

RI

Smart Retail AWARD

18° EDIZIONE

RI Retail Institute
ITALY

Main Media Partner

**Largo
Consumo**

RI

Smart Retail
A W A R D

WINNER

**BEST
IN
SHOW**

2026

“The House of Retail”. Dal 1995.

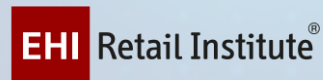
Con oltre **200** Soci, l'Associazione rappresenta l'**ECOSISTEMA** del Retail in Italia, grazie alla presenza di tutte le componenti del Retail: **Retailer, Manufacturer, Service & Solutions Provider.**

La nostra mission:

«SVILUPPARE E PROMUOVERE LA CULTURA RETAIL ATTRAVERSO L'INFORMAZIONE, LA FORMAZIONE E L'ISPIRAZIONE DEI PROTAGONISTI DELL'ECOSISTEMA»

In **30** anni di attività abbiamo realizzato più di **800** eventi e corsi di formazione, coinvolgendo oltre **20.000** professionisti, tra docenti, esperti di settore e manager d'azienda.

Il Network Internazionale di Retail Institute Italy



- Partner di **EHI - Retail Institute**, istituto tedesco di ricerca, formazione e consulenza nel retail, con un network di oltre 700 aziende europee



- Membro del board internazionale di **NRF - National Retail Federation**, la più grande Associazione del Retail a livello mondiale



- Membro di **FIRA - Federation of International Retail Associations**, che riunisce le principali associazioni del Retail a livello mondiale.

Smart Retail Award

Customer Experience: Best Practice For Retail

Smart Retail Award valorizza e premia i progetti più innovativi e le migliori best practice in termini di Customer Experience: «in store, on line, at home»

Siamo di fronte a profondi cambiamenti del comportamento dei consumatori nella loro relazione con i diversi canali di vendita. Viene sempre più ridotta la differenza tra spazio fisico e digitale, attraverso una molteplicità di touch point, in qualsiasi momento e luogo.

RI

Smart Retail
A W A R D

RI

Retail Institute
ITALY

Smart Retail Award

Il contest in pillole

Il contest è rivolto a Retailer, Manufacturer, Service & Solutions Provider, Soci e Non Soci di Retail Institute Italy.

Smart Retail Award premia le migliori best practice in ottica di Customer Experience, attraverso la valorizzazione dei progetti più innovativi. In gara le 5 CATEGORIE che meglio rappresentano i Touch Point più significativi dell'esperienza d'acquisto.

Tutti i progetti candidati verranno pubblicati sul SITO RETAIL INSTITUTE, nella sezione «AWARD».

Inoltre, per i candidati, ci sarà l'opportunità di veder pubblicati i propri progetti sul REPORTAGE DIGITALE DI LARGO CONSUMO, una speciale occasione di visibilità e lead generation.

**Largo
Consumo**

I vincitori verranno premiati in occasione dell'evento del 2 dicembre 2026:



SMART RETAIL AWARD



RI

Smart Retail
A W A R D

RI

Retail Institute
ITALY

Smart Retail Award

Le 5 categorie in gara

POP Display

POP Island

Store Design

Digital Marketing

In-Store & Phygital CX

RI

Smart Retail
AWARD

RI

Retail Institute
ITALY

Smart Retail Award

Le categorie

- **POP Display**

Uno step In-Store fondamentale per la promozione dei prodotti e per massimizzare l'acquisto d'impulso. **Espositori funzionali e compatti** che mettono in primo piano il prodotto lungo tutto il percorso del cliente in negozio: all'ingresso, in corsia, a scaffale, sul banco, alle casse. Parola d'ordine: **conversione immediata!**

- **POP Island**

Strutture scenografiche che riscostruiscono una teatralizzazione intorno al prodotto, uno step In-Store fondamentale per la promozione dei prodotti e per il brand engagement, rendendo memorabile l'esperienza d'acquisto. Un'area promozionale d'impatto lungo il percorso del cliente ed un invito a farlo entrare nel mondo del brand. Parola d'ordine: **storytelling!**

- **Store Design**

Lo store fisico evolve da luogo dove acquistare dei prodotti a luogo privilegiato di relazione con il brand: un negozio sicuramente più digitale ma allo stesso tempo più «reale». Attraverso design, progettazione e funzionalità il Retail Design permette di raccontare il brand e i suoi valori nel punto vendita, in diversi format: **Flagship Store, Temporary & Pop-up store, Shop in Shop, Corner.**

Smart Retail Award

Le categorie

- **Digital Marketing**

Il Digital Marketing permette di raggiungere gli obiettivi di business attraverso l'utilizzo di **tecnologie e media digitali**. Ingaggiare e acquisire nuovi clienti, convertire le visite in vendite, fidelizzare, migliorare l'esperienza, personalizzare l'offerta di prodotti e servizi: il Digital Marketing è spesso il primo punto di contatto nell'esperienza del cliente, un momento quindi decisivo per attivare la relazione.

