

# Una rivoluzione nel settore retail

## Charles Vögele

implementa la tecnologia RFID  
in tutta la supply chain



*Etichetta EP RFID integrata  
nel cartellino per capi  
abbigliamento.*

Il gigante svizzero dell'abbigliamento Charles Vögele è il primo retailer ad implementare con successo una soluzione RFID completa, basata su standard source-to-store in tutta la supply chain. Ogni singolo aspetto dell'attività risente positivamente dei benefici di una visibilità di merce a livello full-item, dal punto di produzione al punto vendita.

**O**rmai da tempo, l'RFID è una vera e propria 'salvezza' per i retailer. Con la crescita sempre più complessa della supply chain e la richiesta da parte della clientela di una miglior disponibilità di merce e un rifornimento degli scaffali più rapido, l'RFID è considerata come la soluzione ideale per stare al passo con il difficile settore retail del XXI secolo. Finalmente, l'RFID è diventata una realtà quotidiana nel mercato del consumatore.

Il retailer svizzero dell'abbigliamento Charles Vögele ha attivato con successo la prima supply chain end-to-end abilitata dalla tecnologia RFID in conformità con lo standard Electronic Product Code (EPC) Gen 2. Affidandosi all'esperienza di Checkpoint nel settore etichette RFID, e nelle

soluzioni hardware e software, Charles Vögele ha introdotto tale soluzione nei negozi sloveni ed ora è pronto a implementarla in tutta la supply chain dell'azienda.

Il ruolo di Checkpoint è stato quello di partner commerciale generale per fornire gli elementi chiave di questa soluzione, compresi hardware, etichette e tutta l'infrastruttura necessaria. Checkpoint inoltre, ha anche lavorato con Koobra software per la fornitura del software necessario.

Secondo Thomas Beckmann, Vice Presidente della Supply Chain del Gruppo Charles Vögele, "l'adozione della tecnologia RFID ha trasformato e migliorato le operazioni aziendali source-to-store. L'azienda ha iniziato a ottimizzare le

**CHARLES VÖGELE**

Charles Vögele Holding AG è un retailer europeo indipendente del settore abbigliamento con 851 outlet di vendita in Svizzera, Germania, Austria, Belgio, Olanda, Slovenia, Ungheria, Polonia e Repubblica Ceca. Nell'anno finanziario 2008, ha dato lavoro a un totale di 7.888 persone.

operazioni interne e a supportare le vendite come non era mai stato possibile precedentemente; questo fenomeno segna l'inizio di una rivoluzione nel settore retail”.

La rivoluzione RFID consente alla società Charles Vögele di rendere le attività della supply chain estremamente efficaci grazie all'applicazione di pratiche etichette ai capi di abbigliamento nel punto di produzione della merce che saranno lette durante le operazioni logistiche e all'interno del negozio. Una volta in negozio, è possibile migliorare il lavoro e incrementare la disponibilità della merce sugli scaffali individuando la merce a livello di singolo articolo all'interno dell'intera struttura, nel retro, al piano vendite, nei camerini, fino al POS (punto cassa). Questa visibilità consente all'azienda di ottimizzare il rifornimento dell'inventario migliorando allo stesso tempo le vendite.

**“ L'adozione della soluzione RFID sta trasformando la nostra attività e assicurando che i nostri clienti trovino quello che stanno cercando. ”**

**Thomas Beckmann,**

Responsabile Supply Chain di Charles Vögele

Per Charles Vögele, questo significa che la merce selezionata arriverà presso gli scaffali del negozio di destinazione in tempo utile

in tutti gli 851 punti vendita. Con oltre 70 milioni di capi provenienti ogni anno da oltre 400 fornitori e distribuiti presso 34 punti di distribuzione in Asia e Europa, le operazioni della supply chain di Charles Vögele presentano una difficile sfida logistica per i retailer. Charles Vögele è ora in grado di individuare e tracciare ogni singolo capo durante le diverse fasi della supply chain, ottenendo una visibilità in tempo reale senza precedenti. Questa peculiarità consente all'azienda di ridurre automaticamente gli errori logistici, eliminando eccezioni quali errori di confezionamento e spedizioni sbagliate. Per esempio, supponiamo che un negozio ordini un determinato numero di magliette di una taglia e colore specifici e si accorga in seguito che la scatola ricevuta contenga capi diversi da quelli richiesti a causa di un errore di informazione relativo alla spedizione; a questo punto il negozio non è in grado di fornire ai clienti le magliette richieste. Ora, grazie alla tecnologia RFID che garantisce un passaggio di informazioni accurate al 100% in tutto il percorso della supply chain, errori come questo possono essere virtualmente evitati consentendo ai negozi di vendere gli articoli richiesti dalla clientela.

