



PITTI IMMAGINE



SUMMIT
2022

**e-P Summit 2022:
*Shaping the Digital Future of Fashion.***

**Il 4 e il 5 maggio 2022
alla Stazione Leopolda di Firenze**

Nuovo il formato, nuova la direzione scientifica e nuove la sede e la data: **e-P Summit**, il **4** e il **5 maggio 2022** alla **Stazione Leopolda di Firenze**, è l'appuntamento di Pitti Immagine dedicato ai rapporti tra la moda e il mondo digitale. Dopo oltre un decennio, inclusa la sospensione forzata delle ultime due stagioni, **e-P Summit** volta pagina e pone la sua candidatura alla leadership europea in questo ambito: ***Shaping the digital future of Fashion*** è il sottotitolo dell'evento, nonché la sua promessa.

Il direttore scientifico è **Rinaldo Rinaldi**, docente del Dipartimento di Ingegneria Industriale dell'Università di Firenze, che da molti anni lavora sul rapporto tra i grandi brand della moda e del lusso e le ICT (*Information and Communication Technologies*) per la transizione digitale dell'intera filiera.

Il nuovo **e-P Summit** coniuga in **formula inedita** momenti di approfondimento e confronto diretto: i team e gli addetti IT delle aziende e tutti coloro che si interessano agli strumenti digitali applicati al mondo fashion e del lusso potranno incontrare direttamente i fornitori di innovazioni per scoprire le migliori soluzioni software e hardware per il proprio business, ma anche prendere parte al dibattito sul futuro del settore con un ricco programma di talk e interventi di ospiti autorevoli.

"Il formato del **Summit** – **spiega Rinaldi** – mette insieme elementi di convegnistica con l'organizzazione fieristica. Sono le aziende della moda a presentare le proprie esperienze davanti ai fornitori di soluzioni e strumenti di innovazione digitale, i quali hanno poi la possibilità di presentare i propri servizi e prodotti nella sezione espositiva e nelle fasi di networking. Per analogia, parlerei di una *logica discorsiva* più che una direttamente commerciale, anche se poi è proprio l'approfondimento consentito e stimolato dal confronto che pone le premesse e facilita un successivo rapporto economico più centrato ed efficace. E' evidente come il credito di Pitti Immagine nel mondo della moda internazionale e il suo approccio trasversale, che unisce cultura ed economia, siano in questo caso elementi ancor più decisivi per il successo di questo evento".

Nei due giorni del Summit, un ricco programma di presentazioni e interventi live di ospiti autorevoli animeranno gli spazi della Stazione Leopolda e saranno amplificati in digitale su Pitti Connect. **I temi al centro dei due giorni di confronto e dibattito** saranno, tra gli altri:

lo sviluppo digitale dei processi creativi e produttivi alla base delle nuove collezioni, con particolare attenzione alla manifattura artigianale; le nuove *supply chains*; la transizione digitale a sostegno dell'ecologia e dell'economia circolare; l'integrazione tra la distribuzione tradizionale e i canali dell'e-commerce; strategie per i social media; i modelli di ingaggio e analisi dei clienti consumatori; l'Internet of Things; Intelligenza Artificiale e *Machine Learning*; utilizzo e protezione Big Data e il Cloud; la Blockchain; il Metaverso e la creazione, lo scambio e la fruizione dei NFT etc.

"I profondi cambiamenti tecnologici ed economici globali in corso da tempo e l'accelerazione che ad essi è venuta negli ultimi due anni dalla crisi pandemica – **aggiunge Claudio Marenzi, presidente di Pitti Immagine** – hanno fatto emergere modelli di



PITTI IMMAGINE



SUMMIT
2022

business in cui la componente digitale è sempre più determinante. E' questo che ci ha spinto a dare nuova forza a **e-P Summit**. Metteremo la nostra esperienza, anche di comunicazione e promozione, e le competenze della direzione scientifica al servizio del sistema delle imprese, fiduciosi nel fatto che il risultato finale sarà maggiore della somma degli addendi”.