- **In-Store & Phygital CX**

L'esperienza **in-store** si focalizza sull'interazione diretta con i prodotti e con il personale nel punto vendita, l'integrazione con l'esperienza **digitale** dà vita a un'esperienza fluida e continua tra i due mondi. In ogni caso, l'obiettivo è **costruire un'esperienza coinvolgente, immersiva e su misura**, che si realizzi attraverso tecnologie innovative e soluzioni esperienziali nel punto vendita.

Smart Retail Award

I premi

SMART RETAIL AWARD

La Giuria assegnerà
il premio
«Smart Retail Award»
ai vincitori di ciascuna
categoria in gara.
Premiati anche il 2° e 3°
classificato.



GREEN RETAIL AWARD

La Giuria assegnerà
il premio
«Green Retail Award»
ai progetti ritenuti più
sostenibili, per ciascuna
categoria in gara.



PEOPLE'S AWARD

I vincitori di ogni
categoria concorreranno
al «People's Award» che
verrà assegnato
nel corso dell'evento di
premiazione.



BEST IN SHOW

La Giuria assegnerà
il premio al
vincitore assoluto,
il «BEST IN
SHOW».



SMART RETAIL AWARD

Categorie:

- POP DISPLAY e POP ISLAND

PARAMETRI DI VALUTAZIONE

- Concezione ed efficacia tecnica (soluzioni tecniche).
- Qualità dei materiali e di fabbricazione.
- Impatto visivo e design.
- Efficacia nel veicolare l'acquisto.
- Originalità e innovazione.

Categoria:

- DIGITAL MARKETING

PARAMETRI DI VALUTAZIONE

- Originalità.
- Personalizzazione.
- Capacità di engagement.
- Semplicità e immediatezza.
- Lead Generation

Categoria:

- INSTORE & PHYGITAL CX

PARAMETRI DI VALUTAZIONE

- Originalità.
- Capacità di attrazione.
- Capacità di engagement.
- Integrazione tra fisico e digitale.
- Facilità di implementazione.

GREEN RETAIL AWARD

Categorie:

- POP DISPLAY e POP ISLAND
- STORE DESIGN

PARAMETRI DI VALUTAZIONE

- Le azioni di riciclo, il recupero dell'usato.
- Economia circolare.
- Materiali: riciclabilità, peso, processi di produzione.
- Ottimizzazione dei trasporti e della logistica.
- La progettazione degli spazi di vendita secondo una logica di risparmio di energia e di materiali.

Categorie:

- DIGITAL MARKETING
- IN-STORE & PHYGITAL CX

PARAMETRI DI VALUTAZIONE

- Promozione di azioni contro lo spreco alimentare e a favore del riciclo, del recupero dell'usato e dell'economia circolare.
- Progetti sulla Nutrizione sostenibile.
- Progetti di CSR.
- Education verso i consumatori.
- Attività di engagement.

**LE ATTIVITÀ DI
COMUNICAZIONE PER
TUTTI I PROGETTI**

Smart Retail Award

I loghi dei CANDIDATI



I loghi «**CANDIDATO**» potranno essere utilizzati per le attività di comunicazione dal giorno della Candidatura al giorno della Premiazione.

Smart Retail Award

Tutti i progetti pubblicati sul SITO: WWW.RETAILINSTITUTE.IT

- **GRAFICA AD ALTO IMPATTO:**
navigazione intuitiva e impatto visivo elevato.
- **GALLERY A SCHERMO INTERO:**
permette di esplorare ogni candidatura nel dettaglio. Ogni progetto avrà la propria gallery a scorrimento.
- **VISIBILITÀ:**
i progetti resteranno online da ottobre 2026 a maggio 2027, fino al lancio della nuova edizione. I progetti verranno poi ripresi nei mesi successivi con post ad hoc per singola categoria.
- **LEAD GENERATION INTEGRATA:**
una sezione per creare contatti diretti tra aziende e candidati.

