

**mapic**<sup>®</sup>  
Retail Leasing Hub **ITALY**

**27-28**  
**MAGGIO**  
**2026**

RHO  
FIERA  
MILANO

**10**<sup>ED</sup>  
EDIZIONE



# Programma delle conferenze

**Selettività, Differenziazione, Influenza:  
le nuove chiavi delle strategie di crescita**

Built by  
**RX** In the business of  
building businesses

[mapic-italy.it](https://mapic-italy.it)

Main Partner

**cncc**  
CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI CENTRI COMMERCIALI  
LUOGHI PERSONE ESPERIENZE

Global Sponsor

**Svicom**  
REAL ESTATE MANAGERS

Sponsors

**CORSO**  
**VITTORIO**  
**EVANUZZE**

**CUSHMAN & WAKEFIELD**

**EARES**

**PROMOS**  
SHOPPING DESTINATION PLANNING

CONFERENCE ROOM

PITCHING ARENA

10.30 - 10.35  
**Saluti di benvenuto**

10.35 - 11.15  
**Expert Insights: panoramica sul mercato immobiliare retail in Italia**

Co-organizzatore  
**YOUNICORN**

- Quali dinamiche per i capitali internazionali nel 2026
- Quali saranno i settori più attivi quest'anno?
- Canoni e domanda di spazi retail in Italia

11.45 - 12.15  
**I segreti del successo nel retail**

Co-organizzatore  
**PROMOTICA**

- Il ruolo del retail fisico nella crescita dei brands
- Le abitudini di acquisto del consumatore italiano e l'impatto della Gen Z
- Come evolve il mix formato-offerta

11.15 - 11.45  
**Retail pitch - international brands**

Co-organizzatore



Scopri i brand internazionali del settore retail alla ricerca di nuove location.

SU ISCRIZIONE

12.30 - 14.00 **RETAIL IN THE CITY NETWORKING LUNCH - ROMA, FIRENZE, NAPOLI, PALERMO**

Ristorante Sadler  
Co-organizzatore **EARES**



Un evento pensato per presentare a brand ed operatori del mercato le opportunità di sviluppo in high-street nelle principali città italiane.

- Presentazione, a cura di esperti dei mercati locali, di quattro delle più importanti città italiane. Un'occasione unica per avere una panoramica completa delle opportunità per brand e operatori del settore: vie commerciali principali, indicatori di mercato, dati di consumo, dinamica dei brand.
- La presentazione sarà seguita da un pranzo di networking

14.30 - 16.00  
**Italian Outlet Summit**

Sponsor  
**PROMOS**

Mentre il mercato degli outlet di design continua a crescere in tutta Europa, questo nuovo Summit sarà dedicato alle caratteristiche uniche del mercato italiano e all'analisi delle ragioni delle sue solide performance.

- Panoramica delle tendenze del mercato outlet in Italia, sulla base della ricerca di Ken Gunn, esperto in Outlet Centers
- Opportunità Italia: Perché l'Italia è un "hotspot" nel panorama europeo degli outlet?
- Tendenze e prospettive nel settore outlet: Come saranno gli outlet del futuro? Quali saranno i fattori differenzianti?
- Networking Coffee

SU INVITO

16.30 - 17.30  
**International Retailers Networking Event**

Co-organizzatore  
**Largo Consumo**

Una selezione di retailer internazionali interessati ad avviare la propria espansione in Italia incontra multi-unit & masterfranchise partners e operatori immobiliari.

14.00 - 14.30  
**Innovation/sustainability pitch**

Co-organizzatore  
**PROXIMA**  
The Brand Experience

Creating Value: Digital & Sustainability come driver di Asset Performance

15.00 - 15.30  
**Retail pitch - Italian rising brands**

Co-organizzatore  
**experviser**

Scopri i brand emergenti del settore retail alla ricerca di nuove location.

18.00 - 19.00  
**MAPIC ITALY AWARDS CEREMONY**

19.00 - 21.00  
**COCKTAIL 10° ANNIVERSARIO**



CONFERENCE ROOM

PITCHING ARENA

10.00 - 10.30  
**Destinazione Italia: i brand F&B internazionali preparano la loro espansione**

Co-organizzatore  
**WHITE SPACE PARTNERS**

- Testimonianze dirette dai brand F&B internazionali: le strategie di crescita in Italia
- Criteri di scelta delle location, format e priorità di sviluppo
- Le specificità dei consumatori italiani e le strategie di adattamento dei brand

10.30 - 12.00  
**Retail al centro: Attrattività, esperienza e valore**

Co-organizzatore  
**CMCC**

- 10:30 Saluti di benvenuto e apertura lavori
- 10:40 Insegne e Gallerie
- 11:00 Tavola rotonda «Attrattività ed esperienza come leve strategiche»
- 11:30 Tavola rotonda «Sinergie che generano valore»
- 12:00 Conclusioni e chiusura lavori

10.30 - 11.00  
**Innovation pitch**

Co-organizzatore  
**PROXIMA**  
The Brand Experience

Retail Innovation: Differenziazione e Customer Journey nell'era AI

11.30 - 12.00  
**La mappa delle Food Court nei Centri Commerciali e nel Travel Retail**

Co-organizzatore  
**FOOD SERVICE**

SU ISCRIZIONE

12.30 - 14.00 **RETAIL IN THE CITY NETWORKING LUNCH - MILANO, BOLOGNA, TORINO, VENEZIA**

Ristorante Sadler

Co-organizzatore **CUSHMAN & WAKEFIELD**



Un evento pensato per presentare a brand ed operatori del mercato le opportunità di sviluppo in high-street nelle principali città italiane.

