



Al vertice. Da sinistra, Luca Tonello, general manager di Deda Stealth e ceo di Zedonk e Marco Podini, presidente esecutivo di Dedagroup e ceo di Deda Stealth

Moda e tecnologia unite nel segno di sostenibilità, omnicanalità e filiera

Stealth Day a Milano

Dedagroup ha illustrato la piattaforma pensata per le aziende del settore

Teoria e pratica; visione a medio e lungo termine e strategie da applicare nella gestione quotidiana; punti di partenza e poi di incontro, per innescare circoli virtuosi e condividere metodi e misurazioni.

La decima edizione dello Stealth Day, ieri a Milano, è stata l'occasione per riunire la «community» che

Stealth, si sono confrontati su come innovazione e tecnologie di frontiera possano interpretare le esigenze del mercato e contribuire a definire i nuovi paradigmi della moda: omnicanalità, sostenibilità, e una gestione efficiente della supply chain, su scala locale e globale, pensando sia a grandi gruppi sia a Pmi o imprese artigianali.

«Oggi tutte le organizzazioni, non solo nel fashion, devono potere «orchestrare» le informazioni di cui dispongono per ottenere valore dai dati in loro possesso – ha detto in apertura dei lavori Marco Podini, presidente esecutivo di Dedagroup e ceo di Deda Stealth –. È giusto ad esempio discutere di ogni

derla come abilitatore di efficienza e velocità. Occorre un approccio concreto, pragmatico, e al tempo stesso consapevole del proprio impatto, come persone e come aziende, e dell'importanza di utilizzare dati affidabili, sicuri, accessibili».

Del ruolo specifico di Stealth ha parlato Luca Tonello, general manager di Deda Stealth e ceo di Zedonk, azienda acquisita nel 2022 da Dedagroup: «Anticipare nuove tendenze e sfruttare la tecnologia per rispondere alle esigenze di oggi e a quelle di domani è ciò che ci rende pionieri, di fatto, da 30 anni e a maggior ragione in questo tempo, dove tutto è accelerato. Grazie a gruppi di lavoro agili e flessibili riusciamo a integrare i nostri software con tecnologie di nicchia – ha aggiunto Tonello –. Lo stiamo vedendo con l'applicazione dell'intelligenza artificiale e lo abbiamo visto con il modulo sulla sostenibilità, che permette alle aziende di monitorare le proprie performance in questo ambito lungo tutta la catena del valore».

Il confronto tra Giulia Pesucci, responsabile organizzazione, risorse umane e tecnologie di Tivoli Group, azienda toscana di pelletteria, e Andrea Agnolucci, ceo di Deep, ha riportato l'attenzione sulle Pmi della filiera e ha messo in luce come la trasformazione digitale dell'impresa sia fondamentale per sprigionare il massimo del suo potenziale, a maggior ragione per una Pmi. «La transizione digitale non va però imposta, ma spiegata, accompagnata – ha sottolineato Giulia Pesucci –. In Tivoli lavorano artigiani e manager di generazioni diverse, la tecnologia deve aiutarli