info@retailinstitute.it Login Diventa Socio Iscriviti alla Newsletter Virtual Library Italiano

RI Retail Institute ITALY Associazione News Eventi Formazione Green Retail LAB Award Retail Innovation Lab

Progetti in Gara 2025

Cerca per nome progetto (min. 3 caratteri)

Tutte le categorie Digital Marketing In-Store & Phygital CX POP Durevoli POP Non Durevoli Store Design Legenda

- 50° ANNIVERSARIO MULINO BIANCO**
Proxima Spa Società Benefit
Referente: Claudia Balzani
Categoria: POP Non Durevoli
- RED BULL MOTORSPORT**
Proxima Spa Società Benefit
Referente: Claudia Balzani
Categoria: POP Non Durevoli
- TAIL MEDIA FULL-FUNNEL PER DANONE EASTER 2025**
ReStore Media
Referente: Stefania Tonon
Categoria: Digital Marketing
- PASTIGLIE LEONE: NATALE IN CANDYLAND!**
LIGHT
Referente: Beatrice Brentani
Categoria: POP Durevoli
- THE LOUNGE - HUMAN TOUCH & DIGITAL REACH NEL CUORE DEL RETAIL DI LUSSO**
McArthurGlen - Noventa di Piave Designer Outlet
Referente: Polkseni Likaj
Categoria: In-Store & Phygital CX
- SMARTPHONE PRODUCT LAUNCH - STRATEGIA RETAIL MEDIA**
MediaMarket SPA
Referente: Francesco Sodano
Categoria: Digital Marketing

Smart Retail Award

Sezione «Award» sul sito www.retailinstitute.it

RI Retail Institute ITALY

Associazione ▾ News ▾ Eventi Formazione ▾ Green Retail LAB Award

Smart Retail AWARD CANDIDATO
In-store & Phygital CX 2025

Green Retail AWARD CANDIDATO
mi
In-Store & Phygital CX 2025

Vinci con Brimi, un fantastico soggiorno in un Vitalpina Hotel Südtirol.

BRIMI, L'ASSAGGI TI CONQUISTA CAMPAGNA PER LO SHOPPER MULTICHANNEL

SAVE AS
Referente: Francesca Ferrari - Contatta ✉
Categorie: In-Store & Phygital CX

Campagna omnichannel ideata e realizzata da **SAVE AS** per **BRIMI** con un **approccio multicanale integrato** e orientato al risultato. Partendo dal pack e dall'attivazione in-store il progetto ha coinvolto i consumatori lungo tutto il **path to purchase**, includendo:

- Concorso on Pack
- Giornate Degustazione In-Store con Hostess
- Sito dedicato al concorso con dashboard sostenibile che restituisce dati marketing in tempo reale
- Attività proximity e showcooking nei mall
- Food Creator e Social Media

Supporto Drive to Store: adv programmatic, display data driven, meta, google serch, pr, dem, ooh
Ogni touchpoint ha lavorato in sinergia per generare awareness, traffico e partecipazione.
Una strategia 3 win: shopper, retailer, brand.

< PROGETTO PRECEDENTE PROGETTO SUCCESSIVO >

Tutte le categorie Digital Marketing In-Store & Phygital CX POP Durevoli POP Non Durevoli Store Design Legenda

STREET MARKETING DI BENU FARMACIA
ADMENTA ITALIA S.P.A.
Referente: Gabriele Iannella
Categorie: POP Durevoli

CAMPAGNA 360° TOTE BAG ALICE
ALTAVIA ITALIA
Referente: Anna Casani
Categorie: In-Store & Phygital CX

CORNER SEBASTIAN PROFESSIONAL
ALTAVIA ITALIA
Referente: Anna Casani
Categorie: Store Design

Ogni progetto candidato sarà accompagnato dal logo della categoria di appartenenza.

I progetti candidati al «Green Retail Award», saranno segnalati con il logo dedicato.

Smart Retail Award

Tutti i progetti saranno candidati sul: REPORTAGE DI LARGO CONSUMO

- **Diffusione digitale:** sfogliabile dal sito www.largoconsumo.info, disponibile dal giorno della premiazione.
- **Diffusione tramite DEM:** target qualificato dell'Industria e del Retail.
- **Diffusione Social:** promozione del Dossier su LinkedIn e Twitter.