I benefici della visibilità della merce si estendono anche ai negozi Charles Vögele, consentendo una visione precisa della merce sul piano vendite e nel retro ed un rifornimento

L'RFID Journal consegna a Charles Vögele il premio per la 'Migliore implementazione RFID'



Thomas Beckmann mentre riceve il premio per la Migliore implementazione RFID da Marc Robert (RFID Journal).

Lo scorso aprile, in occasione dell'RFID Journal LIVE! 2009 tenutosi ad Orlando, Florida, USA, Thomas Beckmann ha ricevuto il premio dell'RFID Journal per la 'Migliore implementazione RFID'. È stato scelto il Gruppo Charles Vögele in quanto, secondo l'RFID Journal, è fra "le prime aziende in grado di seguire la merce a livello del singolo articolo, dal punto di produzione al punto vendita, nonché di raggiungere livelli di efficienza, grazie alla tecnologia RFID, in ogni punto della supply chain".

Una giuria composta da 22 elementi indipendenti ha scelto i vincitori in base ai criteri stabiliti dall'RFID Journal. I candidati dovevano presentare un prodotto con caratteristiche innovative e in grado di apportare benefici all'azienda.

Durante il suo discorso, Thomas Beckmann ha descritto i progressi effettuati dal retailer, grazie alla soluzione RFID, nel seguire i propri articoli dallo stabilimento al negozio. Nonostante la recessione economica, quello attuale, potrebbe essere il momento migliore per i retailer e altri membri della supply chain per investire nella tecnologia RFID.

Beckmann, così come altri relatori intervenuti alla conferenza RFID Journal LIVE!, ha evidenziato il fatto che diverse aziende hanno tratto benefici dalla soluzione RFID anche in quest'ultimo periodo di crisi economica. L'evento è stato seguito da un pubblico di 2.400 persone, fra cui utenti e potenziali utenti di sistemi di identificazione di radio frequenza e produttori della tecnologia RFID.

più rapido ed efficace rispetto al precedente processo manuale. Ora, le linee più vendute di Charles Vögele sono disponibili in magazzino e sugli scaffali, pronte per essere viste, provate e acquistate.

Grazie alle antenne Checkpoint, posizionate all'ingresso dei negozi, e ad etichette ingegnose sui capi, è possibile analizzare quali prodotti sono stati indossati e quali saranno quelli probabilmente acquistati. I dati registrati nei camerini prova relativi agli articoli più provati, ma non sempre acquistati, possono essere utilizzati per ottenere un feedback dalla clientela, aiutando Charles Vögele a migliorare la qualità dei prodotti offerti. Per quale motivo alcuni capi vengono prelevati dagli scaffali, provati ma non acquistati? La tecnologia RFID, consente ai retailer del settore abbigliamento di acquisire dati relativi ai singoli capi arrivando così a capire se, per esempio, il problema è legato al design o al taglio dell'articolo esaminato.

In un mercato economico in crisi, che influisce negativamente sulle spese del consumatore, i retailer devono essere sicuri di poter trarre vantaggio da tutte le opportunità di vendita. La tecnologia RFID garantisce la giusta visibilità della merce assicurandone la disponibilità immediata nel momento in cui il cliente è pronto ad acquistare. Oggigiorno, i retailer devono affrontare anche costi di capitale superiori pertanto è indispensabile che riescano a ridurre i livelli inventariali mantenendo alta la disponibilità dei prodotti sugli scaffali. La soluzione RFID consente loro di raggiungere entrambi gli obiettivi.

Thomas Beckmann sostiene che "l'adozione della tecnologia RFID stia trasformando l'azienda e garantendo ai clienti ciò di cui hanno bisogno. Nell'industria della moda, in veloce evoluzione, rispondere alle aspettative dei clienti è ciò che fa la differenza tra successo e fallimento". ■