

## TOD'S PASSPORT

### Breve racconto *mission* dell'azienda

La storia di TOD'S inizia nei primi anni del 1900 in un piccolo paese delle **Marche**, dove Filippo Della Valle, nonno di Diego e Andrea, inizia a creare a mano scarpe in pelle pregiata. La sua dedizione, passione e il radicamento nella tradizione e nella qualità artigianale, tipiche del territorio marchigiano, hanno alimentato il laboratorio anno dopo anno, attraverso la sua **evoluzione** in azienda produttrice di calzature, borse e abbigliamento iconici.

Il Gruppo TOD'S è oggi una realtà multinazionale, che entra nel mercato attraverso **quattro Brand** – Tod's, Hogan, Fay, Roger Vivier, ed è attivamente impegnata nella promozione del *savoir-faire* italiano e dell'artigianato di alta qualità.

Tanti i momenti cruciali e di grande innovazione, che arricchiscono il percorso del Gruppo TOD'S: dalla nascita del **Gommino** negli anni '70 alle prime grandi boutique negli anni '80, dalle collaborazioni con Ferrari (2001-2021) e Lamborghini (dal 2023) alle numerose attività di sostegno verso il **territorio** e il **patrimonio culturale italiano**.

La cultura Made in Italy, per TOD'S, passa anche attraverso le competenze e **l'Intelligenza Artigianale**. Per questo, sin dal 2012 è attiva la "Bottega dei Mestieri", che forma le nuove leve e facilita il ricambio generazionale, necessario per mantenere vive le competenze nel settore del lusso. Nel 2017, TOD'S ha aperto il sito produttivo di Arquata del Tronto (AP), nel cuore dell'area colpita dal violento terremoto del 2016, per dare lavoro, speranza e futuro alle persone e alle famiglie colpite.

Negli ultimi anni, l'impegno per la sostenibilità ha preso la forma del **TOD'S PACT**, acronimo di Persone, come gli artigiani riconosciuti e celebrati come *asset* fondamentale del marchio, Ambiente, perché un contesto bello e sano è il fondamento dei valori aziendali, Cultura e Territorio, la cui tutela e valorizzazione è parte integrante della *mission* aziendale.

### Obiettivi del Progetto: Descrizione degli obiettivi specifici del progetto.

Il 14 marzo 2025, TOD'S ha ampliato la sua offerta di Passaporto Digitale di Prodotto e ha lanciato **TOD'S Passport** sulla sua collezione My Gommino, la calzatura iconica del Brand completamente Custom Made, in collaborazione con Aura Blockchain Consortium e Temera, azienda *leader* nelle soluzioni IoT nel settore Moda e Lusso.

Da sempre attivo nella tutela e valorizzazione dell'artigianalità Made in Italy, TOD'S vede il TOD'S Passport come garanzia di **autenticità** e, insieme, **strumento narrativo**, per illuminare il lavoro di designer e artigiani, e rafforzare la tradizione del Brand nell'era digitale.

### Strategie e Approcci: Dettagli sulle strategie utilizzate e sugli approcci adottati per raggiungere gli obiettivi.

Un primo progetto TOD'S Passport era stato lanciato sulla **Di Bag Custom Made** nel novembre 2023, riscuotendo grande successo. Con il capitolo sul My Gommino, il Brand ha esteso la sfida del DPP a entrambe le sue linee di prodotti Made to Measure, incentrate sui modelli più iconici del marchio.

TOD'S Passport racconta la storia completa dietro ogni creazione, dal taglio della pelle alla finitura del prodotto. A differenza di altri progetti DPP, che si concentrano su un solo materiale e/o forniture di materie prime, TOD'S Passport si applica a **un'intera collezione di scarpe personalizzabili**, con centinaia di possibili combinazioni di materiali, colori, componenti funzionali e stilistiche e, naturalmente, numerosi fornitori coinvolti nella catena del valore.

TOD'S ha investito nella **tracciabilità** e nella **trasparenza** come *asset* fondamentali per perseguire uno sviluppo sostenibile, coinvolgendo i fornitori in un percorso di miglioramento continuo nella sostenibilità ambientale e sociale.

### **Implementazione: Descrizione delle fasi di implementazione del progetto, includendo tempistiche, risorse impiegate e metodologie adottate.**

TOD'S Passport non è solo un Passaporto Digitale di Prodotto (DPP), è **un'esperienza digitale pionieristica** che ridefinisce il modo in cui i clienti interagiscono con il Brand, in un ecosistema interattivo che unisce tracciabilità, valorizzazione dell'artigianalità e gestione della relazione con i clienti (CRM).