BEST IN SHOW
IKEA QUIET HOURS E STANZA RELAX

Per il 2025, il settore retail è molto più di un luogo di acquisti: afferma Stefania Magnoni, Executive Director di Retail Institute Italia, «è uno spazio di incontro e inclusione dove ognuno, con le proprie esigenze e sfide, deve poter parlare ascoltato». Introdurrendo le Quiet Hours e riorganizzando le Stanze Relax in tutti i nostri 22 punti vendita in Italia, decidiamo offrire ai nostri clienti un'esperienza sempre più confortevole e che possa far sentire come a casa. Siamo orgogliosi del due Award ottenuti con questo progetto: crepe più vita quotidiana migliore per la maggioranza delle persone e la nostra missione e continueremo a lavorare in questa direzione.

RI Smart Retail AWARD

Largo Consumo 10/2025 | Reportage Largo Consumo

PEOPLE'S AWARD

SAGRA DEGLI AVANZI

La Sagra degli Avanzi è un progetto che da un anno tutta Italia contro lo spreco, mostra raffigurando il suo Good To Go. Per una settimana, gli utenti hanno partecipato a sfide quotidiane salvando dal buco il loro tanto fagiolo, accendendo i contenitori, eccetera. A fine settimana, tutti coloro che hanno completato le sfide hanno ricevuto un speciale buono sconto per il loro prossimo successivo tratto, ogni giorno sono state coinvolte con gli utenti, ascoltando le storie e le esperienze raccontate nel contesto della domanda gastronomica. L'esperienza ha guidato ogni giorno migliaia di clienti verso un'esperienza di inclusione e di Good To Go, rafforzando il legame con il nostro partner. La campagna, realizzata in collaborazione con Agop, ha avuto risultati sui canali digital di The Good To Go con un'affluenza di 10 milioni.

EVERLI: UNA PIATTAFORMA CHE CONNETTE RETAILER, BRAND E CLIENTI

Partecipando alla 10th edizione degli Smart Retail Award è stata per Everli un'occasione preziosa di confronto e di ispirazione. Affirmiamo di un contatto che mette al centro l'innovazione e la Customer Experience, attraverso **Everli Digital Strategy**, il nostro Manager - Retail Business Development di Everli. Everli ha confermato quanto i retail data avvalorano verso modelli sempre più integrati, dove tecnologia, servizio e relazione con il cliente si fondono per creare esperienze di valore. Everli Digital Strategy del prossimo anno.

Come piattaforma che ogni giorno connette retailer, brand e clienti finali, Everli considera gli Smart Retail Award un punto di riferimento per leggere le evoluzioni del settore e confrontarsi con i progetti più innovativi in ambito Customer Experience. Considerando come questa rafforzi il nostro percorso di crescita e il nostro ruolo all'interno dell'ecosistema retail, intendiamo nuove energie e contribuire a costruire un modello di innovazione orientato all'utente reale, con il cliente sempre al centro di ogni progetto.

RI Smart Retail AWARD

Largo Consumo 10/2025 | Reportage Largo Consumo

POP DUREVOLI

RASTICULE LEONE, NATALE IN CANDYLAND?

Il Natale è un periodo magico e unico, un momento in cui il cliente si sente speciale e si prepara per un periodo di gioia e serenità. Rasticule Leone ha creato un'esperienza di Natale unica e coinvolgente, trasformando il negozio in un mondo di dolci e meraviglie. Una volta realizzata la funzione di grande e una struttura modulare che trasforma il negozio in un mondo di dolci e meraviglie, il cliente si prepara per un periodo di gioia e serenità. Una volta realizzata la funzione di grande e una struttura modulare che trasforma il negozio in un mondo di dolci e meraviglie, il cliente si prepara per un periodo di gioia e serenità.

POP DUREVOLI

ESPOSITORE BBQ

Il cliente si prepara per un periodo di gioia e serenità. Una volta realizzata la funzione di grande e una struttura modulare che trasforma il negozio in un mondo di dolci e meraviglie, il cliente si prepara per un periodo di gioia e serenità.

POP DUREVOLI

STREET MARKET DI BENE FARMACIA

La Grande Farmacia Bene Farmacia è stata premiata in premiazione della 10th edizione degli Smart Retail Award. Il successo è dovuto al nostro impegno e al nostro servizio al cliente, che ha permesso di creare un'esperienza di valore per il cliente.

POP DUREVOLI

COCA-COLA HBC ITALIA CABLE CAR

La Coca-Cola HBC Italia Cable Car è stata premiata in premiazione della 10th edizione degli Smart Retail Award. Il successo è dovuto al nostro impegno e al nostro servizio al cliente, che ha permesso di creare un'esperienza di valore per il cliente.

