

Il futuro del retail in apertura dell'ottava edizione del Global Summit Digital Marketing & Ecommerce

Il 21 e 22 ottobre 2026, al Centro Congressi Hotel Parchi del Garda, due giornate che alternano business matching profilato e formazione in aula. Il programma delle conferenze: in chiusura della prima giornata la tavola rotonda sull'AI Commerce

Torino, 13 ottobre 2026 — Trenta minuti, due aziende, un matching pianificato scrupolosamente. Sono solo tre dei numeri dell'ottava edizione del **Global Summit Digital Marketing & Ecommerce**, in programma **mercoledì 21 e giovedì 22 ottobre 2026** al **Centro Congressi Hotel Parchi del Garda** di Pacengo di Lazise (VR). Accanto agli **incontri one2one**, cuore pulsante della manifestazione, un programma di **ventuno conferenze** — già completo e dettagliato sul sito — e una **tavola rotonda**, alla fine della prima giornata, per fare il punto prima del grande aperitivo di networking.

Appuntamenti programmati su interessi comuni

Al Global Summit tutto è pianificato in funzione di interessi concreti e reciproci. Prima dell'evento, la Segreteria Organizzativa raccoglie e analizza le esigenze di ciascun partecipante: cosa cerca, su quali progetti sta lavorando, quali soluzioni sta valutando. Su questa base il **sistema di matchmaking proprietario** pianifica le agende degli incontri one2one, garantendo **appuntamenti proficui, concreti e prospettici**.

Il software abbina in prima battuta le **richieste reciproche**, in cui l'interesse è bilaterale e il potenziale più alto. A seguire le **richieste dei visitatori**, pianificate salvo eccezioni comunicate in anticipo dall'espositore. Infine le **richieste dei soli espositori**. Il risultato è un'agenda in cui ogni mezz'ora ha una ragione precisa: chi si siede al tavolo sa già perché è lì e l'incontro può andare dritto al punto.

Per i **visitatori** — direttori, responsabili e funzionari aziendali coinvolti nella ricerca e nella valutazione di nuovi fornitori — questo significa incontrare, nell'arco di uno o due giorni, una selezione mirata di potenziali fornitori e partner, senza perdite di tempo o lunghi spostamenti e senza il filtro di un primo contatto commerciale. Per gli **espositori**, professionisti del digital marketing e dell'e-commerce, significa dialogare con decisori già consapevoli delle proprie necessità e dei relativi budget.

Il programma in aula, giorno per giorno

Venticinque interventi di trenta minuti, alternati alle sessioni di incontri one2one. Dove l'orario si ripete, le due conferenze si svolgono in parallelo.

Mercoledì 21 ottobre

- Roberta Vadrucchio, Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano: “I futuri del Retail” (ore 9:00, apertura dei lavori)
- Filippo Sogus, Be-We: “SEO inferenziale per e-commerce: come intercettare le vendite che i tool non vedono” (ore 10:00)
- Silvia Sassi, HNRG: “Il valore nascosto nei vostri dati: come farlo circolare tra e-commerce, loyalty e CRM” (ore 10:00)
- Rinaldo Zambello, NUR Digital Growth & AI: “Assessment GEO: scopri se la tua Azienda esiste già per l’Intelligenza Artificiale” (ore 11:00)
- Daniele Tomat, WebinWord: “Il ROAS non paga gli stipendi” (ore 11:00)
- Federico Rugger, Moca: “Performance Marketing e CRM: come attivare il database per ottenere di più” (ore 12:00)
- Massimo Calabrese, Synesthesia: “RevOps, CRM e AI: dati, processi e persone per un’architettura Sales & Marketing che scala” (ore 12:00)
- Veronica Pancini, copiaincolla: “Se i contenuti funzionano l’e-commerce converte: il caso Fiocchi di Riso (Gruppo Artsana)” (ore 14:00)
- Stefano Notturmo, Olojin: “Il cliente che non riconosci” (ore 14:00)
- Nicola Tessarollo, Ven Digital: “Che fine fanno i tuoi contatti? Attrarre, misurare e decidere in base ai dati” (ore 15:00)
- Andrea Franceschelli, Due Torri: “Make or buy nell’e-commerce: 3 decisioni che cambiano vendite e margini” (ore 15:00)
- Mercedes Nemeth, Baros solutions: “A tour through the black box: Amazon Vendor Charges Explained” (ore 16:00)
- Monica Brignoli, Fattoretto Agency: “Arrivare prima del trend: leggere i segnali tra Google, Social e AI per anticipare stagionalità e comportamenti di ricerca” (ore 16:00)
- Emanuel Pitrotto ed Enrico Pisani, Dalia Technologies: “Il Personal Shopper AI: trasformare il traffico dell’e-commerce in vendite assistite 24 ore su 24” (ore 17:00)
- Marco Minghini, Seken: “Far trovare i tuoi prodotti. Ovunque: dalla ricerca interna a Google e agli LLM” (ore 17:00)

