

Community Retail 5.0

Evidenze chiave del Rapporto Strategico
«Il futuro del Retail Specializzato per la
crescita e la competitività del Paese»

Benedetta Brioschi

Partner e Responsabile Food&Retail, TEHA Group

Giulia Tomaselli

Project Coordinator Community Retail 5.0, TEHA Group



Community Retail 5.0

Centro Congressi - Nola Business Park
Giovedì 6 marzo 2025



Indice

- **TEHA Group**
- Obiettivi e metodologia della 4^a edizione della Community Retail 5.0
- I messaggi chiave del Rapporto Strategico Retail 5.0

- TEHA Group, società controllata al 100% da The European House – Ambrosetti, **fondata nel 1965**, è una società di consulenza per le Alte Direzioni con sede in Italia e uffici in tutto il mondo
- A più di 15 anni dal management buy-out, che ha liquidato il fondatore, TEHA Group ha rafforzato la propria leadership internazionale e si è confermata – dal 2013 – nella categoria "Best Private Think Tanks", **1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti su oltre 11.175 a livello globale** (fonte: «Global Go to Think Tank Index Report» dell'Università della Pennsylvania)
TEHA Group è stata riconosciuta da Top Employers Institute come **una delle 147 realtà Top Employer 2024 in Italia** per il quarto anno
- TEHA Group fornisce:
 - Servizi di **consulenza strategica e manageriale**
 - **Costruzione di scenari strategici**, attività di policymaking e advocacy (>350 all'anno)
 - **Piani di sviluppo territoriale** ai Governi regionali e ai principali player locali (>60 iniziative negli ultimi 3 anni)
 - Programmi di alta formazione e **Forum per la leadership politica ed imprenditoriale** (oltre 750 incontri all'anno, con più di 3.000 esperti da tutto il mondo)



I nostri numeri, i nostri successi nel 2024

Oltre
850 Eventi

Realizzati nel 2024, di cui l'11% in digitale, l'8% in fisico e l'81% phygital

1
Piattaforma proprietaria phygital

Know-how e tecnologia proprietaria per realizzare workshop, seminari, eventi digitali complessi

3.500
Esperti

Nazionali ed internazionali coinvolti nelle nostre diverse piattaforme

46.000
Imprenditori e manager

Nazionali ed internazionali che hanno partecipato ai nostri eventi e incontri in Italia e nel mondo

Oltre
400
Studi e Scenari

Sviluppati per Istituzioni e aziende nazionali ed internazionali

1°
Think Tank

Privato italiano, 4° nell'Unione Europea, tra i più rispettati e indipendenti – dal 2013 – su 11.175 a livello globale (*)

50
Anni

del Forum di Cernobbio nel 2024

18
Paesi

Italia, Francia, Belgio, Spagna, Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Sudafrica, Turchia, Tunisia, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Cina, Corea del Sud, Thailandia, Vietnam, Singapore

TOP
EMPLOYER
2024

Per il quarto anno consecutivo, siamo stati riconosciuti Top Employer. Una delle 147 realtà nominate nel 2024 in Italia, sulla base dell'analisi specifica di 6 aree di policy HR e di oltre 400 best practice monitorate

330 Persone
di cui **61%**
Donne

Accomunate dalla stessa passione e voglia di fare

10+
anni di
innovazione

Da oltre 10 anni attore chiave dell'ecosistema italiano dell'innovazione: Corporate Venture Capital, Open Innovation, Acceleratore di Startup, scenari tecnologici

30+
anni di
sostenibilità

L'esperienza del nostro team di sostenibilità in progetti e soluzioni su misura per accelerare la transizione delle imprese verso un futuro sostenibile

11
Community

Tematiche o territoriali: Cashless Society, Valore Acqua per l'Italia, Retail 5.0, Life Sciences, Innotech, Smart Building, Zero Carbon, Floating Wind Offshore, Toscana, Food, Valore Rigenerazione Urbana

7
Think Tank
e Summit
Internazionali

Riconosciuti come una best-practice internazionale da parte dell'ASEAN Community. Menzionati come caso d'eccellenza nel Trattato del Quirinale - co-firmato dal Presidente del Consiglio dei Ministri italiano e dal Presidente della Repubblica Francese - per la cooperazione bilaterale rafforzata

120
Famiglie

Imprenditoriali assistite, tramite consulenza nei Patti di Famiglia e Sistemi di Governance

(*) Nell'ultima edizione del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania



Il nostro Forum flagship “Lo Scenario di oggi e di domani per le strategie competitive” (Forum di Cernobbio)

- È uno dei più **prestigiosi Forum internazionali** di stampo economico, che viene realizzato annualmente il primo weekend di settembre
- La partecipazione (solo su invito) è **limitata a 250 partecipanti** (CEO, Capi di Stato, Ministri, esperti dei temi trattati a livello internazionale)
- Viene applicato il principio della **Chatham House Rule** per permettere ai partecipanti di condividere la loro visione sulle priorità che influenzano l’agenda degli imprenditori e dei leader politici nella sfera economica, finanziaria, geopolitica, scientifica e dell’innovazione



1999 - Gianni Agnelli,
Yasser Arafat e
Simon Peres



2008 - Richard Cheney
Vice Presidente degli
Stati Uniti d’America



2015 - Emmanuel Macron
Presidente della
Repubblica francese



2017 - Franz Timmermans
Primo Vicepresidente
della Commissione
europea



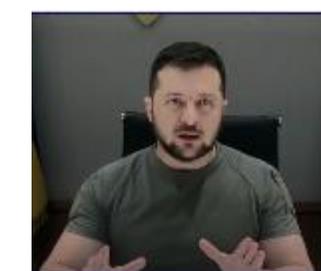
2018 – Giuseppe Conte
Primo Ministro, Italia



2019 - Hillary Rodham Clinton
Già Senatore degli Stati
Uniti d’America



2020 – Messaggio da parte
di sua Santità Papa
Francesco



2022-2023 – Volodymyr
Zelenskyy
Presidente dell’Ucraina

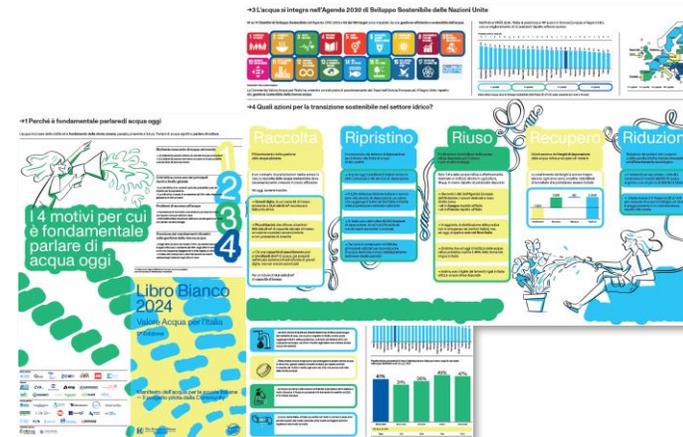
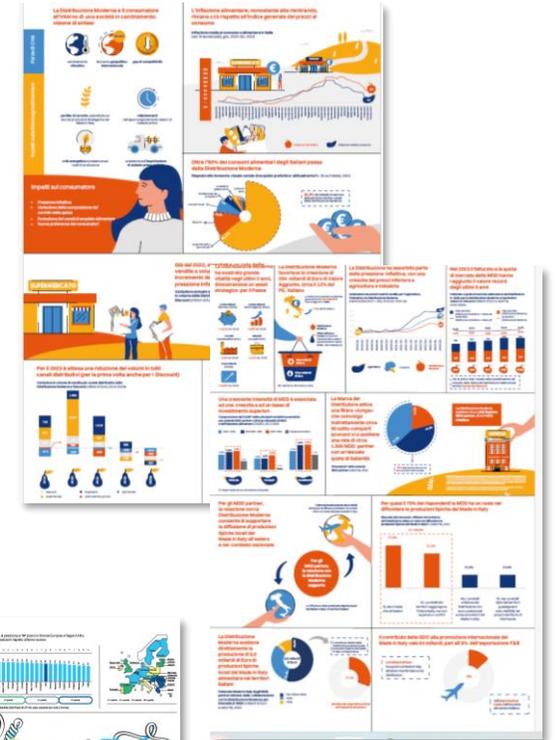


Si è svolta nel 2024 la **50esima**
edizione del Forum «Lo Scenario di
oggi e di domani per le strategie
competitive»

I numeri chiave 2024 dello Scenario Food&Retail e Sustainability

Nel 2024:

- **>100 clienti** gestiti nelle varie progettualità, tra i quali Coldiretti, Amadori, ADM – Associazione Distribuzione Moderna (Coop, Conad e Federdistribuzione), Assolatte, KFC, Lactalis, Granarolo, Leone Alato, Parmacotto, Autogrill, Princes Group, Divella e molti altri
- **>80 studi/ricerche** realizzati tra Report, Paper e infografiche
- **>60 incontri** tra Forum pubblici, tavole rotonde, Focus Group verticali e Workshop
- **>130 esperti e rappresentanti istituzionali** coinvolti nel corso dell'anno, tra Vertici delle Istituzioni di riferimento italiane ed europee, nutrizionisti, economisti, esperti di consumi e altri esperti



Indice

- TEHA Group
- **Obiettivi e metodologia della 4^a edizione della Community Retail 5.0**
- I messaggi chiave del Rapporto Strategico Retail 5.0

Nel 2021 TEHA ha costituito la Community Retail 5.0 con la missione di...

... Diventare il **Think Tank di riferimento multi-stakeholder** per consentire ad una ad una delle filiere di riferimento del Paese, il Retail Specializzato, di **far sentire la propria voce** e **posizionarsi come merita** nel contesto politico ed economico dell'Italia attraverso l'elaborazione di scenari, strategie, best practice e politiche per l'ottimizzazione del suo sviluppo a livello nazionale

Da 5 anni la Community affianca le aziende Partner nella definizione dei grandi scenari di evoluzione futura nel Retail Specializzato

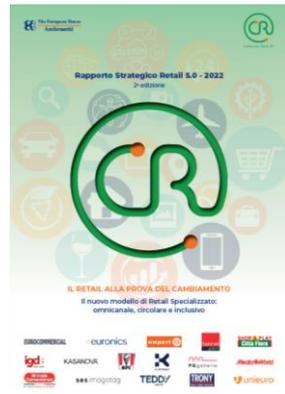
2021

Il ruolo del Retail Specializzato: dai piccoli negozi ai grandi centri commerciali



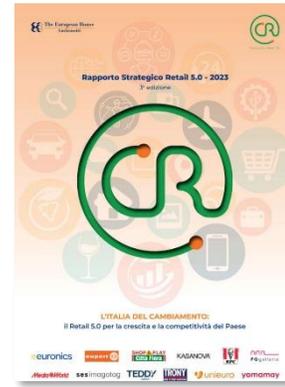
2022

Il nuovo modello di Retail Specializzato: omnicanale, circolare e inclusivo



2023

Il Retail 5.0 per la crescita e la competitività del Paese



2024

Il futuro del Retail Specializzato per la crescita e la competitività del Paese



2025

I principali stakeholder coinvolti nel percorso pluriennale della Community



Emergenza lavoro: la partnership TEHA–CNEL per un tavolo di confronto sulle sfide per l’attrattività lavorativa

- Negli ultimi anni TEHA ha portato avanti numerosi approfondimenti in sinergia con il CNEL su tematiche di grande impatto sociale. Alcuni esempi:
 - Il paper 2024 «*Recidiva Zero: istruzione, formazione e lavoro in carcere*»
 - L’evento «*Intelligenza Artificial e Relazioni Industriali*» avvenuto a Roma lo scorso 25 gennaio 2025 presso il CNEL
- **A partire dal 2025 TEHA e il CNEL struttureranno un rapporto continuativo e permanente** per portare all’attenzione pubblica e dei decisori alcune tematiche prioritarie ad affrontare la crescente emergenza nella ricerca del personale, con una chiave di lettura volta a «far accadere le cose»
- **La Community elaborerà proposte concrete** per attenzionare temi come:
 - I percorsi di crescita e la formazione del personale
 - La decontribuzione per il lavoro straordinario nei giorni festivi e domenicali
 - L’inclusività e la parità di genere nelle posizioni di vertice

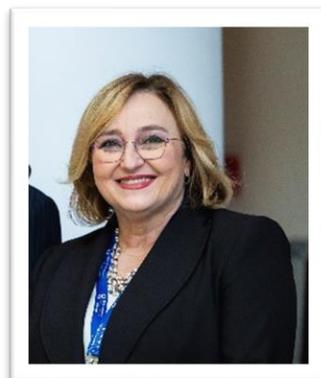


CNEL (ROMA), 24 GENNAIO 2025
«INTELLIGENZA ARTIFICIALE E RELAZIONI INDUSTRIALI»
Convegno realizzato con il contributo TEHA

Il percorso della 4ª edizione ha previsto un tavolo di confronto istituzionale con il Ministero dell'Economia e delle Finanze

OBIETTIVI

- **Sensibilizzare** le Istituzioni sul **valore economico** e **sociale** della filiera del **Retail Specializzato**
- Farsi portavoce delle **istanze** dei membri della Community
- Avviare un **tavolo di confronto**, con i vertici delle principali Istituzioni di riferimento, per indentificare in maniera **congiunta** le **proposte di azione** della Community 2024, con un approccio volto a «**fare accadere le cose**»
- Interlocutrice istituzionale di riferimento: **Lucia Albano, Sottosegretario del Ministero dell'economia e delle Finanze**
- Temi di discussione:
 - Fattori di discontinuità legati allo scenario di riferimento che pongono la filiera davanti a importanti sfide
 - Possibili azioni per promuovere e sostenere la competitività del settore



**25 LUGLIO 2024 – MOMECA – MONTECITORIO
MEETING CENTER**

Il percorso e le attività della 4ª edizione della Community Retail 5.0

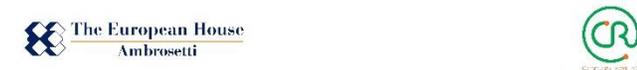




L'evento finale #CommunityRetail5.0

*«Il futuro del Retail Specializzato
per la crescita e la competitività del Paese»*

Roma, Palazzo Montemartini
21 novembre 2024



**EVENTO FINALE DELLA
COMMUNITY RETAIL 5.0**
4^a edizione

Presentazione del Rapporto Strategico Retail 5.0 – 2024

**Il futuro del Retail Specializzato
per la crescita e la competitività
del Paese**



Giovedì 21 novembre 2024
Palazzo Montemartini - Roma



L'evento finale #CommunityRetail5.0

- **Mercoledì 20 novembre 2024, cena riservata di fine tuning con i Vertici delle aziende Partner della Community e i relatori**, presso il ristorante Hassler, Roma
- **Giovedì 21 novembre 2024 (09.30-13.30)**, evento finale della 4ª edizione della Community Retail, presso Palazzo Montemartini, Roma
 - Evento phygital
 - **18 relatori**, oltre alla moderazione di Cristina Lazzati (Editor in Chief, Mark UP)
 - **Presenza istituzionale distintiva:** Commissione Attività produttive, Commercio e Turismo, Camera dei deputati, e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
 - **Vertici delle aziende Partner**
 - **~100 partecipanti** hanno seguito l'evento di persona e in videocollegamento



