



VITTORIO DI TOMASO

DATA & AI Managing Director
Jakala

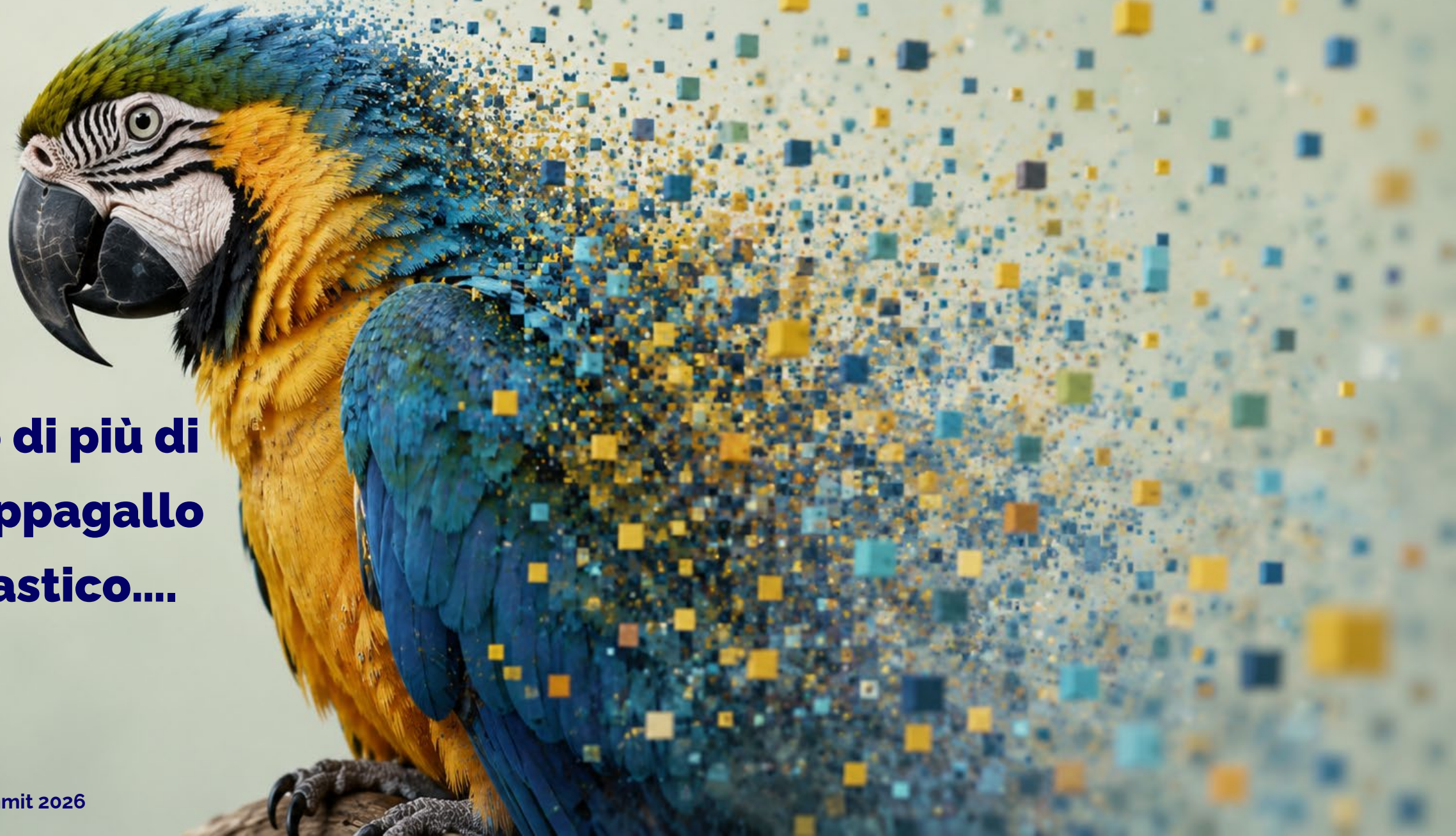
SPEECH

Retail summit
RELOADED

AGENTIC RETAIL FACTORY

Vittorio Di Tomaso
Managing Director JAKALA





**Molto di più di
un pappagallo
stocastico....**



Pretty much 100% of our code is written by Claude

Boris Cherney, head of Claude Code - 27/01/2026

<https://x.com/bcherny/status/2015979257038831967?s=20>

CONVERSAZIONE

domanda



risposta

ESECUZIONE

obiettivo

contesto

strumenti

azione

verifica

L'AI entra nel flusso operativo

Il cambiamento non è soltanto nella qualità dei modelli,
ma nella loro posizione nel lavoro

STORE LOCATION.



