

# TERTIUM



*Creatività' Technologie Persone*

70% dei clienti si aspettano di vivere esperienze di acquisto nuove nel prossimo futuro (Doxa)

88% vuole processi fluidi fra on line ed off line (Doxa)

75% dei clienti vuole maggiore personalizzazione (Doxa)

86% sceglie un negozio per lo staff empatico e formato (Doxa)

82% crede che la AI migliorerà la loro esperienza d'acquisto (Doxa)

78% degli staff di negozio non si sente ascoltato dall'azienda (Tertium)

93% degli staff del negozio ritiene di avere bisogno di formazione (Tertium)

# I GRANDI CAMBIAMENTI IN ATTO NELLA MODA

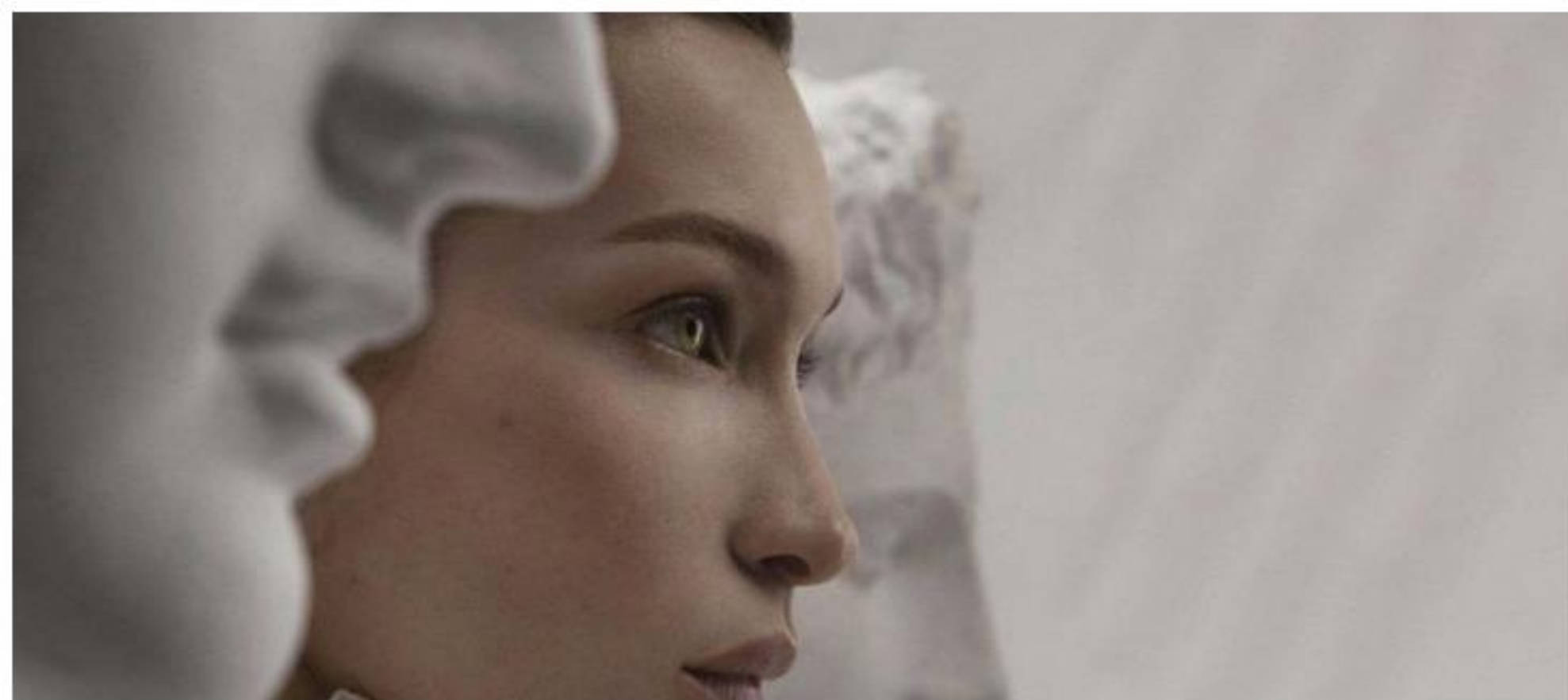


**TERTIUM**  
*Creatività. Tecnologie. Persone*

# Il modello moda è morto?

È di certo morto il modello che fa del **cliente** uno **sconosciuto**, che condanna i **dipendenti al disagio** e che obbliga il **management** ad una prospettiva di **breve periodo**.