Il Forum ha beneficiato di un sito web dedicato e ha ricevuto un elevato apprezzamento da parte dei partecipanti

I RELATORI DELL'EVENTO



Tutta la documentazione dell'evento è stata resa disponibile sul sito dedicato

[Community Retail 5.0 | The European House - Ambrosetti](#)

LA VALUTAZIONE DEL FORUM FINALE

- Report distribuito: **5,8**
- Sede: **5,6**
- Organizzazione generale: **5,9**
- Valutazione globale del Forum: **5,6**

Legenda:

1 **2** **3** **4** **5** **6**
Minimo **Massimo**

TEHA ha attivato sui suoi canali social una campagna di comunicazione e sensibilizzazione sul Retail Specializzato



#CommunityRetail

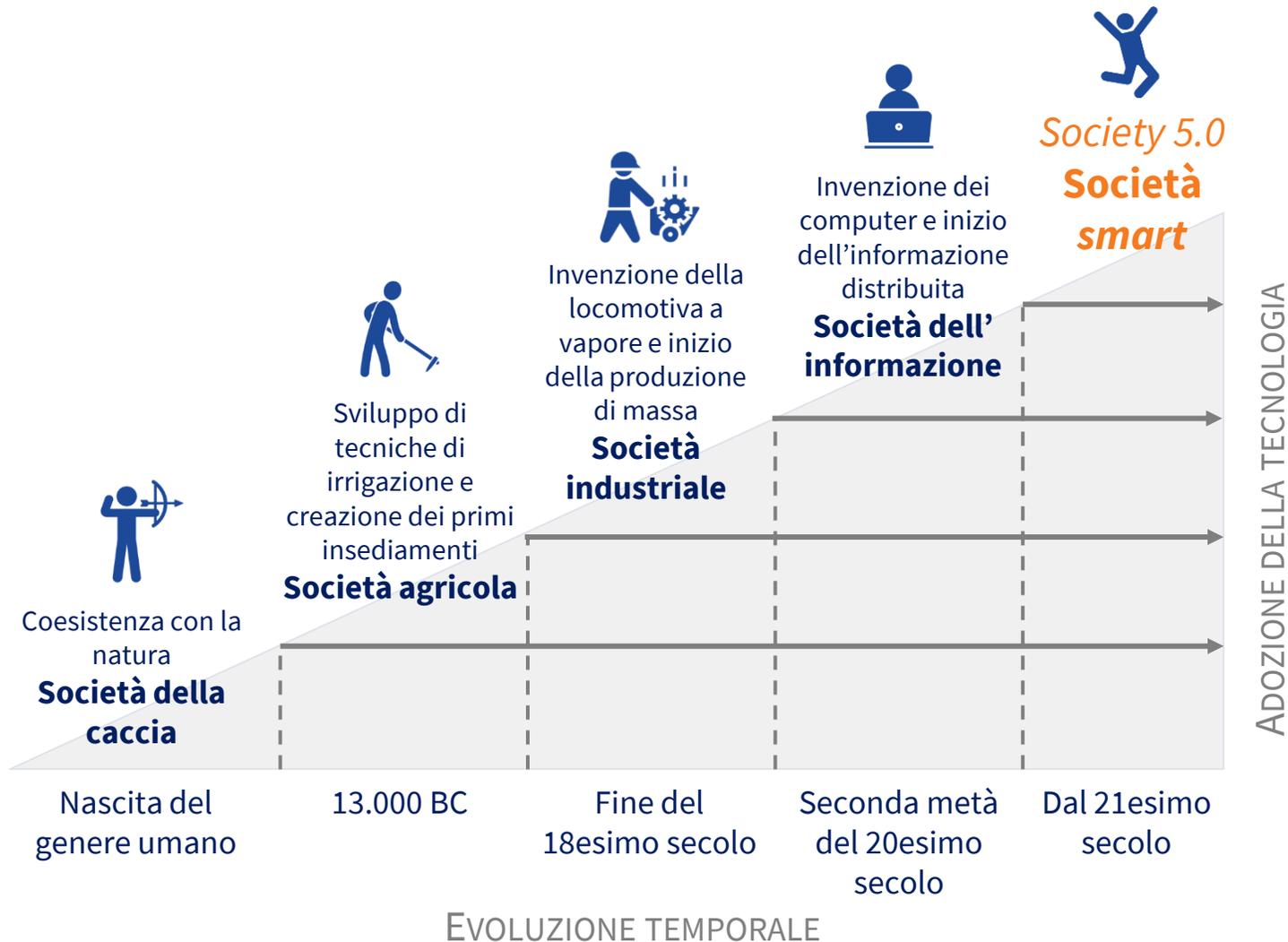
Durante il Forum 2024:

- L'hashtag **#CommunityRetail** ha raggiunto circa **1 milione** di utenti
- Oltre **42mila** visualizzazioni raggiunte, di cui circa **2.500** su **X** e **2.800** su **LinkedIn**
- **7 storie** su Instagram, per un totale di **1.700 visualizzazioni**

Indice

- TEHA Group
- Obiettivi e metodologia della 4^a edizione della Community Retail 5.0
- **I messaggi chiave del Rapporto Strategico Retail 5.0**

Perché Retail 5.0: l'evoluzione dello scenario socio-economico rende necessaria la transizione ad una Società 5.0



OBIETTIVI DELLA SOCIETÀ 5.0

- **Porre al centro**, come punto di riferimento del tessuto civile e dell'economia, **le persone**
- Permettere che **ogni persona** possa **realizzare il proprio stile di vita** e vivere in modo sicuro e sano
- Utilizzare la **tecnologia** per risolvere le sfide che la società moderna è chiamata ad affrontare
- Immaginare **l'innovazione** come chiave di un **nuovo modello di business** e di sviluppo delle aziende – anche sui mercati esteri

Il Retail Specializzato, front-end diretto del consumatore, è in una posizione privilegiata per promuovere la transizione «5.0» della società

TRASFORMAZIONE SMART DEGLI SPAZI URBANI

Inclusione degli spazi periferici delle città, offrendo occasioni di incontro e scambio



EDUCAZIONE DEL CONSUMATORE

Punto vendita come centro di **informazione** e **sensibilizzazione** su:

- modalità di riciclo dei prodotti
- origini delle materie prime
- processo di produzione



SCOPERTA DEL PRODOTTO

Informazioni sulle **caratteristiche del prodotto e tecnologie** per testarlo anche da remoto



INTERAZIONI SOCIALI E ESPERIENZIALI

- Affermazione dello store come luogo di **incontro e scambio**
- Trasformazione dell'acquisto in **esperienza**



APPRENDIMENTO GRAZIE A PERSONALE SPECIALIZZATO

Consulenza sulle funzionalità del prodotto con **personale dedicato**



PERSONALIZZAZIONE DEL PRODOTTO

Possibilità di scegliere tra una vasta gamma di **personalizzazioni**, agevolate da sistemi di assistenza **pre e post vendita**



Il Rapporto Strategico «Retail 5.0» raccoglie i numeri chiave del settore e le linee d'azione per il suo rilancio

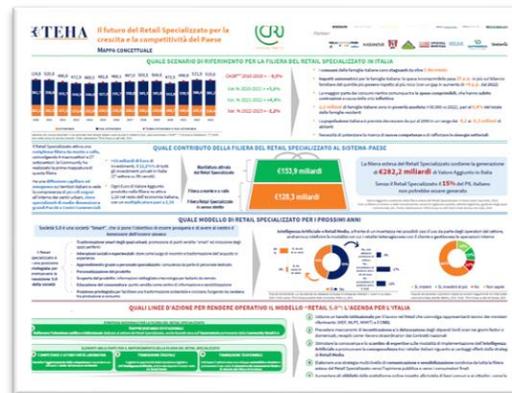


RAPPORTO STRATEGICO RETAIL 5.0
4ª edizione - 2024

Il futuro del Retail Specializzato per la crescita e la competitività del Paese



Mappa concettuale con i risultati chiave del Rapporto



Contenuti del Rapporto Strategico «Retail 5.0» 2024

- Presentazione delle Aziende Partner della 4ª edizione della Community Retail 5.0
- La Community Retail 5.0: obiettivi, attività e protagonisti della 4ª edizione
- I sette messaggi chiave del Rapporto Strategico Retail 5.0
- Parte 1. Il ruolo del Retail Specializzato nello scenario dei cambiamenti
- Parte 2. People in Retail 5.0: competenze e formazione per costruire il retail di oggi e di domani
- Parte 3. Intelligenza Artificiale e Retail Specializzato: le opportunità e le sfide per il settore
- Parte 4. L'agenda per l'Italia: quali linee di azione e prospettive di evoluzione futura per il retail specializzato di domani



Fonte: elaborazione TEHA Group, 2025

I 7 messaggi chiave della 4ª edizione del Rapporto Strategico Retail 5.0

1. Stiamo affrontando un periodo senza precedenti, in cui si sono verificati **17 fattori di crisi che non si erano mai manifestati contemporaneamente** nell'arco di pochi anni e inimmaginabili fino a poco tempo fa
2. I consumi rappresentano il **60% del PIL** e sono un elemento chiave per la crescita del Paese. Tuttavia sono **stagnanti da oltre 10 anni** e rischiano di subire un'ulteriore contrazione a causa del **calo del potere d'acquisto** degli italiani e dell'**inverno demografico**
3. La filiera estesa del Retail Specializzato ha un **peso economico e sociale per il Paese largamente più alto di quanto non venga percepito**, sostenendo il **15% del PIL italiano**.
4. L'ampia e omogenea **diffusione territoriale** dei punti vendita del Retail Specializzato, riconosciuta e apprezzata dai consumatori italiani, genera valore per il sistema Paese, offrendo **spazi di aggregazione** e **valorizzando il contesto urbano**
5. L'**attrattività lavorativa** e la **formazione delle competenze** è una delle principali **sfide** per il settore del Retail: l'**86%** dei retailer italiani riscontra **difficoltà significative** nel reperire personale qualificato
6. L'**Intelligenza Artificiale** e il **Retail Media** sono due ambiti di **potenziale crescita** per il settore del Retail. Ad oggi emerge una **conoscenza limitata** nel panorama italiano e una **carenza di chiare applicazioni nel business**
7. La Community Retail 5.0 ha elaborato un'**Agenda per l'Italia**', che parte da una **Strategia Nazionale** per la filiera del Retail Specializzato

Messaggio 1

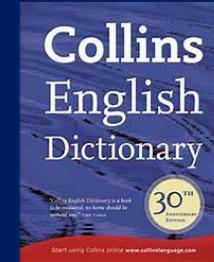
Stiamo affrontando un periodo senza precedenti, in cui si sono verificati **17 fattori di crisi che non si erano mai manifestati contemporaneamente** nell'arco di pochi anni e inimmaginabili fino a poco tempo fa

Ci sono 17 fattori di crisi congiunturale, che non si erano mai verificati prima contemporaneamente nell'arco di pochi anni



«PERMA-CRISI»

«una condizione di crisi permanente, caratterizzata dal **susseguirsi** e **sovrapporsi** di situazioni d'**emergenza**»

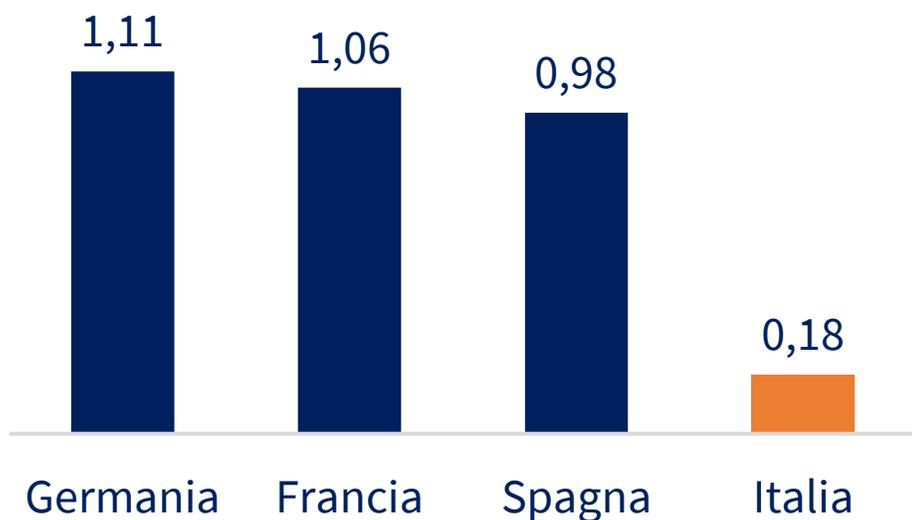


Nominata **parola dell'anno 2022** dal dizionario Collins

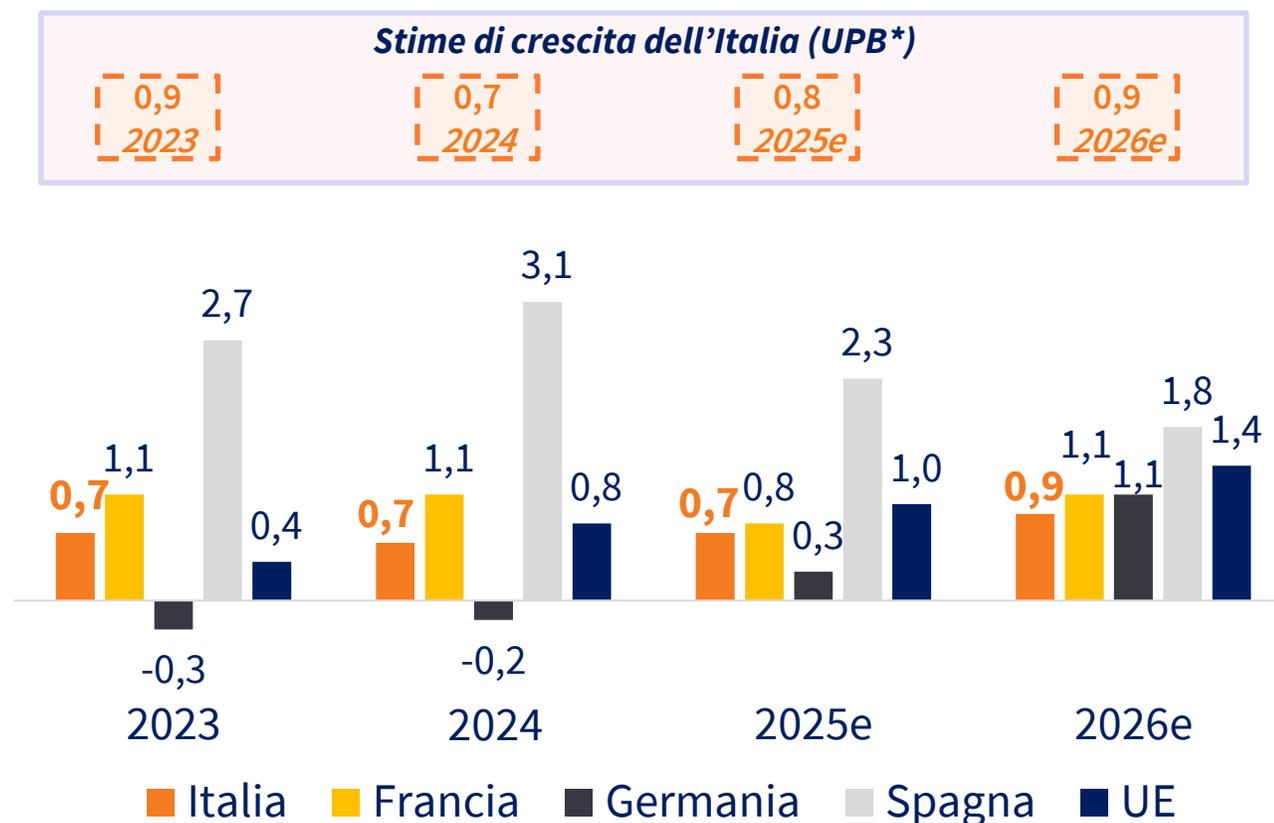
Humus fertile per la **creatività** degli **imprenditori** italiani, campioni del mondo in gestione delle “perma-crisi” in quanto inguaribili “**perma-innovatori**” e “**perma-ottimisti**”