RI Smart Retail AWARD

Largo Consumo 10/2025 | Reportage Largo Consumo

Largo Consumo

RI Smart Retail AWARD

17ª EDIZIONE

RI Smart Retail AWARD WINNER

BEST IN SHOW 2025

CUSTOMER EXPERIENCE: BEST PRACTICES FOR RETAIL

SMART RETAIL AWARD VALORIZZA E PREMIA I PROGETTI PIÙ INNOVATIVI E LE MIGLIORI BEST PRACTICES IN TERMINI DI CUSTOMER EXPERIENCE. IN STORE, ON LINE, AT HOME.

UN'INIZIATIVA DI **RI Retail Institute ITALY**

Largo Consumo

RI Retail Institute ITALY

COMUNICAZIONE | IMPRESA - Largo Consumo - www.largoconsumo.info

Smart Retail Award

COMUNICAZIONE E VISIBILITÀ SUI SOCIAL MEDIA

+150 POST

+35K VIEWS

Retail Institute Italy
14.322 follower
6m •

Mancano solo 2 giorni!
Hai un progetto innovativo che merita visibilità?
#SmartRetailAward2025 rappresenta l'occasione giusta per raccontarlo!

Perché partecipare?

- ✔ Ottieni ampia visibilità sui canali di Retail Institute Italy
- ✔ Progetto pubblicato sul Reportage di Largo Consumo
- ✔ Partecipa all'evento "Customer Experience (R)evolution" del 3 dicembre

Chi può partecipare?
Brand Company, Retailer e Retail Partner, Soci e Non Soci di Retail Institute.

Iscriviti al contest <https://lnkd.in/dwnCww-7>

LE CANDIDATURE CHIUDONO IL 29 OTTOBRE!
Main Media Partner Largo Consumo

RI Smart Retail AWARD

17° EDIZIONE

WINNER

BEST IN SHOW 2025

RI Retail Institute 1947

Main Media Partner

Largo Consumo

Retail Institute Italy
14.322 follower
4m •

#SmartRetailAward2025
Oggi puntiamo i riflettori su IKEA, che si è aggiudicata il premio **Best in Show** con il progetto "Quiet Hours e Stanza Relax", un'iniziativa che ridefinisce l'idea di Customer Experience inclusiva nel Retail.

Il progetto si è distinto anche nella categoria **In-Store & Phygital CX**, grazie a un approccio concreto e innovativo verso il tema dell'accessibilità sensoriale.

A partire da ottobre 2024, con il supporto di ANGSA Lombardia e ANGSA Lazio, IKEA ha introdotto le **Quiet Hours** in tutti i negozi italiani: 3 ore settimanali in cui ridurre stimoli uditivi e sonori, creando un ambiente più sereno per le persone sensibili ai rumori e per chi vive con neurodivergenze.

In parallelo, l'azienda ha riprogettato le **Stanze Relax**, adottando accorgimenti dedicati per garantire uno spazio sicuro, accogliente e realmente inclusivo.

Un'iniziativa che dimostra come l'innovazione possa essere anche empatia, ascolto e rispetto.

👏 Complimenti al team IKEA per un progetto che mette le persone davvero al centro.

Scopri tutti i vincitori 2025 ed esplora tutti i progetti candidati
<https://lnkd.in/drr-NZ7>

QUIET HOURS E STANZA RELAX

RI Smart Retail AWARD

WINNER

BEST IN SHOW 2025

RI Smart Retail AWARD

WINNER

In-store & Phygital CX 2025

RI Retail Institute 1947

IKEA

con stefania mastroeni e 1 altro

Retail Institute Italy
14.322 follower
3m •

#SmartRetailAward2025
Negli ultimi anni il marketing digitale si è trasformato in un **potente motore di cambiamento**, capace di attivare le persone su temi sociali e ambientali e tradurre l'engagement in azioni concrete.

Un esempio virtuoso è "Sagra degli Avanzi", il progetto di **Too Good To Go**, vincitore di **3 premi allo Smart Retail Award 2025**:

- 🏆 People's Award
- 🏆 Categoria - Digital Marketing
- 🏆 Green Retail Award - Per la categoria Digital Marketing

La prima sagra digitale d'Italia ha unito utenti, attività locali e territori nella lotta allo spreco alimentare, dimostrando come creatività, tecnologia e purpose possano generare un impatto reale.

