



L'Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Pescara in collaborazione con Confindustria Abruzzo Medio Adriatico Chieti-Pescara-Teramo presentano il progetto "IMPRESA IN ACCADEMIA".

Azienda Ospitante



BLUE ITALY - INDUSTRY

"L'AI entra nel tessuto aziendale e rivoluziona l'online"

Studentesse:

Consuelo Ciarlante

Giorgia Montebello

Titolare d'azienda:

Sig.ra Cinzia Di Zio

Indice:

1. Il tessuto imprenditoriale italiano conquistato da BLUE ITALY.
2. Dai primi passi dell'azienda ai giorni nostri.
3. L'azienda al passo con i tempi.
4. Il progetto di “Impresa in Accademia” prende forma.
5. Il ruolo dell’Intelligenza Artificiale.
 - 5.1 Machine Learning
 - 5.2 AI generativa
6. Un “app” dedicata all'azienda.
7. Il “quid” cartaceo.

1. Il tessuto imprenditoriale italiano conquistato da BLUE ITALY.

Blue Italy è un'azienda di moda, situata nel cuore della città di Montesilvano. È un'azienda 4.0 del settore alta moda, specializzata nelle lavorazioni speciali su tessuti, pellami e materie plastiche in genere. Coniuga l'utilizzo di tecniche e macchinari all'avanguardia con la migliore tradizione manifatturiera italiana. Il tutto nel rispetto del concetto di blue economy, cui Blue Italy si ispira per il perseguimento del proprio credo aziendale: la fashion innovation, intesa come il risultato di una rivoluzione concettuale nella realizzazione di capi e prototipi.

L'obiettivo è offrire soluzioni tangibili alle richieste sempre più particolari dei creativi di tutto il mondo. Una componente essenziale è l'area dei prototipi: spazio dedicato alla sperimentazione, dove tecnici, ingegneri e manifatturieri altamente qualificati lavorano in sinergia, testando tecnologie innovative su ogni genere di tessuto e altri materiali, con lo scopo di proporre soluzioni hi-tech + fashion mai considerate in precedenza.

Creare, proporre idee originali e fornire soluzioni concrete sono l'insieme di elementi che fanno di Blue Italy partner ideale delle migliori case di moda internazionali e di quei creativi che credono nella possibilità di trasformare in realtà la nuova idea di moda 4.0.



2. Dai primi passi dell'azienda ai giorni nostri.

A dieci anni dalla sua nascita, la Blue Italy raddoppia e inaugura la nuova linea di produzione ad alta tecnologia di tessuti, pelli e materie sintetiche per la moda. Nell' Agosto del 2023 è stata inaugurata infatti “Blue Italy Industry”, lo stabilimento di circa 3.000 metri quadrati dove sono presenti 60 macchine dedicate alla linea di produzione, macchine a controllo numerico, taglio laser, incollaggio e laminazione, fase preparatoria alla linea di produzione, magazzino, logistica e sala per riunioni da remoto.



Fondatrice del gruppo è **Cinzia Di Zio**, che dal 2013 attraverso costanti investimenti nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecnologie, ha saputo unire l’esperienza tecnica e produttiva al concetto di Blue Economy, creando nuovi posti di lavoro, l’80% dei quali ricoperti da donne. Allo stesso tempo ha portato un alto tasso di innovazione nel fluttuante settore della creatività al servizio dei grandi marchi della moda internazionale. Nel 2013 Di Zio crea Blue Italy Project, lo showroom di 1.000 metri quadrati con ufficio di progettazione e macchine per la realizzazione di prototipi. Nel 2023 ecco Blue Italy Industry, la nuova fabbrica che ha richiesto un investimento complessivo di 3 milioni di euro, con l’obiettivo di «incrementare la produzione con macchinari sostenibili e certificati Gots – Global organic textile standard – per attestare la lavorazione sostenibile dei tessuti», sottolinea Cinzia Di Zio. Oggi il gruppo conta oltre 30 dipendenti diretti e alimenta una filiera di oltre 50 dipendenti indiretti, producendo oltre un milione di pezzi all’anno. Ma lo sviluppo della Blue Italy Group non si ferma qui, ed è già in fase avanzata un terzo progetto destinato a far crescere ancora di più il territorio.

3. L'azienda al passo con i tempi.

L'azienda ha ideato e sviluppato attentamente il suo sito internet di punta:

www.blueitaly.org.



Creato con originalità seguendo il contesto della Blue Economy è sempre oggetto di numerosi aggiornamenti. Quest'ultimo, insieme al logo, sono protagonisti soprattutto del packaging dei prodotti realizzati. Scatoloni, buste o gadgets, girano in tutto il mondo con l'intento di esprimere la tempra aziendale rimanendo impressi nella mente dell'interlocutore.