Le prospettive di crescita economica per l'Italia, seppur contenute, si assestano su valori superiori alla media del decennio precedente

Crescita media del PIL reale nei principali Paesi europei
(%, a prezzi costanti), 2012-2022

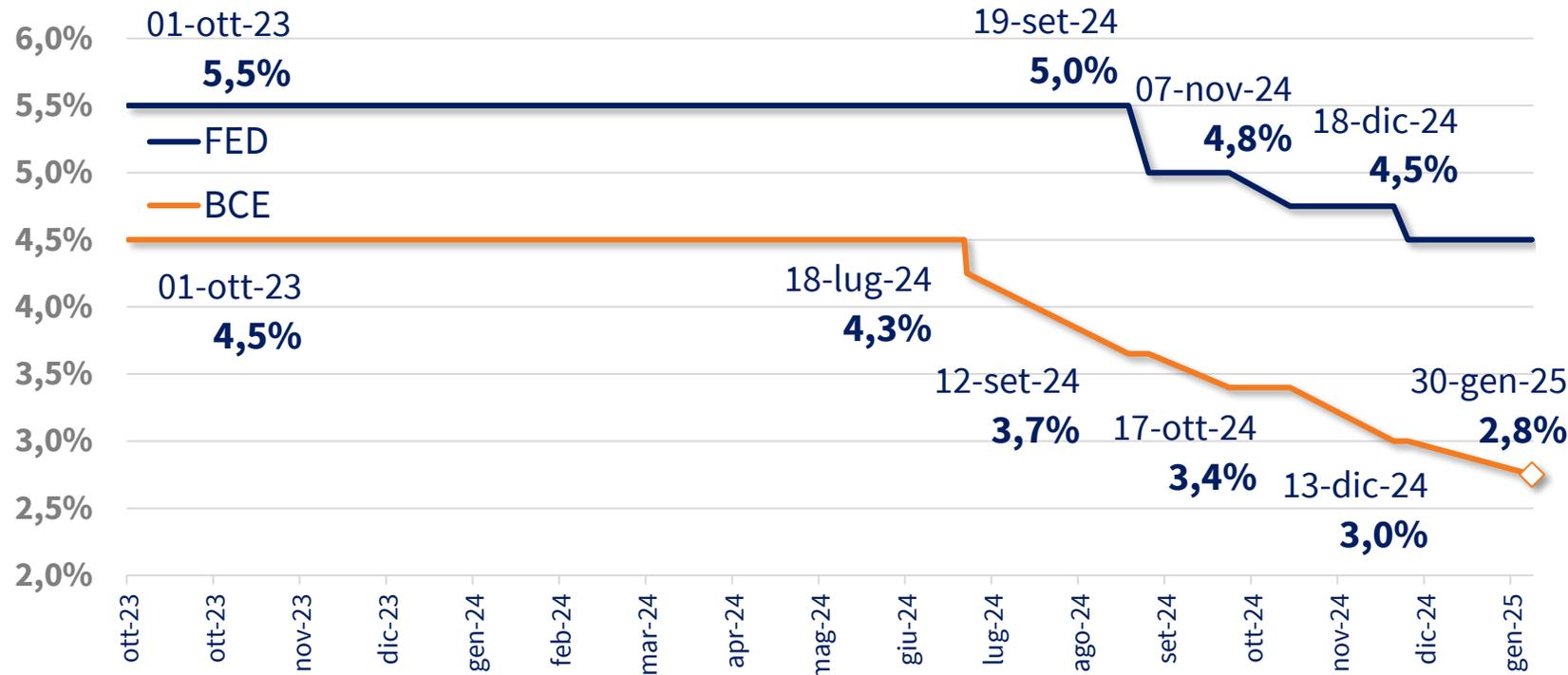


Crescita del PIL reale nei principali Paesi europei
(var. %), 2023-2026e



... anche grazie alle prospettive di politica monetaria espansiva previste dalla BCE per il prossimo futuro

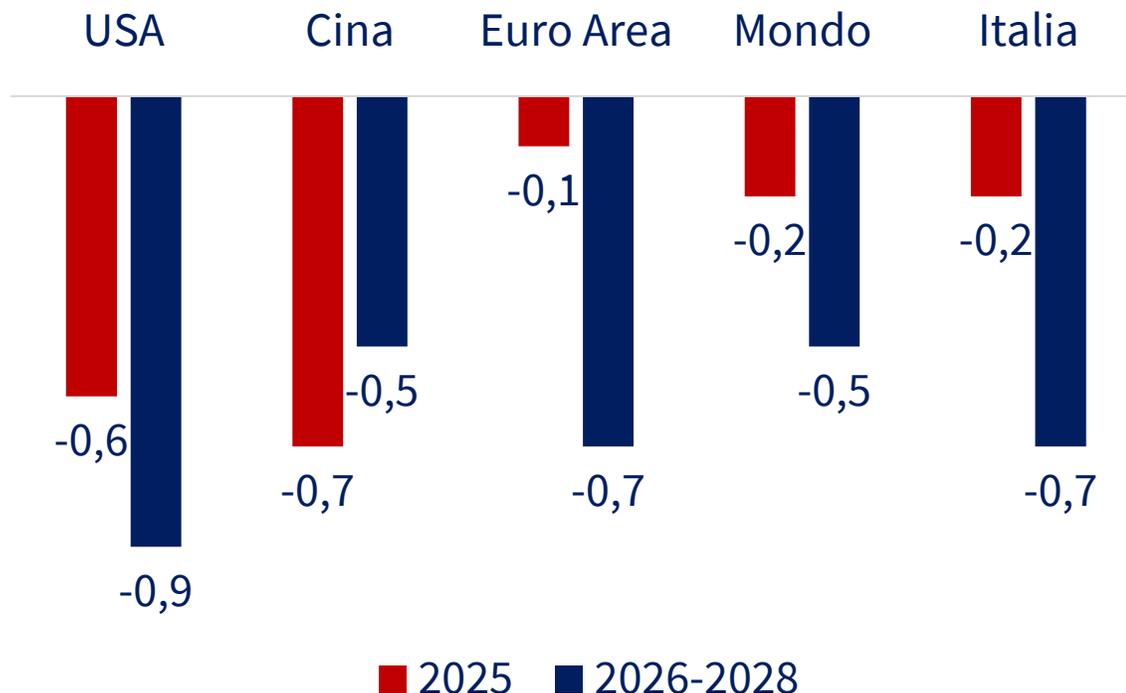
Andamento dei tassi di interesse della BCE e della FED
(valori percentuali), ottobre 2023 – gennaio 2025



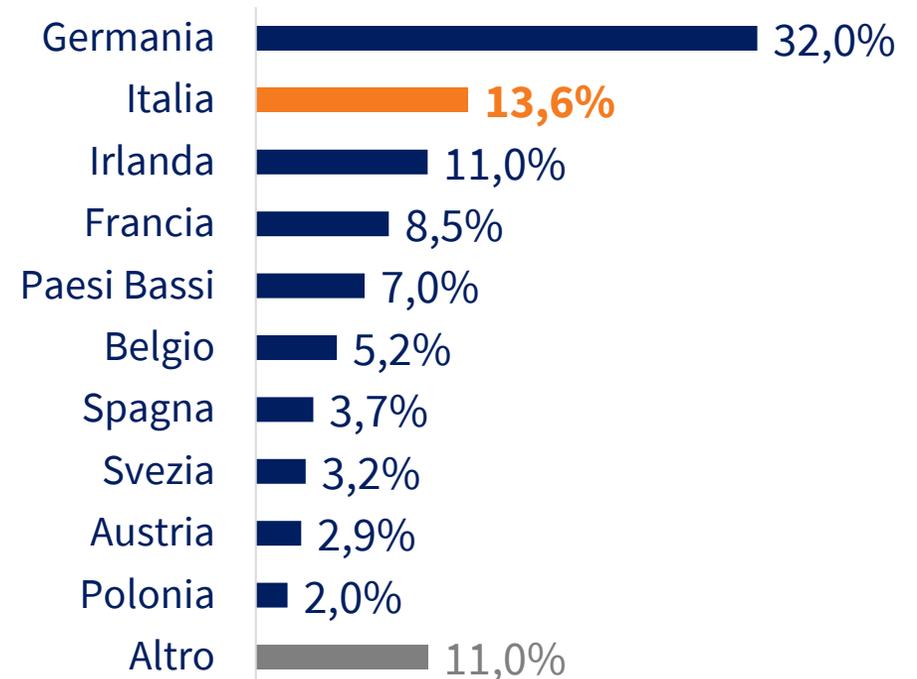
Dopo avere attuato il più rapido ciclo di rialzo dei tassi degli ultimi 100 anni, **la FED e la BCE hanno iniziato il processo di abbassamento dei tassi di interesse** a partire dal secondo semestre del 2024, seppur con velocità diverse

Sotto la presidenza Trump, si stima una perdita dello 0,2% di PIL nel 2025 per l'Italia, 2° Paese UE per esposizione commerciale verso gli USA

Perdita di PIL stimata dalle potenziali restrizioni USA al commercio globale*
(valore percentuale), 2025-2028



Stati Membri UE per quota dell'export comunitario verso gli USA
(valore percentuale), 2023



(*) Ipotesi a partire da un aumento dei dazi del 10% su tutte le importazioni e del 60% per la Cina, secondo il modello GIMF (Global Integrated Monetary and Fiscal Model).

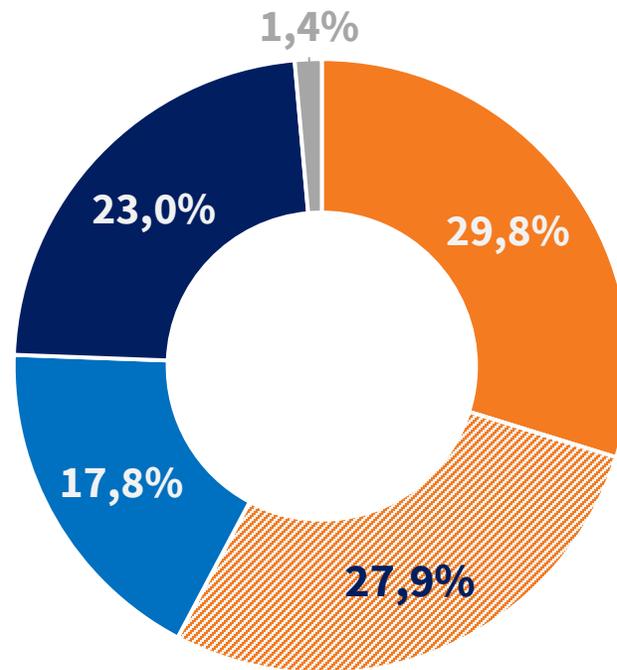
Messaggio 2

I consumi rappresentano il **60% del PIL** e sono un elemento chiave per la crescita del Paese. Sono tuttavia **stagnanti da oltre 10 anni** e rischiano di subire un'ulteriore contrazione a causa del **calo del potere d'acquisto** degli italiani e dell'**inverno demografico**

Se il Paese vuole tornare a crescere non può dimenticarsi della rilevanza dei consumi, che rappresentano quasi il 60% del PIL italiano

Composizione del PIL in Italia
(valori %), 2023

- Consumi
- ▨ di cui alimentari e non alimentari
- Spesa Pubblica
- Investimenti
- Bilancia Commerciale



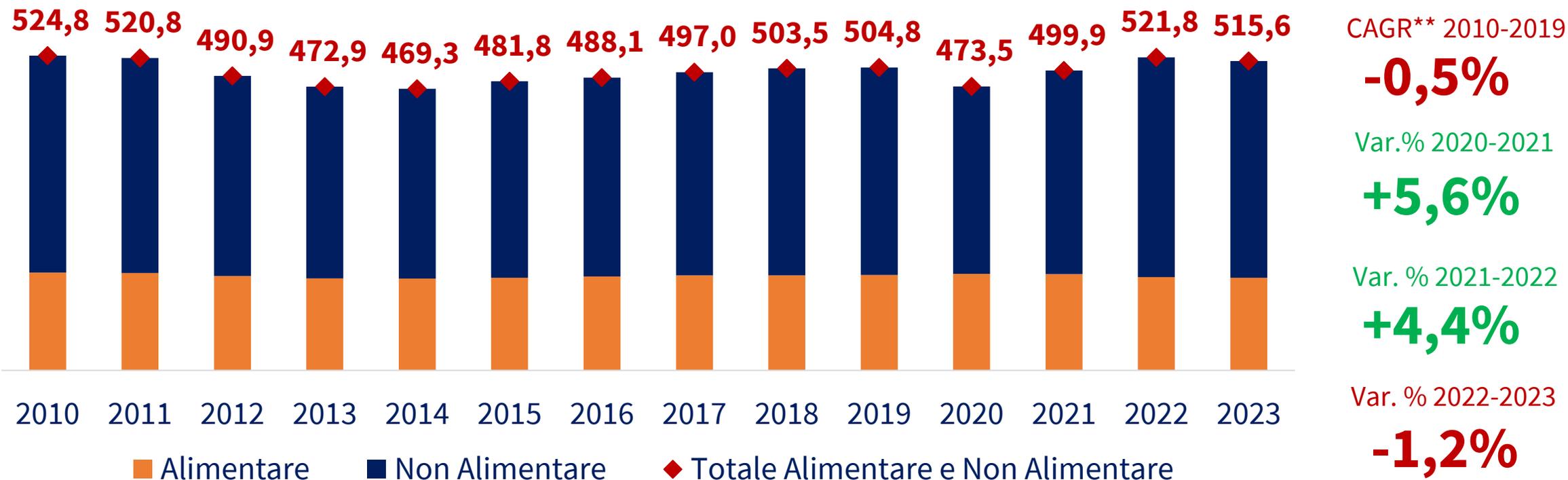
Totale consumi:
57,7% del PIL

I consumi in beni alimentari e non alimentari* spiegano il
27,9% del PIL e il
48,4% dei consumi totali

