



Dedapulse 2026, tecnologia e fattore umano al centro del confronto sul futuro di aziende, persone e territori

Descrizione

(Adnkronos) Sono stati oltre 800 gli imprenditori, manager, innovatori e analisti ad aver partecipato a Dedapulse 2026, l'evento di Dedagroup, gruppo tecnologico di riferimento in Italia che opera a livello internazionale accelerando il business e la digitalizzazione di oltre 4.000 clienti, e che ogni anno esplora l'evoluzione della tecnologia. La nuova edizione "Shape your future. Stay human", che ha coinvolto più di 60 speaker nazionali e internazionali e 20 partner e sponsor, ha rappresentato un momento di confronto sui nuovi equilibri tra intelligenza artificiale, trasformazione digitale e valore umano esplorando come queste dimensioni possano tradursi in impatto concreto per imprese e organizzazioni.

Al centro del dibattito, la necessità di accompagnare aziende e istituzioni nella transizione verso modelli sempre più AI-driven, garantendo al tempo stesso un utilizzo etico, responsabile e consapevole dell'intelligenza artificiale. In questo scenario Dedagroup si propone come abilitatore tecnologico, in grado di accompagnare le organizzazioni - large corporate, Pubblica amministrazione, mondo finanziario e fashion & Luxury - nella progettazione di nuovi modelli di business, in cui l'intelligenza umana guida la tecnologia per moltiplicare le possibilità e trasformare in realtà ciò che fino a poco tempo fa sembrava impossibile.

Ad aprire i lavori Marco Podini, presidente esecutivo e ceo di Dedagroup, insieme a Marco Landi, imprenditore e investitore ed ex chief operating officer di Apple, e Renato Soru, imprenditore e fondatore di Tiscali e oggi alla guida di Istella. Il confronto ha affrontato alcune delle principali sfide legate all'evoluzione dell'intelligenza artificiale: il suo impatto sui modelli economici, il ruolo delle grandi piattaforme tecnologiche e la necessità per l'Europa di rafforzare le proprie competenze industriali per giocare un ruolo di primo piano nella nuova rivoluzione tecnologica.

"Stiamo entrando in una fase in cui l'intelligenza artificiale diventa realmente centrale per imprese e istituzioni", ha commentato Marco Podini, presidente esecutivo e ceo di Dedagroup. "Non parliamo più di scenari futuri ma di strumenti che aiutano le organizzazioni a progettare un nuovo

mondo più reattivo, sostenibile e intelligente. Un mondo in cui l'intelligenza umana guida la tecnologia per moltiplicare le possibilità e generare valore reale per imprese, amministrazioni e cittadini. In Dedagroup abbiamo scelto di presidiare tutta la catena del valore dell'AI: dalle infrastrutture ai modelli, fino alle piattaforme applicative integrate nei settori in cui operiamo - dalla finanza al fashion, dalla Pubblica Amministrazione all'industria - mettendo etica e umanità al suo centro. Solo così l'intelligenza artificiale può diventare un vero motore di conoscenza e decisione per le organizzazioni, con il massimo controllo, sicurezza e aderenza ai contesti regolati in cui operano le imprese europee.

Se la tecnologia è davvero al servizio dell'uomo, il suo compito è quello di amplificare le nostre capacità e di aprire opportunità concrete di miglioramento del benessere diffuso e della qualità della vita di ogni essere umano, ha commentato Renato Soru, imprenditore e fondatore di Tiscali e oggi alla guida di Istella. È fondamentale che la tecnologia resti accessibile a tutti, senza creare ulteriori divisioni e discriminazioni, così da continuare a essere un motore di giusto progresso. In questo scenario l'Europa deve confrontarsi alla pari con le grandi potenze tecnologiche globali costruendo un equilibrio solido tra indipendenza digitale e una collaborazione ampia e sinergica tra imprese e istituzioni.

Ho vissuto tante rivoluzioni, da quella dei semiconduttori ai microprocessori, dal personal computer fino all'intelligenza artificiale. Questa è una rivoluzione completa, molto diversa dalle precedenti. È capace di ridurre i nostri tempi e di farci innovare sempre di più in tutti i mercati. È per tutti, non solo per alcune persone o prodotti. Questo significa che bisogna darsi molto da fare, a partire dall'insegnamento nelle scuole perché i giovani devono essere preparati, passando per la necessità di informare il grande pubblico per evitare inutili paure, fino al promuovere l'AI nelle aziende facendo capire che non si tratta solo di acquisire un software ma di prepararsi ad una nuova cultura per cambiare i processi interni all'azienda e, soprattutto, di formare i collaboratori, ha aggiunto Marco Landi, imprenditore e Investitore, ex chief operating officer di Apple.

A offrire una lettura internazionale della percezione e adozione dell'intelligenza artificiale nelle organizzazioni è intervenuta Enza Iannopollo, vice president e principal analyst di Forrester tra le più importanti società indipendenti di ricerca e consulenza al mondo. Secondo il Forrester's State of AI Survey 2025, il 78% dei decision maker in ambito AI dichiara che la propria organizzazione ha già implementato soluzioni di intelligenza artificiale generativa o predittiva, mentre il 67% dei collaboratori utilizza almeno uno strumento di AI generativa o una soluzione interna basata su queste tecnologie. La diffusione dell'AI nelle organizzazioni sta quindi accelerando rapidamente. Tuttavia, come evidenzia Forrester, la vera sfida non riguarda più l'adozione della tecnologia ma la capacità di governarla su larga scala. Le aziende prevedono di estendere l'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa fino al 46% dei dipendenti non tecnici, ma solo il 23% delle organizzazioni dispone oggi di linee guida chiare su come utilizzare questi strumenti o su dove ottenere supporto.