SUPPLY CHAIN & WAREHOUSE.



PRICING & PROMOTIONS.



LOYALTY & CRM.



SALES ASSOCIATE.



RETAIL MEDIA.



Supply Chain



AGENTIC WORKFLOW

legge il contesto · propone · agisce entro soglie · verifica · escala

cosa comprare

quanto riordinare

dove allocare

quando intervenire

Un caso reale: si può fare



Un sistema **autonomo** ha ottimizzato in continuo migliaia di SKU in 25 punti vendita di una catena di supermercati



Non un forecast migliore: un'operazione retail migliore.

VENDITE + STOCK + FORNITORI + LEAD TIME

PROCUREMENT AUTONOMO

DECISIONI
CONTINUE

-40%

SPRECHI

Meno scadenze, stock in eccesso e
invenduto promozionale

-80%

ROTTURE DI STOCK

Meno scaffali vuoti e meno
visite cliente perse

2×

MARGINE EBITDA

Margine raddoppiato nonostante
scala e potere negoziale limitati

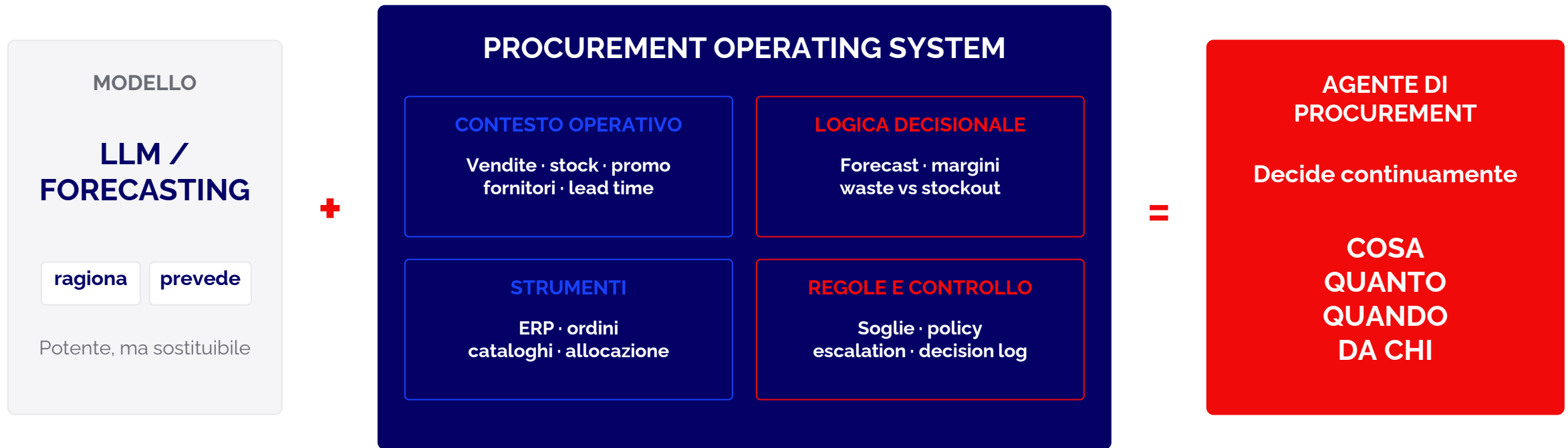
PERCHÉ HA FUNZIONATO Alto volume decisionale · outcome misurabili · errori recuperabili · accesso trasversale ai sistemi

Fonte: Stanford Digital Economy Lab, The Enterprise AI Playbook, 2026, pp. 74-76.

Non è l'AI



Il valore nasce quando il modello viene collegato a contesto, decisioni, strumenti e feedback



STORE LOCATION.

01 **1ST & VOLUME**

succede spesso

SUPPLY CHAIN & WAREHOUSE.

04 **DATI COLLEGABILI**

POS, stock, ERP, promo

PRICING & PROMOTIONS.

02 **ESITO VISIBILE**

si misura se funziona

LOYALTY & CRM.

05 **OWNER CHIARO**

buyer, planner, operations

SALES ASSOCIATE.

03 **ERRORE RECUPERABILE**

può fermarsi o fare
escalation

RETAIL MEDIA.