Tuttavia, i consumi sono stagnanti da oltre un decennio

Andamento dei consumi alimentari e non alimentari delle famiglie italiane

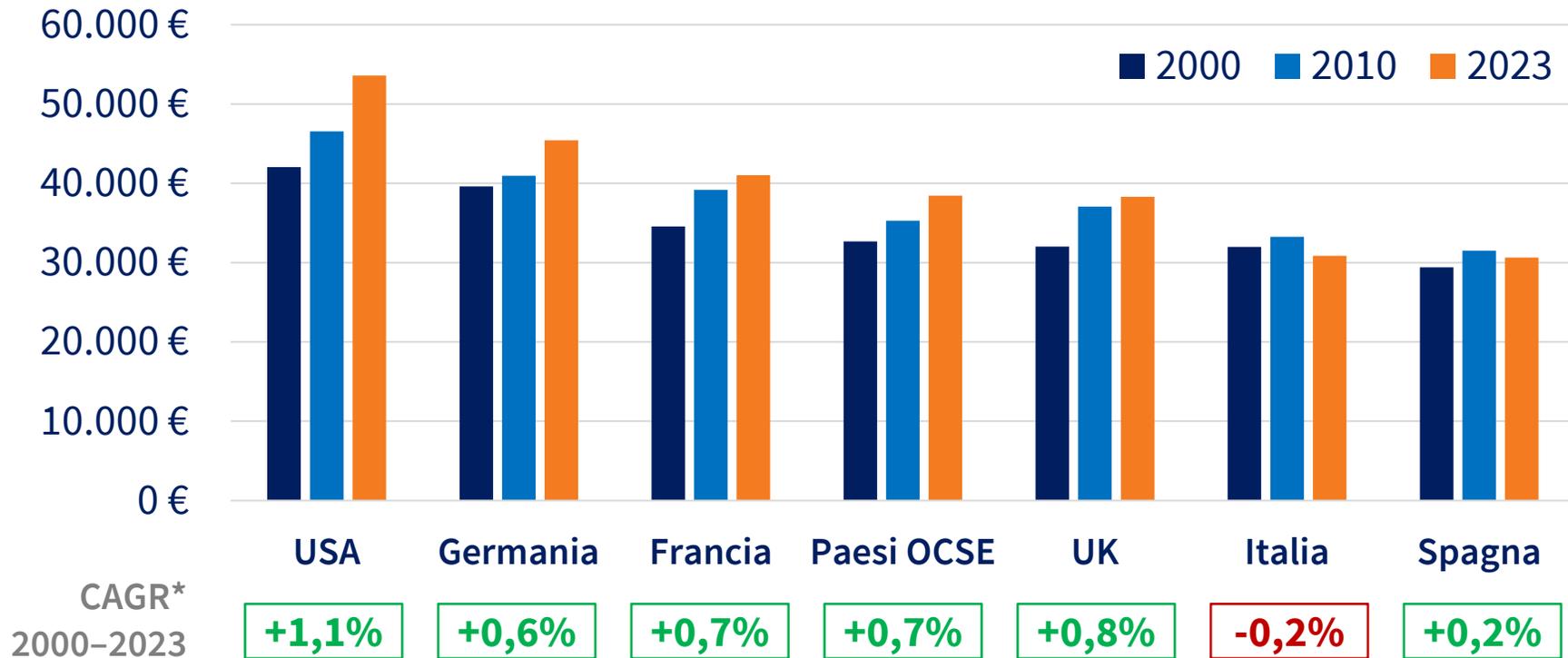
(valori assoluti in miliardi di Euro, variazioni percentuali e CAGR*, prezzi concatenati all'inflazione), 2010-2023



Il potere d'acquisto delle famiglie è diminuito solo in Italia e in Giappone dal 2000 ad oggi (tra 38 Paesi OCSE)...

Evoluzione del salario medio annuale in Italia e nei principali paesi OCSE

(valore in Euro a prezzi costanti e CAGR*), 2000, 2010 e 2023



Ad oggi, il **salario medio** italiano è:

- **58%** del salario USA
- **68%** di un salario tedesco
- **75%** di un salario francese
- **81%** di un salario inglese



L'Italia è l'unico Paese OCSE oltre al Giappone nel quale i salari reali medi, dal 2000, **sono diminuiti**

...tranne che per il settore del Retail e dei Centri Commerciali

Reddito da lavoro dipendente in termini reali per branca di attività

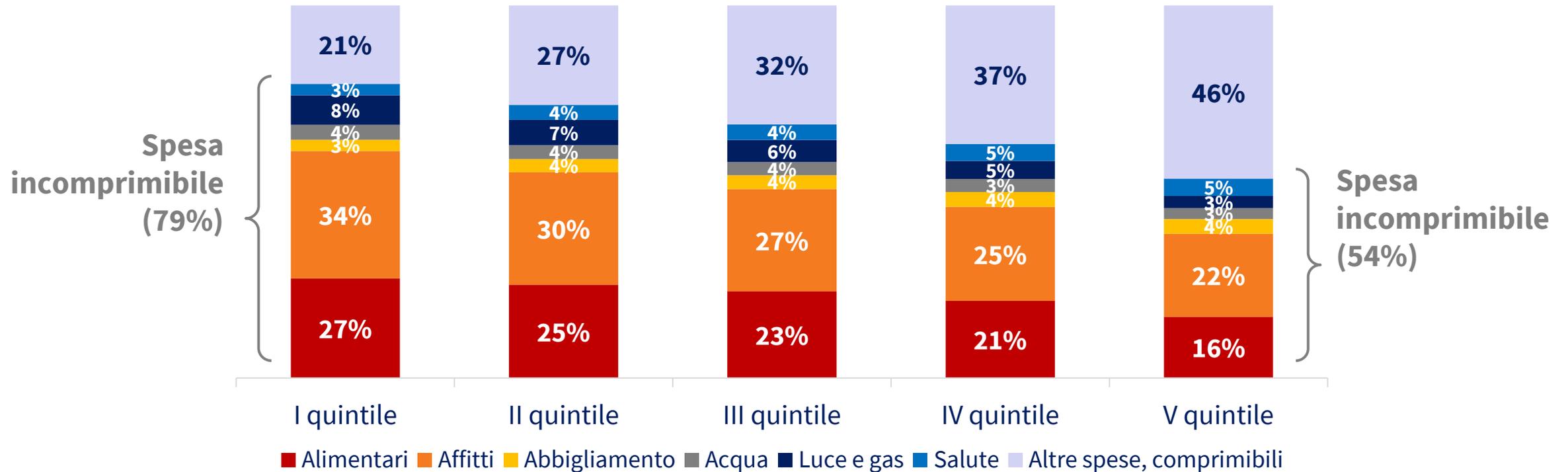
(var. % 2019–2023), 2024



- La variazione dei salari reali nell'ultimo triennio è stata **eterogenea** tra settori, con una contrazione media del **-3,2%**
- Il **Commercio** e i **Centri Commerciali** sono tra i pochi settori ad aver registrato un **aumento** del reddito da lavoro dipendente dal **2019**, pari al **+1,5%**

Gli effetti sulla disponibilità di spesa degli italiani, già colpita dal picco inflattivo degli ultimi anni, sono asimmetrici

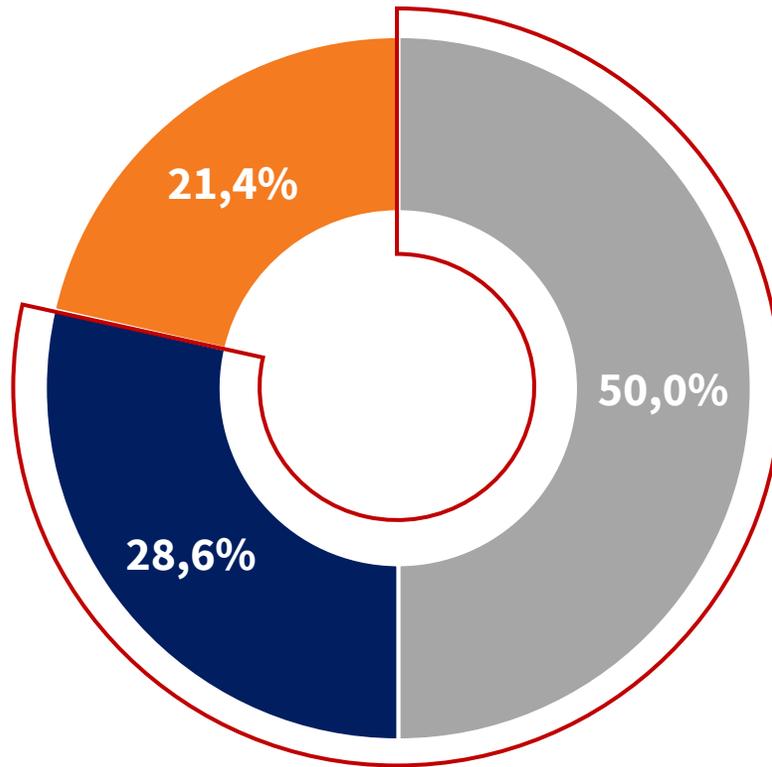
Distribuzione della spesa delle famiglie italiane per quintili (% sul totale), 2023



La **spesa incompressibile** pesa **25 p.p in più** sul bilancio familiare del **quintile a più basso reddito** (con un gap in **aumento di +4 p.p.** dal 2022)

Secondo i Retailer, il trend dei consumi stagnanti proseguirà anche nel prossimo futuro

Risposte alla domanda «*Nel prossimo futuro (2030), come prevede che evolveranno i consumi degli italiani?*»
(valori % sul totale), 2024



■ Stabili ■ In diminuzione ■ In crescita

L'**80%** degli intervistati ritiene che il **trend di stagnazione dei consumi** osservato nell'ultimo quindicennio prosegua anche nel medio periodo

Occupazione, reddito disponibile ed erosione del potere di acquisto sono i tre fattori che impatteranno maggiormente i consumi

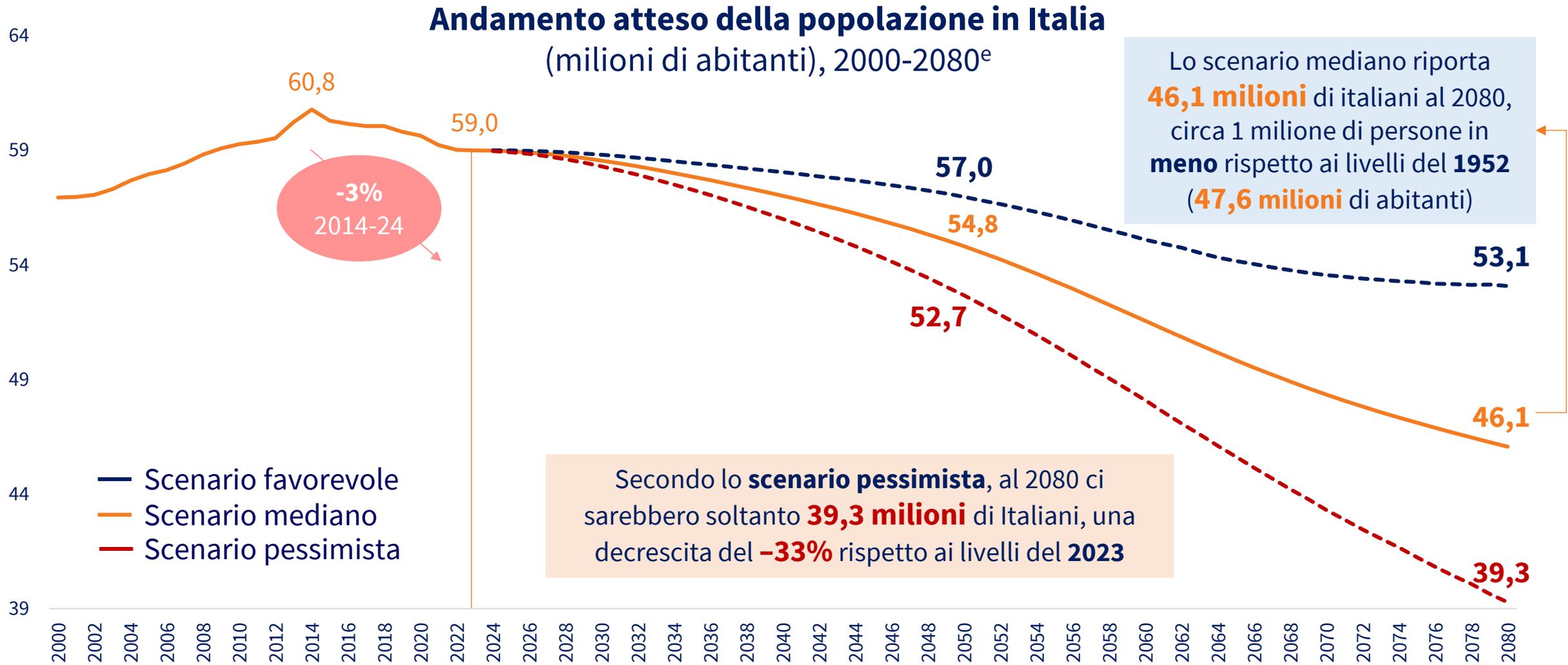
Risposte alla domanda «Nel prossimo futuro (2030), quali di questi fattori avrà il maggior impatto sui consumi delle famiglie italiane?»