Alle 18:00 segue la tavola rotonda “Disintermediazione e AI Commerce: come cambia il funnel quando la ricerca non genera più clic”.

Giovedì 22 ottobre

- Luna Mascitti, Mio Cugino ADV: “Il cliente non compra il prodotto migliore: compra quello che riesce a scegliere” (ore 9:00, apertura della seconda giornata)
- Andrea Mariotti, t.bd think by diennea: “Dati, AI, CRM: un solo sistema per leggere la domanda” (ore 10:00)
- Erica Mazzini, Sidewave: “Dalla loyalty alla crescita: come dati, AI e gamification trasformano il cliente in valore nel tempo” (ore 10:00)

- Rinaldo Zambello, NUR Digital Growth & AI: “Da SEO a GEO: la strategia per essere scelti dall’Intelligenza Artificiale, non trovati da Google” (ore 11:00)
- Maria Vittoria Bissoli, copiacollage: “I nuovi orizzonti della comunicazione B2B, per una content creation che posiziona” (ore 11:00)
- Paolo Dagrada, SDWWG: “L’AI consiglia la tua azienda?” (ore 12:00)
- Marco Andreoli, Yeah: “PDF accessibili e European Accessibility Act: cosa fare per essere conformi” (ore 12:00)
- Daniele Cassioli, Real Eyes People: “Vedere per Credere o Credere per Vedere?” (ore 14:30)
- Luca Pacchiarini, Pacchiarini & B, e Stefano Piotto: “Dal mondo dello ‘sti... all’universo del me...”: come e quando la reputazione AI diventa strategia (ore 15:30)
- Claudio Gagliardini: “L’illusione dell’accelerazione: perché la tecnologia senza architettura distrugge il valore del brand” (ore 16:30, chiusura dei lavori)

Il calendario completo, con orari e abstract, è pubblicato su gedsummit.it/edizione-2026/programma.

La tavola rotonda si sposta al primo giorno

Tra le novità dell’ottava edizione, la consueta **tavola rotonda** viene anticipata alla **chiusura della prima giornata, mercoledì 21 ottobre alle 18:00**, subito prima dell’aperitivo. Il tema è *“Disintermediazione e AI Commerce: come cambia il funnel quando la ricerca non genera più clic”*: strategie, trend e infrastrutture per intercettare l’acquisto prima che il cliente arrivi sul sito.

Al confronto 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), **Alberto Toniolo** (Head of Sales di Moca) moderati da **Claudio Gagliardini**, esperto di comunicazione e social media. È il momento in cui i fili delle conferenze si riannodano in una discussione aperta, e la nuova collocazione la rende accessibile anche a chi partecipa a una sola giornata o prosegue poi nel networking della serata.

Il networking sul lago di Garda

Welcome coffee, pranzo e aperitivo di fine giornata non sono pause di servizio: sono i momenti in cui i temi emersi in aula e ai tavoli one2one trovano continuità, in una delle cornici più suggestive d’Italia. Molte collaborazioni nascono proprio nelle conversazioni informali.

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	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_bi7ScRrMVR1AFlcPegQ
Hashtag	#GEDSummit26