👉 Nell'intervista ad **Alice Musso**, Director of Marketing South Europe di Too Good To Go, scopriamo visione, obiettivi e risultati di una campagna che ha saputo trasformare la sensibilizzazione in partecipazione attiva.

📖 Leggi l'intervista completa sul sito <https://lnkd.in/dHpdZ6y9>

RI Smart Retail AWARD

17° EDIZIONE

INTERVISTA A

Alice Musso
Director of Marketing
South Europe
Too Good To Go

RI Smart Retail AWARD WINNER People's Award 2025

RI Smart Retail AWARD WINNER Digital Marketing 2025

RI Smart Retail AWARD WINNER Green Retail Award 2025

LEGGI L'INTERVISTA COMPLETA SU
[www.RETAILINSTITUTE.IT](https://www.retailinstitute.it)

I NUMERI DELLA SCORSA EDIZIONE

Smart Retail Award

MAILING PER TUTTA LA DURATA DEL CONTEST DA MAGGIO A DICEMBRE 2026

I NUMERI DELLA SCORSA EDIZIONE

+51 DEM INVIATE OLTRE 20K CONTATTI

OPEN RATE: 14,4%

CTOR: 18,8%

(Click To Open Rate)



SONO APERTE LE CANDIDATURE DELLA XVII EDIZIONE DELLO

SMART RETAIL AWARD

Customer Experience: Best Practice For Retail

Il contest che valorizza e premia i progetti più innovativi e le migliori best practice in termini di Customer Experience: "in store, on line, at home".

LE 5 CATEGORIE IN GARA

POP DUREVOLI

POP NON DUREVOLI

STORE DESIGN

DIGITAL MARKETING

IN-STORE & PHYGITAL CX

CHI PUÒ PARTECIPARE?

Brand Company, Retail Partner, Retailer,
Soci e Non Soci di Retail Institute Italy.

PERCHÉ PARTECIPARE?

✓ Ampia visibilità sui canali di Retail Institute

✓ Pubblicazione sul Reportage di Largo Consumo

✓ Evento di premiazione "Customer Experience (R)evolution" del 3 dicembre 2025

SMART RETAIL AWARD



XVII EDIZIONE
CHIUSURA CANDIDATURE: 17 OTTOBRE 2025

Prendi parte alla nuova edizione di **Smart Retail Award**, il contest che valorizza e premia i progetti più innovativi e le migliori best practice in termini di **Customer Experience**. In gara **5 categorie**: POP Durevoli, POP Non Durevoli, Store Design, Digital Marketing e In-Store & Phygital CX.

Diventa partner dell'iniziativa:
award@retailinstitute.it

SCOPRI DI PIÙ

LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PER I VINCITORI

Smart Retail Award

I loghi dei VINCITORI



I loghi «**WINNER**» potranno essere utilizzati per le attività di comunicazione dal giorno della Premiazione.

Smart Retail Award

I VINCITORI DI CATEGORIA

1. Targa «WINNER».
2. Logo «WINNER», da utilizzare per le attività di comunicazione.
3. Comunicazione sui mezzi Retail Institute Italy: Sito e Newsletter.
4. Post Social dedicati ai Vincitori di Categoria.
5. Partecipazione alla premiazione.
6. Inserimento logo «WINNER» nel Reportage digitale Largo Consumo.
7. Intervista, da pubblicare sui canali di Retail Institute.



Smart Retail Award

2° E 3° CLASSIFICATI PER CATEGORIA

1. Targa per 2° e 3° classificato.
2. Logo 2° e 3° classificato, da utilizzare per le attività di comunicazione.
3. Comunicazione sui mezzi Retail Institute Italy: Sito e Newsletter.
4. Post Social dedicati ai 2° e 3° classificati.
5. Partecipazione alla premiazione.



Smart Retail Award

I VINCITORI DEL «GREEN RETAIL AWARD»

1. Targa «WINNER - GREEN RETAIL AWARD»
2. Logo «WINNER - GREEN RETAIL AWARD», da utilizzare per le attività di comunicazione.
3. Comunicazione sui mezzi Retail Institute Italy: Sito e Newsletter.
4. Post Social dedicati ai Vincitori di Categoria del «Green Retail Award».
5. Partecipazione alla premiazione.
6. Inserimento logo «winner» nel Reportage Largo Consumo.
7. Intervista, da pubblicare sui canali di Retail Institute.