I partner del progetto: Accenture, Google Cloud, Meta e TIM

Sono questi i **quattro grandi player mondiali coinvolti in qualità di partner** nel definire i temi e le azioni del nuovo progetto e-P Summit, inteso sia come occasione di incontro e confronto sia come contenitore di idee a più ampio raggio

Accenture

Accenture è un'azienda globale di servizi professionali con capacità avanzate in campo digitale, nel cloud e nella security. Combinando un'esperienza unica e competenze specialistiche in più di 40 settori industriali, fornisce servizi in ambito Strategy & Consulting, Interactive, Technology e Operations. Accenture abbraccia la potenza del cambiamento per creare valore e successo condiviso per i clienti, le persone, gli azionisti, i partner e le comunità.

Google Cloud

La società tra i leader mondiali nella tecnologia cloud che fornisce alle aziende servizi e soluzioni di analisi dati e intelligenza artificiale basati su un'infrastruttura innovativa e scalabile. Google Cloud supporta le aziende del fashion nel loro processo di digitalizzazione attraverso la comprensione, gestione e analisi dei dati e l'abilitazione di soluzioni di intelligenza artificiale in grado di innovare i processi aziendali e unire sempre più il mondo fisico a quello digitale, il tutto sul cloud più pulito del settore.

Meta

Meta costruisce tecnologie che aiutano le persone a connettersi tra loro, trovare community e far crescere le imprese. Quando Facebook è stato lanciato nel 2004, ha cambiato il modo in cui le persone si connettono. App come Messenger, Instagram e WhatsApp hanno aiutato ancor più miliardi di persone in tutto il mondo a connettersi tra loro. Ora Meta sta guardando oltre gli schermi 2D, verso esperienze immersive come la realtà aumentata e virtuale per contribuire a costruire la prossima evoluzione della tecnologia sociale.

TIM

TIM è il gruppo leader in Italia e in Brasile nel settore ICT, sviluppa infrastrutture fisse, mobili, cloud e datacenter e offre servizi e prodotti per le comunicazioni e l'intrattenimento, ponendosi all'avanguardia delle tecnologie digitali. TIM rivolge la sua offerta a cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, oltre che al mercato wholesale e si avvale di digital companies specializzate che realizzano soluzioni, anche in partnership con gruppi di primaria importanza: *Noovle* è la cloud company di TIM, *Olivetti* è il polo digitale con focus sullo sviluppo di soluzioni Internet of Things, *Tel/sy* opera nel settore della cybersecurity e *Sparkle* realizza e mette a disposizione infrastrutture e servizi internazionali. *Kena* è il second brand di telefonia mobile del gruppo, mentre TIMVision, produce e distribuisce contenuti di entertainment.

Nello sviluppo del business il gruppo ha fatto propria una strategia improntata alla sostenibilità che si poggia su obiettivi di climate strategy, economia circolare, crescita digitale e gender equality, e si prefigge di diventare carbon neutral nel 2030 e raggiungere le zero emissioni nette entro il 2040.



PITTI IMMAGINE



SUMMIT
2022

Le aziende protagoniste di e-P Summit 2022

Tra le aziende che partecipano a questa nuova edizione ci sono:

Brand Up Solutions, Assyst, Besight, Crea Solutions, Dyna Brains, Hyphen - Group, Joor, Lectra Italia, Logic & DV-5, Ot Consulting, Prisma Tech, Protocube Reply, Remira, S3k, Sedapta, Sopra Steria, Tesisquare, Vistex, Wuerth Phoenix & K3, Zakeke.

All'interno del portale www.pittimmagine.com, accanto agli altri saloni Pitti, è disponibile lo spazio dedicato a **e-P Summit**, integrato anche nel progetto digitale Connect.

Agenda eventi

Sono oltre 20 le presentazioni e gli eventi in programma nei due giorni, consultabili per tutti i dettagli al seguente link:

<https://epsummit.pittimmagine.com/it/agenda>

Tra queste segnaliamo:

_ Lo speciale panel dedicato alla sostenibilità

Giovedì 5 maggio, dalle 9.30 alle 11.00, lo speciale panel dal titolo **"Conoscenza e trasparenza: la filiera moda come punto di partenza"** dedicato al tema della sostenibilità e della trasparenza delle filiere del fashion e alle strategie più efficaci per accrescere la consapevolezza del consumatore finale. Con la partecipazione di **Orsola De Castro** (Founder and Creative Director, Fashion Revolution), **Caterina Occhio** (Csr and Sustainability Advisor). Modera il giornalista di moda **Antonio Mancinelli**.