Il divario tra diffusione tecnologica e modelli di governance è ancora più evidente se si osservano le policy aziendali: circa il 26% delle organizzazioni non dispone di alcuna policy documentata sull'utilizzo dell'AI, con reali conseguenze sul piano della sicurezza, della gestione del rischio e della responsabilità.

“Per le aziende che riescono ad adottare l'intelligenza artificiale con successo le implicazioni sono enormi. Non solo in termini di maggiore produttività, ma anche nella capacità di innovare più velocemente, rendere più efficienti le decisioni e valorizzare i dati a supporto del business”, ha commentato Enza Iannopolo, vice president e principal analyst di Forrester. “Per questa ragione le organizzazioni devono andare oltre la semplice sperimentazione di singoli use case, in favore della costruzione delle condizioni necessarie per rendere l'AI scalabile, affidabile e sostenibile nel tempo. È necessario spostare l'attenzione dalla sperimentazione alla definizione di un modello strutturato che includa governance, gestione dei rischi e principi di responsabile AI”.

Dedagroup cura lo sviluppo e l'adozione dell'intelligenza artificiale con costanti investimenti (solo nell'ultimo anno oltre 50 milioni di euro) e attraverso il lavoro della controllata Deda AI che, con una squadra di oltre 200 professionisti, è il centro di competenza del Gruppo per accelerare l'adozione di queste tecnologie in modo responsabile, scalabile e integrato, oltre che attraverso il costante scouting di soluzioni per garantire sovranità del dato, trasparenza degli algoritmi e pieno controllo dei processi. Attraverso Deda AI, saranno progressivamente potenziati tutti gli asset software proprietari di Deda destinati agli ambiti finance, moda e retail, large corporate e public services, con l'intelligenza artificiale motore trasversale per l'evoluzione tecnologica e la competitività delle imprese.

In questo contesto si inserisce anche il settore fashion & luxury, dove in occasione di Dedapulse è stata presentata Stealth Cosmica, la nuova piattaforma AI based di Deda Stealth, azienda del gruppo che accompagna nella crescita i più grandi brand del fashion e luxury. Il lancio arriva in una fase di forte trasformazione per l'industria globale della moda, oggi attraversata da domanda instabile, supply chain sempre più articolate e tensioni geopolitiche che stanno ridisegnando gli equilibri del commercio internazionale. In questo scenario, la capacità di interpretare rapidamente i dati e trasformarli in decisioni operative diventa una leva strategica per mantenere competitività. Stealth Cosmica nasce per supportare i brand nel governare questa complessità, integrando e analizzando dati provenienti da mercato, vendite e supply chain e trasformandoli, grazie agli algoritmi più avanzati, in insight operativi utili a supportare le decisioni lungo l'intero ciclo di vita del prodotto.

Tra gli altri argomenti affrontati, nella sessione dedicata al fashion & luxury, anche le tendenze del mercato statunitense con un approfondimento della Nyu Stern school of business, i casi di adozione della nuova piattaforma da parte degli early adopter, le sfide delle pmi italiane della moda con Tre Zeta Group e Deep, e le opportunità nell'ambito del price monitoring offerte da competitor con l'apertura a nuovi mercati oltre oceano insieme a Deda Stealth.

All'interno del confronto su public services si è discusso di come innovazione, AI e user experience possano migliorare i servizi pubblici rendendoli più efficienti ed inclusivi. Tra i temi emersi: soluzioni di AI sovrana per l'efficienza amministrativa e modelli di collaborazione tra Regioni e filiere locali, best practice sulla fiscalità passiva e sugli investimenti per promuovere sviluppo sostenibile e una migliore qualità della vita. Al dibattito hanno partecipato rappresentanti di Regione Puglia, Trentino Digitale, Aria, Insiel, Provincia di Taranto, Comune di Cagliari, Monza, Lamezia insieme a Deda Next, Ett, Istella e ai partner tecnologici Mastercard e Microsoft Italia.

Nel panel enterprises & financial services Ã¨ emersa in modo chiaro una fotografia avanzata della trasformazione in corso: lâ€™Intelligenza Artificiale Ã¨ una leva che ridisegna in profonditÃ modelli organizzativi, processi, sistemi informativi e gestione dei dati, accompagnando imprese, banche e assicurazioni verso un paradigma realmente AI-driven e data-centric. Il panel ha evidenziato come le organizzazioni stiano passando dallâ€™esplorazione alla piena integrazione dellâ€™AI, con unâ€™attenzione crescente allâ€™education come fattore abilitante, al redesign dei processi per generare innovazione e competitivitÃ , e alla necessitÃ di governare rischi, incertezza e impatti normativi quando lâ€™AI entra nei sistemi core tra regulatory, compliance e cybersecurity. Tra i panelist Hera Comm, Banca Popolare del Lazio, Diasorin, Net Insurance, Transcrime/UniversitÃ Cattolica, UniCredit Life Insurance, Nexi Payments, Conserve Italia, insieme a Deda Bit, Deda Ai, Deda Tech e Deda Digital.

Il Gruppo collabora costantemente con partner tecnologici di primo piano per continuare ad ampliare il proprio percorso strategico definito dal programma Alliances di Dedagroup, con cui espandere il proprio patrimonio di competenze e offrire soluzioni integrate capaci di sostenere progetti di innovazione e trasformazione digitale. Dedapulse 2026 Ã¨ stato realizzato grazie al supporto di: Aruba, Istella, PwC Italia, Microsoft, Accenture, Apparound, Lectra, Mastercard, Sas, XY Retail, Deep, Fashion Forge Lab, Gus, Mcg, Rtt Srl, Sowre, Sysdat.IT, Google Cloud e Deda Tech.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 30, 2026

Autore

redazione