

22-23 Maggio 2024
Superstudio Maxi, Milano



Programma delle Conferenze

CONFERENCE ROOM

10.30 - 11.30

Il mercato immobiliare commerciale in Italia10.30 - 11.00 - 1^{ma} parte**Panoramica e prospettive**

- Panoramica del mercato italiano
- La nuova generazione di progetti mixed-use
- Le nuove opportunità di investimento in Italia

11.00 - 11.30 - 2^{da} parte**I progetti mixed-use strumento di rigenerazione delle nostre città'**

- Retail, nuove comunità e consumatori responsabili
- Il ruolo del commercio nella rigenerazione delle aree urbane, un catalizzatore per il cambiamento positivo
- E, S e G: linee guida nella riqualificazione delle aree urbane

12.00 - 12.30

Keynote retail

14.30 - 15.00

Retail e nuove aspettative del consumatore

- Il ruolo dell'esperienza nel punto vendita
- Polifunzionale e versatile, il nuovo ruolo del punto vendita
- Nuove modalità di fidelizzazione del consumatore

15.30 - 16.00

L'alba di una nuova era: impatto dell'intelligenza artificiale nel settore retail e nel mercato immobiliare commerciale

- La rivoluzione dell'Intelligenza artificiale: quali conseguenze nell'industria retail?
- La tecnologia applicata alle aspettative del consumatore: nuovi strumenti per una migliore customer experience
- Ridefinire i processi di supply chain, logistica e merchandising con l'intelligenza artificiale

16.30 - 18.00

EVENTO SU INVITO

Networking event: multi-unit & master franchise summit

Evento di networking tra Multi-unit Franchisee, Master franchisee ed una selezione di brand e di catene di ristorazione.

M
A
T
T
I
N
A

PITCHING ARENA

11.30 - 12.00

Leisure pitch

Focus sui trend del settore Leisure in Europa e presentazione di nuovi format Leisure made in Italy.

14.00 - 14.30

Innovation pitch

Alla scoperta delle più recenti soluzioni per migliorare il customer journey e la performance dei siti dello shopping.

15.00 - 15.30

Retail pitch

Alla scoperta dei marchi italiani emergenti e dei marchi internazionali in cerca di opportunità di sviluppo.

16.00 - 16.30

Sustainability pitch

Business e sostenibilità, alla scoperta delle più recenti soluzioni per ridurre il proprio impatto sull'ambiente.

P
O
M
E
R
I
G
G
I
O

CONFERENCE ROOM

10.30 - 12.30

Sessione a cura del CNCC

14.30 - 15.00

Società benefit: quando l'approccio responsabile incrementa le performance

- Il new retail: come coniugare profitto e responsabilità
- Il nuovo consumatore: alla ricerca di qualcosa di più che il semplice prodotto
- Guidare il cambiamento: comunicazione e valori aziendali

15.30 - 16.00

Il mercato high-street in Italia: quali città scegliere

- Evoluzione dei prezzi di affitto e nuove aperture
 - Le High-streets a Milano e a Roma
 - Non solo Roma e Milano: panoramica delle high street delle città emergenti

M
A
T
T
I
N
A

PITCHING ARENA

14.00 - 14.30

Retail pitch

Alla scoperta dei marchi italiani emergenti e dei marchi internazionali in cerca di opportunità di sviluppo.

15.00 - 15.30

Innovation pitch

Alla scoperta delle più recenti soluzioni per migliorare il customer journey e la performance dei siti dello shopping.

P
O
M
E
R
I
G
G
I
O



mapic
ITALY

22-23 Maggio 2024
Superstudio Maxi, Milano

Crescere in un mondo che cambia: la nuova equazione del mercato retail

Il mercato immobiliare commerciale ed l'industria retail si trovano oggi ad un bivio, con la necessità di adattarsi ad un mondo in rapida evoluzione, ed identificare le soluzioni all'equazione proposta dalle nuove variabili di mercato per generare una solida crescita dell'attività di business.

Le aspettative dei clienti sono l'elemento chiave di questa nuova equazione. I consumatori sono oggi alla ricerca di senso, di interazione sociale ed esperienza. Le nuove destinazioni, i nuovi progetti di sviluppo devono essere innanzi tutto luoghi di vita e quindi necessariamente misti e integranti, per rispondere ai bisogni quotidiani dell'utilizzatore. Al tempo stesso i punti vendita fisici devono seguire questa trasformazione, divenendo sempre più luoghi polifunzionali e versatili per rispondere a finalità diverse (test, vendita, riparazione, ricerca di occasioni e di esperienze immersive).