Ma se ci spingiamo oltre, possiamo vedere un **mondo moda** che punta su **Identità e Partecipazione**; in cui i clienti e i dipendenti sono **parte integrante dell'azienda**. Un mondo in cui la AI permette di essere veloci sia nella diagnostica dei problemi che nella esecuzione delle soluzioni.



**TERTIUM**  
Creatività Tecnologie Persone

# IL MODELLO PARTECIPATIVO NELLA MODA

Personalizzazione e velocità  
grazie all'intelligenza artificiale

Francesco Aimi (a cura di)



FrancoAngeli

## Perchè TERTIUM?

**Francesco Aimi:** "Tre anni fa ho intravisto l'arrivo dell'AI e ho iniziato a meravigliarmi - e spaventarmi - delle sue potenzialità. Oggi lancio Tertium – Creatività, Tecnologie e Persone, una società di consulenza dedicata all'AI per la moda e il lusso.

Perché? Perché il settore sta collassando e non si rialzerà usando le logiche tradizionali..

In questi anni ho scoperto tanto, ipotizzato un nuovo modello organizzativo, ridisegnato processi, scritto un libro per Franco Angeli, affinato AI tools e costruito un team straordinario per aiutare le aziende nella adozione di processi AI based.

E questo è solo l'inizio..."

# COSA FACCIAMO?



I nostri processi re-designed:

## ENGAGED ORGANIZATION

- AMPLIFIED HR
- FUTURE-READY RECRUITING
- TRANSFORMATIVE TRAINING

## BESPOKE CUSTOMER EXPERIENCE

- OMNIRETAIL

## CUSTOMER & BRAND BONDING

- ENHANCED COMMUNICATION
- AGILE COLLECTION

I progetti trasformativi in collaborazione con ICRIM e  
Università Cattolica:

- AI ADOPTION
- AI FASHION TRANSFORMATION HUB
- Executive master AI-Driven Business Models

I nostri progetti custom:

**Progetti costruiti con il cliente**

# ENGAGED ORGANIZATION AMPLIFIED HR



## Efficienza Operativa

Riduzione delle attività manuali ripetitive grazie all'automazione tramite AI.  
Snellimento dei processi HR e manageriali, con meno burocrazia e più azione.  
Maggiore rapidità decisionale, con dati e insight sempre disponibili.

## Sviluppo delle Persone

Più tempo dedicato alla crescita del team, alla motivazione e al coaching.  
Manager più presenti e disponibili per affrontare esigenze e criticità.  
Relazioni più forti e autentiche tra manager e collaboratori.

## Performance Aziendale

Aumento dell'engagement e della produttività del personale.  
Maggiore retention: le persone restano dove si sentono viste e seguite.  
Clima aziendale più positivo, con impatto diretto su risultati e collaborazione.

## Cultura Organizzativa

Focus sulla leadership relazionale e sul valore umano all'interno dei team.  
Sviluppo di una cultura orientata al benessere e all'ascolto.  
Innovazione nel modo di gestire, in linea con i bisogni delle nuove generazioni.

# ENGAGED ORGANIZATION

## TRANSFORMATIVE TRAINING



### **Impatto diretto su performance e competenze**

Formazione realmente utile: i contenuti rispondono ai bisogni reali delle persone e del business.

Crescita delle competenze rilevanti, subito spendibili nel lavoro quotidiano.

