



Comunicato stampa

IL 16 E 17 MAGGIO TORNA MAPIC ITALY!

**LA 7ª EDIZIONE DELL'EVENTO DEDICATO AL MERCATO IMMOBILIARE COMMERCIALE ITALIANO
SI TERRÀ A MILANO, AL SUPERSTUDIO MAXI**

**TEMA CENTRALE DELL'EVENTO: "L'ERA DEL RETAIL RESPONSABILE: L'IMPEGNO COMUNE PER UN
FUTURO MIGLIORE"**

Attesi più di 2000 partecipanti e oltre 600 retailers.

Milano, 21/03/2023

Torna a Milano, il 16 e 17 Maggio prossimi, MAPIC Italy, l'evento di riferimento dedicato al mercato immobiliare in Italia, che quest'anno interviene in un contesto geopolitico ed economico di cambiamento ed incertezza, con nuove ed importanti sfide per i player del mercato che hanno risposto confermando numerosi la propria partecipazione.

"L'edizione 2023 di MAPIC Italy analizzerà le profonde trasformazioni in corso nell'industria retail e cercherà di rispondere alle domande ed alle sfide che i player del mercato devono affrontare in un contesto di incertezza dei mercati e crisi energetica. Siamo oggi entrati in una nuova era: l'era della responsabilità; responsabilità che è individuale e collettiva come industria. La sfida dei prossimi anni sarà quella di coniugare sviluppo responsabile e crescita del business."

Così **Francesco Pupillo, Show Director MAPIC & MAPIC Italy**, anticipa il tema centrale di questa 7ª edizione di MAPIC Italy, **"L'era del retail responsabile: l'impegno comune per un futuro migliore"**.

Il 2022 ha presentato nuove ed impreviste sfide per il mercato immobiliare commerciale ed il settore retail. L'utilizzo delle nuove tecnologie e la crescente attenzione all'emergenza climatica hanno contribuito a trasformare i comportamenti del consumatore negli ultimi anni, portando alla luce nuovi e più flessibili modelli di business.

Questa trasformazione è stata accelerata negli ultimi due anni dalla crisi pandemica prima e dal conflitto in Ucraina lo scorso anno che ha determinato incertezza sui mercati, un aumento dei costi dell'energia ed un'importante pressione inflazionistica.

I brand ed i player che avranno maggior successo nei prossimi anni saranno quelli che sapranno mostrare maggiore trasparenza nelle proprie azioni, con un messaggio autentico di responsabilità, di etica ed attenzione alle risorse e all'ambiente, piazzando il fattore umano e l'esperienza al centro del proprio business.

Concorde anche **Roberto Zoia, Presidente CNCC e Direttore Patrimonio, Sviluppo e Gestione Rete presso IGD SIIQ SPA** che afferma:

“L’edizione 2023 di MAPIC Italy sarà incentrata sul tema della sostenibilità, intesa in tutte le declinazioni che l’acronimo ESG riassume. L’Industria dei centri commerciali si presenta a questo importante appuntamento di incontro e confronto con i player del settore, dopo aver chiuso l’ultimo anno con un fatturato quasi del tutto allineato al pre-Covid. Un risultato decisivo, reso possibile dall’impegno degli operatori anche nel pianificare e attivare iniziative di sostenibilità. Se il format centro commerciale continua ad essere così attrattivo è proprio perché sa intercettare le nuove sensibilità e rispondere all’evoluzione dei comportamenti di consumo, offrendo un mix di prodotti e servizi che vertono sempre più verso un retail responsabile, attento e innovativo”.

Tutto questo sarà MAPIC Italy 2023, che non a caso, quest’anno aprirà nel mezzo dell’area espositiva una nuova zona dedicata all’efficientamento energetico e all’innovazione, continuando a svolgere il suo ruolo chiave di finestra sul settore, supportando tutti gli attori del mercato e aiutandoli ad orientarsi in un mondo del Retail Real Estate in continua evoluzione.

