

# Cosa resta post-pandemia?



E-COMMERCE  
INTEGRATO IN UN  
CONCETTO DI  
OMNISCANALITÀ



AFFLUSSO A PUNTI  
VENDITA SPECIALISTI  
DI CATEGORIA



POLARIZZAZIONE DEI  
CONSUMI O STRATEGIE  
PROMOZIONALI?



TREND TRAINANTI:  
MATERIALE  
RICICLATO,  
ITALIANITÀ E GREEN



ATTENZIONE ALLA  
CURA E PULIZIA  
PERSONA +  
DISINFEZIONE MANI



CRESCITA DEI PICCOLI  
ATTORI DEL MERCATO E  
FOLLOWER,  
CONTENIMENTO DELLE  
MARCHE PRIVATE NELLA  
CURA PERSONA

Durante l'attraversamento della crisi da Covid-19 il consumatore ha impostato nuove routine di acquisto e di consumo, con una maggiore attenzione al proprio benessere psico-fisico e una rimodulazione di accesso ai canali informativi e distributivi.

Alcuni trend sono destinati a ridimensionare la loro portata, mentre altri si stanno integrando nella nuova normalità. Nielsen propone sei fenomeni che rimarranno consolidati nelle abitudini del consumatore italiano.