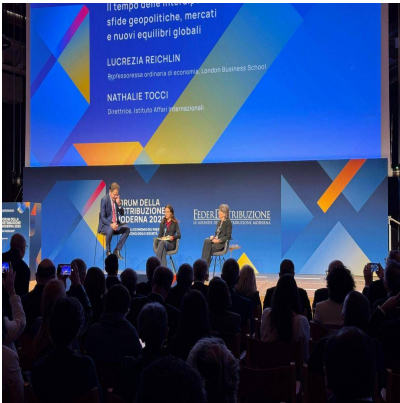




Forum Distribuzione Moderna 2025, futuro del retail tra sfide globali e innovazione

Descrizione

(Adnkronos) • In uno scenario caratterizzato dall'incertezza, dai cambiamenti sociali e demografici, dalle innovazioni tecnologiche e dalle nuove sfide che derivano dal mutevole contesto internazionale, il retail moderno affronta continue trasformazioni, mantenendo un ruolo importante per le persone, i territori e l'economia del Paese. Questi temi sono al centro del primo Forum della Distribuzione Moderna 2025. Il retail nell'economia del Paese. Mercati, tecnologia e società che si è svolto oggi a Milano, organizzato da Federdistribuzione e che ha visto la partecipazione di Adolfo Urso, Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

Il programma dei lavori si è aperto con la relazione del Presidente di Federdistribuzione Carlo Alberto Buttarelli, che ha sottolineato il ruolo economico e sociale del retail moderno: «Le imprese della Distribuzione Moderna operano sui territori, sono un presidio della prossimità con le comunità locali, garantiscono accessibilità e qualità. Nei nostri punti vendita vediamo ogni giorno come cambiano i bisogni delle persone e le abitudini di acquisto, così come percepiamo l'effetto dell'incertezza che deriva dal contesto economico e globale. Lo spirito di servizio che contraddistingue il nostro settore va quindi di pari passo con lo sguardo alle trasformazioni che abbiamo davanti e che oggi, con i relatori intervenuti al Forum della Distribuzione Moderna abbiamo messo al centro del confronto. La complessità delle dinamiche che governano il lavoro delle nostre imprese richiede ascolto, comprensione e, soprattutto, concretezza, che si traduce anche nella necessità di un quadro normativo stabile. Sostenere le imprese del retail significa tenere vivo il tessuto economico del Paese. Favorire la capacità di fare investimenti per cogliere le opportunità di sviluppo, derivanti anche dall'evoluzione delle tecnologie, vuol dire contribuire alla crescita economica. Il futuro del settore è quindi un impegno anche per il lavoro di Federdistribuzione, la casa del retail moderno, per contribuire a rappresentare sempre al meglio le necessità delle imprese».

Il Forum, moderato da Andrea Bignami, giornalista di SkyTg24, ha ospitato il panel «Il tempo delle interdipendenze: sfide geopolitiche, mercati e nuovi equilibri globali» con Lucrezia Reichlin, Professoressa ordinaria di economia presso la London Business School e Nathalie Tocci, Direttrice dell'Istituto Affari Internazionali. Un confronto sulle dinamiche internazionali, economiche e geopolitiche, per approfondirne gli effetti sulle catene globali del valore, sulle dinamiche del commercio internazionale e sull'economia italiana, con un focus sul ruolo dell'Europa e del nostro Paese alla

luce dei nuovi poli mondiali di influenza economica e tecnologica.

Nel corso del suo intervento, Giorgio De Rita, Segretario Generale del Censis, ha presentato la ricerca *“L’evoluzione della società italiana: tendenze e prospettive del retail moderno”*. Gli eventi globali influenzano la vita quotidiana degli italiani, generando incertezza e prudenza nella gestione del reddito. In risposta, cresce la ricerca della microfelicità quotidiana, momenti di benessere legati al tempo per sé, alle relazioni e ad attività gratificanti. Questo si traduce in un ribaltamento della gerarchia dei valori e in una nuova interpretazione sociale del consumo: prevale la qualità sulle quantità e i consumi diventano strumenti per generare soddisfazione personale e relazionale. I dati confermano questa tendenza: l’83,9% degli italiani acquista prodotti coerenti con i propri valori, il 75,5% privilegia prodotti sostenibili, il 56,4% si premia con acquisti dopo una giornata intensa, e il 70,6% evita acquisti impulsivi.

Sul piano sociodemografico, l’Italia affronta l’invecchiamento della popolazione e un aumento delle persone che vivono da sole. Uno scenario che accresce il bisogno di relazioni e di prossimità, valorizzando i negozi fisici come hub di socializzazione: il 69,3% degli italiani considera lo shopping un’occasione per svagarsi, il 62,7% apprezza il personale disponibile e il 38% desidera spazi dedicati alla socializzazione.

Inoltre, in uno scenario sempre più caratterizzato dalle nuove tecnologie e dall’intelligenza artificiale si sta consolidando la figura di un consumatore sempre più sfidante per il settore del retail. Lo sguardo sul futuro dell’innovazione è stato al centro della relazione *“Leadership nell’era digitale: innovazione, intelligenza artificiale e nuove rotte per l’impresa”* di Alec Ross, Distinguished Professor della Bologna Business School. Al centro, l’impatto delle tecnologie trasformatrici sui modelli operativi delle imprese, la nuova leadership richiesta per affrontare il cambiamento attuale e l’impatto dell’intelligenza artificiale sulla competitività delle imprese, che offre opportunità anche per il retail moderno. Su questa prospettiva anche la tavola rotonda *“Cultura digitale e persone: quale futuro per il negozio fisico?”* che ha visto la partecipazione di Fausto Caprini, Founder di Retex, Daniele Grassucci, Direttore e Co-Founder di Skuola.Net e Christina Lundari, Country Manager, TikTok Global Business Solutions, Italy & Greece. Un confronto per parlare del futuro del punto vendita, anche come luogo di relazione, alla luce dei cambiamenti tecnologici e generazionali in corso, degli effetti della cultura digitale nell’esperienza di consumo e di come sta cambiando la relazione tra imprese del retail e consumi dal punto di vista delle nuove generazioni.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 21, 2025

Autore

redazione

default watermark