

Largo Consumo, Digital Commerce e Intelligenza Artificiale: impatti, rischi e opportunità sul palco dell'edizione da record de Linkontro di NIQ

Cagliari, 21 maggio 2024 - Si è conclusa la **39° edizione de [Linkontro](#)**, l'evento di riferimento nel mondo del Largo Consumo organizzato da **NIQ**. L'appuntamento intitolato **"Immaginando Nuove Imprese. Visioni, Valori, Competenze"** ha riunito - nelle tre giornate di lavori al Forte Village Resort in Sardegna - oltre **911 persone, 278 aziende e 644 manager** che hanno ascoltato le parole di **40 relatori** per più di **735 minuti** di conferenze.

Molti i **temi di attualità affrontati**: lo scenario economico, sociale e politico, la curva demografica, le questioni relative a biodiversità e sostenibilità, le nuove abitudini di consumo e le modalità di inclusione, così come temi legati a innovazione e nuove tecnologie, l'ascesa del digital e social commerce e infine l'intelligenza artificiale.

"La sinergia nella comunità del largo consumo è cruciale per affrontare le sfide future del comparto. Collaborando, industria e grande distribuzione possono rispondere più efficacemente alle nuove esigenze dei consumatori e ai cambiamenti del mercato, garantendo una crescita sostenibile e un'evoluzione continua. In un contesto complesso e frammentato, coltivare speranza è essenziale per promuovere l'innovazione e uno sviluppo costante, un mindset che contraddistingue le realtà italiane che da 39 anni si riuniscono in un evento unico nel suo genere, sia a livello nazionale sia internazionale" commenta **Enzo Frasio**, Amministratore Delegato di NIQ e GfK.

Tra i relatori sul palco dell'ultima giornata **Stefano Galli**, Chairman Linkontro, ha analizzato l'impatto dell'Intelligenza Artificiale sul largo consumo, sottolineando come, paradossalmente, l'IA permetterà una **"umanizzazione" della comunicazione** end to end coi propri clienti, permettendo alle aziende di **raddoppiare l'efficienza** dei processi di comunicazione, con impatti positivi sulla soddisfazione dei clienti finali.

L'applicazione della GenAI al settore dell'**innovazione di prodotto** e dei processi comporterà un **cambio di velocità** nonché di **varietà**, facendosi promotrice di **idee dirompenti**. Di conseguenza, per le piccole e medie aziende sarà più facile e veloce attivare **campagne virali**. I retailer (online e offline) grazie ad iniziative di Retail Media, Retail Consumerization e Virtual Shopper Assistant avranno inoltre impatti positivi sul **customer journey**. Inoltre, grazie all'IA si affacceranno al largo consumo **nuovi player**: le aziende tech, che offriranno servizi di Shopper Assistant e Product Search più sofisticati e i Social Media, che con le loro piattaforme di Social Commerce draineranno volumi dai canali di vendita classici.

L'**Intelligenza Artificiale** è parte del nostro futuro, tuttavia vi sono **sfide e rischi** da anticipare per essere pronti al domani. Per il largo consumo, NIQ a Linkontro sottolinea due rischi: **fare scelte azzardate**, che si può evitare utilizzando grandi volumi di dati di alta qualità, provenienti da fonti diverse e integrate, e problematiche legate alla **sicurezza dei dati e privacy**. Infine, è importante costruire, sperimentare e consolidare le competenze della GenAI avvalendosi di esperti e promuovendo la diversity di pensiero.

Sul palco de Linkontro anche **Matteo Bonù**, Food Industry Leader NIQ, che ha esplorato il futuro del commercio digitale. Il canale online, affermatosi attorno al 2008, ha prima convissuto con il canale offline senza però grandi punti di contatto. Dal 2018 in avanti è iniziata la **compenetrazione tra i canali offline e online** che ha progressivamente portato ad una ibridazione dei comportamenti d'acquisto, dei processi e dei canali di vendita. La trasformazione è stata accelerata drasticamente nel 2020 a causa della pandemia, portando così al consolidamento del legame interscambiabile tra il punto vendita fisico e digitale.

In merito all'**Intelligenza Artificiale** applicata al commercio digitale - storicamente recettivo alle novità - i dati raccolti da NIQ suggeriscono di impiegare questa tecnologia per **personalizzare, velocizzare, integrare e automatizzare**, aree in cui la GenAI aiuterà a fronteggiare la frammentazione del mercato grazie all'innovazione. In un contesto socio-culturale in cui l'applicazione dell'Intelligenza Artificiale in **ambito professionale** può intimorire, è importante continuare ad investire nelle persone affinché siano pronte ai cambiamenti in atto. L'IA è una **tecnologia collaborativa**, un collega con cui lavorare sinergicamente, piuttosto che un semplice strumento a cui delegare il lavoro. Solo con una visione sinergica si possono sfruttare appieno le modalità del commercio digitale potenziato dall'Intelligenza Artificiale, adattandosi alle rapide evoluzioni tecnologiche e ai cambiamenti nei comportamenti dei consumatori.

Linkontro è l'appuntamento della comunità del largo consumo che si riunisce ogni anno per un aggiornamento professionale e per tracciare la strada verso il futuro prossimo. L'evento è un'occasione di confronto per intercettare segnali di cambiamento, in termini di consumo, in cui nuove idee si incrociano ad altissima velocità e si costruiscono solidi ponti in grado di unire le diverse anime del settore: Marca e Insegna. La lunga storia della manifestazione è la conferma che Linkontro è un momento unico e imperdibile per guardare oltre e disegnare insieme un futuro sostenibile. Linkontro è una iniziativa voluta da NIQ (NielsenIQ) che da oltre 30 anni ne guida la realizzazione. www.niq.com/linkontro2024

About NIQ

NIQ, azienda leader a livello mondiale nel settore della consumer intelligence, rivela nuovi percorsi di crescita ai distributori e ai produttori di beni di consumo. Nel 2023 NIQ si è unita a GfK, altro leader nel settore, garantendo così ai propri clienti una copertura globale senza precedenti. Grazie a una lettura olistica del settore retail e agli insight più completi sui consumatori, ottenuti grazie ad analisi avanzate e piattaforme all'avanguardia, NIQ garantisce la visione più completa - the Full View(TM). NIQ è una società parte di Advent International, presente in più di 100 paesi che coprono oltre il 90% della popolazione mondiale. Per ulteriori informazioni, visita il sito NIQ.com.

Ufficio Stampa Linkontro – Doppia Elica

Claudia Maria Tirendi, c.tirendi@doppiaelica.com, +39 02 40 999 3484

Milena Ronzoni, m.ronzoni@doppiaelica.com, +39 02 40 999 3817