

Piacenza 1733, produttore italiano di tessuti di lusso, e IBM Research: completata con successo la digitalizzazione della filiera dell'abbigliamento from sheep to shop

I clienti potranno beneficiare di una dichiarazione non falsificabile della provenienza dei capi, seguire il viaggio dei tessuti top di gamma, grazie a un sistema di tracciabilità che ne certifica l'autenticità, e avere una visione completa degli ordini effettuati e delle spedizioni

Milano, 15 dicembre 2020 - L'industria della moda è fortemente impegnata ad incrementare la propria trasparenza e i consumatori[1] chiedono maggiori garanzie su sostenibilità e eticità dei processi di produzione. Per questo, sempre più brand del settore fashion scelgono la blockchain per assicurare l'autenticità dei propri capi.

Da tre anni, [Piacenza](#) 1733, produttore italiano di tessuti di lusso, collabora con [IBM Research](#) **per digitalizzare l'intera supply chain, from sheep to shop, utilizzando IBM Blockchain** per ottenere vantaggi dall'analisi dei big data e migliorare l'efficienza produttiva, dimostrando i benefici economici che ne derivano per i produttori europei e non solo.

IBM Research di Haifa (Israele) ha utilizzato il potenziale della piattaforma IBM Blockchain Transparent Supply (IBM BTS) per tracciare la produzione dei tessuti dall'origine alla vendita, raccogliendo ogni tipo di dettaglio sui capi lavorati, incluso chi, dove, quando e in che condizioni ha prodotto ciascun indumento. I clienti di Piacenza 1733 possono così disporre di una dichiarazione non falsificabile della provenienza dei capi, che comprova l'affidabilità delle informazioni ricevute. Un recente studio[2] mette in luce proprio come oltre la metà degli italiani è interessato ad avere maggiori informazioni sugli indumenti che acquista direttamente dall'etichetta del capo o scannerizzando un QR Code. In particolare, l'attenzione è posta sull'origine del prodotto (per il 60% degli intervistati), sulla garanzia di autenticità del marchio (per il 55%) e sull'origine biologica dei tessuti, inclusi trattamenti senza pericolosi pesticidi e agenti chimici (54%).

Inoltre, la piattaforma IBM BTS fornisce ai clienti di Piacenza 1733 maggiore certezza sulle spedizioni, coprendo ogni tappa del processo - oltre il 76% degli italiani[3] si affida ai QR Code per avere informazioni dettagliate riguardo ciascuna fase del processo produttivo. La piattaforma consente anche di identificare tutti gli elementi che contribuiscono a creare un prodotto sostenibile. Gli acquirenti potranno verificare l'autenticità dei capi scannerizzando il QR Code presente sull'etichetta.

Infine, i titolari dei brand che concedono la licenza dei propri prodotti o marchi possono utilizzare la tecnologia blockchain per tracciare le vendite e i pagamenti delle royalty. Gli attori della supply chain hanno anche la possibilità di tracciare il luogo in cui si svolgono le diverse fasi di produzione per determinare la presenza di vantaggi doganali in base agli incentivi e alle norme vigenti.

Collaborazione

"In qualità di partner tecnologico di questo progetto, IBM Research di Haifa ha implementato la soluzione IBM Blockchain Transparent Supply a supporto del marchio italiano di tessuti di lusso Piacenza 1733. IBM ha sviluppato un "proof of concept" in grado di mantenere il vantaggio competitivo di Piacenza assicurando conformità, trasparenza ed efficienza della supply chain in ogni fase del processo", ha dichiarato Giovanni Todaro, Chief Digital Officer, IBM Italia.

“Siamo leader nell’industria dell’abbigliamento e degli accessori top di gamma e riforniamo alcuni dei più famosi designer al mondo con i nostri tessuti esclusivi, garantendo un alto livello di personalizzazione: i nostri prodotti richiedono fino a 70 passaggi e sono unici per materia prima, stile e colore” ha aggiunto Carlo Piacenza, CEO. *“Per noi è fondamentale fornire ai nostri clienti un’innovazione di alto livello e qualità, e la collaborazione con un leader tecnologico come IBM ci consente di collaborare per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi di completa tracciabilità e salvaguardia dell’ambiente”*.

L’iniziativa è entrata a far parte del progetto di ricerca EU BOOST4.0 con l’obiettivo di guidare l’industria manifatturiera europea nel processo di introduzione dei big data.

Sfide e vantaggi: Favorire la ripresa e l'Agenda 2030

Nell’era post-COVID, progetti come quello avviato da Piacenza 1733 possono aiutare i principali attori del fashion a differenziarsi, alimentando l’interesse e incentivando la domanda dei consumatori man mano che vengono dimostrati i benefici di tracciabilità, trasparenza, provenienza e appartenenza a una rete commerciale affidabile.

