

Agende costruite su misura per l'ottava edizione del Global Summit Digital Marketing & Ecommerce

*Agende pianificate per incontri one2one mirati, ventuno conferenze
e la tavola rotonda sull'AI Commerce in chiusura della prima giornata*

Torino, 12 ottobre 2026 — **Mercoledì 21 e giovedì 22 ottobre 2026** il Centro Congressi Hotel Parchi del Garda di Pacengo di Lazise (VR) riunisce chi progetta soluzioni per il marketing digitale e il commercio online e chi, in azienda, è chiamato a sceglierle per l'ottava edizione del **Global Summit Digital Marketing & Ecommerce**. Il programma è definito: ventuno interventi in aula, una tavola rotonda alla fine della prima giornata e, per ciascun partecipante, un'agenda di incontri one2one costruita sulle sue richieste.

Prima la profilazione, poi gli incontri

Il business matching ai tavoli degli espositori distingue e rende efficace il Global Summit: il lavoro inizia settimane prima. La Segreteria Organizzativa intervista i partecipanti e ne raccoglie i desiderata: le priorità, le soluzioni in valutazione, i criteri con cui viene scelto un fornitore. Su queste informazioni lavora **un sistema di matchmaking proprietario**, che inserisce in agenda soltanto gli incontri realmente richiesti.

L'ordine di assegnazione inizia con le richieste reciproche per cui l'interesse è di entrambe le parti e il potenziale è più alto; quindi si passa alle richieste dei visitatori, pianificate salvo eccezioni segnalate in anticipo dall'espositore; ad avere la priorità, infine, il matching tiene conto dei desiderata degli espositori. Durante la due giorni gardesana questa attività rende fruttuosi i trenta minuti di ogni incontro one2one.

I visitatori sono **direttori, responsabili e funzionari aziendali impegnati nella ricerca e nella valutazione di nuovi fornitori**. Gli espositori, professionisti del digital marketing e dell'e-commerce, parlano con interlocutori che hanno un fabbisogno definito e un budget da allocare.

Chi può partecipare e come

L'accesso come visitatori è **riservato a direttori, responsabili e funzionari di aziende "end user"**. Ciascuno può partecipare a una sola giornata o a entrambe, anche in parte, componendo la propria presenza tra conferenze e appuntamenti one2one.

Per candidarsi si compila il [modulo di pre-registrazione su gedsummit.it](https://www.gedsummit.it) e si attende la conferma della Segreteria Organizzativa.

Venticinque interventi, una domanda alla volta

In aula si alternano venticinque interventi di mezz'ora, intervallati dalle sessioni di incontri one2one. In quasi tutte le fasce le conferenze sono due, in parallelo, e ogni partecipante sceglie quella più utile al proprio lavoro.

La prima giornata, mercoledì 21 ottobre, si apre alle 9:00 con lo sguardo d'insieme di **Roberta Vadrucchio, Ricercatrice senior e PhD degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano**. "I futuri del Retail" fa il punto su trend di mercato e intelligenza artificiale tra i retailer italiani.

Poi la mattinata entra nel concreto. Alle 10:00 **Filippo Sogus (Be-We)** presenta un caso di SEO inferenziale, per intercettare le vendite che i tool non vedono e posizionarsi su Google come nelle risposte degli LLM. In parallelo **Silvia Sassi (HNRG)** illustra il modello di governance che fa circolare i dati tra e-commerce, loyalty e CRM. Alle 11:00 **Rinaldo Zambello (NUR Digital Growth & AI)** propone l'Assessment GEO, per capire se un'azienda esiste già per l'intelligenza artificiale. Nella stessa fascia **Daniele Tomat (WebinWord)** avverte che "Il ROAS non paga gli stipendi" e porta l'attenzione su margine, MER e LTV. A mezzogiorno il tema è il CRM. **Federico Rugger (Moca)** mostra come attivare il database tra mappatura dei touchpoint, segmentazione ed email automation. **Massimo Calabrese (Synesthesia)** lo inserisce in un'architettura Sales & Marketing fatta di dati, processi e persone.