06 **APPRENDIMENTO**

ogni ciclo migliora il
successivo

Il cambiamento crea due pressioni opposte

Partire rapidamente e, nello stesso tempo, costruire una capacità che regga



Per esempio

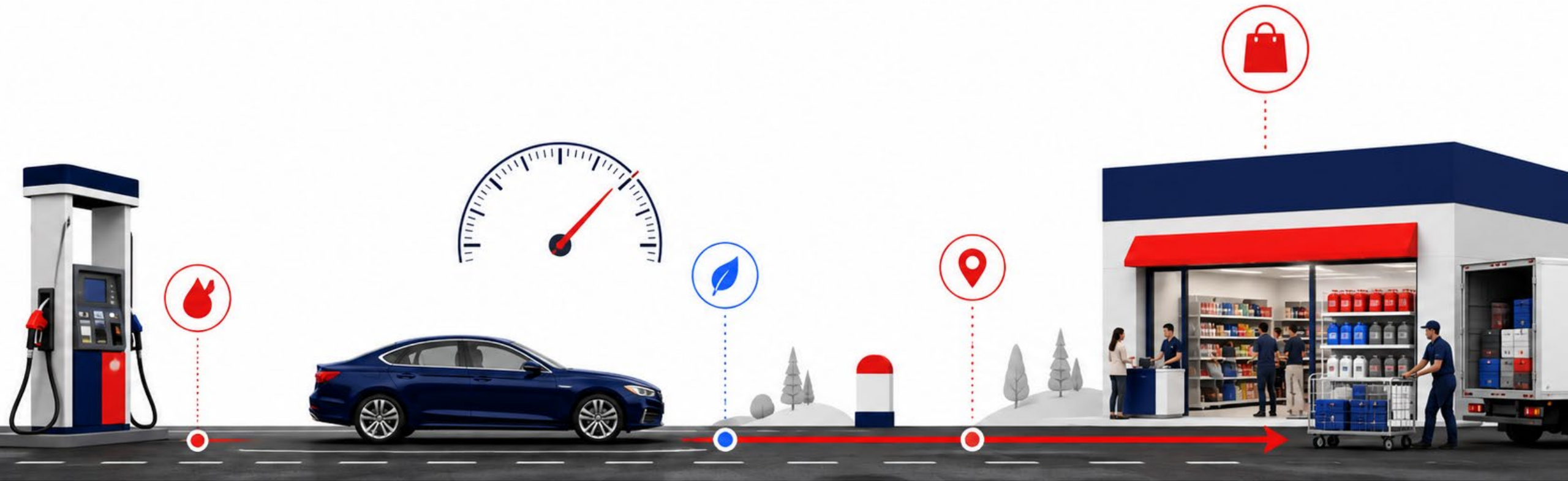


Ogni use case deve produrre valore adesso e lasciare una capacità migliore



DUE OBIETTIVI: VALORE ORA, CAPACITÀ CHE SI ACCUMULA

Il costo dell'AI non si misura al litro



La metrica corretta è il costo per outcome

COSTO → OUTCOME

AI Cost
\$0.03
per query

MUCH LARGER REAL-WORLD OUTCOME

- ✓ Avoided stock-out
- ✓ Order completed
- ✓ Happy customer

MEASURABLE BUSINESS IMPACT



SALES PROTECTED

\$98K

avoided lost sales



ORDERS FULFILLED

1,240

completed on time



CUSTOMER SATISFACTION

4.8 / 5

positive feedback



OPERATIONAL EFFICIENCY

+18%

productivity gain

Quale è veramente l'asset chiave?



Dati, processi, persone e governance rendono l'esecuzione affidabile e scalabile

DATI

il contesto giusto
nel momento operativo

PROCESSI

soglie, eccezioni,
escalation

PERSONE

owner, knowledge owner,
reviewer

GOVERNANCE

log, audit, costi,
responsabilità

Nell'era dell'AI generativa il vero vantaggio competitivo:

- **NON è nel MODELLO**
- **NON è nei DATI**
- **NON è nemmeno nella CONOSCENZA**

E' tutto assieme.

Cinque cose da fare per trasformare l'AI in capacità d'impresa



Verso un sistema capace di selezionare, integrare e scalare intelligenza e autonomia

01

Governare il portafoglio

Selezionare, prioritizzare e accompagnare gli use case dal pilota alla scala.

02

Standardizzare la piattaforma

Definire ambienti, componenti e accesso ai modelli condivisi.

03

Integrare dati e sistemi

Collegare gli agenti ai processi attraverso dati, API, strumenti e permessi governati.

04

Ridisegnare il lavoro

Assegnare ownership e responsabilità, integrando l'AI nei processi.

05

Misurare gli outcome

Passare dal costo per token al costo per lavoro utile e ai KPI di business.

**Non serve inseguire ogni evoluzione tecnologica.
Serve costruire un sistema che sappia trasformarla continuamente in valore. E non abbiamo molto tempo.**

AGENTIC RETAIL FACTORY

Vittorio Di Tomaso
Managing Director JAKALA