Smart Retail Award

IL VINCITORE DEL «PEOPLE'S AWARD»

1. Targa «WINNER – PEOPLE'S AWARD»
2. Logo «WINNER – PEOPLE'S AWARD», da utilizzare per le attività di comunicazione.
3. Comunicazione sui mezzi Retail Institute Italy: Sito e Newsletter.
4. Post Social dedicato al Vincitore del People's Award.
5. Partecipazione alla premiazione.
6. Inserimento logo «winner» nel Reportage Largo Consumo.
7. Intervista, da pubblicare sui canali di Retail Institute.



Smart Retail Award

IL VINCITORE ASSOLUTO, IL «BEST IN SHOW»

1. Coppa «BEST IN SHOW» per azienda candidata ed eventuale cliente.
2. Logo «BEST IN SHOW», da utilizzare per le attività di comunicazione.
3. Comunicazione sui mezzi Retail Institute Italy: Sito e Newsletter.
4. Post Social dedicato al vincitore del Best in Show.
5. Partecipazione alla premiazione.
6. Inserimento pagina dedicata al «BEST IN SHOW» nel Reportage Largo Consumo.
7. Intervista, da pubblicare sui canali di Retail Institute.



Smart Retail Award I VINCITORI

Le interviste

RI Retail Institute Italy
14.181 follower
1s •

#SmartRetailAward2025

Negli ultimi anni, la sostenibilità nel Retail è diventata un elemento strutturale della progettazione espositiva. Non si tratta più solo di scegliere materiali green, ma ... altro

RI Smart Retail AWARD
17° EDIZIONE


INTERVISTA A
Luca Stella
Chief Executive Officer
Eurodisplay Design
in Progress Srl
Società Benefit



LEGGI L'INTERVISTA
COMPLETA SU
con **Luca Stella** e 1 altro
www.retailinstitute.it

Pagina dedicata sul sito


Best in Show



QUIET HOURS E STANZA RELAX
Alerando: Issa Italia Retail

A ottobre 2024, grazie al supporto di **AMGA Lombardia** e **AMGA Lazio** (Associazione Nazionale Gestori persone con Autismo), **ISSA Italia** ha introdotto le **Quiet Hours** (ora di quiete) in tutti i suoi negozi in Italia, per permettere a chi è particolarmente sensibile agli stimoli uditivi, come chi vive con neurodivergenza, di sperimentare un ambiente sereno. Da allora, le Quiet Hours sono attive ogni mercoledì nella tre ore che precedono la chiusura dei negozi, durante le quali vengono adottati accorgimenti per ridurre le sollecitazioni sensorie (eliminazione di musica e annunci vocali, limitazione della circolazione di mezzi meccanici che possano essere di disturbo). L'intenzione, con la consulenza delle due AMGA regionali, ha inoltre adottato accorgimenti specifici nelle Stanze Relax dei suoi negozi per garantire una permanenza sicura anche alle persone con neurodivergenza.

[Guarda il video](#)



SAGRA DEGLI AVANZI
Alerando: Too Good To Go


La "Sagra degli Avanzi" è la prima sagra digitale che unisce tutta Italia contro lo spreco, ospitata sull'app di **Too Good To Go**. Per una settimana, gli utenti hanno partecipato a sfide quotidiane salvando dai buoni cibo tramite l'app, accedendo a contenuti esclusivi. A fine settimana, tutti coloro che hanno completato le sfide hanno ricevuto uno speciale buono sconto per il loro acquisto successivo. Inoltre, ogni giorno sono state condivise con gli utenti curiosità e ricette antipasto regionali per rafforzare il concetto della diversità gastronomica. L'esperienza ha guidato ogni giorno migliaia di utenti verso le migliori attività locali aderenti a **Too Good To Go**, rafforzando il legame con i negozi partner.

La campagna, realizzata in collaborazione con **AMGE**, ha avuto visibilità sui canali digital di **Too Good To Go** e con i festini DCM a Milano.

[Guarda il video](#)

Vincitori per Categoria


POP DUREVOLI
PASTICELLE LEONE: NATALE IN CANDYLANDI
Alerando: Light



"**Pasticelle in Candyland**" nasce l'ottobre 2024 e presenta il biscotto gustosissimo con pasta modellata a mano di **Pasticelli Leone** attraverso un'attività green e formativa. Realizzata con farine di grano duro e colorata con caramelle, il POP presenta un biscotto a base di pasta modellata a mano, colorata con caramelle e decorata con pasta modellata a mano. Il biscotto è gustoso e sano, con un alto contenuto nutrizionale, colorato e con un alto valore nutrizionale. Il biscotto è gustoso e sano, con un alto contenuto nutrizionale, colorato e con un alto valore nutrizionale.

