



## Come i marchi di moda predicono il futuro

La gestione dell'inventario è un mistero anche per i più grandi players dello spazio, perché richiede non solo un agile processo decisionale dal lato della produzione, quando arrivano gli ordini, ma anche un senso di preveggenza. La tecnologia recente, tuttavia, potrebbe essere un importante punto di svolta, ma solo se i rivenditori la utilizzano nel modo giusto.

New York, Stati Uniti, 16 Agosto 2019  
The Business of Fashion  
di Cathaleen Chen

[...] "L'apprendimento automatico è solo una correlazione di steroidi, un'evoluzione di input e output", ha dichiarato Fabrizio Fantini, fondatore di Evo, una start-up che utilizza diversi tipi di dati, come lo storico delle vendite, i trend globali, il meteo, per prevedere in che modo diversi stili di abbigliamento performeranno in vari mercati, o anche in singoli negozi. "È la versione plug and play di ciò che eravamo soliti fare manualmente, con Excel."

Ma l'intelligenza artificiale non è destinata a sostituire i responsabili acquisti tradizionali, ha aggiunto Fantini di Evo. "Il lavoro cambia, ma nel mio mondo, i gestori dei negozi hanno ancora una visione d'insieme e la capacità di controllare l'inventario", ha detto. "I miei clienti, hanno effettivamente assunto più persone".