- Presentazione, a cura di esperti dei mercati locali, di quattro delle più importanti città italiane. Un'occasione unica per avere una panoramica completa delle opportunità per brand e operatori del settore: vie commerciali principali, indicatori di mercato, dati di consumo, dinamica dei brand.
- La presentazione sarà seguita da un pranzo di networking

14.00 - 14.30  
**Sustainability pitch**

Co-organizzatore  
**PROXIMA**  
The Brand Experience

ESG Strategy: La Sostenibilità come Asset Competitivo e Standard di Valutazione

14.30 - 15.15  
**Dalla community online al traffico in store**

Co-organizzatore  
**CONFIMPRESE**  
LE IMPRESE DEL COMMERCIO MODERNO

- Il ruolo dei social media nel creare una community intorno agli spazi retail
- Come costruire relazioni solide con il territorio per valorizzare il brand
- Potere di Influencer: trasformare l'engagement digitale in presenze fisiche nei punti vendita

MATTINA

MATTINA

POMERIGGIO

POMERIGGIO



# SELETTIVITÀ, DIFFERENZIAZIONE, INFLUENZA

## Le nuove chiavi delle strategie di crescita

mapic<sup>®</sup> 10<sup>EDIZIONE</sup>  
Retail Leasing Hub ITALY

27-28  
MAGGIO  
2026

RHO  
FIERA  
MILANO

In un'era caratterizzata da incertezza, trasformazione dei comportamenti di consumo, forte innovazione tecnologica e dominio dei Social Media, il successo delle strategie di sviluppo immobiliari e retail risiede sempre più nella selettività delle scelte che non nella dimensione delle operazioni.

Le strategie investimento immobiliare devono oggi necessariamente essere allineate con il pubblico di riferimento, integrate nelle dinamiche socio-economiche locali e connesse ad una nuova generazione di consumatori social-natives. Il consumatore odierno è sempre più connesso ed esigente nelle sue scelte di allocazione di spesa e di tempo. L'unicità dei luoghi e delle esperienze proposte accompagnate da strategie di influenza mirate divengono oggi un elemento chiave nelle prospettive di crescita di una destinazione retail.

### Connessione con il cliente

Consumatori, tenant, investitori sono oggi estremamente selettivi nelle proprie scelte. Le nuove destinazioni commerciali, devono essere pensate con visione e comunicate con chiarezza rispondendo ai valori delle community a cui sono destinati.

La creazione di un luogo "unico", differente, autentico passa per la creazione di mix retail e leisure rilevante, di un equilibrio attentamente considerato tra convenienza ed esperienza. La creazione del luogo deve accompagnarsi dall'animazione di una community che veda nel luogo il riflesso dei propri valori, dei propri bisogni e con codici di comunicazione propri a loro universo. Le strategie di influenza divengono un elemento sempre più centrale nella generazione di traffico e vendite.

### Strategie di Investimento

In un contesto di incertezza geo-politica, i capitali sono tornati ad orientarsi verso il settore immobiliare retail, riaffermandone la posizione di asset class credibile e attraente. Tuttavia, le decisioni di investimento sono oggi sempre più selettive.

Centri commerciali, Retail park e high-street urbane continueranno ad attrarre investimenti se riusciranno a mostrare una chiara differenziazione, solidi fondamentali e la capacità di creare valore per tutti gli stakeholder attraverso un posizionamento mirato e una gestione estremamente accurata e sostenibile.

### Innovazione tecnologica

I nuovi strumenti guidati dall'intelligenza artificiale permettono oggi a retailers e landlords di migliorare la produttività e consentono di comunicare con i consumatori attraverso approcci personalizzati interagendo con loro in tempo reale.

La funzione ed i format dei punti vendita evolvono, divenendo più duttili e flessibili ed i modelli di business si adattano. I siti retail divengono palcoscenici in continuo movimento per differenziarsi e le strategie di influenza accompagnano ed accelerano l'impatto di questa trasformazione.

MAPIC 2026 analizzerà questi cambiamenti, evidenziando come questi trend stiano impattando le diverse tipologie di asset dai retail park, agli outlet, alle high-street urbane. Attraverso un programma ricco di analisi e contributi specifici, gli operatori del mercato potranno identificare nuove strategie di sviluppo, concludere nuovi deals e stabilire connessioni con nuovi partner per perseguire una crescita sostenibile.

**MAPIC: Selettività, Differenziazione,  
Influenza - le nuove chiavi delle strategie di crescita.**