

## Il futuro del retail apre l'ottava edizione del Global Summit Digital Marketing & Ecommerce

*Il 21 ottobre il focus degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, che aprono il programma delle conferenze con un'analisi sull'intelligenza artificiale e sui trend che ridisegnano il retail italiano*

Torino, 19 settembre 2026 — Sarà una lettura del mercato basata sui dati ad aprire l'ottava edizione del **Global Summit Digital Marketing & Ecommerce**, in programma il **21 e 22 ottobre 2026** al **Centro Congressi Hotel Parchi del Garda** di Pacengo di Lazise (VR). **Mercoledì 21 ottobre alle ore 9:00** la prima sessione in aula è affidata a **Roberta Vadruccio**, Ricercatrice senior e PhD degli **Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano**, con l'intervento *"I futuri del Retail. Intelligenza artificiale e trend di mercato: a che punto sono i retailer italiani?"*.

### Un settore sotto pressione, tra nuovi modelli e nuove tecnologie

Da anni il retail vive una fase di forti tensioni. I consumatori cambiano abitudini e aspettative, modelli di business come i marketplace e il retail media modificano gli equilibri competitivi, la tecnologia evolve a una velocità mai vista e la pressione sui margini obbliga le aziende a rivedere strategie e organizzazione.

In 30 minuti, Roberta Vadruccio metterà ordine in questo scenario attraverso dati ed evidenze di mercato, tracciando i trend che stanno definendo il presente e il futuro del commercio, online e nei punti vendita fisici dalla posizione istituzionale degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. Una parte dell'intervento sarà dedicata all'intelligenza artificiale: quale ruolo gioca oggi nel retail, quanto è realmente diffusa tra i retailer italiani e in quali applicazioni sta già producendo risultati concreti. Per chi guida il marketing e l'e-commerce in azienda è il punto di partenza ideale: una fotografia aggiornata e indipendente del mercato, utile per affrontare con maggiore consapevolezza le sessioni e gli incontri che seguono.

### Un programma costruito sulle sfide reali delle aziende

Il programma delle conferenze di questa nuova edizione è già completo e sviluppa, in forma pratica e con numerosi casi studio, i temi toccati dalla sessione di apertura.

Il primo filone riguarda il modo in cui i clienti cercano e scelgono. Con la diffusione degli assistenti basati sull'AI, la visibilità non dipende più soltanto da Google: **Rinaldo Zambello** (NUR Digital Growth & AI) interviene in entrambe le giornate per spiegare come verificare se un'azienda

"esiste" per i motori generativi e come passare dalla SEO alla GEO; **Filippo Sogus** (Be-We) presenta un caso di SEO inferenziale per intercettare comportamenti d'acquisto non espressi; **Marco Minghini** (Seken) mostra come arricchire il catalogo perché i prodotti vengano trovati ovunque, dalla ricerca interna agli LLM; **Paolo Dagrada** (SDWWG) si concentra sul B2B e sul declino delle ricerche tradizionali.

Un secondo filone è dedicato ai dati e alla relazione con il cliente. **Silvia Sassi** (HNRG) racconta come far circolare il valore dei dati tra e-commerce, loyalty e CRM; **Massimo Calabrese** (Synesthesia) e **Federico Rugger** (Moca) affrontano il CRM come motore di crescita e di conversione; **Andrea Mariotti** (t.bd think by diennea) propone una lettura integrata di dati, AI e CRM; **Erica Mazzini** (Sidewave) presenta il caso KFC Italia, un ecosistema omnicanale che unisce app, gamification e AI; **Stefano Notturmo** (Olojin) riflette su come spingere i clienti a farsi riconoscere.

Non mancano gli strumenti per misurare e decidere. **Daniele Tomat** (WebinWord) invita a leggere l'e-commerce attraverso margine, MER e LTV, oltre le dashboard delle piattaforme; **Nicola Tessarollo** (Ven Digital) propone un percorso concreto per tracciare i contatti e capire quali campagne generano clienti; **René Opgenorth** (Baros solutions) entra nel dettaglio dei costi per i vendor Amazon.

Sul fronte dell'adozione dell'intelligenza artificiale, **Iacopo Bernardini** (Fattoretto Agency) illustra modelli, agenti e architetture per portare l'AI dalla sperimentazione all'uso su scala, mentre **Emanuel Pitrotto** ed **Enrico Pisani** (Dalia Technologies) presentano il personal shopper AI, con i dati di oltre 200 aziende e 1,4 milioni di utenti gestiti.

