**BRAND POWER©: A MILANO HOME L’ EVENTO UNICO IN ITALIA DEDICATO AL *REWARD***

*Promozioni, fidelizzazione, incentive e regalistica aziendale. L’area Brand Power di Milano Home, realizzata in collaborazione con Promotion Magazine, crea sinergie tra brand, catene di distribuzione e agenzie di comunicazione*

*Milano, 11 gennaio 2024*. Promozioni, fidelizzazione, incentive e regalistica aziendale: il mondo del settore promozionale vale, soltanto in Italia, **cinque miliardi di euro, tre dei quali realizzati dalla sola GDO**. Basati sui sistemi di *reward*, i programmi promozionali e di *loyalty* – **previsti ancora in crescita nei prossimi anni** - generano infatti una ricompensa che premia la fedeltà dei consumatori a una marca, a un’insegna distributiva, o a una catena di retail on/offline. Si tratta di un vero e proprio canale di sbocco per le marche più note, soprattutto per quelle che operano nel settore dei casalinghi e nel tessile.

E’ proprio su questa leva che si **basa il nuovo progetto Brand Power©.**

Realizzato in collaborazione con Promotion Magazine, Brand Power© presenta una serie di attività di networking e di talk per mettere in contatto le marche con il mondo del promozionale. All’interno di Milano HOME c’è **un’area dedicata e uno specifico programma di incontri, che** si svolgeranno **l’11 e 12 gennaio ,** con ‘obiettivo di favorire sinergie tra marche, catene distributive, agenzie di comunicazione e per fare incontrare direttamente l’offerta (i brand) con la domanda (in primis catene della grande distribuzione che incentivano la fedeltà dei clienti con raccolte punti, ma anche compagnie energetiche, telco, farmacie, grandi superfici specializzate…).

Un evento unico in Italia, pensato per mettere in contatto i fornitori di singole referenze e di intere collezioni che con maggiore frequenza vengono preferiti come regalo o premio negli schemi promozionali, di loyalty, nell’incentivazione e nella regalistica aziendale: casalinghi, tableware, tessile per la casa, accessori d'arredo e home decor, oggetti per il tempo libero indoor e outdoor, articoli per il giardinaggio, ecologia e pet, wearables e accessori per la persona.

Gli schemi di loyalty sono diventati negli anni la risposta alla sempre più elevata

competitività del mercato in quanto **strumento importante per attrarre ecoinvolgere, non solo il consumatore finale, ma anche i partner della filiera commerciale**. Gli attori della catena distributiva hanno infatti un ruolo significativo nel posizionamento dei prodotti sul mercato e possono essere determinanti nel raggiungimento di risultati e obiettivi di business. Oggi è fondamentale che le aziende potenzino il loro approccio alla filiera commerciale

costruendo programmi di loyalty per i partner o entrando nei programmi delle GDO; questi programmi infatti mirano a costruire relazioni valoriali, mantenere alta l’attenzione della filiera commerciale e offrire un canale di comunicazione diretto per interagire con i partner, incentivandoli a promuovere determinati prodotti rispetto ai concorrenti.

La crescita di un business di così grande portata per quei marchi che possono diventare premi negli schemi di fidelizzazione e di impulso agli acquisti, rende fondamentale un approfondimento su questi aspetti.

Con Brand Power© i protagonisti della GDO e DO conosceranno le nuove strategie da mettere in atto mediante prodotti di marca da inserire nei piani di incentivazione, regalistica aziendale e attività di pubbliche relazioni.

*milanohome.fieramilano.it*