Ed è proprio all'interno del sito internet che noi studenti dell'Università G. D'Annunzio di Pescara abbiamo voluto esprimere la nostra idea sviluppando il prestigioso progetto di "Impresa in Accademia" in collaborazione con Confindustria Abruzzo Medio Adriatico.

Blue Italy è un'azienda moderna e dinamica, guidata da un team giovane e sempre pronto a intraprendere nuovi progetti all'avanguardia, con una costante attenzione al miglioramento tecnologico.

Esaminando attentamente l'operato e l'organizzazione dell'azienda, abbiamo rilevato come, nonostante l'innovazione tecnologica sia un valore centrale per Blue Italy, vi sia margine di miglioramento nel modo in cui vengono gestite e rese accessibili le "tirelle" di produzione ai soggetti interessati.

La "tirella" rappresenta la prima bozza del tessuto creato dallo stilista, che, una volta approvata dal cliente, dà il via alla produzione del capo di interesse.

Attualmente, l'azienda consente la visualizzazione delle tirelle tramite una chiavetta USB, un dispositivo hardware che memorizza i dati e ne permette la condivisione da un portale all'altro.

Quest'ultima viene distribuita dall'azienda nel contesto di fiere campionarie o manifestazioni di interesse. Inoltre, l'aggiornamento delle stesse, come l'introduzione di nuove tirelle nel processo produttivo, deve essere smistato dall'azienda con la distribuzione di nuove pennette usb che vanno a sostituire le precedenti.

Per quanto, possa risultare comoda e di facile reperimento ad oggi rappresenta uno strumento tecnologicamente obsoleto e di facile smarrimento. Non solo, essendo la pennetta usb spostata da portale a portale, risulta essere facilmente soggetta ad attacchi virali che potrebbero alterarne il suo funzionamento andando, così, a perdere i dati in essa contenuti.

Questo ovviamente richiede molteplici e reiterati costi di approvvigionamento ed inoltre spreco di tempo da parte del personale per aggiornare di volta in volta le tirelle di nuova progettazione.

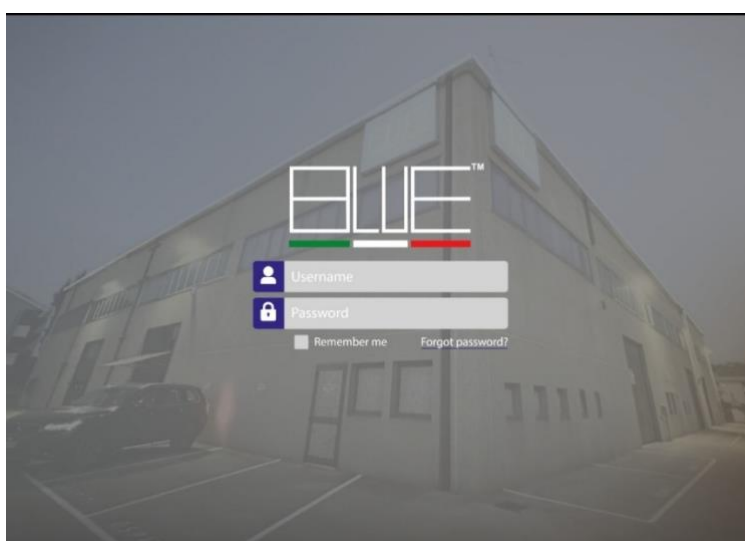
4. Il progetto di “Impresa in Accademia” prende forma.

Ci siamo resi conto che il problema potrebbe essere risolto inserendo, all'interno del sito web una piattaforma on line, un cloud, che contenga tutte le tirelle in produzione. Di facile fruizione ovunque ci si trovi anche mediante l'utilizzo di un semplice smartphone o tablet non per forza di ultima generazione.

Pensiamo che si potrebbe garantire un accesso diretto ma soprattutto “privato” alla piattaforma, ovvero se ne consenta l'accesso e l'utilizzo solo a persone realmente interessate mediante richiesta scritta inviata a mezzo mail dall'interessato all'azienda.

Questo perché se ne renda possibile la fruizione ai soli stilisti interessati alle collezioni, senza permettere che ci sia l'intento di copiare e divulgare a puro scopo di lucro e se ne guardi bene da eventuali frodi ed alterazioni del copyright.

Dopo l'autorizzazione ed averne riconosciuti i requisiti da parte del team titolare, si potrà procedere alla consegna di Username e Password da parte dell'azienda. Qui di seguito vediamo un esempio di identificazione con Username e Password per effettuare l'accesso.



Una volta effettuato l'accesso, pensiamo che con un processo di “Analisi descrittiva” potremmo analizzare i gusti della clientela e determinare quante volte una determinata tirella ha suscitato l'interesse del consumatore.

Mediante il processo di Data Mining, ovvero l'estrazione di informazioni utili da grandi quantità di dati attraverso metodi automatici o semi-automatici per l'utilizzo aziendale e operativo delle stesse, potremo analizzare i gusti della clientela, ad esempio, conoscere quale tirella è stata più visualizzata dallo stilista, su quale tirella puntare per aumentare la produzione e la tirella capofila che ci permetterà di aumentare il profitto aziendale. Tutto ciò in modo da raccogliere le informazioni minimo nell'arco temporale di un anno solare e capire come gestirle ed utilizzarle dall'azienda.



Creeremo correlazioni tra più variabili relativamente ai singoli individui, ne risulterà un profilo utente verificando chi acquista un determinato prodotto e con che frequenza, andremo a scandagliare i gusti simili della clientela o, anche, gusti che non riscuotono successo per poter massimizzare il profitto e predire le vendite.



Andremo così, a fornire un “dashboard”, ovvero un’interfaccia grafica per l'utente che raccoglie una serie di dati, grafici e liste, capaci di fornire a colpo d'occhio informazioni chiare e precise sugli andamenti delle consultazioni.



Potrebbero evidenziarsi periodi di minore consultazione come, anche, verificarsi una più densa concentrazione di utenti in periodi specifici dell'anno come a ridosso delle nuove collezioni per campionari o fiere.

Pertanto, sarà possibile acquisire dati utili che ci permetteranno di settorializzare la produzione e magari spingere sulle tirelle che hanno suscitato meno interesse da parte dello stilista.

Una volta entrati nella piattaforma, si potranno visualizzare le tirelle di interesse ponendo in ricerca dei filtri riguardanti lo "motivo" (es. animalier) caratterizzante la tirella, il "colore" prescelto o il "tessuto" oggetto della stessa.

Le tirelle saranno divise secondo i diversi anni di produzione, dalla più datata alla più recente.

Qui di seguito una schermata rappresentativa di quanto detto poc'anzi.



5. Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale.

Qui di seguito vedremo come l'Intelligenza Artificiale sia un enorme ombrello capace di raggruppare sotto di esso diversi processi informatici.

Analizzeremo come il Machine Learning e l'AI generativa siano i più vicini alle nostre esigenze di contesto.

5.1 Machine Learning.

Attraverso un processo di monitoraggio, il Machine Learning esplorerà e lavorerà sulle similitudini delle tabelle per fornire suggerimenti, in modo che la titolare possa supportare le tabelle meno vendute e investire su quelle che, invece, si vendono “da sole”.



Tale processo potrebbe, magari, far visionare anche tabelle diametralmente opposte a quelle visionate o mandate in ricerca, si potrebbe rimanere sul filone di gusti e interessi simili e far visualizzare tabelle affini a quelle ricercate, ma anche tabelle con valori e parametri del tutto opposti, gusti molto lontani dai precedenti per chi non sia ancora soddisfatto della ricerca, e quindi far visionare tabelle raramente selezionate, un modo, questo magari, per uscire dall'impasse generato.

5.2 AI generativa.

Attraverso l'AI generativa, invece, si potrebbe andare a supporto dei grafici per creare delle tirelle "ex novo" andando ad intercettare ed utilizzare i gusti della clientela attraverso il dashboard specificato nel paragrafo precedente.

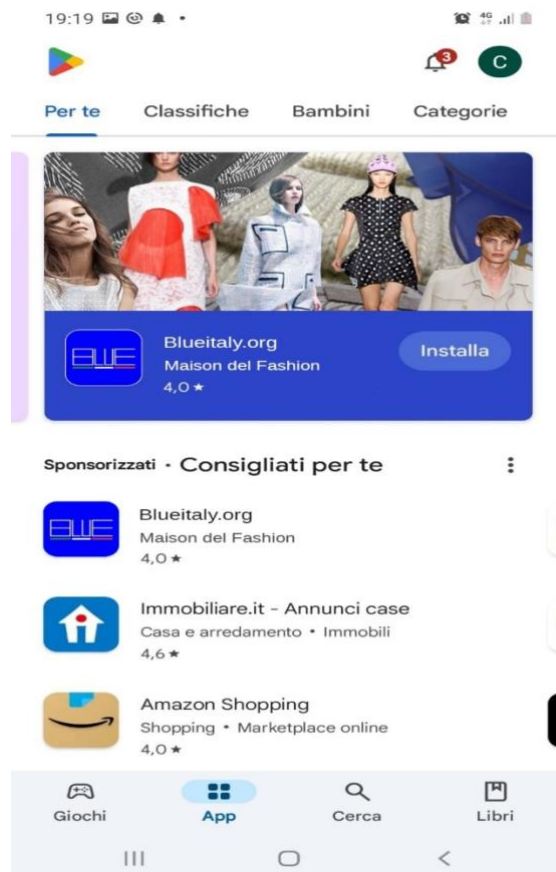
Ovvero creare una tirella suggerita dall'AI generativa che vada ad incontrare i gusti della massa ma anche quelli del mercato di nicchia e saper parametrizzare i risultati monitorando gusti e inclinazioni.

