stesse.



clientela femminile viene adottata una catena di distribuzione lineare e immediata, dal produttore al consumatore senza intermediari: la costante ricerca della clientela di nuove idee, nuove emozioni e nuove sensazioni è premiata e soddisfatta solamente se tutto segue un percorso perfetto che va dalla genialità degli stilisti al confezionamento dei capi, dalla logistica alla gestione del magazzino e spedi-

Soluzione RFID: tracciare i capi per disporre di informazioni fresche

Nata per rispondere a simili aspettative lean, la soluzione tecnologica è introdotta nel magazzino centrale di Roma, cuore della distribuzione del brand Ferrone:

1) dopo aver confezionato i capi, i fasonisti stampano ed applicano il tag RFID adesivo sul cartel-

lino del capo: quest'operazione, resa possibile dal reader RFID incorporato nella stampante, permette così di battezzare il tag, associandone il codice identificativo univoco al capo tramite l'interfaccia al data base Web; nel caso di piccoli fasonisti, non dotati di stampante RFID, è Ferrone stesso che provvede alla stampa delle etichette RFID, inviate assieme all'ordine per il confezionamento a detti fasonisti
2) una volta confezionati, i capi sono spediti al magazzino centrale di Roma dotati di una propria ed univoca identità elettronica
3) il magazzino centrale di Ferrone a Roma traccia in automatico e massivamente tramite il varco RFID la merce venduta ed in uscita, diretta cioè nei vari store (scarico di magazzino).

La possibilità di disporre di informazioni e dati freschi ed in tempo reale della merce in uscita verso i punti-vendita permette di gestire in modo accurato il replenishment, con possibilità di elaborare statistiche di business intelligence.

L'applicazione del tag RFID per la tracciabilità interessa non solo i capi di abbigliamento, ma anche gli accessori che rappresentano circa il 5% del totale della merce.

Risultati e benefici raggiunti, possibili evoluzioni future. Dopo i primi test dedicati soprattutto alla messa a punto del varco RFID, la soluzione è pienamente funzionante per gestire la movimentazione dei 2 milioni di capi ed accessori firmati e

continua a pag. 14

continua da pag. 13

ha generato gli esiti attesi:

- rispetto al precedente contesto, quando i capi erano tracciati con il barcode, la soluzione RFID realizzata da Maestrato ha permesso di ridurre il numero addetti alle spedizioni, passando da 18 agli attuali 6; le persone sono state formate ed occupate per potenziare il

(per 100 capi), con un tasso di rilevazione di circa il 99%;

- infine, grazie al codice identificativo univoco che profila ogni singolo prodotto, la soluzione RFID permette di gestire in modo più minuzioso e preciso la tipologia della merce in uscita verso i punti vendita, conoscendo ad esempio colore e taglia di ogni capo.

Nel futuro Ferrone prevede di am-

aprire un nuovo centro distributivo a Bologna>> precisa Danilo Atanasio, responsabile marketing in Sandro Ferrone <<con una metratura adeguata per fornire celermente l'area centro – nord dell'Italia: la soluzione RFID sarà estesa alla nuova location anche per gestire le vendite dirette, ossia di coloro che ritirano le merci direttamente presso il nostro centro.



servizio dell'area vendita;

- la tracciabilità automatica e massiva dei capi ed accessori da parte del varco RFID ha poi generato anche un abbattimento dei tempi, passando dai precedenti 10 minuti circa agli attuali 6 / 7 secondi

pliare ulteriormente la soluzione RFID, dotando tutti i fasonisti che confezionano i suoi capi della stampante, affinché siano autonomi nell'apporre il tag RFID sul cartellino del capo o dell'accessorio.

<<Ci stiamo organizzando per

La rapidità di simili operazioni di vendita, quando in pochi minuti sono visionate e confermate dall'acquirente grosse quantità di prodotti, richiede infatti un supporto tecnologico altrettanto veloce ed affidabile come l'RFID>>.