_ Tavola rotonda: Il futuro del retail e il nuovo ruolo dei negozi fisici

Giovedì 5 maggio, dalle 16.30 alle 17.15, anche un panel con i Chief Information Officer di alcuni tra i più importanti fashion brand internazionali per discutere di come nonostante i profondi cambiamenti subiti dal mondo del retail, i negozi fisici restino un punto di riferimento indispensabile per i brand del lusso, rappresentando un elemento distintivo dove l'acquisto tenderà a trasformarsi in qualcosa di sempre più simile a un evento, per il quale i clienti di alto profilo sono disposti a pagare.

Con la partecipazione di: **Antonio Farini** (Group CIO, Group CEO CRM, Group CEO digital division & e-commerce, Max Mara Fashion Group), **Antonio Fratta Pasini** (Head of IT, Calzedonia Group), **Giacomo Santucci** (Presidente Camera Buyer Italia). **Modera Marc Sondermann**, Editor in Chief e CEO, FASHION Magazine.

Rinaldo Rinaldi è affiancato nella selezione dei temi e dei contenuti dell'evento da un **Comitato Scientifico** composto da docenti universitari, esperti e dirigenti di alto livello delle imprese di settore. Ne fanno parte:

Alfonso Cinque, BIT Chief of Strategy and Technology (CTO)/Global BIT Corporate and Retail Solutions Director, Gucci; **Marco Coianiz**, Chief Information Officer, Golden Goose; **Gregorio De Nardi**, Operations Director, Acqua di Parma; **Antonio Farini**, Group CIO, Group CEO CRM, Group CEO digital division & e-commerce, Max Mara; **Andrea Gandolfi**, IT industrial director, Prada Group; **Gabriele Gianello**, Head Of Digital, OTB; **Luca Isidori**, ICT Manager, Peuterey; **Mirco Lucchetta**, ICT Associate Director EMEA and HQ, Safilo; **Luca Malacarne**, Chief Information Officer, Stella McCartney; **Luigi Marzetti**, Supply Chain Manager, Stella McCartney; **Davide Nebbia**, Chief Information and Digital Officer, Moleskine; **Massimo Olivetti**, Head of Business & Omnichannel Innovation, Missoni; **Simone Pacciarini**, Chief Innovation Officer, Armani; **Gianluca Pancanti**,



PITTI IMMAGINE



SUMMIT
2022

Production & Purchasing Planning LG&SLG, Christian Dior; **Emanuele Peron**, Chief Information Officer, Marzotto; **Andrea Pertici**, Chief Information Officer, Gucci; **Alessandro Ponti**, Chief Information Officer, Paul & Shark; **Fabio Pratesi**, IT Manager, Celine; **Leonardo Raineri**, Innovation Manager, Miroglio; **Roberto Raspini**, Chief Information Officer, Emilio Pucci Srl (LVMH Group); **Marco Ruffa**, Digital Transformation Director, Pinko; **Giovanni Sartori**, Director of Applications and IT Solutions, Moncler; **Andrea Sbisà**, IT Director, Stefano Ricci; **Cristiano Simonetto**, Group Digital transformation, Chief Information Officer and E-commerce director, Tod's; **Giulia Staffieri**, Chief Digital, Golden Goose; **Giulia Valle**, IT manager, Herno; **Tommaso Vanni** - Kering, Senior Manager - Fashion & Luxury, Accenture; **Andrea Veroni**, Chief Information Officer, Liu Jo; **Giacomo Viglietta**, Head of IT, Philip Plein; **Adriano Voglino**, Chief Information Officer, Bottega Veneta.

Per registrarsi e partecipare a e-P Summit, per tutti i dettagli sulle aziende protagoniste e l'agenda delle presentazioni e degli eventi consulta:

epsummit.pittimmagine.com

Firenze, 3 maggio 2022

Main partner di Pitti Immagine:

