



Zrównoważona ewolucja mody: poruszanie się po zasadach zgodności z chmurą

Etykietowanie w chmurze zapewnia
większą dokładność, zgodność i zwiększa
zrównoważony rozwój





Branża modowa pozostawia ogromny ślad węglowy

Według niektórych raportów sektor ten odpowiada za około 10% globalnej emisji gazów cieplarnianych, przy zużyciu energii większym niż lotnictwo i żegluga razem wzięte.

Nie jest to niczym zaskakującym, jeśli weźmiemy pod uwagę cały cykl życia odzieży — od produkcji i transportu, przez pranie, po ostateczne wyrzucenie na wysypisko śmieci. Do tego dochodzi również zanieczyszczenie wody powstające w procesie barwienia, a także mikrowłókna przedostające się do środowiska.

Rozwój „szybkiej mody” w ciągu ostatnich dwóch dekad tylko zaostrzył problem, prowadząc do nadmiernej produkcji i konsumpcji. W odpowiedzi na rosnący popyt na nowe linie odzieżowe liderzy biznesu, projektanci i producenci decydują się na tańsze materiały o krótszej żywotności. Materiały o niższej jakości sprawiają, że ubrania są łatwiejsze w utylizacji, natomiast trudniejsze do recyklingu, a jednocześnie mniej trwałe.

Zrównoważony rozwój jest najważniejszy dla konsumentów

W walkę z tym problemem angażują się firmy odzieżowe, świadome szkodliwych skutków działalności swojej branży. Od końca lat 80. XX wieku przedsiębiorstwa te włączają praktyki proekologiczne do swoich modeli biznesowych.



Rosnące zainteresowanie mediów globalnym kryzysem klimatycznym sprawiło, że społeczeństwo stało się bardziej świadome swojej sprawczości w zakresie zakupów i podejmowanych decyzji. Pokolenie Z, któremu zależy na bardziej zrównoważonej przyszłości, dodatkowo napędza zmiany w branży modowej w kierunku wyższych standardów etycznych i większej przejrzystości. Wpływ pokolenia Z będzie tylko wzrastał, w miarę jak będzie rosła siła nabywcza tej generacji, a pokolenie wyżu demograficznego będzie opuszczać rynek. Marki modowe muszą zatem traktować tę kwestię priorytetowo, jeśli chcą utrzymać swoją pozycję.

W miarę jak zbliża się termin konferencji COP 29, która odbędzie się pod koniec tego roku, wszystkie oczy zwrócone są na to, jak firmom udaje się przekształcać ubiegłoroczne zobowiązania klimatyczne w mierzalne działania. W świecie mody obserwujemy nie tylko zmianę w kierunku odzieży używanej i recyklingu, ale także chęć większej przejrzystości i widoczności, jeśli chodzi o metody produkcji. Konsumenci sprawdzają referencje swoich ulubionych marek przed dokonaniem zakupu. W ciągu ostatnich kilku lat aplikacje zapewniające zrównoważone i etyczne oceny tych marek, a także alternatywne opcje, odniosły duży sukces.

Biorąc pod uwagę tę dominującą postawę i fakt, że w różnych sektorach toczy się już wiele dyskusji na temat wprowadzenia przepisów ukierunkowanych na zrównoważony rozwój, takich jak Digital Product Passport (DPP) i etykietowanie węglowe, nie byłoby przesadą wyobrazić sobie, że etykiety na naszych ubraniach mogłyby zawierać informacje lub ocenę wpływu produktu na środowisko w niedalekiej przyszłości. W rzeczywistości, zgodnie z naszymi [corocznymi badaniami](#), 77% ankietowanych firm zgłosiło, że surowsze przepisy i wymogi zgodności zmuszają przedsiębiorstwa do adopcji praktyk zrównoważonego rozwoju.

Jej powszechne wdrożenie miałoby daleko idące reperkusje, nie tylko dla producentów [odzieży i tekstyliów](#). Taka może potencjalnie znacznie wpłynąć na nawyki zakupowe konsumentów i strategię firmy, ostatecznie zachęcając do wyższego standardu zachowania i uwzględnienia wpływu produkcji odzieży i tekstyliów na środowisko.

Nadążanie za ciągle zmieniającymi się przepisami

Jeśli tego typu etykietowanie stanie się obowiązkowe w branży, wyzwaniem dla producentów będzie zapewnienie dokładności etykiet i zgodności z przepisami. Nie należy lekceważyć automatyzacji i integracji – możliwość tworzenia dokładnych etykiet, które bezproblemowo spełniają wymagania prawne w różnych jurysdykcjach i bez replikacji danych, ostatecznie niemal eliminuje błędne etykietowanie oraz ryzyko grzywny i kar.



Jeśli chodzi o identyfikację produktów, bezpośrednia integracja etykietowania ze źródłami danych pomaga zapewnić spójność i precyzję. Ponadto, dzięki możliwości przeprowadzania kontroli w czasie rzeczywistym, technologie te mogą natychmiast wykrywać wszelkie niezgodne elementy lub błędy w etykietach. Dokładne etykietowanie sprawia również, że rozszerzone łańcuchy dostaw stają się bardziej zrównoważone, ponieważ nie trzeba ponownie etykietować produktów, co oznacza mniej odpadów i zmarnowanych materiałów eksploatacyjnych.

