

Cosa resta post-pandemia?



E-COMMERCE
INTEGRATO IN UN
CONCETTO DI
OMNICANALITÀ



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.