



Contatto stampa:
Cecilia Biondi
cecilia.biondi@editricetemi.com

Contatto marketing:
Anna Dall'Osso
anna.dalosso@editricetemi.com

Uno sguardo ai temi “in voga” al Trace.ID Fashion

Monza, 03 ottobre 2011. Confermati alcuni degli esperti di settore che interverranno al **Trace.ID Fashion**, la mostra-convegno il cui intento è quello di mettere in relazione gli operatori logistici e gli specialisti in tracciabilità e identificazione automatica con le più importanti marche del mondo del fashion.

Tra i primi relatori a dare la loro adesione, **Vincenzo Mollica**, titolare dello studio **Retail Demand Research** specializzato nel Fast Fashion, che ritorna sugli argomenti della scorsa edizione: «Nell'incontro dell'anno passato avevo spiegato come il rapporto tra aziende industriali (industry) e aziende distributive (retailer) va rapidamente inclinando a favore delle seconde». Quest'anno, invece, anticipando il tema centrale del suo intervento, Mollica spiega: «Voglio spiegarvi come funziona questa macchina descrivendovi la pianificazione di un grande store che dal basso pilota, insieme agli altri negozi, la supply chain e i risultati finanziari d'impresa secondo l'equazione: meno invenduti bad-seller più venduti best-seller... Vi aspetto!».

Marcello Corazzola, direttore generale **Fercam**, baserà invece il suo intervento sulla complessità della supply chain, che impone sempre più un allargamento delle competenze e delle risorse da parte delle aziende. «Come limitare gli impatti di ciò? Ridurre la complessità e i conseguenti costi?» si domanda Corazzola, che prosegue: «La strategia Bata può essere sicuramente da esempio. Infatti, Bata ha sviluppato una nuova entità sovranazionale che si occupa di sviluppo della produzione, acquisto e distribuzione dei prodotti per i 720 negozi in Europa e ha affidato il servizio di pianificazione del pick up da fornitori, trasporto, gestione dei magazzini doganali e fiscali e, in futuro, la distribuzione ai vari punti vendita a Fercam».

Nelle prossime settimane continueremo a presentarvi i protagonisti di questa nuova edizione del **Trace.ID Fashion**, fissato per il **10 novembre 2011** e che si terrà come di consueto presso l'**Hotel Michelangelo** (adiacente alla Stazione Centrale). Lo stesso vale anche per lista degli sponsor (**Softwork, Armes, Act Value, Fercam, Itworks, ToolsGroup, H&S Custom, Dürkopp, Prokoss, Siar** quelli già confermati) sempre in continuo aggiornamento, consultabile in tempo reale sul nuovissimo sito www.trace-id.eu. Molte sono le informazioni aggiunte in questi giorni sul profilo dei partecipanti, sul programma e sulle tematiche che verranno trattate, tutte legate dal *file rouge* della logistica, della tracciabilità e dell'identificazione automatica applicate al settore del fashion.

Da sottolineare, infine, che anche quest'anno il **Trace.ID Fashion** rientra a far parte di un'iniziativa ben più ampia, ideata da **Editrice TeMi** e che prende il titolo de “La due giorni della logistica”. In

data 9 novembre 2011 si svolgerà infatti il convegno dedicato alla logistica farmaceutica, dal titolo “L'efficienza della supply chain sanitaria”, organizzato da Ailog e Consorzio Dafne in collaborazione con Logistica Management.

Gli appuntamenti da segnare in agenda:

- “L'efficienza della supply chain sanitaria”, Milano, 9 novembre 2011;
- Trace.ID Fashion, Milano, 10 novembre 2011.

I siti internet da consultare:

www.trace-id.eu

www.logfarma.it

Editrice TeMi

Con sede a Monza (MB), Editrice TeMi pubblica le testate DATACollection (www.datacollection.eu), dedicata all'identificazione automatica, alla tracciabilità e alla mobilità professionale e da dieci anni presente anche in Francia e Spagna, e Logistica Management (www.logisticamanagement.it), la rivista di riferimento in Italia nel supply chain management, organo ufficiale di Ailog. All'edizione spagnola di DATACollection affianca da fine 2010 la nuova testata Green Log, dedicata a una logistica sostenibile e future-oriented. È attiva nel mondo degli eventi di settore con gli appuntamenti delle serie Trace.ID (tracciabilità e ottimizzazione dei processi) e Voice.ID (opportunità applicative per le tecnologie di riconoscimento vocale). A complemento della carta stampata e degli incontri professionali, dispone di un proprio canale video su YouTube, <http://www.youtube.com/user/temichannel>, e offre servizi di web marketing per garantire una comunicazione completa e in tempo reale al mercato.

Editrice TeMi, Via Italia 39 20900 Monza (MB), tel. 039-2302398, fax 039-2302383, press@editricetemi.com