Dzięki wdrożeniu nowoczesnego rozwiązania do etykietowania opartego na chmurze, organizacje działające w branży modowej mogą zyskać elastyczność niezbędną do dostosowywania się do zmieniających się wymogów dotyczących etykietowania, takich jak DPP i etykiety węglowe, aby zachować zgodność z przepisami zarówno dziś, jak i w przyszłości.

Wiodący sprzedawca detaliczny dóbr luksusowych korzysta z rozwiązań Loftware, dzięki czemu może ograniczyć marnowanie materiałów eksploatacyjnych

Gdy firma Neiman Marcus zdała sobie sprawę, że modernizacja łańcucha dostaw jest kluczem do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, luksusowa sieć detaliczna podjęła decyzję o przekształceniu operacji magazynowych poprzez unowocześnienie systemu zarządzania magazynem i wymianę systemu merchandisingowego. Firma chciała także przejść z systemu odbioru przesyłek na system odbioru na poziomie kartonów; jednak poprzedni system biletowy pozwalał firmie jedynie na drukowanie na poziomie przesyłek.

W związku z tym firma Neiman Marcus szukała rozwiązania do sprzedaży biletów, które obsługiwałoby sprzedaż biletów na poziomie opakowań zbiorczych i umożliwiałoby personelowi generowanie i drukowanie na żądanie biletów z cenami artykułów. W rezultacie firma wybrała Loftware jako swoje scentralizowane rozwiązanie do zarządzania biletami. System jest hostowany centralnie w centrum danych i łączy w sobie wbudowane rozwiązanie do projektowania, kreatora aplikacji, system zarządzania dokumentacją i rozwiązanie do drukowania z sieci. Centralny system komunikuje się zdalnie z trzema centrami dystrybucyjnymi Neiman Marcus. Obecnie sprzedawca detaliczny wysyła rocznie 500–700 tys. biletów wstępu, korzystając z platformy etykietowania.

Oprócz szybszego wprowadzania produktów na rynek i większej elastyczności, Neiman Marcus korzysta również ze znacznych oszczędności w łańcuchu dostaw dzięki mniejszej ilości odpadów związanych z oznaczaniem cen i zmniejszonemu wpływowi na środowisko w wyniku zmniejszenia ilości odpadów papierowych. Firma wyeliminowała również złożoność procesu obsługi oznaczania cen i usunęła wiele zadań ręcznych, które były podatne na błędy ludzkie. Wszystkie te ulepszenia zaowocowały dokładniejszym, wydajniejszym i bardziej zrównoważonym procesem oznaczania cen.

Dzięki platformie do etykietowania w chmurze Loftware sprzedawcy detaliczni mogą spełniać wymogi regulacyjne, zmniejszać ryzyko i złożoność procesów, zapewniać identyfikowalność łańcucha dostaw, skracać czas wprowadzania produktu na rynek i optymalizować koszty z niespotykaną dotąd szybkością i zwinnością. Rozwiązanie Loftware zwiększa wydajność w rozszerzonym łańcuchu dostaw i pomaga sprzedawcom detalicznym łatwo obsługiwać różne rynki, dostosowywać się do nowych wymogów i rozszerzać wykorzystanie poza granice międzynarodowe. Więcej informacji [tutaj](#).





Największy na świecie dostawca rozwiązań do zarządzania etykietami i grafiką w chmurze dla przedsiębiorstw

Lokalizacje na całym świecie:

- USA
- Niemcy
- Wielka Brytania
- Słowenia
- Singapur

Aby uzyskać dodatkowe zasoby, odwiedź stronę:

loftware.com/resources

Bez względu na wyzwania — transformację cyfrową, czas wprowadzenia produktu na rynek czy autentyczność marki — rozwiązanie Loftware może pomóc Ci wykreować markę. Rozumiemy, jak działają globalne łańcuchy dostaw i wiemy, że każdy produkt, który wytwarzasz i wysyłasz, reprezentuje markę Twojej firmy. Firma pomaga innym firmom poprawić dokładność, identyfikowalność i zgodność, jednocześnie zwiększyć jakość, szybkość i wydajność etykietowania. Nasza kompleksowa platforma do etykietowania oparta na chmurze pomaga przedsiębiorstwom każdej wielkości zarządzać etykietami w ramach całej ich działalności i łańcucha dostaw. Nasze rozwiązania są wykorzystywane do drukowania ponad 51 miliardów etykiet rocznie. Loftware zwiększa również elastyczność łańcucha dostaw i wspiera zmieniające się wymagania klientów i przepisów, pomagając firmom zaoszczędzić ponad 200 milionów dolarów rocznie na karach. Dzięki ponad 500 ekspertom branżowym i 1000 globalnym partnerom, produkty firmy Loftware są obecne w biurach na całym świecie: w USA, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Słowenii, Chinach i Singapurze, co czyni nas zaufanym partnerem dla firm z branży motoryzacyjnej, chemicznej, badań klinicznych produktów konsumenckich, elektroniki, spożywczej i napojów, produkcji, urządzeń medycznych, farmaceutycznej, handlu detalicznego/odzieżowej i innych.