(ordine per importanza, da 1=minimo a 7=massimo), 2024

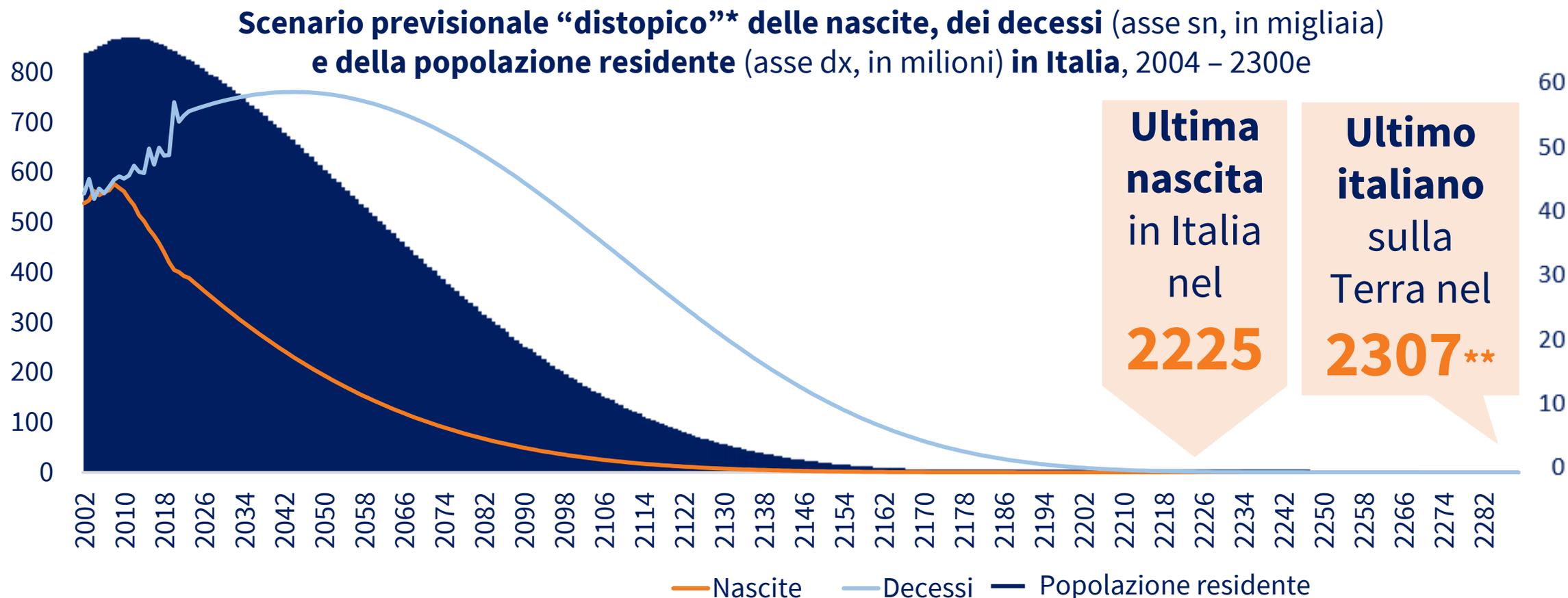


In questo contesto si inserisce anche l'**inverno demografico** del Paese, che determinerà una **diminuzione del numero di consumatori** nei prossimi anni e aprirà **nuove sfide** per gli operatori del Retail Specializzato

Secondo le stime più pessimiste, la popolazione è prevista diminuire di 6,3 milioni di abitanti entro il 2050 e di 19,7 milioni entro il 2080



In uno scenario previsionale «distopico», l'ultimo italiano nascerebbe nel 2225 e la popolazione italiana cesserebbe di esistere nel 2307

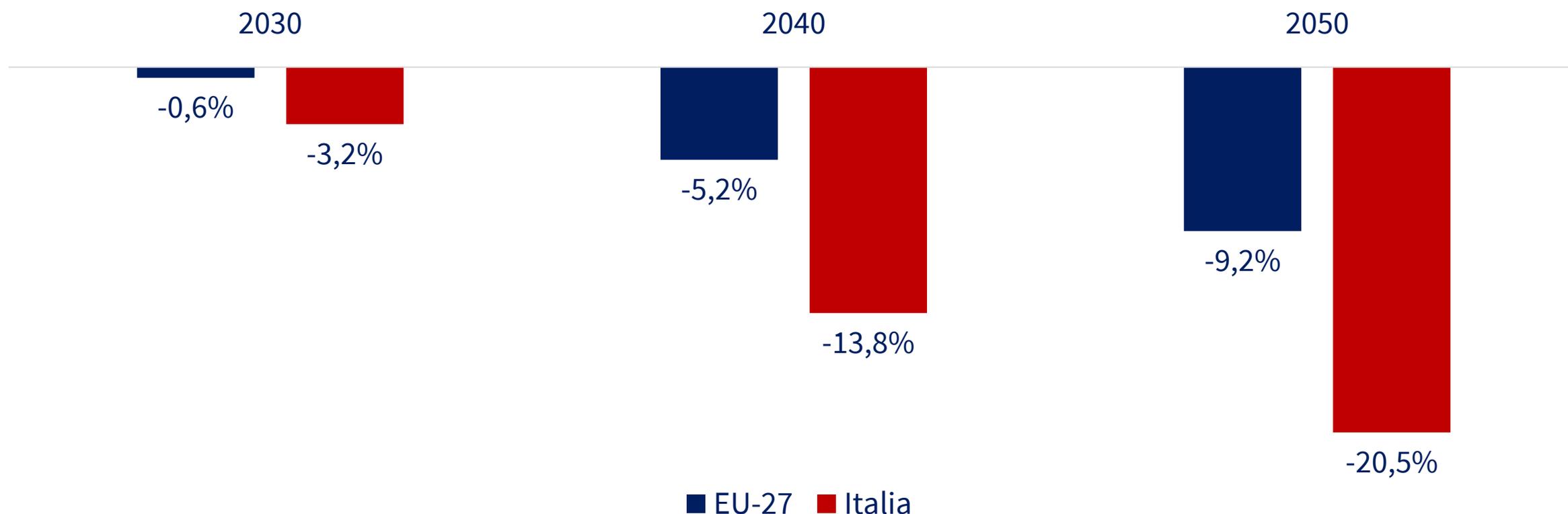


(*) Nella simulazione è stato ipotizzato che il tasso di natalità continuerà a decrescere applicando il CAGR registrati negli ultimi 20 anni (pari a -1,7%), mentre il tasso di mortalità continuerà a crescere con un CAGR registrato negli ultimi 20 anni pari a 1,1%. Nello scenario distopico di riferimento non sono state prese in considerazione altre variabili (quali ad esempio l’immigrazione, aspettativa vita alla nascita, ...), che potrebbero avere impatti positivi sull’andamento delle curve.

(**) Ipotizzando un’aspettativa di vita media alla nascita costante e pari a 82,6 anni (dato 2022).

Le dinamiche demografiche impatteranno anche il mondo del lavoro: nel 2050 gli occupati nella fascia 15-64 anni si ridurranno del 20,5% ...

**Variatione del numero di occupati nella fascia 15-64 anni rispetto al 2023:
confronto tra EU-27 e Italia**
(valori in %), 2030 – 2040 - 2050



...aprendo nuove sfide per gli operatori del Retail Specializzato

CRESCITA DI NUOVI ITALIANI

Crescita demografica in Italia negli ultimi 20 anni sostenuta dalla **popolazione straniera** (da 356mila nel 1990 a 5,2 milioni nel 2022)



MENO CONSUMATORI

Contrazione del **2,3%** della popolazione dal 2014 ad oggi e **minimo storico di nascite nel 2023** (379mila)



CREAZIONE DI PARTNERSHIP INTRA E INTER SETTORIALI

Favorire un adattamento **rapido** e **flessibile** dell'offerta, **rispondendo** prontamente ai cambiamenti della domanda



INVERNO DEMOGRAFICO

RICERCA DI NUOVI LAVORATORI E COMPETENZE

Necessità di integrare **nuovi strumenti di lavoro** (es. IA) e attrazione di **nuove competenze e figure professionali** nei punti vendita e nelle aziende del Retail

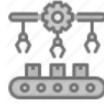


Messaggio 3

La filiera estesa del Retail Specializzato ha un **peso economico e sociale** per il Paese largamente più alto di quanto non venga percepito, sostenendo circa **15% del PIL italiano**

La Community ha ricostruito la filiera attivata dal Retail Specializzato da monte a valle...

Produzione manifatturiera di beni di consumo



Codice Ateco 10 Industrie Alimentari

Codice Ateco 11 Industria delle bevande

Codice Ateco 13 Industrie tessili

Codice Ateco 14 Confezione di articoli di abbigliamento e articoli in pelle e pelliccia

Codice Ateco 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili

Codice Ateco 16 Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)

Codice Ateco 17 Fabbricazione di carta e di prodotti di carta

Codice Ateco 18 Stampa e riproduzione di supporti registrati

Codice Ateco 21 Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base di preparati farmaceutici

Codice Ateco 26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi

Codice Ateco 27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico

Codice Ateco 29.1 Fabbricazione di autoveicoli

Codice Ateco 31 Fabbricazione di mobili

Centri commerciali

Codice Ateco 68.1
Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri

Codice Ateco 68.2
Locazione immobiliare di beni propri o in leasing (affitto)

Codice Ateco 41.2
Costruzione di edifici residenziali e non residenziali

Retail Specializzato

Codice Ateco 47.6
Articoli culturali e ricreativi

Codice Ateco 47.76
Fiori, piante, animali domestici

Codice Ateco 47.72
Calzature e articoli in pelle

Codice Ateco 47.82 e 47.89
Commercio ambulante

Codice Ateco 47.9
Commercio al dettaglio al di fuori di banche, negozi

Codice Ateco 47.71
Abbigliamento

Codice Ateco 47.77
Gioielleria

Codice Ateco 47.73 e 47.74
Medicinali

Codice Ateco 45.32
Accessori auto

Codice Ateco 47.78
Altri prodotti in esercizi specializzati

Codice Ateco 47.5
Prodotti ad uso domestico

Codice Ateco 47.19.2 e 47.4
Elettronica

Codice Ateco 47.75
Cosmesi e profumeria

Codice Ateco 46.4
Commercio all'ingrosso di beni di consumo finale

Codice Ateco 46.5
Commercio all'ingrosso di apparecchiature ICT

Codice Ateco 47.19.9
47.19.1 Empori e Grandi magazzini

Codice Ateco 56.10
Ristoranti e attività di ristorazione mobile

Servizi

Codice Ateco 80.1
Servizi di vigilanza privata

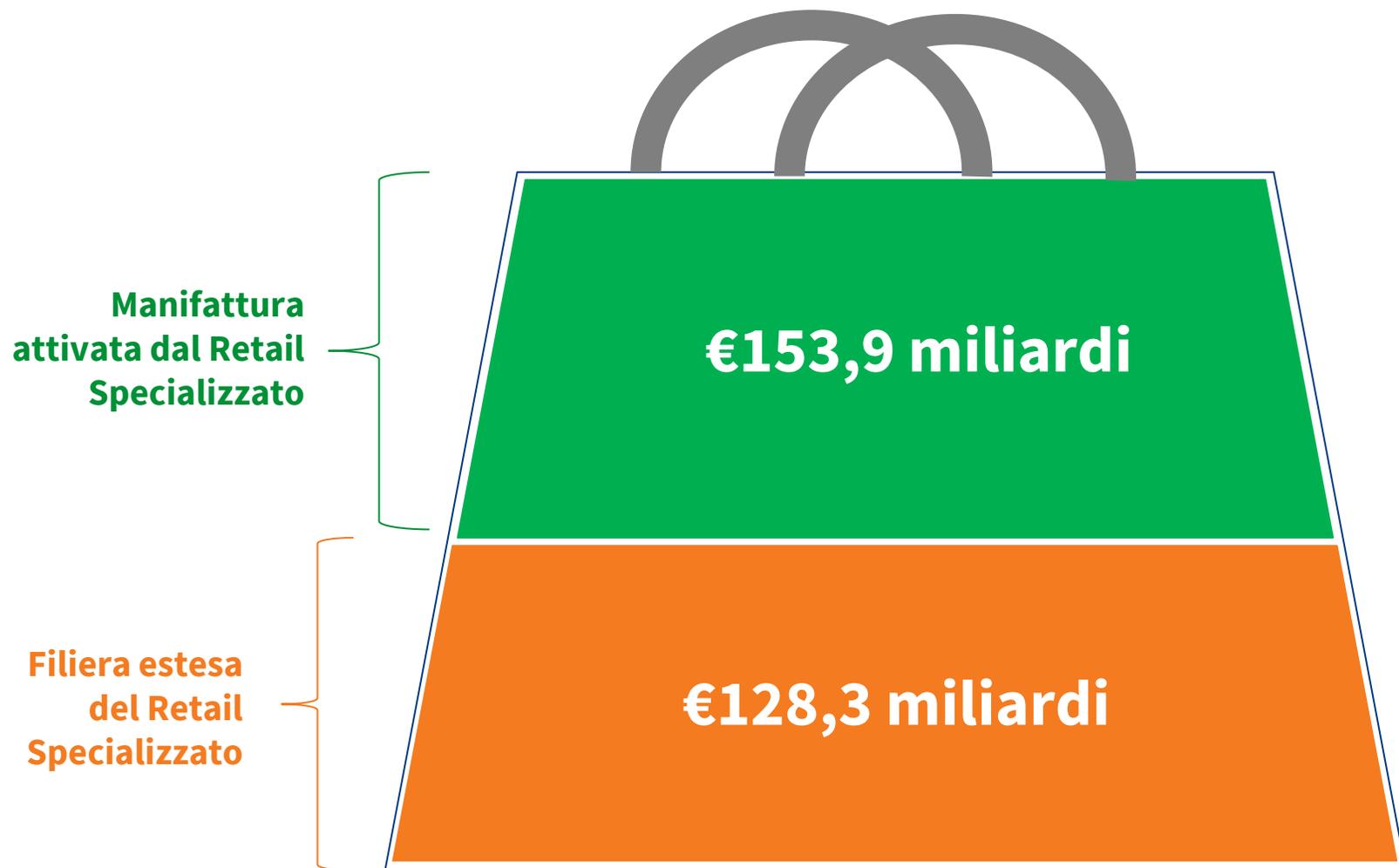
Codice Ateco 81.21
Pulizia generale di edifici

Codice Ateco 52.29.22
Logistica per la distribuzione di merci

I numeri della filiera estesa del Retail Specializzato: una fotografia di sintesi al 2023



Nel complesso oltre €282 miliardi, quasi il 15% del PIL del Paese, non potrebbero essere generati senza la filiera estesa del Retail Specializzato



La filiera estesa del Retail Specializzato sostiene la generazione di **€282,2 miliardi** di Valore Aggiunto in Italia

Senza il Retail Specializzato il **14,8%** del PIL italiano non potrebbe essere generato

Il Valore Aggiunto sostenuto dalla filiera estesa del Retail Specializzato è di poco inferiore al PIL della Danimarca

Filiera estesa del Retail Specializzato



Vs.