Maggiore efficacia operativa: ogni persona è più preparata e autonoma nel proprio ruolo.

### **Maggiore coinvolgimento delle persone**

Approccio partecipativo che valorizza il punto di vista dei collaboratori.

Aumento della motivazione grazie a percorsi formativi sentiti come utili e personalizzati.

Più engagement e senso di appartenenza, perché le persone si sentono ascoltate e investite.

### **Formazione continua e sostenibile**

Processo fluido e adattabile nel tempo, non un evento una tantum.

Aggiornamento costante in linea con le evoluzioni del contesto e delle esigenze aziendali.

Modello scalabile che può crescere insieme all'organizzazione.

### **Efficienza ed evoluzione**

Passaggio da “formazione obbligatoria” a “formazione desiderata”.

Ottimizzazione di ogni fase del ciclo formativo: dai bisogni al docente, tutto è potenziato.

Riduzione degli sprechi di tempo e risorse, grazie a un disegno preciso e mirato.

Tecnologia e metodo al servizio della qualità e non del formalismo.

# ENGAGED ORGANIZATION

## FUTURE- READY RECRUITING



Per adottare l'evoluzione organizzativa riteniamo fondamentale tre aspetti:

- ✓ Valutazione delle nuove competenze
- ✓ Lettura organizzativa
- ✓ Ricerca competenze complementari al gruppo

Tertium effettua ricerca delle figure adatte ad integrare l'organizzazione preparandola al futuro

# BESPOKE CUSTOMER EXPERIENCE OMNIRETAIL



## Esperienza cliente superiore

Percorso d'acquisto fluido e coerente tra canali fisici e digitali.

Personalizzazione reale dell'esperienza, prima, durante e dopo la visita.

Cliente al centro: può co-creare la propria esperienza con il brand, sentendosi protagonista.

## Aumento di vendite e conversioni

Proposte più mirate e rilevanti, grazie al supporto intelligente per sales assistant e CRM.

Maggiore tasso di conversione, sia in store che online.

Cross-selling e up-selling più efficaci, basati su preferenze e comportamenti del cliente.

## Fidelizzazione e valore nel tempo

Crescita della loyalty grazie a interazioni rilevanti e memorabili.

Relazione continua con il cliente, anche dopo l'acquisto.

Aumento del valore medio per cliente (CLV) nel lungo periodo.

## Integrazione omnicanale semplificata

Un unico processo integrato, semplice da gestire per l'azienda e trasparente per il cliente.

Supporto concreto ai team di vendita e marketing, che lavorano in sinergia.

Nessuna frattura tra fisico e digitale, ma un ecosistema coerente.

# CUSTOMER & BRAND BONDING

## ENHANCED COMMUNICATION



### Comunicazione più efficace

Maggiore velocità e reattività nella comunicazione interna ed esterna.

Riduzione dei tempi di risposta ai bisogni e ai segnali del mercato o dei collaboratori.

Eliminazione degli sprechi legati a modalità comunicative obsolete o inefficaci.

Oggi non serve più scegliere tra “parlare a tanti” e “essere rilevanti”. Con gli strumenti digitali e l’AI possiamo fare comunicazione personalizzata su larga scala, a costi molto più bassi rispetto ai media tradizionali come la TV

### Coinvolgimento attivo

Processo partecipativo che stimola la collaborazione e l’interazione.

Miglioramento della qualità del dialogo tra azienda e pubblico (interno o esterno).

Incremento della fiducia e del senso di appartenenza, grazie a un ascolto autentico.

### Allineamento strategico

Comunicazione coerente con i valori e gli obiettivi aziendali.

Possibilità di adattare rapidamente il messaggio a contesti e pubblici diversi.

Scelta più consapevole dei contenuti e dei canali, in base all’ascolto continuo.

### Innovazione culturale

Passaggio da comunicazione top-down a modelli dialogici.

Azienda più moderna, flessibile e in sintonia con il proprio ecosistema.