Con My Gommino, i clienti possono progettare le proprie **iconiche driving shoes**, scegliendo tra una vasta gamma di pelli, colori e dettagli stilistici, tutti meticolosamente realizzati a mano in Italia dagli abili artigiani TOD'S. Ricevute le calzature, basterà scansionare il **chip NFC** (*Near Field Communication*) incorporato nella suola destra, sotto il logo TOD'S, per ottenere il certificato di autenticità del prodotto e accedere a vantaggi premium, come l'estensione della garanzia, il supporto di un consulente dedicato e l'accesso a eventi esclusivi ed esperienze TOD'S.

Applicando la soluzione di tracciabilità di **Temera**, TOD'S Passport descrive dettagliatamente e geolocalizza le fasi di realizzazione del prodotto, archiviate nella **blockchain** privata di **Aura**, fornendo l'origine preferenziale e la composizione di ogni materiale e presentando gli **artigiani** che hanno prestato la loro opera sul singolo paio di scarpe. Sono proprio loro ad impreziosire il TOD'S Passport, che ne riporta nomi, i volti e i titoli professionali, a conferma della centralità che il loro lavoro riveste per il Brand.

A completare le informazioni fornite tramite TOD'S Passport, ci sono la storia del modello, le indicazioni sulla cura e la sicurezza del prodotto, al fine di garantirne il valore e la qualità durevole nel tempo, e tutte le caratteristiche di **sostenibilità** rilevanti, inclusi contenuti esclusivi sull'impegno del Gruppo TOD'S e sui risultati ottenuti, tramite il TOD'S PACT.

Le attività di progetto si sono estese su diversi mesi, dall'estate 2024 al 14 marzo 2025, data di lancio sul mercato, e hanno coinvolto varie **funzioni aziendali**, in primis il Brand con ufficio stile e marketing, la divisione Supply Chain, il reparto IT e la funzione Sustainability & CSR. La squadra interna è stata supportata da Aura Blockchain Consortium e Temera.

### **Risultati e Impatti: Presentazione dei risultati ottenuti e degli impatti del progetto, con dati quantitativi e qualitativi.**

TOD'S Passport si integra perfettamente nella **strategia omnichannel** del Brand. I clienti ricevono una *wallet card* digitale collegata al CRM in negozio, per accedere ad un'esperienza di vendita personalizzata su tutti i punti di contatto. In questo modo, TOD'S offre un livello di servizio senza precedenti, garantendo la sicurezza dei dati e la *privacy* dei clienti.

La tecnologia Aura Blockchain consente l'accesso a un certificato di autenticità registrato e archiviato in modo sicuro sulla **blockchain privata** Aura, a conferma del patto di fiducia tra Brand e clienti.

TOD'S utilizza il DPP per investire in trasparenza e innovazione, al servizio di una **connessione più profonda** tra i clienti e l'intera filiera che ha lavorato per loro, perché possano apprezzare appieno la tradizione e la meticolosa maestria che definiscono l'eredità di TOD'S, radicata nell'alta qualità artigianale Made in Italy.

TOD'S Passport è il punto di contatto ideale tra sostenibilità e aspettative sull'esperienza di lusso, nuovo riferimento per **l'innovazione digitale**, la tracciabilità e il coinvolgimento del cliente.

Qui di seguito, alcune dichiarazioni dei partecipanti al progetto.

Carlo Alberto Beretta, General Brand Manager di TOD'S: "In TOD'S, consideriamo il DPP più di un semplice strumento per l'autenticazione e la tracciabilità del prodotto. Sebbene questi siano elementi di fondamentale importanza, vogliamo anche cogliere l'opportunità per approfondire il nostro legame con i clienti, mettere in mostra la nostra artigianalità e l'eccellenza del Made in Italy e valorizzare lo storytelling dei nostri prodotti iconici".

Romain Carrere, CEO di Aura Blockchain Consortium: "Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con TOD'S. Ampliando ambiziosamente la sua offerta DPP oltre la Di Bag personalizzata e con coinvolgenti capacità di storytelling, TOD'S riafferma che trasparenza, autenticità ed esperienza del cliente possono andare di pari passo, come mai prima d'ora".

Qui di seguito, alcuni link utili:

[tod's.com/it-it/home/](http://tods.com/it-it/home/)

[tod's.com/it-it/Tods-Digital-Passport/](http://tods.com/it-it/Tods-Digital-Passport/)

[tod's.com/it-it/mygommino/](http://tods.com/it-it/mygommino/)