

FIGRELLA RUBINO

COMUNICATO STAMPA

FIGRELLA RUBINO VINCE L' IoT Awards COME MIGLIOR INIZIATIVA B2B CON IL PROGETTO "RFID IN STORE"

Milano, 13 novembre 2018 – **Fiorella Rubino**, dopo aver conquistato a ottobre l'Open-Inn Retail Award per l'alto valore aggiunto della retail experience offerta alle clienti, si aggiudica oggi l'edizione 2018 dell'**IoT Awards** con il suo "**RFID IN STORE**" come miglior progetto Business To Business.

Il premio, quest'anno alla sua terza edizione e organizzato da ADC Group, con Platinum Sponsor Intesa Sanpaolo, è dedicato ai casi più innovativi del mercato "*Internet of Things (IoT)*", uno dei settori più disruptive del momento, valutato a livello globale 14 trilioni di dollari da qui al 2030 (fonte: ADC Group). Il riconoscimento è stato consegnato nella cornice degli "Nc Digital Awards", la cui cerimonia di premiazione si è svolta il 7 novembre al Teatro Vetra di Milano.

Fiorella Rubino ha conquistato l'ambito award con il progetto "**RFID IN STORE**" che, sviluppato insieme a Temera e avviato nei 160 negozi italiani della catena, ha permesso di ottenere importanti risultati dall'utilizzo della tecnologia per l'ottimizzazione dei processi di gestione merce nel punto vendita.

Grazie all'adozione dell'RFID, Fiorella Rubino ha potuto maturare considerevoli benefici in termini di **produttività** (riducendo i tempi di gestione della merce in-store), **efficacia** (grazie a giacenze impeccabili e un approccio omnicanale) e sviluppo dell'**intelligence** (tramite l'integrazione dei dati con gli ERP e CRM aziendali e gli Analytics dell'area fitting room). Il tutto a vantaggio della shopping experience della cliente, dell'organizzazione del tempo per le store assistant e delle performance di vendita del brand.

*"Questo riconoscimento conferma la validità della strategia 'innovation oriented' intrapresa da Miroglio Fashion" commenta **Francesco Cavarero, Group Chief Information Officer**. "La nostra azienda crede molto nel valore delle nuove tecnologie per lo sviluppo di un retail ancor più efficiente e un servizio alla clientela sempre più adeguato".*

Furio Visentin, Brand Director di Fiorella Rubino, conclude: *"L'utilizzo di questa tecnologia permette al nostro personale di negozio di impiegare al meglio il tempo a disposizione per poter seguire le esigenze della cliente in modo da farle vivere un'esperienza di acquisto sempre più completa e piacevole".*

Internet of Things (IoT)

Internet of Things (IoT) è un neologismo riferito all'estensione di Internet al mondo degli oggetti e dei luoghi concreti. Un numero sempre maggiore di prodotti connessi si interfacciano con gli utenti, diventando a tutti gli effetti dei media digitali. E sempre più la tecnologia IoT diventa parte del media mix della comunicazione digitale.

L'*Internet delle Cose* è una possibile evoluzione dell'uso della Rete: gli oggetti (le "cose") si rendono riconoscibili e acquisiscono intelligenza grazie al fatto di poter comunicare dati su se stessi e accedere ad informazioni aggregate da parte di altri.

L'obiettivo dell'*Internet delle Cose* è far sì che il mondo elettronico tracci una mappa di quello reale, dando un'identità digitale alle cose e ai luoghi dell'ambiente fisico. I campi di utilizzo sono molteplici: dalle applicazioni industriali (processi produttivi), alla logistica e al retail, fino all'efficienza energetica e alla tutela ambientale.

Il mercato dell'*Internet of Things* è valutato a livello globale 14 trilioni di dollari da qui al 2030 (fonte: ADC Group).

La tecnologia RFID

Con l'acronimo RFID si intende una tecnologia a radiofrequenza per l'identificazione automatica di informazioni basata sulla capacità di memorizzazione di dati da parte di particolari etichette elettroniche, chiamate "tag" e sulla capacità di queste di rispondere all'interrogazione a distanza da parte di appositi apparati fissi o portatili, chiamati "reader".

La tecnologia RFID comunica informazioni in rete o a dispositivi mobili e costituisce uno dei presupposti cardine per lo sviluppo dell'*Internet of Things*.

Fiorella Rubino

Fiorella Rubino è il primo brand del fast fashion italiano dedicato alle donne unite dal desiderio di sentirsi alla moda e di vestire con stile. Donne che amano la propria fisicità con disinvolture, indossando capi trendy, vivaci e al tempo stesso glamour.

E' un marchio che esprime una brand personality grintosa, ottimista, sicura di sé, socievole e femminile.

Da sempre vicino alle proprie clienti, Fiorella Rubino ha recentemente realizzato con Gfk Italia la ricerca "Le Forme della Libertà", indagine che traccia una evoluzione del rapporto di ogni donna con il proprio fisico, il peso, i canoni della bellezza e soprattutto con la moda.

Dalla ricerca emerge la figura di una donna che sta imparando a vivere liberamente le proprie forme e a riscoprire il piacere di giocare con la moda per esprimere la propria personalità, indipendentemente dalle forme e dalle taglie. Fiorella Rubino chiama questo pensiero "*stile libero*" e se ne fa portavoce attraverso tutte le sue collezioni.

Fiorella Rubino si è fatta inoltre interprete ed espressione di un percorso che punta ad affermare nel mondo del fashion una reale "*shape diversity*", convinta che, proprio con il maggiore impegno delle case di moda e dei media, molto possa cambiare per riscoprire, al di là di stereotipi e convenzioni sociali, la bellezza di ogni forma fisica e quella legata alla personalità unica di ogni donna.

Fiorella Rubino è uno dei 12 brand di Miroglio Fashion, la terza azienda sul mercato italiano dell'abbigliamento femminile. Nato in Italia nel 2004, è oggi distribuito a livello europeo attraverso 201 punti vendita monomarca. Principali paesi: Italia, Germania e Spagna.

Contatti:

Miroglio Group – Press Office

press@miroglio.com

@MiroglioGroup

Via Santa Barbara 11 - 12051 Alba (CN)

Via Burlamacchi 4 - 20135 Milano

tel. +39 0173 299933

tel. +39 02 5469024

Close to Media

Giulia Ferrario, Cecilia Isella

tel. +39 02 70006237 – cell. +39 334 6267334

giulia.ferrario@closetomedia.it

cecilia.isella@closetomedia.it