Costruzione di relazioni solide e durature, fondate su fiducia e reciprocità.

# CUSTOMER & BRAND BONDING

## AGILE COLLECTION



### Velocità e tempestività

Riduzione drastica dei tempi di sviluppo collezione, per rispondere a un mercato in continuo cambiamento.

Decisioni rapide ma consapevoli, basate su dati concreti e ascolto costante.

### **Eliminazione di passaggi potenzialmente conflittuali nel processo creativo e produttivo e vero ascolto del cliente.**

Processo data-driven e ascolto reale, del cliente senza interpretazioni soggettive

Analisi avanzata dei dati di mercato, sell-out e comportamento cliente.

Ascolto sistematico degli interlocutori chiave (retail, buyer, clienti finali).

Miglior allineamento tra desideri del consumatore, identità del brand e proposta prodotto.

### Collezioni più mirate e performanti

Prodotti centrati sui bisogni attuali e reali, non su previsioni lontane e incerte.

Maggiore coerenza tra brand identity e proposta commerciale.

Riduzione degli invenduti e migliore gestione dello stock.

### Vantaggio competitivo duraturo

Brand percepito come attuale, veloce, reattivo e rilevante.

Più competitività sul mercato, grazie a collezioni che “parlano” davvero al consumatore.

Maggiore sostenibilità economica e creativa del ciclo prodotto.

# PROGETTI TRASFORMATIVI

**In collaborazione  
con ICRIM e  
Università Cattolica**



## AI ADOPTION

Due giornate di confronto con il management per condividere

- Le potenzialità della AI
- I diversi modelli di adozione
- Come trasformare i processi aziendali

## AI FASHION TRANSFORMATION HUB

Confronto aperto e sistematico fra managers sui temi caldi della AI TRANSFORMATION in logica laboratoriale

- Incontri fisici presso l'Aula Magna della Università Cattolica
- Aggiornamenti on line su novità e best practice
- Tavoli tematici e funzionali

## Executive master AI-Driven Business Models

Condizioni di favore per la partecipazione

# PROGETTI CUSTOM

Ogni cliente ha esigenze diverse e possiamo seguire le sue specificità.

Il processo è semplice:

- Ascolto delle necessità e desideri del cliente
- Presentazione di ventaglio di soluzioni di processo e tecnologico
- Condivisione e sviluppo del POC (Proof of Concept)
- Sviluppo del definitivo del processo e della prodotto tecnologico



# LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

The logo for ICRIM, featuring the word "ICRIM" in a large, black, serif font, underlined.

ICRIM - The International Center of Research in International Management dell'Università cattolica del Sacro Cuore con cui è in via di formalizzazione una collaborazione che consente di creare una sinergia di valore per le aziende clienti

The logo for TERTIUM, featuring the word "TERTIUM" in a large, bold, orange sans-serif font. Below it, in a smaller, italicized, dark blue font, is the tagline "Creatività. Tecnologia. Persone".

Divisa in Practice all'apice delle quali troviamo un manager esperto. Tertium è partner del cliente dal re-design dei processi fino alla definizione del POC (proof of concept)



E' la «fabbrica» delle soluzioni tecnologiche. Una JV con una primaria software house che nasce con la missione di trasformare i POC in prodotti solidi e stabili

The logo for TERTIUM, featuring the word "TERTIUM" in a large, bold, orange sans-serif font. Below it, in a smaller, italicized, dark blue font, is the tagline "Creatività. Tecnologia. Persone".

# LE NOSTRE PERSONE

## *Occorre conoscere bene i processi per poterli cambiare*

Francesco Aimi, fondatore e Practice leader coordinator di Tertium, è manager, consulente e docente con oltre 25 anni di esperienza in business development, marketing e retail. Ha lavorato in realtà come Volkswagen, Mandarin Duck e A.Testoni, ricoprendo ruoli di responsabilità commerciale e marketing. Dal 2009 affianca l'attività di consulente e imprenditore a quella accademica, insegnando presso 24ORE Business School, Tongji University e Università Cattolica per il master *AI-Driven Business Models*. Membro dell'Advisory board dell'AI TRANSFORMATION HUB di ICRIM e autore del libro "Il modello partecipativo nella moda. Personalizzazione e velocità grazie alla intelligenza artificiale" per Franco Angeli Editore.