Questo nuovo approccio misto e inclusivo allo sviluppo di nuovi siti ed alla rigenerazione di siti

esistenti supporterà la crescita delle città e delle comunità, contribuendo all'economia locale.

L'importanza attribuita oggi al tempo libero è un'altra parte cruciale della nuova equazione, che indirizza il settore verso la definizione di un tenant-mix che è oggi molto di più di una semplice somma delle sue parti.

Attraverso questi progetti di nuova generazione, il retail gioca un ruolo chiave nella definizione della nuova identità del consumatore che è sempre più urbano, e crea connessioni sempre più profonde tra le destinazioni ed i brand.

Un'altra variabile chiave della nuova equazione è rappresentata dalle opportunità e le sfide generate dal progresso tecnologico, ed in particolare dallo sviluppo esplosivo dell'intelligenza artificiale (AI). Non c'è assolutamente alcun dubbio che una rivoluzione profonda e di vasta portata sia già iniziata ed è fondamentale capire come utilizzare

questa tecnologia rivoluzionaria per trasformarla in un'opportunità per migliorare l'efficienza del business.

Infine, l'ultima variabile dell'equazione è la sostenibilità, che diviene un elemento imprescindibile del business e non è più una scelta opzionale. Le aziende si trovano oggi di fronte a nuove e rigorose normative e a clienti ed investitori che cercano azioni e risposte concrete per combattere il cambiamento climatico. Gli obiettivi e le scadenze sono sempre più chiare e molte aziende si sono spontaneamente impegnate nella definizione di obiettivi misurabili in materia di ESG.

MAPIC Italy 2024 abbraccerà tutti questi temi cercando di fornire ai player del mercato gli elementi necessari per trovare le soluzioni alla nuova equazione proposta dal mercato retail e aprire le porte ad un nuovo periodo di crescita.

MAPIC ITALY 2024: TEMI CHIAVE



EVOLUZIONE DEL MERCATO IMMOBILIARE COMMERCIALE

L'evoluzione degli asset a destinazione commerciale e la loro crescente integrazione nei contesti urbani hanno svolto un ruolo cruciale nel rendere le città luoghi migliori in cui vivere. La nuova generazione di progetti ad uso misto hanno oggi una funzione sociale determinante mettendo l'accento sulla sostenibilità e la creazione di comunità.



LEISURE

Il leisure costituisce la risposta al bisogno di esperienze autentiche e interazioni. Il programma dedicato al leisure rifletterà la crescente popolarità e diversificazione del settore del tempo libero. Mostrerà come il leisure permetta di sviluppare la nozione di esperienza dei brand e nei siti fisici.



SOSTENIBILITÀ

I brand, le proprietà, gli sviluppatori, gli investitori stanno integrando sempre più la sostenibilità nei loro piani di crescita aziendale. Il retail di nuova generazione mette al primo posto le persone e il pianeta, impiegando innovazione e tecnologia per ridurre l'impatto ambientale dei brand et degli immobili.



II NEW RETAIL

Stiamo assistendo oggi all'affermazione di una nuova generazione di retailer, fondata su valori e principi diversi per attrarre un consumatore sempre più etico. In un mondo in cui i confini tra commercio fisico e digitale si fanno sempre più labili, come questi nuovi concept influenzeranno l'esperienza del consumatore?



F&B

Il settore della ristorazione commerciale ha conosciuto negli ultimi anni una rapida espansione. L'F&B gioca un ruolo chiave nell'esperienza proposta al cliente, creando spazi e luoghi in cui le persone possono connettersi ed interagire. Qual'è il segreto della crescita di un settore che ha abbracciato lo sviluppo tecnologico pur mantenendo una profonda natura umana.



INNOVAZIONE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

MAPIC vuole aiutare i player del mercato ad esplorare le più recenti innovazioni tecnologiche che permettono di meglio comprendere i bisogni del consumatore e meglio servirlo. In un settore in piena evoluzione l'integrazione dell'intelligenza artificiale gioca un ruolo sempre più fondamentale, influenzando ogni elemento della catena di valore dei brand, dalla creazione del prodotto fino all'esperienza nel punto vendita.