In questo scenario, l’industria della moda può contribuire alla ripresa[4] e giocare un ruolo significativo nel raggiungimento di molti degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Tecnologie abilitanti come IBM Blockchain possono aiutare l’industria della moda a conoscere la propria supply chain in modo approfondito, supportando il raggiungimento degli obiettivi sostenibili[5], ad esempio, eliminare la povertà (n° 1), raggiungere l’uguaglianza di genere (n° 5), garantire produzione e consumo sostenibili (n° 12), combattere i cambiamenti climatici (n° 13), preservare le risorse marine (n° 14), e proteggere l’ecosistema terrestre (n° 15).

In linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e con la propria strategia di sostenibilità, Fratelli Piacenza persegue l’obiettivo di ridurre la propria impronta ambientale, seguendo un piano ambizioso basato su cinque pilastri: Persone, Pianeta, Prodotto, Processi e Partnership.

BOOST4.0

A partire dal 1° gennaio 2018 e con una durata di 3 anni, rappresenta la più grande iniziativa dell'UE in Big Data for Industry 4.0. Con un budget di 20 milioni di euro e un investimento privato di 100 milioni di euro, Boost 4.0 porterà alla costruzione dello European Industrial Data Space per migliorare la competitività dell'Industria 4.0 e guiderà l'industria manifatturiera europea nell'introduzione dei Big Data in fabbrica, fornendo al settore industriale gli strumenti necessari per ottenere il massimo beneficio dai Big Data. IBM e Piacenza sono due dei 50 partner di 16 paesi coinvolti nell'iniziativa.
<https://boost40.eu/>

Fratelli Piacenza

La Fratelli Piacenza nasce nel 1623 a Pollone, nel cuore del distretto tessile biellese, immerso nel verde ai piedi delle Alpi italiane, con il sogno di creare e trasmettere l'arte della qualità. Il prodotto di Piacenza 1733 ha due divisioni distinte: una dedicata al mondo dei tessuti, espressa nel mondo della donna e dell'uomo, e la seconda all'abbigliamento con collezione uomo, collezione donna e accessori. Per quanto riguarda l'abbigliamento, il marchio aziendale è Piacenza Cashmere, mentre il lanificio è rappresentato dal marchio Piacenza 1733. Il prodotto commercializzato è esclusivamente tessuto o prodotto tessile. La clientela principale per entrambe le divisioni è il settore B2B, mentre la frazione B2C è limitata al canale Retail e online. Il marchio di abbigliamento è presente in tutto il mondo, in punti vendita molto selezionati per un posizionamento di mercato rivolto ad una clientela esclusiva. La divisione tessuti collabora con le principali case di moda nazionali e internazionali per la produzione di tessuti esclusivi realizzati con fibre pregiate attraverso processi innovativi.

La sensibilità ambientale ha radici antiche: fin dai primi tempi Piacenza si prende cura della natura circostante e delle comunità locali, creando la Riserva naturale del Parco Burcina Felice Piacenza per la conservazione delle specie e della biodiversità, contribuendo allo sviluppo delle infrastrutture, tra cui il Lanificio Scuola Felice Piacenza.

IBM Blockchain

IBM è riconosciuta come [fornitore leader di tecnologia blockchain](#) per le imprese. La piattaforma IBM Blockchain, open e basata su cloud, offre le funzionalità end-to-end di cui le imprese hanno bisogno per attivare rapidamente, sviluppare, gestire e proteggere con successo i propri network aziendali. Dal 2016, IBM ha lavorato con centinaia di clienti di diversi settori, quali finanziario, pubblico, retail e sanità, per implementare applicazioni blockchain e rendere operative e produttive, grazie alla blockchain, reti di imprese della stessa filiera. IBM è inoltre, uno dei primi membri di Hyperledger: un progetto collaborativo open source creato per far adottare le tecnologie blockchain a livello intersettoriale. Per ulteriori informazioni su IBM Blockchain, visitare <https://www.ibm.com/blockchain/>.

IBM

www.ibm.com

[1] Un'indagine condotta dall'IBM Institute for Business Value nel gennaio 2020, in collaborazione con la National Retail Federation, basata su un campione di quasi 19.000 consumatori in 28 paesi, ha evidenziato che il 45% dei consumatori ritiene molto importante che il marchio acquistato sia sostenibile e responsabile dal punto di vista ambientale. I consumatori richiedono sempre più informazioni certe sulla storia dei capi che acquistano, e in risposta, molti retailer della moda stanno iniziando a parlare di "trasparenza della supply chain", utilizzando tecnologie digitali come la blockchain per dimostrare di aver adottato buone pratiche di moda sostenibile.

[2] "Fashion Sustainability Study" di Morning Consult, realizzato per conto di IBM dall'11 al 13 settembre 2020 tra 1000 adulti britannici, 1000 adulti italiani e 1000 adulti spagnoli. L'indagine è stata condotta online e i dati sono stati stratificati in modo da corrispondere a un campione target di adulti in ogni Paese.

[3] "Fashion Sustainability Study" di Morning Consult.

[4] <https://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030.html>

[5] <https://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030.html>

For further information: IBM Italia Media Relations Claudia Ruffini +39 335 6325093 cla@it.ibm.com

Additional assets available online:  [Photos \(3\)](#)