Paolo Catti, practice leader per la AI adoption, è docente a contratto di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore. Dal 2021 collabora con la Fondazione DIG421, occupandosi di innovazione, open innovation e intelligenza artificiale nell'area manifatturiera. È Digitalization Practice Director in TDX e, prima, Associate Partner di Partners4Innovation (Digital360 Group). Per oltre 15 anni ha lavorato al Politecnico di Milano, come Head of Research nell'area B2B degli Osservatori Digital Innovation di cui è stato co-founder. La sua carriera combina ricerca, consulenza e sviluppo di strategie digitali per imprese e istituzioni.



Paolo Mascio è un manager con una carriera internazionale nel fashion e nel consumer goods. Oggi Practice leader per un retail omnicanale, dal 2021 al 2025 è Chief Regional Officer US, Middle East e APAC per YOOX NET-A-PORTER GROUP, dopo essere stato President di Yoox e The Outnet e in precedenza President Online Flagship Stores. Entrato in Yoox nel 2009, ha ricoperto diversi ruoli chiave nella crescita e gestione degli store online. Prima ha maturato esperienze come Marketing & Communication Director e International Retail Director in Mandarin Duck, oltre a incarichi in Coca-Cola Italia, Gruppo Editoriale L'Espresso e Kraft Jacobs Suchard. La sua expertise integra brand management, retail internazionale e strategie digitali.



# LE NOSTRE PERSONE

***Occorre conoscere bene i processi per poterli cambiare***

Silvia Marone è una professionista del retail e della formazione con oltre 20 anni di esperienza tra moda e design. Attualmente è Retail Manager presso Gerardo Sacco e Practice Leader Training in Tertium, dopo aver collaborato con Miroglio Group e Amelie Milano come trainer e senior manager. In precedenza ha ricoperto ruoli di responsabilità in Pinko e Luisa Spagnoli, guidando la formazione retail e la gestione di boutique. Ha iniziato la sua carriera nell'interior design e nella progettazione di corsi formativi per enti e istituzioni. Le sue competenze spaziano da CRM, coaching e customer experience fino a leadership, formazione e gestione delle performance.



Stefania Benigni, laureata in scienze statistiche ed economiche è una manager e docente con oltre 25 anni di esperienza nel merchandising, design e retail management. Dal 2025 è Practice Leader Merchandising and Design in Tertium, dopo aver ricoperto ruoli globali in Geox, Gruppo Teddy, Nike, Piazza Italia e Champion Europe. Ha iniziato la carriera in Mandarina Duck e Furla, per poi trascorrere oltre 8 anni in Nike, dove ha guidato merchandising e business development in diverse categorie. Parallelamente insegna in vari Master come guest speaker dal 2014 in vari istituti, formando le nuove generazioni di professionisti della moda. La sua expertise unisce la creatività e le capacità analitiche, generando una solida strategia di prodotto, design, buying e sviluppo retail internazionale.



Mariano Zumbo, oggi è practice leader comunicazione di Tertium. Fondere idee disruptive con il buon senso dell'acume imprenditoriale è l'abilità distintiva di Mariano Zumbo. Mariano è un imprenditore, energico e leader visionario spinto da una passione contagiosa. Passione per far crescere marchi premium attraverso una creatività significativa e mirata e per costruire team coesi ad alte prestazioni. La sua carriera è iniziata nelle principali agenzie pubblicitarie in Italia. Successivamente è entrato in Nike, dove ha trascorso 20 anni guidando team e campagne locali, regionali e globali; coprendo l'intero spettro del marchio; dalle collaborazioni di moda alle performance sportive. Tornando in Italia, Mariano ha trascorso 2 anni guidando il team creativo globale di Maserati, ideando e producendo tutti i contenuti e eventi del marchio.



