

Il progetto ideato in collaborazione con **'Business International'**

Grandi gruppi a confronto con i buyer e gli attori della filiera

Innovazione sostenibile al Retail Plaza



di **Egidio Scala**

A Tuttofood 2023 l'innovazione sostenibile sarà protagonista non soltanto lungo il percorso espositivo, con le novità proposte dalle aziende italiane e internazionali, ma anche nel ricco palinsesto di eventi. Di particolare rilievo è Retail Plaza by Tuttofood, ideato in collaborazione con **'Business International'** - content company di **Fiera Milano** - e sviluppato in partnership con 'Retail Institute Italy'. Si tratta di un format unico dove le grandi insegne della GDO e del Retail dialogano con i produttori, i buyer e gli altri attori della filiera.

Le sfide a cui produttori e retailer dovranno far fronte negli anni a venire saranno principalmente dovute allo sviluppo in ottica ESG (Environment, Social, Governance) di nuovi modelli di business, alla necessità di rivedere i rapporti di filiera, al coinvolgimento sempre più attivo di un quarto stakeholder che potremmo dire essere rappresentato dai fornitori di servizio a valore aggiunto (cambiamento del ruolo dell'operatore logistico da centro di costo a centro di profitto) e alle piattaforme tecnologiche. Il food retail è, in particolare, un settore energivoro, ma che negli ultimi anni ha visto numerose esperienze di risparmio energetico e sviluppo di energie rinnovabili.

Contribuisce anche l'innovazione nella catena del valore, con elementi di processo, tecnologia e organizzazione. Ad esempio, il tema della sostenibilità sarà declinato in relazione agli stili di vita e le abitudini di acquisto nell'incontro 'Reinventing retail: nuovi consumatori, nuovi modelli commerciali nel food' (domani alle 10.30, modera Armando Garosci, direttore di Largo Consumo): i consumatori si stanno muovendo sempre di più su prodotti mirati e rilevanti per i propri nuovi bisogni, con un occhio di riguardo per l'innovazione che investe anche il processo di acquisto.

L'evento 'Better Future. Brand e insegne incontrano l'innovazione sostenibile' (sempre domani alle 11.30, modera Cristina Lazzati, Direttore Responsabile di Mark UP e Gdoweeek) approfondirà i temi dell'innovazione e della sostenibilità partendo dall'analisi delle nuove tendenze di consumo. A seguire una panoramica sul racconto della sostenibilità dei brand a 360 gradi, dal packaging alla comunicazione in-store.

L'appuntamento 'Green Retail Lab: strategie per una nutrizione sostenibile' (mercoledì alle 11.30, in collaborazione con Retail Institute Italy; modera Paolo Marcesini, direttore di Italia Circolare) parlerà invece di sostenibilità nutrizionale: principi fondamentali quali la sicurezza alimentare, la riduzione degli sprechi, il basso impatto ecologico del cibo e la funzionalità degli alimenti, rafforzando il legame tra salute dell'uomo e del Pianeta.

Entrando nello specifico delle aree tecniche, 'Le sfide dell'imballaggio tra sostenibilità e nuovi obiettivi europei' (mercoledì alle 12.30) proporrà un aggiornamento sul mondo degli imballaggi food in Italia e sui potenziali impatti che il progetto di regolamento UE potrebbe avere sul mercato domestico e le sue specificità. In generale, il tema della sostenibilità di filiera permeerà in modo trasversale tutti i dibattiti, coinvolgendo retailer, produttori, imprese ed esperti sui nuovi approcci e linee evolutive della distribuzione moderna, anche in risposta al nuovo scenario in cui operano le imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.