Completano il quadro i contenuti, con i casi di **Veronica Pancini** e **Maria Vittoria Bissoli** (copiaincolla) su content strategy per l'e-commerce e comunicazione B2B; la psicologia d'acquisto, con **Luna Mascitti** (Mio Cugino ADV) che apre la seconda giornata; e la conformità normativa, con **Marco Andreoli** (Yeah) sull'accessibilità dei PDF e sugli obblighi dell'European Accessibility Act.

Una delle novità introdotte dall'ottava edizione è la **tavola rotonda** *"Disintermediazione e AI Commerce: come cambia il funnel quando la ricerca non genera più clic"* anticipata al termine della prima giornata.

## Un'agenda che alterna aula e incontri

Le sessioni in aula si alternano a mezz'ore riservate agli **incontri one2one**, così che ogni partecipante possa costruire una giornata equilibrata tra aggiornamento e business. Ed è negli one2one che la visione acquisita in aula diventa opportunità concreta.

Gli incontri durano **30 minuti** e mettono in contatto aziende visitatrici "end user" ed espositori sulla base di una profilazione accurata delle esigenze di ciascuno. Il sistema di matchmaking proprietario pianifica esclusivamente gli incontri richiesti, senza appuntamenti di riempimento,

secondo un ordine di priorità preciso: prima le richieste reciproche, i match a più alto potenziale; poi le richieste dei visitatori, pianificate salvo eccezioni comunicate in anticipo dall'espositore; infine le richieste dei soli espositori. Chi si siede al tavolo trova un interlocutore pertinente, e ogni conversazione può diventare l'inizio di una collaborazione.

### Networking sul lago di Garda

Il welcome coffee, il pranzo e l'aperitivo di fine giornata offrono spazi di confronto informale in una delle cornici più suggestive d'Italia. Sono i momenti in cui i temi emersi in aula e negli incontri trovano continuità e in cui nascono nuove relazioni professionali.

### Partecipazione su selezione

La partecipazione come visitatori è riservata **esclusivamente a direttori, responsabili e funzionari aziendali di aziende "end user"**. Ogni richiesta è valutata e validata dalla Segreteria Organizzativa, a garanzia della qualità degli incontri. Si può partecipare a una o a entrambe le giornate, anche parzialmente, componendo la propria agenda tra conferenze e appuntamenti one2one.

Per partecipare è sufficiente compilare il modulo di pre-registrazione sul sito ufficiale **gedsummit.it** e attendere la conferma della Segreteria Organizzativa.

### Tutti gli aggiornamenti

Il sito ufficiale **gedsummit.it** raccoglie il programma completo, i profili dei relatori e un **blog** dedicato agli espositori, dove scoprire in anteprima le proposte e le novità dell'ottava edizione. Gli aggiornamenti sull'evento sono condivisi anche sui canali social ufficiali, **LinkedIn**, **Facebook** e **Instagram**, mentre il canale **YouTube** ospita le interviste ai protagonisti delle edizioni precedenti.

## CONCORDIA PROFESSIONAL ORIENTED EVENTS

**Concordia Professional Oriented Events** è l'azienda specializzata nell'ideazione di eventi B2B orientati a favorire la trasmissione di conoscenze tra i partecipanti. In quest'ottica, trasmettere competenze e favorire il business tra imprese, l'azienda promuove cinque appuntamenti annuali, **Global Summit**, dedicati a diversi ambiti: [Digital Marketing & Ecommerce](#) (21 e 22 ottobre 2026), [Logistics & Manufacturing](#) (25 e 26 novembre 2026), [Marketing & Digital](#) (2027), [HR Human Resources](#) (2027) e [Logistics & Supply Chain](#) (2027). Tutti gli eventi si svolgono al Centro Congressi Hotel Parchi del Garda a Pacengo di Lazise (VR).

## SITO & SOCIAL

|           |                                                                                                                         |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sito      | <a href="https://gedsummit.it">gedsummit.it</a>                                                                         |
| LinkedIn  | <a href="https://www.linkedin.com/showcase/72439908/">https://www.linkedin.com/showcase/72439908/</a>                   |
| Facebook  | <a href="https://www.facebook.com/globalsummit/">www.facebook.com/globalsummit/</a>                                     |
| Instagram | <a href="https://www.instagram.com/globalsummitb2b">www.instagram.com/globalsummitb2b</a>                               |
| Youtube   | <a href="https://www.youtube.com/channel/UCJ7_bi7ScRrMVR1AFIcPegQ">www.youtube.com/channel/UCJ7_bi7ScRrMVR1AFIcPegQ</a> |
| Hashtag   | #GEDSummit26                                                                                                            |