

# #Phygital, il futuro dei negozi fisici. Webinar il 13 ottobre

Il 13 ottobre alle 18, a Palazzo Giureconsulti di Milano per il secondo evento di **l'età Ibrida. Dialoghi per le imprese alla vigilia di una nuova era**, sarà ospite l'economista, consulente strategico e docente universitario Nicolò Andreula autore di #Phygital. *Il nuovo marketing, tra fisico e digitale.*

In un dialogo con **Paolo Iabichino**, Andreula, partendo dal suo saggio, offrirà delle tracce per aiutare i negozi di quartiere a sopravvivere alla polarizzazione tra fisico e digitale in cui sembravano relegati prima del lockdown.

Il Lockdown ha accelerato le vendite online portando l'e-commerce a crescere repentinamente anche in Italia e sempre più brand trasferiscono le loro vendite online. Anche il rapporto diretto con il consumatore, che negozi, marchi e produttori tradizionali hanno faticosamente costruito nel tempo, sembra diventare appannaggio dei e-marketplace che erodono i margini di profitto del retail. Se questa accelerazione può sembrare il tramonto dei negozi fisici, i comportamenti sul mondo retail offrono un'altra chiave di lettura.

*"MasterCardsvela che nei mesi del lockdown il 70% dei consumatori italiani ha fatto acquisti nei negozi dei propri quartieri, e che il 63% è convinto di poter continuare a farlo anche in futuro. Uno studio di Accenture ritiene che l'80% dei millennials preferisce effettuare acquisti nei negozi tradizionali, mentre una ricerca di Retail Dive ha evidenziato che la maggior parte della Generazione Z non percepisce la differenza tra store fisici e online. Cosa significa tutto questo? Che stiamo assistendo a una trasformazione radicale dei processi di vendita e di comunicazione."* Afferma **Nicolò**

**Andreula**, economista, consulente strategico e docente universitario ospite di *L'età ibrida*. *“Per affrontare il cambiamento è necessario essere analogici e digitali, fisici e virtuali, offrire servizi a portata di mano e di mouse sempre conservando l'essenza del contatto umano. Per cavalcare questo tsunami di innovazione sarà indispensabile comprendere i nuovi valori che un brand può e deve trasmettere nel nuovo umanesimo a trazione tecnologica, e ripensare al valore generato durante i processi d'acquisto.”*

Una strada, seguendo come traccia il suo saggio *Phygital*. Il nuovo marketing, tra fisico e digitale, è lavorare su empatia, storytelling ed esperienze, investire in negozi fisici e risorse umane piuttosto che considerarli dei costi da tagliare.

Su questi punti cardine si concentrerà la seconda serata del ciclo di incontri guidato da **Paolo Iabichino**, Direttore Creativo e Fondatore insieme a Ipsos Italia dell'Osservatorio Civic Brands, coadiuvato da **Marisandra Lizzi**, Founder di Mirandola Comunicazione e di iPressLIVE, da sempre attenta ai temi del digitale e dell'innovazione tecnologica.

*“Gli incontri voluti dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi serviranno per costruire ponti verso delle sensibilità nuove, nuove mentalità. A ogni incontro avremo una testimonianza e quella di Nicolò Andreula è una “traccia” lasciata da un “pioniere”.*

*Quasi sempre le riflessioni partono da una saggistica divulgativa e Nicolò è tra coloro che hanno avuto il coraggio di incamminarsi per un sentiero meno battuto, quello che un giorno, permetterà di essere come il funambolo che abbiamo scelto come logo: dove arriverà la magia di camminare sul filo non la paura di cadere.”* afferma **Paolo Iabichino**, ideatore e direttore creativo del ciclo di eventi.

Dopo il secondo appuntamento sarà il turno, martedì 27 ottobre, di **Giulio Xhaet**, autore di **#Contaminati: Connessioni tra discipline, saperi e culture**; il 12 novembre, siccome

l'età ibrida richiede soprattutto una riflessione che è anche linguistica, intervorrà **Vera Gheno** – Sociolinguista e Traduttrice mentre il 26 novembre sarà il turno di **Assunta Corbo**, Fondatrice del Constructive Network – il primo network italiano di professionisti dell'informazione dedicato alla comunicazione costruttiva e al giornalismo delle soluzioni – e autrice di **Empatia digitale – Le parole sono di tutti**. A chiudere il ciclo di eventi, il 10 dicembre, sarà il Filosofo – Professore ordinario di Filosofia ed Etica dell'Informazione all'Università di Oxford **Luciano Floridi** autore di **“Il verde e il blu. Idee ingenuie per migliorare la politica”**.

Gli eventi inizieranno alle 18,00 e dureranno circa un'ora, è possibile partecipare iscrivendosi attraverso la piattaforma GoToWebinar. A distanza di alcuni giorni, il video sarà disponibile sul canale Youtube della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi.

Al seguente link il video riassunto del primo appuntamento, mentre è possibile rivedere le interviste ai relatori cliccando sui rispettivi nomi: Elena Vasco – Segretario Generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Roberta Cocco – Assessora a Trasformazione digitale e Servizi civici del Comune di Milano e Paolo Iabichino – Direttore creativo.