



8 - 9 Maggio 2019– MiCo Milano Congressi- Milano

Comunicato Stampa

IL RUOLO SOCIALE DEL FOOD&BEVERAGE E LA CUSTOMER EXPERIENCE PROTAGONISTI DELLA SECONDA EDIZIONE DI MAPIC FOOD

I brand della ristorazione commerciale protagonisti con nuovi concept per attirare il consumatore in cerca di nuove esperienze nelle destinazioni retail



Paris, 6 marzo 2019 – La seconda edizione di [MAPIC Food](#) ha scelto come tema centrale la funzione sociale del Food&Beverage e le esperienze innovative ed emozionali dei consumatori.

MAPIC Food, che si terrà a Milano dall'8 al 9 maggio, in concomitanza della Milano Food Week, offrirà agli esperti del settore F&B e del mercato immobiliare retail l'opportunità di analizzare come il food&beverage stia trasformando le destinazioni retail in piazze sociali e luoghi "lifestyle" e quali siano le sfide che il settore dovrà affrontare.

*"MAPIC Food porrà l'accento su quali sono i valori chiave di cui i concept Food & Beverage hanno bisogno oggi e quale tipo di esperienza la gente vuole vivere con il food. Attraverso il tema centrale del programma **"Il food: aggregatore sociale dell'era digitale"**, gli esperti del settore discuteranno dei più recenti format F&B, di come ottenere il giusto mix F&B nei siti retail, di cosa guida proprietà e gestori di siti commerciali nelle loro scelte F&B e di come saranno le destinazioni food e retail in futuro. Queste importanti domande si pongono in un momento in cui l'identificazione e lo sviluppo di nuove iniziative per rispondere i nuovi trend del mercato ed ai bisogni dei consumatori è diventata sempre più*

complessa per gli operatori del settore F&B. Le risposte a tali domande sono gli ingredienti essenziali per il successo nel settore F&B di oggi", osserva Francesco Pupillo, Vice Direttore di MAPIC Food.

L'"esperienza" F&B nei siti retail è oggi un elemento chiave per rendere tali destinazioni sempre più attrattive e sarà al centro di un'importante conferenza a MAPIC Food il 9 maggio.

Uno dei principali interrogativi che proprietari e gestori di spazi retail si trovano ad affrontare oggi è capire quale sia il giusto mix F&B da offrire ai clienti in un momento in cui i gusti dei consumatori stanno cambiando a velocità vertiginosa. I trend più recenti evidenziano una domanda crescente di alimenti vegani negli Stati Uniti e nel Regno Unito. Allo stesso tempo diversi interessanti fenomeni sono in costante aumento: dall'attenzione crescente agli allergeni alimentari, alla consapevolezza etica e ambientale dei consumatori, alla scoperta di sempre nuovi cibi provenienti da ogni parte del mondo (dalla cucina fusion fino anche agli insetti, considerati una nuova fonte di proteine magre).

Secondo **Manuela Borella**, direttore generale di Manifesto Innovation Accelerator in Danone, la community F&B ha bisogno di un approccio "glocal" per soddisfare le aspettative dei clienti. *"La globalizzazione sta coinvolgendo e trasformando tutti i comparti del settore, dall'ambiente alla nutrizione fino al labelling dei prodotti; dobbiamo allora capire come adattarci. La prima cosa che vorrei sottolineare è la necessità di tenere in considerazione le tradizioni alimentari a livello locale perché le tendenze della globalizzazione non sono sempre adottate allo stesso modo in ogni paese. Ad esempio, il veganismo è molto presente nel Regno Unito, ma non così tanto nell'Europa occidentale. In Francia, il biologico è molto importante per i consumatori."*

Il tema centrale di MAPIC Food analizzerà altresì l'impatto del digitale sulle future destinazioni food e retail. Il dibattito spazierà dall'impatto che l'innovazione digitale sta avendo sul food delivery, all'uso di dati digitali nelle strategie di marketing F&B.

Marco Beolchi, esperto di retail food, ritiene che le community "fisiche" e quelle del mondo social avranno un ruolo sempre più importante nel guidare l'innovazione nel settore F&B e nella fidelizzazione dei marchi. Sostiene che gli esperti di F&B *"dovranno interagire sempre di più con i consumatori e con le loro idee, trasformandoli in contributori. Chi segue un marchio ha bisogno di sentire un senso di reale appartenenza alla community del marchio stesso e di percepire di avere un ruolo attivo che genera nuove idee e prodotti, sulla base di feedback in tempo reale. In questo modo la community diventerà non solo un cliente, ma anche la più grande risorsa del marchio."*

A MAPIC Food è prevista la partecipazione di circa 2.000 delegati, tra cui 400 foodservice retailer e oltre 200 proprietari e gestori di centri commerciali, operatori travel e master franchisee provenienti da 50 paesi.

Per visionare il [programma dell'ultima conferenza MAPIC Food](#)

Informazioni su MIDEM:

Fondata nel 1963, Reed MIDEM organizza fiere professionali e internazionali che si sono imposte come piattaforme essenziali per gli attori chiave dei settori interessati. Questi settori sono: MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR a Cannes, MIP China ad Hangzhou e MIP Cancun in Messico per i settori televisivo e dei contenuti digitali; MIDEM a Cannes per i professionisti del settore musicale; Esports BAR a Cannes e a Miami per il settore degli eSports; MIPIM a Cannes, MIPIM UK a Londra, MIPIM Asia Summit a Hong Kong e MIPIM PropTech Summit a New York e MIPIM PropTech Europe a Parigi per il settore immobiliare; MAPIC a Cannes, MAPIC Russia a Mosca, MAPIC Italy e MAPIC Food a Milano, MAPIC India a Mumbai per il settore immobiliare. www.reedmidem.com

Informazioni su Reed Exhibitions:

Reed Exhibitions è il leader mondiale nell'organizzazione di eventi, con oltre 500 manifestazioni in 30 paesi. Nel 2018 Reed ha riunito oltre sette milioni di partecipanti in tutto il mondo, generando un giro d'affari di miliardi di dollari. Oggi gli eventi di Reed Exhibitions si svolgono in America, Europa, Medio Oriente, Asia Pacifica e Africa, e sono organizzati da 38 uffici con personale addetto. Reed Exhibitions opera in 43 settori, con eventi rivolti alle aziende e ai consumatori. Fa parte del Gruppo RELX, un fornitore globale di informazioni e di servizi di analisi per professionisti e per clienti aziendali in vari settori. www.reedexpo.com

Per ulteriori informazioni contattare:

Paola NICOLAI, NIC PR per Canali & C. Srl

Tel.: +39 02 3653 5859; m. + 39 335 80 56 962

paola.nicolai@nicpr.it

