



Communiqué de presse

## Le programme du MAPIC Digital dévoilé

**Paris, 15 octobre 2020** – MAPIC Digital, la nouvelle plateforme en ligne dédiée aux clients du MAPIC et de LeisurUp, dévoile aujourd'hui les services proposés à la communauté internationale de l'immobilier commercial, du commerce et du loisir.

Dès le 2 novembre, les professionnels de l'immobilier commercial, du commerce et du loisir du monde entier pourront se rencontrer virtuellement via la nouvelle plateforme MAPIC Digital, qui restera ouverte pour des sessions de rattrapage et bien plus jusqu'au 31 décembre.

Nathalie Depetro, directrice du MAPIC explique que « L'innovation, le loisir, les nouvelles formes de commerce seront au centre des discussions du MAPIC Digital, qui proposera une plateforme de mises en relation avec des sessions enregistrées dès le 2 novembre et des conférences en direct les 17 et 18 novembre. Nous ajouterons de nouvelles fonctionnalités dans les jours à venir et encourageons les professionnels à consulter régulièrement [la page dédiée](#) sur notre site » ajoute-t-elle.

### Un format resserré pour des sessions de haut niveau

Le MAPIC Digital proposera un programme de conférences resserré d'une vingtaine de sessions qui donneront la parole à des intervenants de haut niveau (maires, PDGs, cadres dirigeants...). Intitulé « *Vers un commerce collaboratif : prêts à changer les règles ?* », ce programme sera accessible gratuitement à tous sur la [plateforme](#) et se focalisera sur trois grands sujets :

**1. Les villes et l'usage mixte.** Pour attirer les consommateurs, les villes doivent leur proposer une expérience et se positionner en tant que « destination » mêlant shopping, restauration, activités ludiques, bureaux, hôtellerie. C'est la ville du quart d'heure qui intègre aussi les notions de circuits courts et de commerce local et durable.

Parmi les conférenciers qui s'exprimeront sur cette thématique, des destinations emblématiques telles que **Area15** (Etats-Unis), complexe commercial à Las Vegas proposant principalement divertissement et activités immersives ou **Time Out Market** (Portugal). Une session sera également dédiée au marché français et à la requalification des zones péri-urbaines, et une session au paysage commercial italien.

Les **outlets** évoluent également vers des lieux de vie mixtes. Généralement construits en plein air, leur format est propice aux évolutions actuelles et à l'intégration d'espaces de restauration et de loisirs. Plusieurs sessions de conférences leur seront consacrées avec entre autres la participation de **TORG** (Etats-Unis) et **Salomon** (France).

**2. Le phygital**, nouvelle norme du commerce, qui correspond bien aux nouveaux consommateurs. La collaboration et l'innovation sont les mots clés : **collaboration** entre toutes les parties prenantes de l'immobilier commercial mais également combinaison des

techniques de vente, **innovation** sur toute la chaîne de valeur, qu'elle soit technologique ou sociétale, pour amener à plus de durabilité, à l'amélioration de la connaissance du client, la réduction des coûts et l'augmentation du trafic.

S'il est désormais impensable pour une enseigne de ne pas avoir un site de e-commerce, les DNVB (*Digital Native Vertical Brand* ou marques nées en ligne comme Sézane, Glossier, Everlane) cherchent de plus en plus à avoir pignon sur rue.

Ce sujet sera abordé notamment lors de la conférence « *Think physical retail, think different* » avec Michele MOLON, EVP Omnichannel & Member of the Management Board, **Swarovski** (Autriche), Carsten KELLER, Vice President for Direct-to-Consumer, **Zalando** (Allemagne) et Benjamin CALLEJA, PDG & fondateur, **Livit Design** (Espagne).

**3. La restauration et le loisir** qui jouent un rôle central pour enrichir et allonger l'expérience des visiteurs dans les centres commerciaux et les lieux de vie. Activités sportives, événements autour de marques, jeux, activités culturelles..., tout est bon pour permettre au consommateur de vivre une expérience qu'il ne pourrait pas vivre chez lui.

Parmi les sociétés qui interviendront sur cette thématique : **The Smurfs** (Belgique), **Bisounours** (Etats-Unis), **UCPA** (France), **Extreme International** (Royaume-Uni), **Unlimited Snow** (Pays-Bas), **Wave Surfers** (Belgique), **Magnicity** (France), **Zamperla** (Italie).

#### **Pour rappel, le MAPIC Digital c'est :**

- **des conférences** : une douzaine de sessions en direct sur deux jours (17-18 nov.), des sessions exclusives pré-enregistrées et disponibles dès l'ouverture de la plateforme (2 nov.) et toutes les conférences en replay jusqu'au 31 décembre 2020.
- **des mises en relation** : des outils numériques qui faciliteront les contacts entre les participants (matchmaking, base de données en ligne, guide des enseignes).
- **du contenu** : contenu exclusif produit par et/ou pour le MAPIC et du contenu en curation apportant une information approfondie sur le secteur et donnant des pistes de réflexion aux professionnels pour rebondir (livres blancs, rapports, infographies...). Le MAPIC proposera également des rapports trimestriels en partenariat avec XERFI pour chaque secteur du marché.

Plus d'informations sur MAPIC Digital et sur le programme de conférences sur [le site](#).

#### **Suivez-nous sur Twitter! @MAPIC avec les hashtags #MAPIC et #LeisurUp**

**A propos de Reed MIDEM** - Fondée en 1963, Reed MIDEM organise des marchés professionnels et internationaux qui se sont imposés comme des plateformes incontournables pour les acteurs-clés des secteurs concernés. Ce sont les MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR à Cannes, MIP China à Hangzhou et MIP Cancun au Mexique pour la télévision et les contenus audiovisuels et numériques ; MIDEM à Cannes pour les professionnels de la musique ; Esports BAR à Cannes et à Miami pour l'industrie du esports ; MIPIM à Cannes, MIPIM Asia Summit à Hong Kong SAR, Propel by MIPIM-NYC en partenariat avec MetaProp, Propel by MIPIM-Paris et Propel by MIPIM-Hong Kong pour le secteur de l'immobilier et de l'innovation ; MAPIC et LeisurUp à Cannes, MAPIC Russia à Moscou, MAPIC Italy et The Happetite à Milan, et MAPIC India à Bombay pour le secteur de l'implantation commerciale. [www.reedmidem.com](http://www.reedmidem.com)

**A propos de Reed Exhibitions** - Reed MIDEM est une filiale de Reed Exhibitions, leader mondial dans l'organisation d'événements, avec plus de 500 événements dans 30 pays. En 2019, Reed Exhibitions a réuni plus de sept millions de professionnels actifs dans le monde entier, générant plusieurs milliards de dollars d'affaires. Aujourd'hui les événements de Reed Exhibitions ont lieu en Amérique, en Europe, au Moyen-Orient, en Asie Pacifique, en Afrique et sont organisés par 35 bureaux et agents implantés. Reed Exhibitions touche 43 secteurs industriels, au travers d'événements pour les professionnels et le grand public, et fait partie de RELX Group plc, leader mondial dans la diffusion d'informations.

**Pour plus d'information, merci de contacter :**

**My-Lan CAO – Directrice presse**

+33 6 03 28 48 74 – [mylan.cao@reedmidem.com](mailto:mylan.cao@reedmidem.com)

**Constance GARCIA Y SANTOS – Responsable presse**

+33 6 17 03 30 48 – [constance.garciaysantos@reedmidem.com](mailto:constance.garciaysantos@reedmidem.com)

