



## Nuovi Format Commerciali

*Verso il digital retail: l'evoluzione di luoghi e modelli di consumo*

 **03 febbraio 2016, ore 09:00**

 **Milano, Hotel Scala**

09:00 *Registrazione dei partecipanti*

09:10 *Apertura dei lavori*

Coordina i lavori della giornata: **Giorgio Lonardi**, *Giornalista* **LA REPUBBLICA**

### 9.15 I NUOVI CONSUMI E LA TRASFORMAZIONE DEL RETAIL

- Trasformazione dei consumi nella società del digitale e della convergenza:
  - dalla crisi oltre la crisi
  - Nuovi modelli di "comprensione" e segmentazione: dagli stili di vita ai contesti spaziali e mediali
  - Un contesto: il punto vendita. Chi va, dove, come, perché
  - I fattori di costruzione della marca, fra qualità prezzo e convergenza
  - I format commerciali: quali tendenze?

**Mario Abis**, *Docente di Statistica e Ricerche di Mercato* **UNIVERSITÀ IULM Milano**; *Presidente* **MAKNO**

### 09:45 I NUOVI FORMAT COMMERCIALI: COME CAMBIANO SUPERFICI, FLUSSI E LOCALIZZAZIONE DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

- Nuove strategie di intervento qualitativo: distrettualità, centralità, riuso, integrazione
- Il trasferimento e l'integrazione delle dinamiche degli shopping mall nel tessuto urbano
- La dialettica tra canale fisico e virtuale: rischi e opportunità per i retailer e per il territorio
- Meno spazi, più servizi: i nuovi format per incrementare marginalità e risparmiare superficie
- Grandi strutture di vendita nei nuclei storici: criticità e premialità per il rilancio dell'offerta locale

**Luca Tamini**, *Docente di Progettazione Urbanistica di Strutture Commerciali* **URB&COM Lab - POLITECNICO DI MILANO**

### 10:15 SHOPPING CENTRE E HIGH STREET: LE MACROTENDENZE DEGLI SPAZI DI VENDITA

- La suddivisione degli investimenti tra shopping centre e high street retail
- Tratti distintivi dei prodotti prime nei due mondi
- Le differenze in termini di struttura contrattuale e commerciale
- Le strategie dei retailer a breve e medio termine
- Gli indicatori per interpretare il futuro
- Le nuove funzioni commerciali e di intrattenimento nelle zone retail dei grandi sviluppi urbani
- Il ruolo delle ancore per garantire la capacità di attrazione delle gallerie commerciali

**Monica Cannalire**, *National Director - Head of Retail Agency Italy* **JLL**

## 10:45 STRUMENTI DI GESTIONE INNOVATIVI PER LA REDDITIVITÀ DEL CENTRO COMMERCIALE

- I criteri di valutazione della performance commerciale e le strategie di valorizzazione del centro
- Il valore della gestione per la redditività del centro commerciale
- L'impatto dei nuovi processi d'acquisto sulla fruizione degli spazi
- La ridefinizione della shopping experience attraverso l'intervento su spazi, layout, orari, servizi e mix merceologico
- I piani di valorizzazione del tenant mix
- Il marketing e la comunicazione del centro commerciale

**Carmen Chierigato**, *Amministratore Delegato* **COGEST RETAIL**

1:15 *Coffee break*

## 11:30 COME ADEGUARE L'ASSET CENTRO COMMERCIALE ALLE NUOVE DINAMICHE DI ACQUISTO

- C'era una volta un luogo di intrattenimento magico: quale shopping experience?
- Strategie e strumenti per sostenere la redditività dell'asset
- Antropologia dello shopping e merchandising allocation
- E-commerce e locazioni commerciali

**Alessandro Tani**, *Asset Manager* **EUROCOMMERCIAL PROPERTIES**

## 12:00 IL WEB PER COSTRUIRE NUOVE RELAZIONI CON IL CLIENTE NEL PUNTO VENDITA: I CONCEPT INNOVATIVI

- L'Internet of Me per personalizzare l'esperienza d'acquisto
- L'uso del digitale per facilitare la vita dei consumatori: gli elementi chiave della Digital Lifestyle Experience
- Prodotto, servizio, informazione e condivisione per coinvolgere il consumatore
- Le modalità di integrazione tra canali on- e offline

**Alberto Pozzi**, *Responsabile Retail* **ACCENTURE**

## 12:30 LE TECNOLOGIE DIGITALI PER AUMENTARE EFFICIENZA E LIVELLO DI SERVIZIO NELLE SUPERFICI DI VENDITA

- Il potenziale applicativo del digitale negli spazi fisici di vendita
- Le tecnologie per conoscere i prodotti, gestire le scorte e valutare le interazioni con il cliente
- La personalizzazione delle informazioni di prossimità sui prodotti
- L'integrazione delle tecnologie negli spazi e nelle dinamiche dei punti di vendita

**Ugo Castellani**, *Senior Director Mobility* **AVANADE ITALIA**

13:00 *Spazio riservato alle domande*

13:15 *Sintesi e chiusura dei lavori a cura del Coordinatore*