PIL Danimarca



PIL Grecia



PIL Campania



Dimensionamento rispetto al Valore Aggiunto sostenuto dalla filiera estesa del Retail Specializzato in Italia

73%

x1,2

x2,6

Gli investimenti cumulati nel settore sono tornati ai livelli pre-pandemia nell'ultimo biennio

Investimenti fissi lordi della filiera estesa del Retail Specializzato in Italia (€ miliardi e CAGR*), 2015-2023



Con 16,4 miliardi, la filiera estesa del Retail Specializzato è il **primo settore per ammontare di investimenti privati...**

...per un ammontare che equivale al **12,2% del totale degli investimenti privati in Italia**

**SENZA INVESTIMENTI, NON C'È LAVORO,
SENZA LAVORO, NON C'È CRESCITA,
SENZA CRESCITA, NON C'È FUTURO!**

Messaggio 4

L'ampia e omogenea **diffusione territoriale** dei punti vendita del Retail Specializzato, riconosciuta e apprezzata dai consumatori italiani, genera valore per il sistema Paese, offrendo **spazi di aggregazione** e **valorizzando il contesto urbano**

Il settore vede la compresenza di piccoli negozi nei centri urbani, store specializzati di medie dimensioni e grandi Parchi e Centri Commerciali

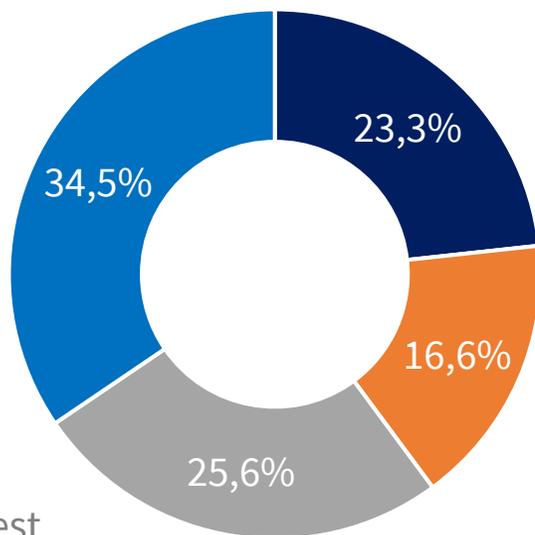
L'universo del Retail Specializzato va dal **piccolo negozio** nei centri urbani ai **grandi Centri Commerciali**



Seppur con modelli di business e strategie commerciali eterogenee, tutte le diverse tipologie di Retail concorrono alla **creazione di valore per il sistema-Paese**

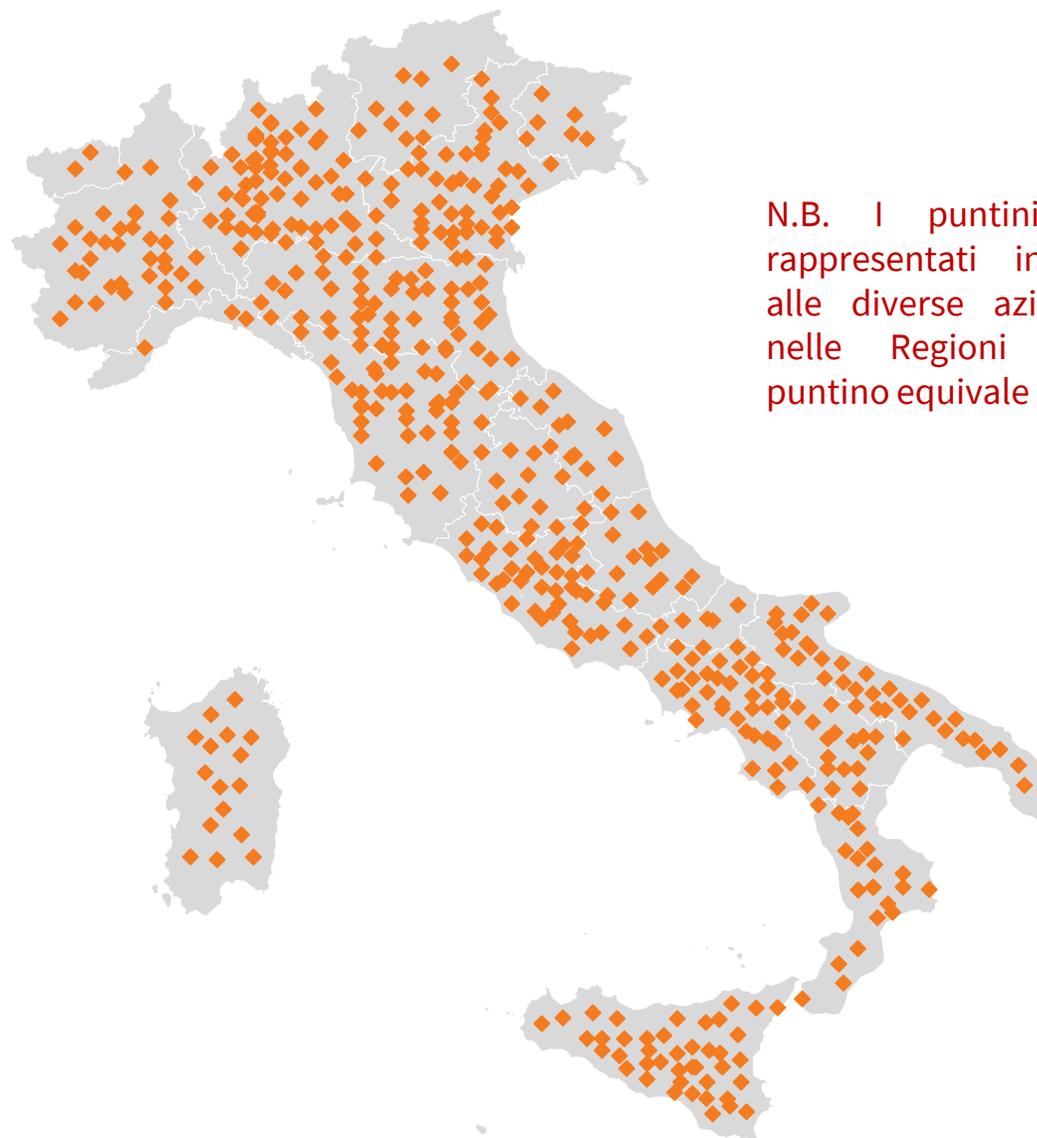
Compressivamente, le aziende operanti nella filiera estesa del Retail Specializzato hanno una diffusione capillare lungo tutto il territorio...

Distribuzione e presenza territoriale delle aziende della filiera estesa del Retail Specializzato in Italia (valori %), 2023



Legenda:

- Nord-Ovest
- Nord-Est
- Centro
- Mezzogiorno

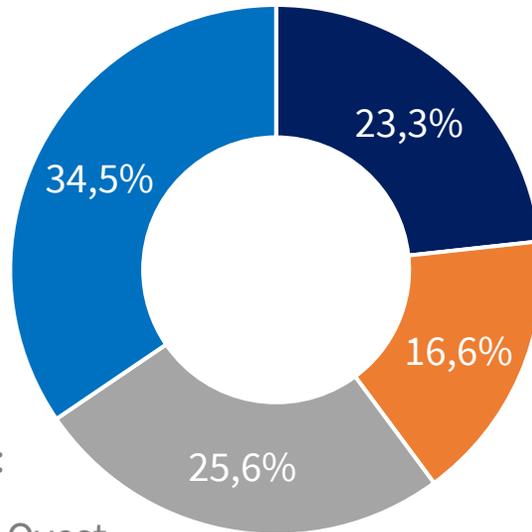


N.B. I puntini sono stati rappresentati in proporzione alle diverse aziende presenti nelle Regioni italiane. Un puntino equivale a **200** aziende.

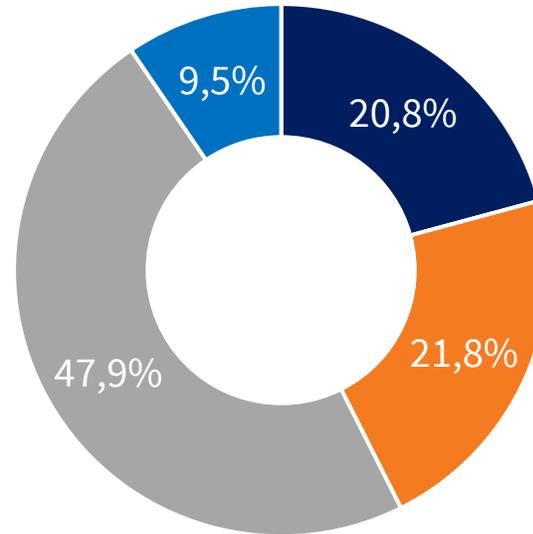
...in modo molto più omogeneo di altre rilevanti filiere del Made in Italy

Distribuzione geografica delle imprese del Retail Specializzato a confronto con alcune filiere del Made in Italy (% su totale imprese), 2023

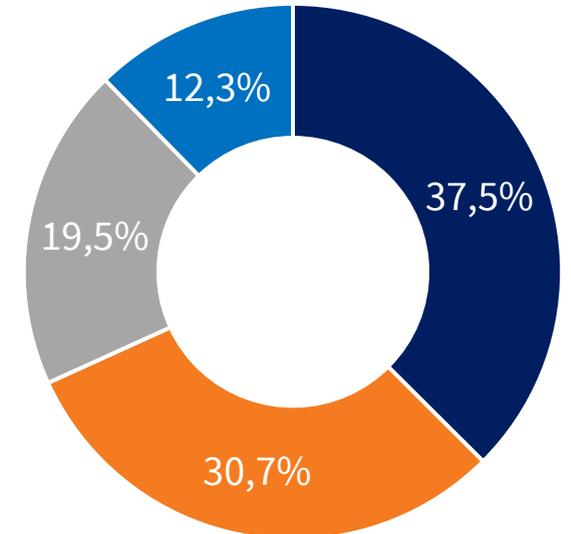
FILIERA ESTESA DEL RETAIL SPECIALIZZATO



FILIERA DELL'ABBIGLIAMENTO



FILIERA DELL'ARREDO

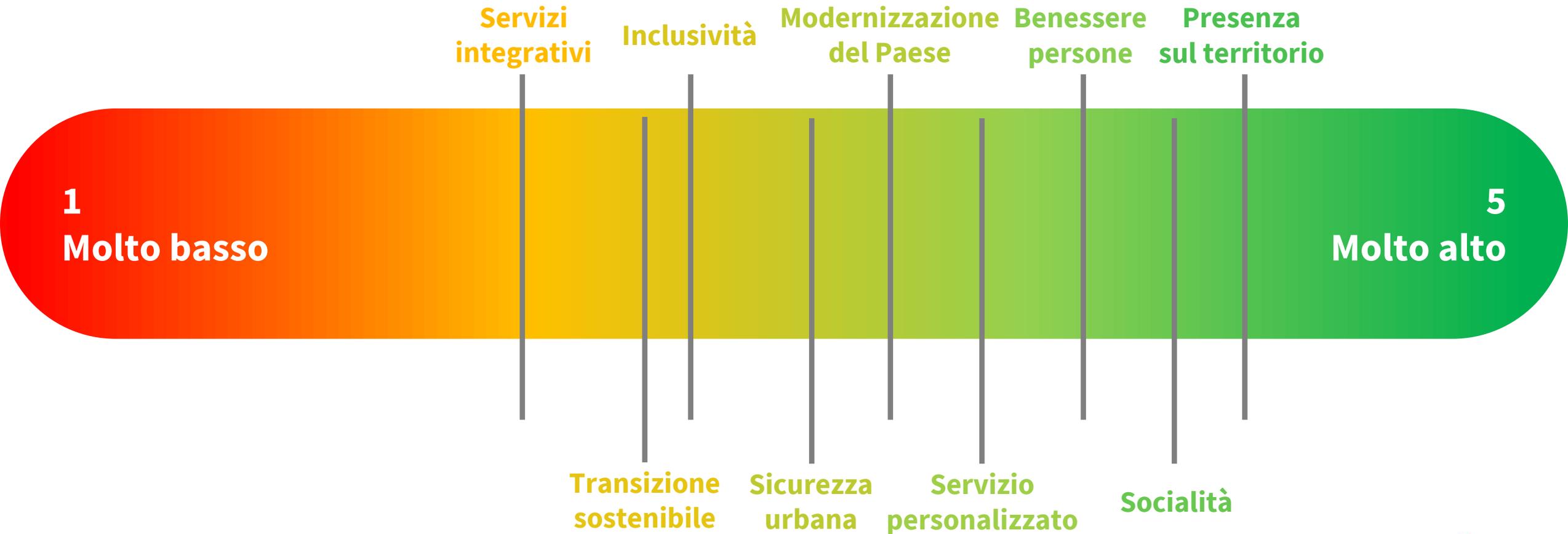


Legenda:

- Nord-Ovest
- Nord-Est
- Centro
- Mezzogiorno

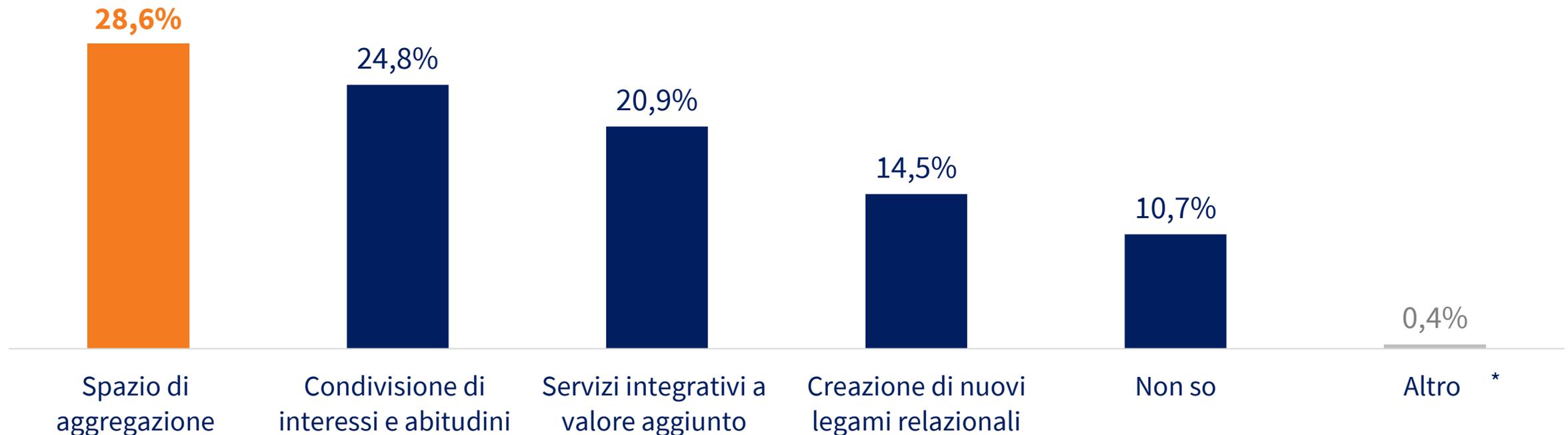
Secondo i consumatori, il tratto più distintivo del Retail Specializzato è la sua presenza diffusa sul territorio...