IL PROGRAMMA E I CONTENUTI

Estremamente ricco il programma di eventi e contenuti. Tra i temi che verranno trattati:

- **Sostenibilità:** Come coniugare crescita del business con esperienza umana e attenzione al pianeta, fattori che hanno oggi un impatto concreto ed immediato sul business influenzando le decisioni di tutti gli attori della catena di valore, dagli investitori ai consumatori finali. MAPIC Italy presenterà 3 sessioni di conferenze sul tema, una selezione di nuove soluzioni per ridurre l’impatto ambientale degli asset immobiliari ed una zona espositiva dedicata ai provider di servizi e soluzioni al servizio dell’industria.
- **New Retail:** riflettori puntati sulla nuova generazione di retailer, con brand fondati su valori che rispondono alle esigenze di un consumatore sempre più etico. MAPIC Italy proporrà due sessioni di presentazione di nuovi concept retail sostenibili ed etici.
- **L’evoluzione degli Asset Commerciali:** Mapic Italy sarà ancora una volta vetrina dei principali progetti di rigenerazione e sviluppo immobiliare, sempre più ad uso misto, riflettendo la tendenza attuale a creare nuovi luoghi di socialità costruiti intorno ai bisogni dell’individuo.
- **Food & Leisure:** Il programma di MAPIC Italy analizzerà l’evoluzione del settore F&B e del Leisure in Italia, con esempi di come i concept di ristorazione e quelli del leisure possano integrarsi nelle location retail migliorando l’esperienza del consumatore.
- **Innovazione:** MAPIC Italy presenterà le più recenti innovazioni che permettono di rispondere sempre meglio alle esigenze del consumatore e migliorare il customer journey. Nuove soluzioni in materia di raccolta ed analisi dei dati, di integrazione dell’intelligenza artificiale nei processi decisionali dei brand, di gestione più efficiente delle risorse e degli stock di prodotto saranno presentate nel corso dell’evento ed all’interno dell’area espositiva dedicata.

GLI ESPOSITORI CONFERMATI

I maggiori player del settore immobiliare commerciale hanno già confermato la loro partecipazione all’edizione dell’evento di quest’anno. L’area espositiva è ormai completamente confermata o opzionata.

Saranno a MAPIC Italy 2023: KLEPIERRE, BNP, SVICOM, PRADERA, EUROCOMMERCIAL, SAVILLS, CBRE, IGD SIIQ, CARMILA, CUSHMAN & WAKEFIELD, MULTI, NHOOD, GRANDI STAZIONI.

I RETAILERS CONFERMATI

Numerosi anche i brand che hanno confermato la partecipazione a MAPIC Italy 2023 grazie anche al supporto delle associazioni partner: Confimprese, Federfranchising, Assofranchising.

Tra le insegne confermate Kids and Us, Pandora, Lush, KFC, Primark, La Cannoleria Siciliana, La Torre Giochi, Douglas, LIDL, ALDI, Foot Locker, NEW LINO'S COFFEE, DENTALPRO, Takko Fashion.

Per maggiori informazioni visita il sito mapic-italy.it

About RX

[RX](#) crea opportunità di business per individui, comunità e organizzazioni. Massimizziamo il potere degli eventi *face to face* combinandoli con l'utilizzo mirato di dati e prodotti digitali per aiutare i nostri clienti a conoscere nuovi mercati, a reperire prodotti e a concludere transazioni attraverso 400 eventi in 22 Paesi e in 43 settori di attività. [RX France](#) gestisce un portafoglio di eventi *face to face*, virtuali e ibridi, di livello mondiale in 15 settori di attività, tra cui MIPIM, MAPIC, Batimat, Pollutec, EquipHotel, SITL, IFTM Top Resa, MIPCOM, MIPTV, Paris Photo, Maison&Objet* e molti altri. Gli eventi di RX France si svolgono in Francia, Cina, Italia, Messico e Stati Uniti. [RX](#) ha l'ambizione di generare un impatto positivo sulla società e si impegna a creare un ambiente di lavoro inclusivo per tutti i suoi dipendenti.

RX fa parte di RELX, fornitore globale di strumenti analitici e decisionali basati sulle informazioni per clienti professionali e aziendali.

www.rxglobal.com

*Organizzato da Safi, filiale di RX France e Ateliers d'Art de France.

Per maggiori informazioni, contattare:

Federica Piacenza, Canali&Partners

+39 333 71 58822 – federica.piacenza@canaliep.it

Laura Loviglio, Canali&Partners

+39 345 7980743 - laura.loviglio@canaliep.it - ufficio.stampa@canaliep.it