# LE NOSTRE PERSONE

***Occorre conoscere bene i processi per poterli cambiare***

**Paolo Bersan** è Practice Leader HR & Recruiting di Tertium, specializzato nell'abilitare la transizione delle aziende verso il modello partecipativo. Attualmente è Advisor per &Forward Consulting Group e Partner in Arethusa, dopo aver consolidato la sua esperienza come Partner in digitYou, Elan e GSO Assessment & Development. Ha iniziato la carriera in società di executive search e management consulting, coprendo ruoli dal recruiting tecnico fino alla consulenza strategica per il top management. Con oltre 30 anni di esperienza, ha sviluppato una profonda expertise in ricerca, selezione e sviluppo organizzativo. Oggi supporta le imprese nel change management e nell'evoluzione delle risorse umane.



**Federica Berti** è Practice Leader di Tertium per la People Satisfaction, dove guida progetti di valorizzazione delle persone nelle organizzazioni. Dopo una carriera aziendale come revisore legale (PricewaterhouseCoopers, Analisi) e responsabile amministrativo (Gruppo Tecnopali, Gruppo Value Retail) ha intrapreso un nuovo percorso professionale in ambito psicologico. Ad oggi svolge attività di psicoterapia ad indirizzo sistemico relazionale (terapie individuali, di coppia, familiari) ed è psicologa giuridica. Integra le sue competenze con pratiche di uso della voce per la comunicazione efficace. La sua esperienza unisce business, psicologia e sviluppo umano per supportare la trasformazione organizzativa.



**Marco Crisci**, Practice leader progetti custom, in carriera ha coperto ruoli di crescente responsabilità nelle divisioni sales e retail in aziende italiane ed internazionali operanti in numerosi settori del fashion, sportswear e luxury, come Conte of Florence, Jaguar Cars, Cisalfa Sport, GB. Pedrini, Progetto Profumeria, Boscolo Hotels, Nespresso. Dal 2009 ha affiancato alla sua attività di manager e consulente quella di professore a contratto presso Polimoda, IED e altre università internazionali, insegnando fashion e luxury business management in lingua italiana ed inglese.



# LE NOSTRE PERSONE

*Occorre conoscere bene i processi per poterli cambiare*

Emanuele Morelli è AI Creative Designer di Tertium ed è specializzato in fashion AI e generative design, coordinando un gruppo di giovani designer internazionali. Collabora con realtà internazionali come Chima, Limitless Innovation, Refabric e Luma AI, sviluppando contenuti e narrazioni estetiche tramite AI. Ha esperienza come AI Art Director e Prompt Designer, combinando design tradizionale e tecnologie generative. Ha iniziato nel graphic design e curatela di mostre, evolvendo verso progetti digitali e AI-driven. La sua expertise integra creatività, moda, AI e tecnologie emergenti per applicazioni innovative su larga scala.



Luca Bottero è Responsabile dei Tools AI-Based e del Data Management di Tertium, specializzato nello sviluppo e deployment di applicazioni AI e ML end-to-end. Ha esperienza come consulente e sviluppatore freelance, curando server, frontend e gestione dei dati per progetti complessi. È laureato in Fisica Teorica, con tesi su tecniche di machine learning applicate a collisioni p-p all'Università di Torino. Co-fondatore e vicepresidente del Machine Learning Journal Club, contribuisce alla ricerca e alla divulgazione nel campo dell'AI. La sua esperienza combina data analysis, ML, problem solving e gestione tecnologica per applicazioni innovative.