Risposte alla domanda «In una scala da 1 (minimo) a 5 (massimo) qual è il livello di importanza che attribuisce al Retail Specializzato nelle seguenti dimensioni?» (punteggio medio), 2023



... offrendo spazi che contribuiscono alla socialità e all'aggregazione...

Risposte alla domanda «*In che modo ritiene che il Retail Specializzato (punti vendita e Centri Commerciali) contribuisca alla socialità?*» (valori % sul totale, possibilità di risposta multipla), 2023



... migliorando il contesto urbano e aiutando a combattere la solitudine

Risposte alla domanda «*In che modo ritiene che il Retail Specializzato contribuisca al benessere delle città?*»
(valori % sul totale, possibilità di risposta multipla), 2023



Il Retail Specializzato registra un alto potenziale di crescita al Sud Italia

La performance economica del Retail Specializzato nelle regioni del Sud Italia (valore assoluto), 2023^E



€80,8 miliardi di fatturato



€17,1 miliardi di Valore Aggiunto

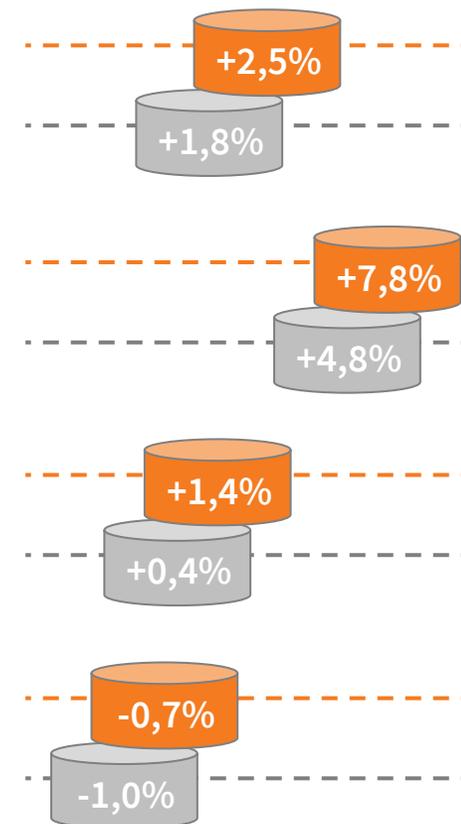


650mila occupati



191mila imprese

Benchmarking tra la crescita del Retail Specializzato al Sud Italia e la media nazionale (CAGR*), 2015-2023^E



I numeri della filiera estesa del Retail Specializzato in Campania: una fotografia di sintesi al 2023



La Campania si posiziona al 1° posto tra le Regioni del Mezzogiorno

Il peso della Campania sui numeri della filiera estesa del Retail Specializzato

(% su totale nazionale, 2023^E)



Classifica	
vs. Italia	vs. Mezzogiorno
6°	1°
6°	1°
3°	1°
3°	1°

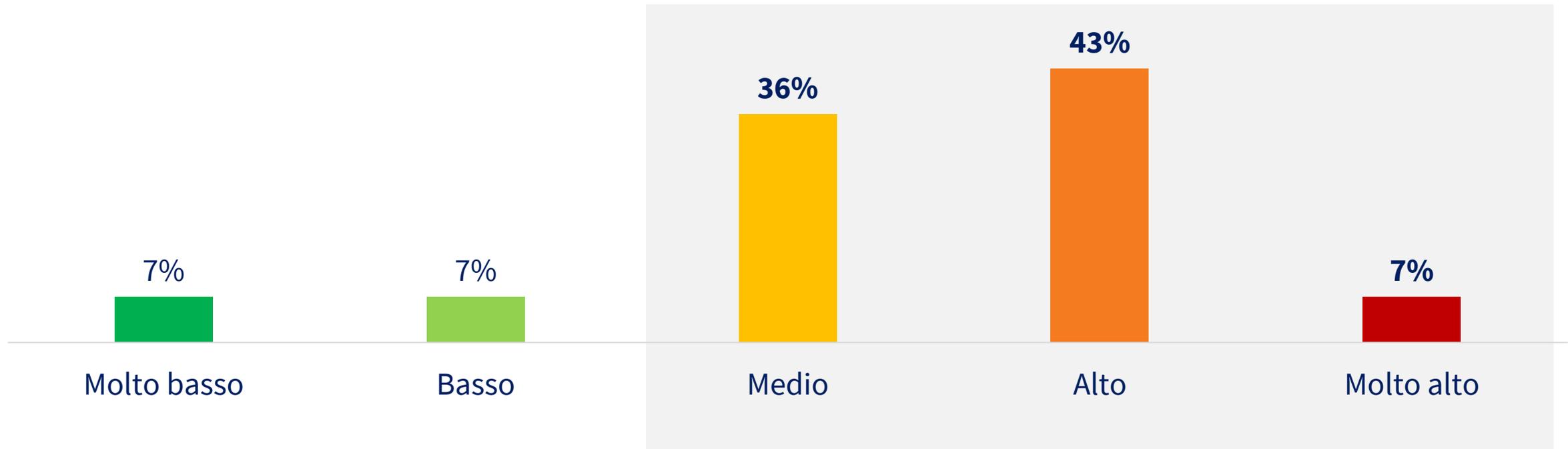
Messaggio 5

L'**attrattività lavorativa** e la **formazione** delle competenze è una delle principali sfide per il settore: l'**86%** dei Retailer italiani riscontra difficoltà significative nel reperire personale qualificato

Già oggi l'86% dei retailer italiani riscontra difficoltà significative a reperire personale con le competenze adeguate

Risposte alla domanda

«Che livello di difficoltà riscontra la Sua azienda nel reperire personale con le competenze adeguate?»
(scala da 1 (molto basso) a 5 (molto alto), valori % sul totale), 2024

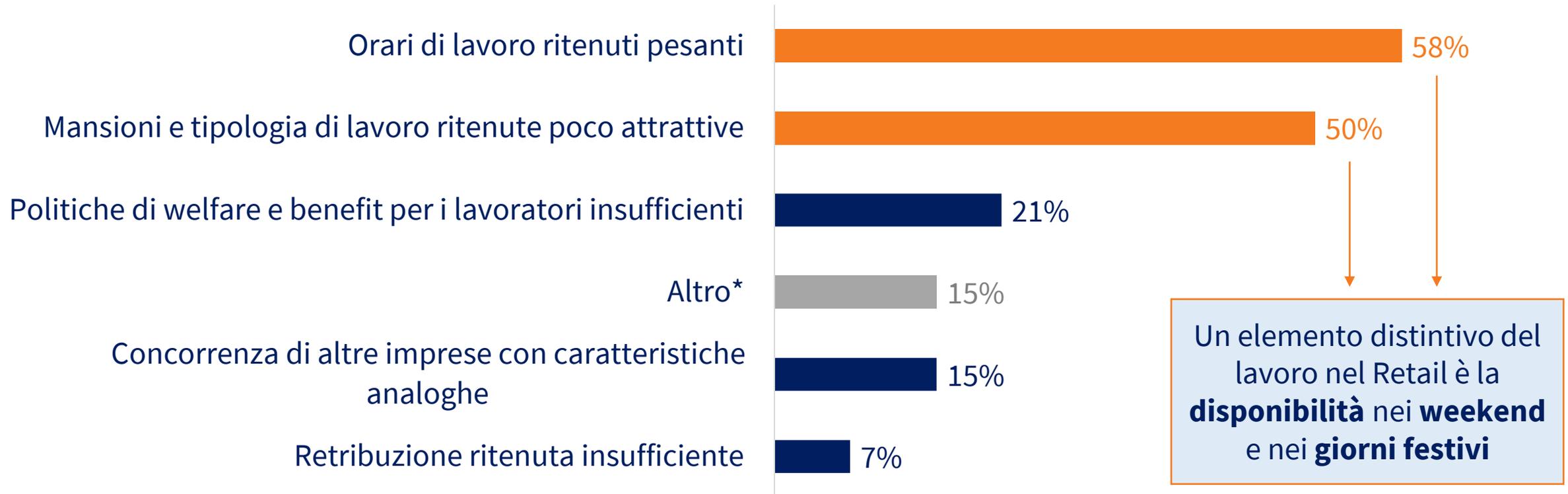


86% riscontra un livello di difficoltà «medio», «alto» o «molto alto» nel reperire personale con le competenze adeguate per la propria azienda

Tra le motivazioni riportate, orari di lavoro pesanti e mansioni e tipologia di lavoro poco attrattivi sono tra le principali

Risposte alla domanda

«Quali sono le principali difficoltà nella ricerca di personale con le competenze adeguate da parte della Sua azienda?»
(valori % sul totale, possibilità di risposta multipla), 2024



Il podcast Genzy4Retail racconta «Il bello di lavorare nel Retail»



La Community Retail 5.0 ha avviato il **ciclo di podcast Genzy4Retail**, per parlare del Retail Specializzato con uno sguardo “**da insider**”, sia in ottica di **attrazione** che di **retention di giovani talenti**

Con questa iniziativa, la Community Retail 5.0 vuole raccontare, attraverso la voce dei suoi protagonisti, «**Il bello di lavorare nel Retail**»

Link QR Code per ascoltare le puntate su Spotify



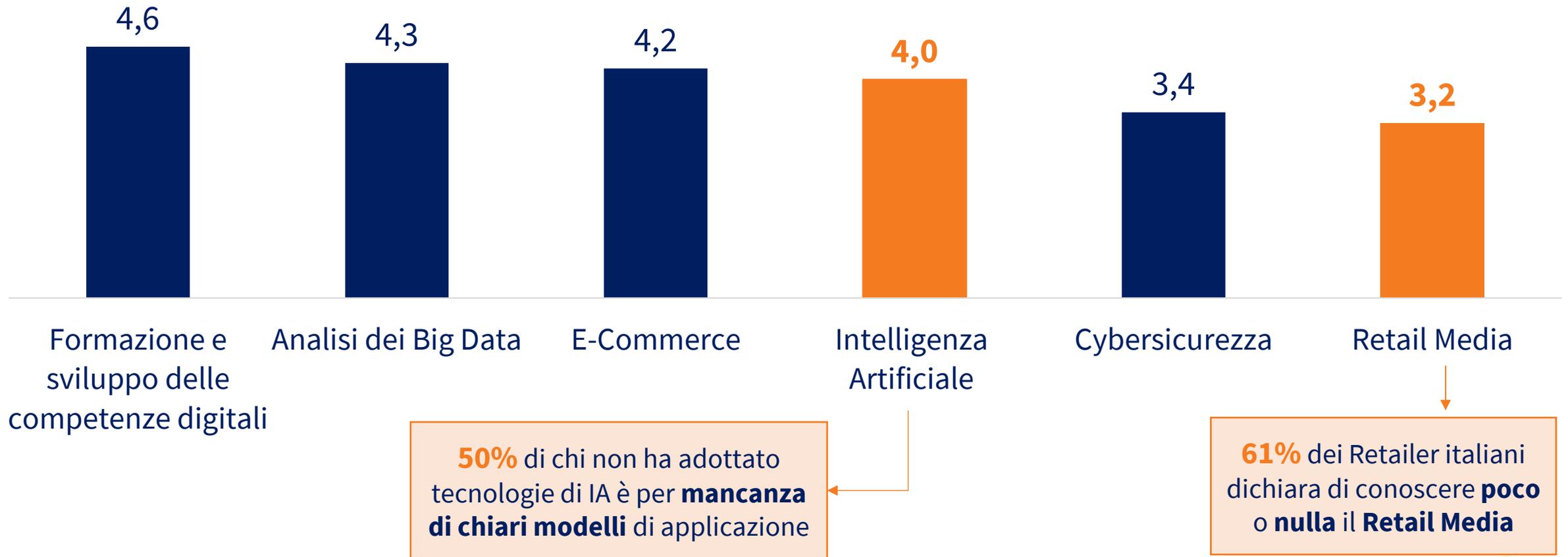
Messaggio 6

L'**Intelligenza Artificiale** e il **Retail Media** sono due ambiti di potenziale crescita per il settore del Retail
Ad oggi emerge una **conoscenza limitata** da parte dei Retailer e una **carenza di chiare applicazioni** nel business

I Retailer italiani vedono come priorità secondarie gli investimenti in Intelligenza Artificiale e Retail Media...