Si potrebbero gestire le tirelle più vendute e crearne delle nuove con un mix di ingredienti generati dall'algoritmo.

Attraverso un mix di parametri di creazione come, ad esempio, motivo, colore o tessuto, si potrebbero creare moderne tirelle uniche nel loro genere, del tutto personalizzate su specifici gusti e preferenze.

6. Un "app" dedicata all'azienda.

In ultimo, ma non di minor importanza, pensiamo che a chiudere questo rivoluzionario cerchio operativo possa essere un' "app" che identifichi l'azienda sul portale mobile.



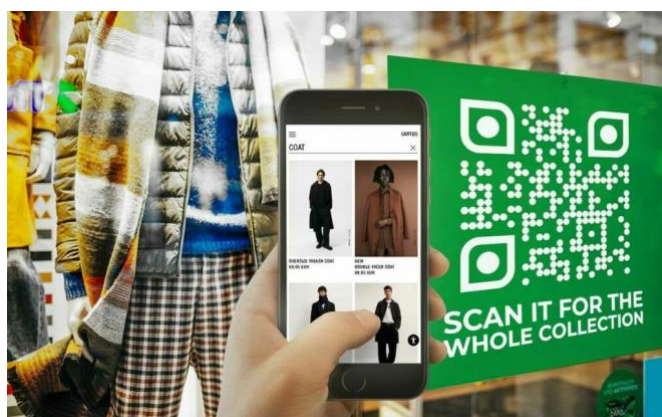
Con il termine “app”, abbreviazione della parola inglese “application”, si intende un’applicazione o un programma creato per essere installato su dispositivi mobili che interagisce con i componenti del cellulare e con l'utente che lo utilizza.

L'app, potrà essere scaricata dal Play Store o App Store, sia esso un cellulare con sistema operativo Android o Apple, sarà di facile installazione e richiederà un aggiornamento come tutte le comuni applicazioni di sistema. Ci si potrà accedere con le stesse credenziali di autenticazione utilizzate per l'accesso alla piattaforma del sito internet creato appositamente per contenere tutte le tirelle di produzione dove si potranno applicare gli stessi parametri di ricerca effettuati dall'utente online.

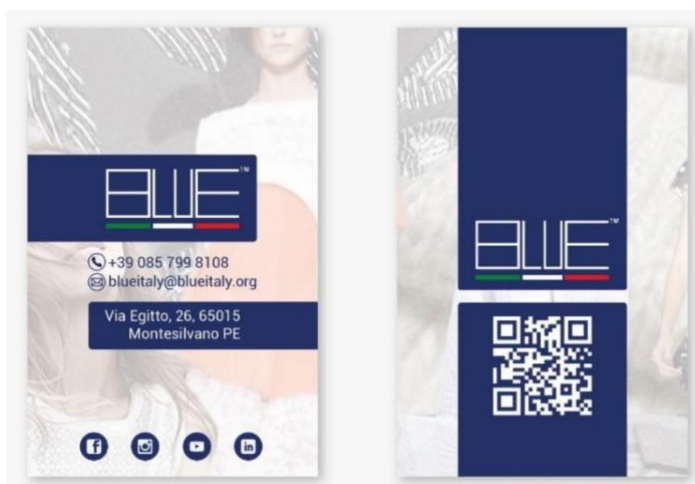
7. Il “quid” cartaceo.

Si consiglia, inoltre, di realizzare un classico bigliettino da visita, da distribuire in fiera e ai visitatori in azienda, che contenga in grafica un “qr code”, il quale rimandi al sito internet di interesse, per quel “quid” grafico cartaceo che non guasta mai.

Un “qr code”, contrazione di “Quick Response Code”, non è altro che un codice a barre a risposta rapida. Si tratta di un simbolo che restituisce, ogni qualvolta viene inquadrato dalla fotocamera di uno smartphone, dati e informazioni all'utente.



Un esempio di bigliettino da visita realizzato da noi con presenza di qr code.



In un mondo sempre più informatizzato, consigliamo di stampare questo "qr code" anche direttamente sull'etichetta di tessuto interna dei capi, in modo che lo stesso abito possa rimandare, in qualsiasi momento, al sito internet aziendale. Di seguito vediamo una foto rappresentativa.



Concludiamo questo percorso formativo sperando di aver contribuito a migliorare il tessuto imprenditoriale della Blue Italy, ringraziando la titolare d'azienda per la sua disponibilità e ospitalità, ed i due enti promotori che ci hanno permesso di partecipare a questo bellissimo progetto.

Grazie infinite.