



CHALLENGE@CLIK 2019: ALLA CONCLUSIONE LA SFIDA LANCIATA DA ADIDAS

Nell'ambito della "Reverse Logistics", gli studenti si sono confrontati per trovare nuove soluzioni per la gestione dei resi degli acquisti online

Torino, 24 gennaio 2019 - Momento finale della prima Challenge@Clik 2019 presso la sede italiana di adidas a Monza, che vedrà tre team studenteschi del Politecnico di Torino presentare al management di adidas le loro soluzioni alla sfida "Reverse Logistic" proposta dalla stessa compagnia.

Nata nell'ambito delle attività di Ateneo riguardanti il trasferimento tecnologico che si svolgono presso il laboratorio CLIK - Contamination Lab & Innovation Kitchen - la challenge, lanciata da Adidas, parte dalla volontà di trovare nei lavori degli studenti potenziali soluzioni innovative per la gestione dei processi di reso che oggi l'azienda implementa nell'ambito della "Reverse Logistics" nel canale Wholesale. In un mondo sempre più globalizzato, ma con consumatori attenti e alla ricerca di soluzioni pensate e adattate alle loro preferenze, gli acquisti online registrano un trend in crescita e, di conseguenza, è aumentata anche la restituzione degli oggetti da parte dei negozi in maniera proporzionale allo sviluppo dell'e-commerce. Questo meccanismo ha generato flussi logistici sempre più articolati e processi di gestione dei resi via via più complessi.

Durante la fase iniziale, iniziata lo scorso 16 ottobre, gli studenti sono stati divisi in 5 team con competenze multidisciplinari ed hanno potuto conoscere la realtà imprenditoriale di adidas, anche visitando il centro di distribuzione italiano di Piacenza. Le soluzioni proposte sono state quindi presentate e valutate. Nella seconda fase i 3 team selezionati hanno lavorato per i due mesi successivi per sviluppare ulteriormente i loro progetti, col supporto dei mentori del CLIK. I team che sono arrivati alla fase finale: **The Involvers**, che presentano una piattaforma online basata su tecnologia RFID (tecnologia di identificazione in radio frequenza); **Copernicus**, con un'idea basata su un'applicazione mobile gestita sempre con RFID; **SelfLog**, che ha concepito una struttura online per l'ottimizzazione del percorso dei resi.

Una fase di progettazione che si è tenuta interamente all'interno del CLIK, lo spazio realizzato dal Politecnico per offrire agli studenti un luogo informale che stimoli l'incontro di background differenti, per confrontarsi con tecnologie all'avanguardia e creare progetti innovativi e prototipi pronti ad iniziare la sfida del mercato. Uno spazio che per la prima volta è stato messo a disposizione delle aziende, dando loro la possibilità di proporre challenge legate a casi di uso reale e ricevendo l'impulso per la nascita di start-up con DNA tecnologico. *"Questo metodo di lavoro basato sui problemi reali del mondo industriale - dichiara Giuliana Mattiazzo, Vice Rettore per il Trasferimento tecnologico del Politecnico di Torino - offre agli studenti una straordinaria occasione di esperienza e di arricchimento di mentalità, ed insegna loro il valore della trasversalità delle competenze utili per sviluppare progetti innovativi con reali prospettive di business e potenzialmente diventare una startup. Allo stesso tempo per il Politecnico è una modalità per creare relazioni e sinergie col tessuto imprenditoriale in ottica di sistema di trasferimento tecnologico".*

Analogamente per adidas questa esperienza rappresenta la prima occasione in Italia di interagire con studenti universitari per ottenere soluzioni customizzate che riguardano un complesso processo logistico-gestionale. *"La risposta degli studenti è stata ottima, più di 40 provenienti da diversi paesi, che hanno raccolto questa sfida in aggiunta alle loro attività accademiche - commenta Marco Viganò, Senior Manager Business Development di adidas - Insieme a Barbara Pierrì, Distribution Center Manager, hanno potuto esplorare soluzioni innovative nel campo della Supply Chain, ponendo l'attenzione su un tema di carattere tecnologico con la partecipazione di una quota femminile vicina al 50% e conoscendo da vicino i valori e i principi di adidas. Siamo entusiasti di vedere cosa produrrà la loro creatività"*.