Our partners-in-crime



Some of our Clients

TESSABIT



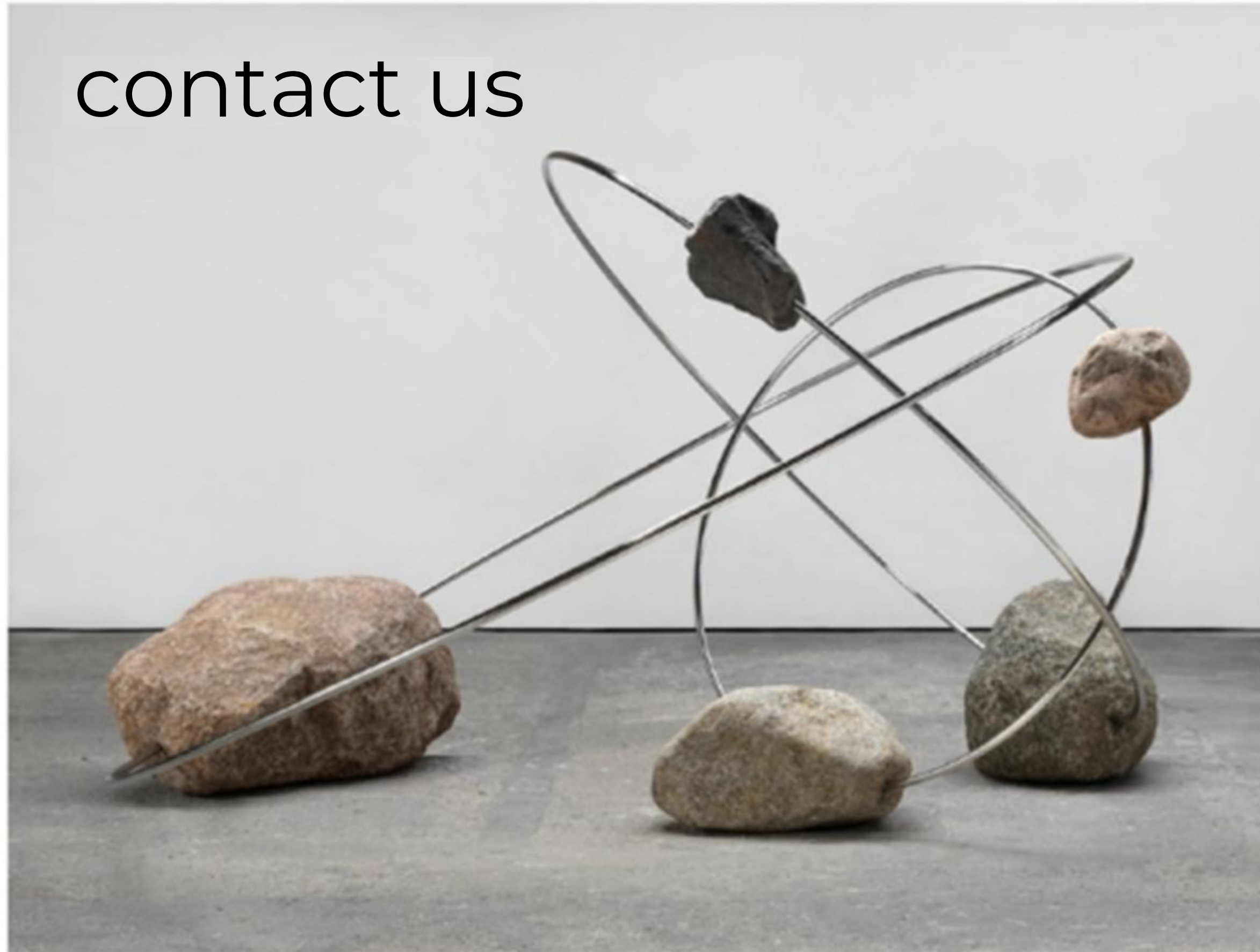
COCCINELLE



MOSCHINO



contact us



[info@tertiumretail.com](mailto:info@tertiumretail.com)

Linkedin:

Tertium – Creatività Tecnologie e Persone

**TERTIUM**  
creatività, tecnologie, persone