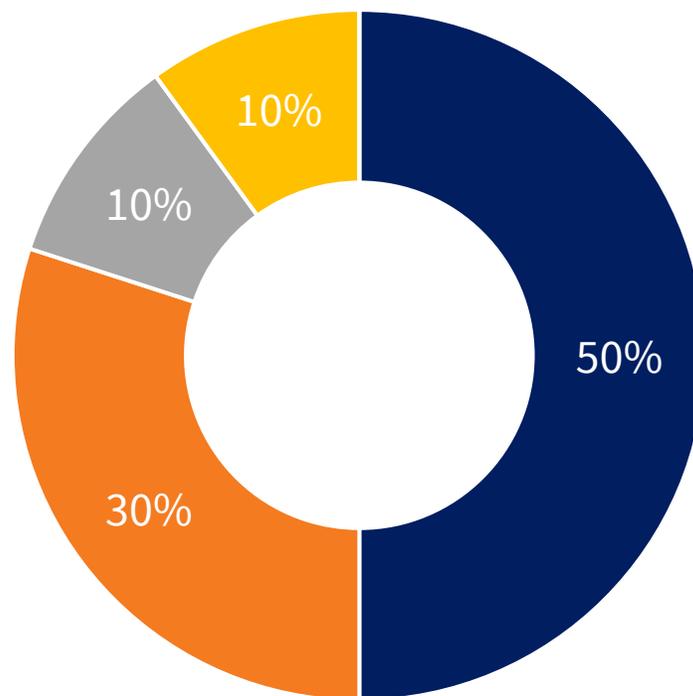
Risposte alla domanda

«Quali ambiti di investimento prevede prioritari per affrontare la transizione digitale della Sua azienda?»
(ordine per importanza, da 1=minimo a 7=massimo), 2024



... anche a causa di una mancanza di concreti utilizzi chiari nel business, secondo il 50% degli intervistati

Risposte alla domanda «*Per quali motivazioni la Sua azienda non ha ancora adottato tecnologie di Intelligenza Artificiale o Retail Media?*» (valori % sul totale), 2024

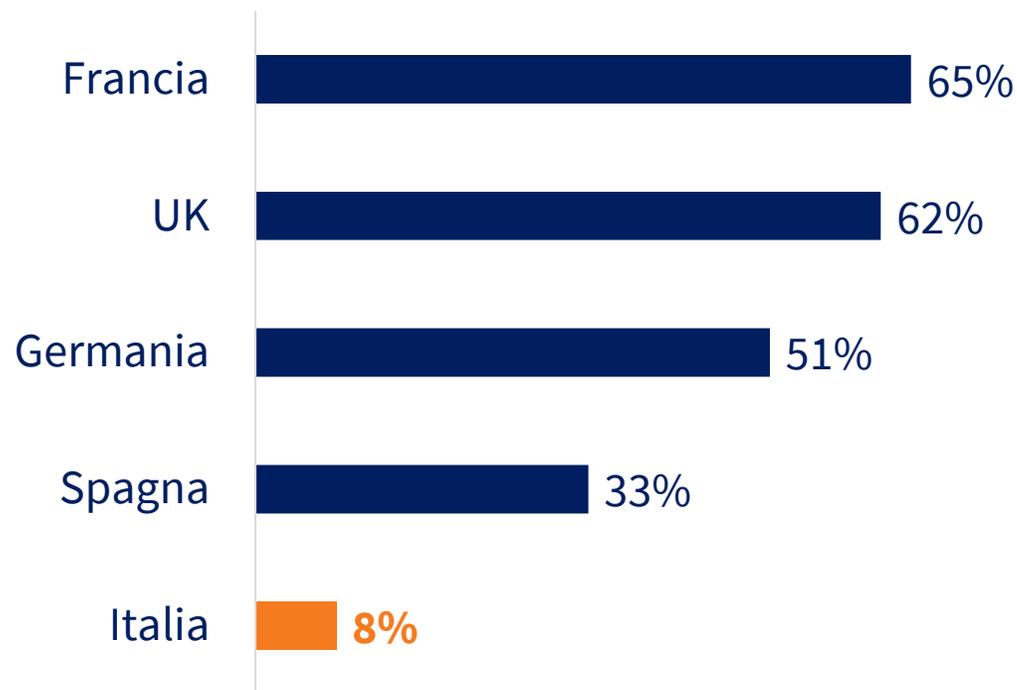


■ Mancanza di un utilizzo chiaro nel business
■ Non ci serve investire in queste tecnologie

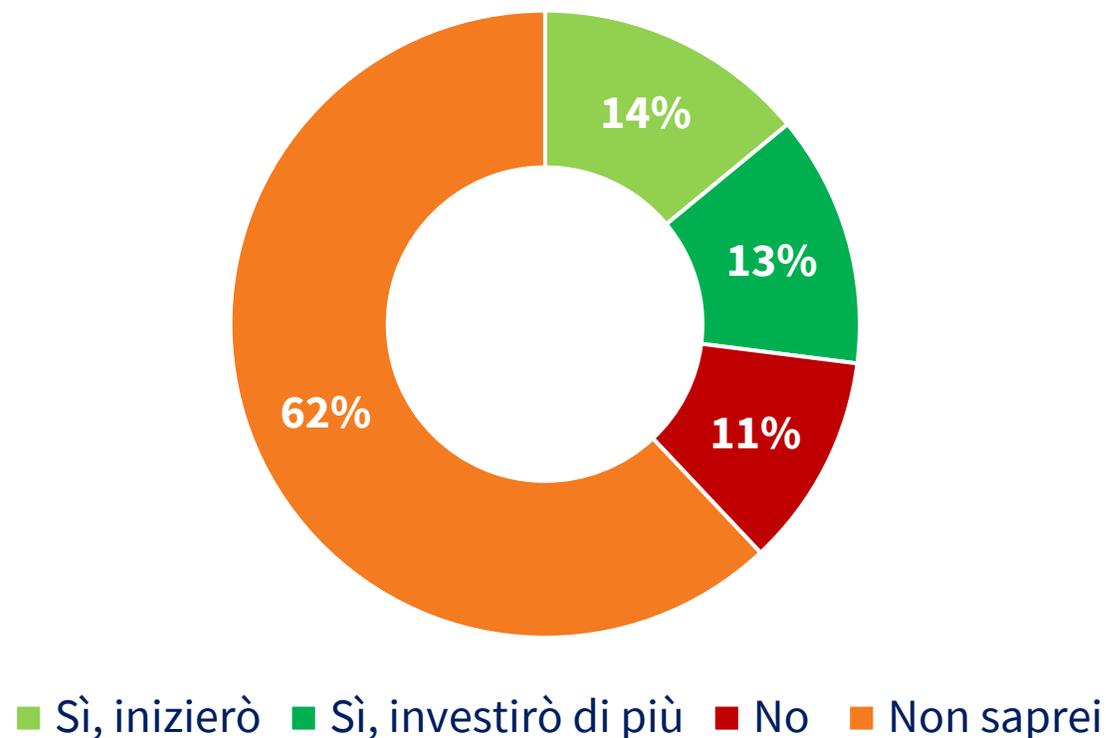
■ Non sono disponibili le competenze
■ Costi e investimenti elevati

Rispetto agli altri Stati Europei, in Italia solo l'8% dei Retailer ha attivato un programma di Retail Media sul mercato

Retailer europei che hanno attivato un programma di Retail Media sul mercato
(valori percentuali), 2022



Risposte alla domanda «Quest'anno inizierai ad investire maggiormente nel Retail Media?»
(valori percentuali, aziende italiane), 2022



La combinazione di IA e Realtà Virtuale può generare numerosi benefici per la formazione del personale

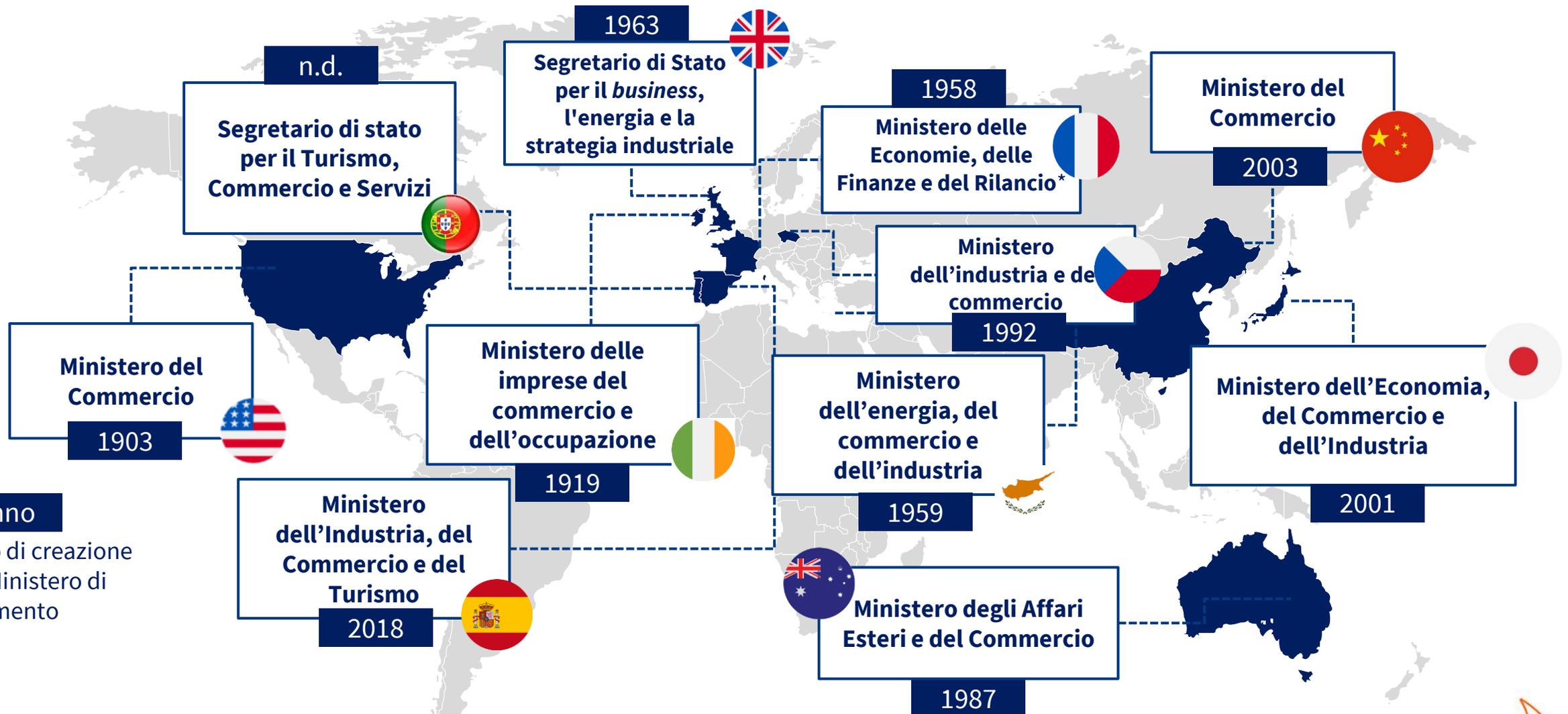
Benefici della formazione del personale eseguita tramite IA e Realtà Virtuale, 2024



Messaggio 7

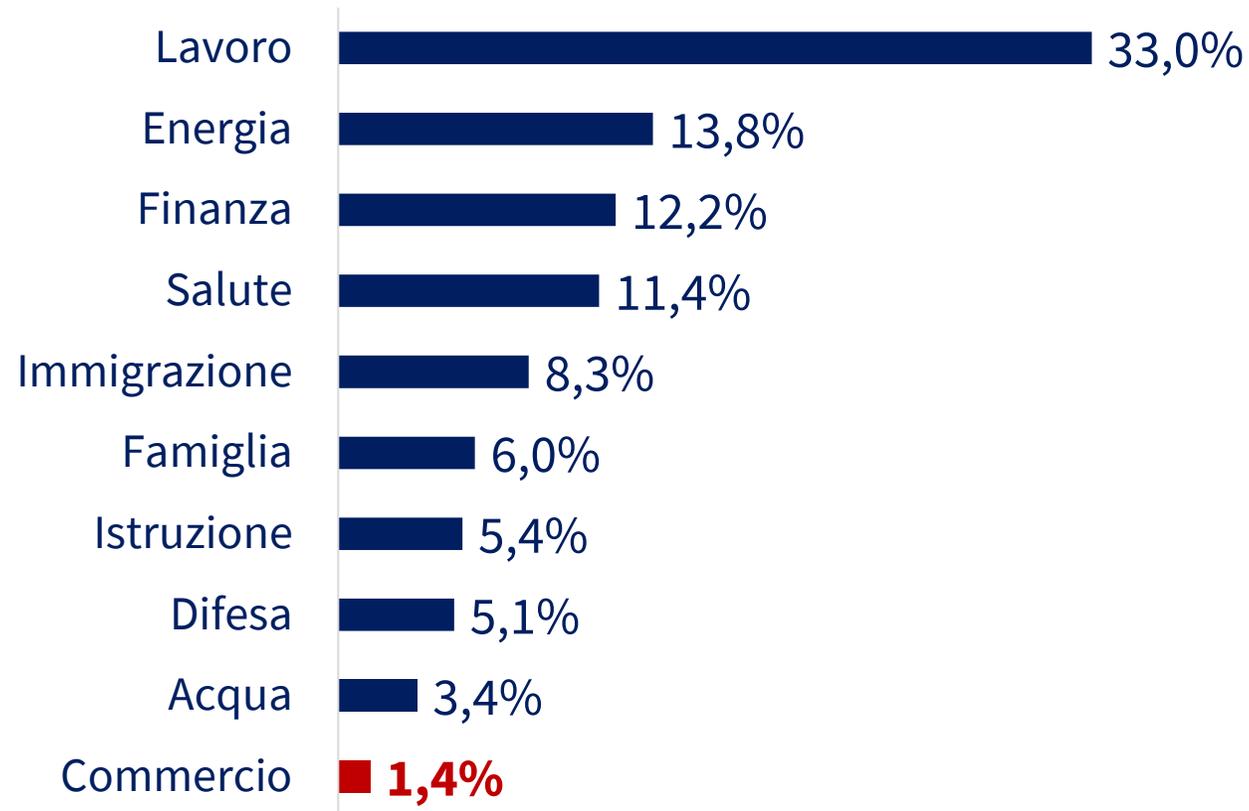
La Community Retail 5.0 ha elaborato un’**“Agenda per l’Italia”** che parte da una **Strategia Nazionale** per la filiera del Retail Specializzato

PREMESSA: In Italia non è mai esistito un Ministero dedicato al Commercio, al contrario di quanto accade in molti altri Paesi...



... tanto che il Commercio è un tema ancora poco presente e attenzionato nelle discussioni parlamentari

Incidenza dell'attenzione politica dell'attuale legislatura verso le principali tematiche di investimento del Paese nelle discussioni parlamentari (valori %), 2022-2024



La visione di sintesi degli indirizzi strategici della Community Retail 5.0

STRATEGIA NAZIONALE PER LA FILIERA DEL RETAIL SPECIALIZZATO

RAPPRESENTANZA ISTITUZIONALE

Rafforzare l'attenzione politica e istituzionale dedicata al settore del Retail Specializzato, anche facendo leva sull'Osservatorio permanente della **Community Retail 5.0**

ELEMENTI ABILITANTI PER IL RAFFORZAMENTO DELLA FILIERA DEL RETAIL SPECIALIZZATO

ATTRATTIVITÀ LAVORATIVA

Favorire l'aggiornamento delle **competenze** e raccontare con efficacia il «**Bello del lavorare nel Retail**»

TRANSIZIONE DIGITALE

Cogliere le opportunità della transizione digitale e dell'**Intelligenza Artificiale**, anche valorizzando il nuovo ruolo del **Retail Media**

TRANSIZIONE SOSTENIBILE

Indirizzare il settore verso uno sviluppo **sostenibile e circolare** e promuovere il suo ruolo di **educatore del consumatore finale e di stimolo alla filiera di fornitura**

PARITÀ DI CONDIZIONI E OBBLIGHI CON LE PIATTAFORME ONLINE

**«LA STORIA PRESENTA SEMPRE IL
CONTO DELLE OPPORTUNITÀ PERSE»**

SERGIO MATTARELLA



Grazie per l'attenzione

Benedetta Brioschi

Partner & Responsabile Food&Retail e Sustainability,
The European House – Ambrosetti
Email: benedetta.brioschi@ambrosetti.eu

Giulia Tomaselli

Consulente Food&Retail e Sustainability e
Responsabile Community Retail 5.0,
The European House – Ambrosetti
Email: giulia.tomaselli@ambrosetti.eu



Community Retail 5.0

Tutti i documenti dell'iniziativa disponibili su:
<https://www.ambrosetti.eu/le-nostre-community/community-retail-50/>



Dal 2013 The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale (fonte: "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania)

#CommunityRetail