[Guarda il video](#)


POP DUREVOLI
50° ANNIVERSARIO MULINO BIANCO
Alerando: Provenza Spa Biscotti Bianchi



Molino Bianco celebra il suo 50° anniversario e il 50° anniversario di un'azienda che produce biscotti da 50 anni. Per celebrare questo anniversario, Molino Bianco ha realizzato un progetto di branding e packaging che porta il suo 50° anniversario in tutti i suoi prodotti. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con **AMGE** e **AMGA** regionali. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con **AMGE** e **AMGA** regionali.

[Guarda il video](#)


DIGITAL MARKETING
SAGRA DEGLI AVANZI
Alerando: Too Good To Go



La campagna si inserisce nella nuova piattaforma creativa di marketing "Web to go" che "alimenta" un invito a superare le differenze e creare le forze per ridurre gli sprechi. È la missione che la sempre guida **Too Good To Go**, azienda B Corp ed impatto sociale che ad oggi in Italia, grazie agli oltre 200 partner e a quasi 2000 punti vendita, ha contribuito a salvare 80 milioni di pasti, con un

[Vedi il progetto](#)

IN-STORE & PHYSICAL CX
MIND THE COFFEE CUP
Alerando: Specialty Lab



Con "**Mind The Coffee Cup**" **SLB** ha voluto sensibilizzare e informare sul valore del sigillatura rigenerativa, che permette di ridurre l'impatto ambientale e la comunità. L'esperienza interattiva dell'educazione ha a Milano ha permesso di coinvolgere e trasformare la comunità in un gesto quotidiano e condiviso, attraverso degustazioni, storytelling e contenuti digitali.

[Vedi il progetto](#)

RI Smart Retail AWARD

RI Retail Institute ITALY

Smart Retail Award

L'EVENTO DI PREMIAZIONE

RI

Smart Retail
AWARD

RI

Retail Institute
ITALY

Smart Retail Award

L'EVENTO

2 dicembre 2026 dalle 14.30 alle 17.00

SMART RETAIL AWARD

L'evento dedicato alle premiazioni.

Insieme a esperti del settore, ci confronteremo sull'evoluzione dell'esperienza d'acquisto in un contesto sempre più Customer Centric e su come le aziende riescono a presidiare tutti i touch point della Customer Journey.

LOCATION: CINEMA - CityLife Anteo



Smart Retail Award

L'EVENTO

Prima dell'inizio dell'evento, tutti i progetti candidati saranno **proiettati a rotazione sullo schermo presente in sala**, per offrire un'esperienza più immersiva e valorizzare al meglio ogni proposta.



Lo schermo verrà poi utilizzato per **presentare i cinque finalisti del Premio del Pubblico**, offrendo una visione completa dei progetti e facilitando la votazione da parte dei partecipanti.

TIMELINE

Smart Retail Award Timeline

KICK OFF CONTEST

12 maggio

CANDIDATURE PROGETTI

12 maggio – 16 ottobre

Speciale Early Bird previsto fino a 31/07/2025

PUBBLICAZIONE PROGETTI SITO WEB

2 novembre

VOTAZIONE GIURIA ONLINE

3 novembre – 13 novembre

WORKSHOP GIURIA

17 novembre

PREMIAZIONE

2 dicembre

PUBBLICAZIONE REPORTAGE **Largo
Consumo**

3 dicembre

Smart Retail Award

Modalità di iscrizione

L'iscrizione al contest si intende perfezionata al ricevimento di:

1. **Modulo di adesione.**
2. **Scheda progetto debitamente compilata e con relativi allegati richiesti.**
3. **Copia del bonifico bancario.**

Periodo di realizzazione del progetto → da Ottobre 2025 – in corso

(Progetti eseguiti sul territorio italiano)

Per candidarti e per ricevere tutti i moduli necessari scrivi a: award@retailinstitute.it

The logo features a white banner with a black arrow pointing right, containing the letters 'RI' in white. To the right of the banner, the words 'Smart Retail' are stacked above 'AWARD' in a white, sans-serif font.

RI Smart Retail
AWARD

Per maggiori informazioni scrivi a:
award@retailinstitute.it

Oppure
visita il sito: www.retailinstitute.it

The logo consists of a white square with 'RI' in black, followed by the text 'Retail Institute' and 'ITALY' in a smaller font below it.

RI Retail Institute
ITALY