

INNOVAZIONE E PANDEMIA IMPATTI SU CANALI E MODELLI DI CONSUMO DEI FMCG



STREAMING
3.02.2021

INNOVAZIONE E PANDEMIA
IMPATTI SU CANALI E MODELLI DI
CONSUMO DEI FMCG

Streaming
ore 18.30

**Sarà previsto un momento
di networking.**



YOUR COMMUNITY OF MANAGERIAL IDEAS, NETWORKING AND EVENTS

Spesa online, pick and pay, riders, lockdown. Insegna o marca? Prezzo o servizio?

Il 2020 ha rappresentato un anno estremamente importante per l'evoluzione dei canali distributivi e dei modelli di consumo dei Fast Moving Consumer Goods. La crescita del canale online (o meglio, dei canali online, ognuno con il suo business model sempre più differenziato), la pressione sui prezzi e la pandemia da Covid-19 hanno contribuito ad accelerare la già rapida trasformazione in atto.

L'evento si articolerà sulle seguenti domande per capire l'evoluzione dei prossimi anni.

- # **Come parlare a consumatori e consumatrici oggi sempre più liberi di scegliere, sempre meno dipendenti dalla prossimità dell'insegna e quindi meno vincolati dalle scelte di assortimento del retailer?**
- # **Che futuro per la distribuzione tradizionale?**
- # **Come evolveranno le dinamiche promozionali?**
- # **Si riuscirà ad interrompere il ciclo deflazionistico che ha visto le promozioni di prezzo come leva principale delle insegne per fare traffico e delle marche per fare quota?**
- # **Quanto l'avvento dei modelli online sposta il punto di equilibrio nella relazione (cooperativa e conflittuale) tra industria e distribuzione?**

INTRODUCE:

Francesco Ausania • Alumni Engagement Manager SDA Bocconi

MODERA:

Gabriele Troilo • Professore Associato del dipartimento di Marketing e Associate Dean for Online Learning

SPEAKERS:

Nikolay Yanev • Head of Amazon Prime now 3P Italy/Spain
MBA Alumnus (Class of 2012)

Antonio Marchitelli • Marketing Director L'Oreal USA
MBA Alumnus (Class of 2015)