Dopo il pranzo si riparte alle 14:00 con **Veronica Pancini (copiaincolla)** e il caso Fiocchi di Riso del Gruppo Artsana, dalla content strategy alla conversione. Nella stessa fascia **Stefano Notturmo (Olojin)** parla de "Il cliente che non riconosci". Alle 15:00 **Nicola Tessarollo (Ven Digital)** spiega come tracciare i contatti e decidere gli investimenti sui dati. **Andrea Franceschelli (Due Torri)** affronta il make or buy nell'e-commerce: customer experience, logistica, resi e customer care, da internalizzare o esternalizzare. Alle 16:00 **Mercedes Nemeth (Baros solutions)** apre la "black box" degli addebiti Amazon Vendor. In parallelo **Monica Brignoli (Fattoretto Agency)** insegna a leggere i segnali che nascono tra Google, social e assistenti AI, per arrivare prima del trend. Alle 17:00 **Emanuel Pitrotto ed Enrico Pisani (Dalia Technologies)** presentano il Personal Shopper AI, con i numeri di oltre 200 aziende e 1,4 milioni di utenti gestiti; nello stesso slot Marco Minghini (Seken) spiega come "Far trovare i tuoi prodotti. Ovunque: dalla ricerca interna a Google e agli LLM". Alle 18:00 la giornata si chiude con la tavola rotonda.

Giovedì 22 ottobre comincia dalla psicologia della vendita. Alle 9:00 **Luna Mascitti (Mio Cugino ADV)** sostiene che il cliente non compra il prodotto migliore, ma quello che riesce a scegliere. Alle 10:00 **Andrea Mariotti (t.bd think by diennea)** presenta un solo sistema, fatto di dati, AI e CRM, per leggere la domanda. In parallelo **Erica Mazzini (Sidewave)** racconta il caso KFC Italia, dove loyalty, app, gamification e AI fanno crescere il valore del cliente nel tempo. Alle 11:00 torna **Rinaldo Zambello con "Da SEO a GEO"**, la strategia per rendere i contenuti citabili dai motori generativi. Nella stessa fascia Maria Vittoria Bissoli (copiaincolla) porta la comunicazione B2B fuori dal manuale tecnico. Alle 12:00 **Paolo Dagrada (SDWWG)** si chiede se l'AI consigli la nostra azienda

e come proteggere il business B2B dal declino delle ricerche tradizionali. In parallelo **Marco Andreoli (Yeah)** chiarisce che cosa fare per avere PDF conformi all'European Accessibility Act.

Il pomeriggio prosegue con un solo intervento per fascia. Alle 14:30 **Daniele Cassioli (Real Eyes People)**, campione mondiale di sci nautico e cieco dalla nascita, parla di visione nell'era delle metriche con "Vedere per Credere o Credere per Vedere?". Alle 15:30 **Luca Pacchiarini (Pacchiarini & B)** e **Stefano Piotto** spiegano quando la reputazione AI diventa strategia, cioè come leggere il modo in cui gli LLM raccontano un brand. Alle 16:30 chiude **Claudio Gagliardini** con "L'illusione dell'accelerazione": senza un'architettura, la tecnologia distrugge il valore del brand.

Orari, relatori e abstract sono consultabili su gedsummit.it/edizione-2026/programma.

AI Commerce: la tavola rotonda chiude la prima giornata

La novità di quest'anno riguarda la **tavola rotonda, che si sposta a mercoledì 21 ottobre alle 18:00**, al termine della prima giornata e appena prima dell'aperitivo. Il tema è "**Disintermediazione e AI Commerce: come cambia il funnel quando la ricerca non genera più clic**". Si discute di strategie, tendenze e infrastrutture per intercettare il cliente prima ancora che arrivi sul sito.

Partecipano Monica Brignoli, Senior SEO & AI Search Specialist di Fattoretto Agency, Erica Mazzini, Amministratore di Sidewave, Emanuel Pitrotto, Founder e Amministratore di Dalia Technologies, Davide Rigon, SEO Senior di Ven Digital, e Alberto Toniolo, Head of Sales di Moca. Modera Claudio Gagliardini, esperto di comunicazione e social media.

Il networking continua a tavola

Welcome coffee, pranzo e aperitivo fanno parte del format quanto le sessioni di lavoro. In questi momenti un discorso avviato al tavolo one2one va avanti senza l'orologio. Si chiede un parere a chi ha già risolto lo stesso problema e si scambiano esperienze con colleghi di altri settori. Ai Global Summit più di una collaborazione è nata così.

Per restare aggiornati

Su gedsummit.it sono disponibili il programma completo, i profili dei relatori e il [blog](#) dedicato agli espositori, con le anteprime su proposte e novità dell'ottava edizione. Gli aggiornamenti passano anche dai canali ufficiali **LinkedIn, Facebook e Instagram**. Sul canale **YouTube** si trovano 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),

Addetto stampa

Serena Cominetti press@globalsummit.it

[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	gedsummit.it
LinkedIn	https://www.linkedin.com/showcase/72439908/
Facebook	www.facebook.com/globalsummit/
Instagram	www.instagram.com/globalsummitb2b
Youtube	www.youtube.com/channel/UCJ7_bi7ScRrMVR1AFIcPegQ
Hashtag	#GEDSummit26