JORNADA
AECOC
RETAIL KNOWLEDGE
Y COMERCIAL
Y MARKETING

Foodvenience Experience Summit

Una jornada para entender cómo el foodvenience está redefiniendo las ocasiones de consumo y cómo está generando nuevas oportunidades de crecimiento.
-

01 de octubre

AECOC Centro de Formación de Madrid
Avda. del General Perón, 38 - Edificio Master's 1 - Planta 5ª
28020. Madrid
-

De 10:00h a 16:30h Incluye café de bienvenida y cóctel networking.

¿Por qué asistir?

- Presentaremos y compartiremos el estudio FOODVENIENCE, la nueva cuota de estómago elaborado por AECOC.
- Analizaremos cómo el foodvenience está ganando protagonismo en la forma en que el consumidor decide qué comer, cuándo hacerlo y qué tipo de solución espera encontrar para resolver ese momento de consumo.
- Exploraremos a través de casos de éxito nacionales e internacionales cómo evolucionan las ocasiones de consumo, qué soluciones están funcionando mejor y qué aprendizajes pueden ayudar a construir propuestas más relevantes para capturar la oportunidad.
- La jornada incorporará una dimensión experiencial para aterrizar el concepto de foodvenience en producto, surtido, ocasión y activación, favoreciendo el intercambio de ideas y la inspiración práctica entre los asistentes.

Objetivos de esta Jornada

- Compartir buenas prácticas de empresas que están sabiendo capturar nuevas ocasiones de consumo a través de soluciones de foodvenience.
- Detectar tendencias y oportunidades que están impulsando el crecimiento del foodvenience y transformando la relación entre consumidor, solución y ocasión.
- Poner en común datos, estrategias e iniciativas de colaboración entre fabricantes, distribuidores y operadores para impulsar un crecimiento conjunto y sostenido.

Con la participación de

Dirigido a

- Operadores, distribuidores y fabricantes del sector foodservice interesados en descubrir nuevas tendencias y conceptos innovadores que impulsen la transformación de sus negocios.
- Retailers y fabricantes de gran consumo que quieran conocer de primera mano cómo capturar nuevos momentos de consumo para potenciar el crecimiento de sus categorías.
- Empresas que buscan ampliar su red de contactos y establecer alianzas estratégicas con marcas líderes y emergentes del mercado con la mirada puesta en el foodvenience.

Perfiles recomendados para participar: dirección general, comercial, operaciones, marketing, trade marketing, innovación estratégica y nuevas líneas de negocios.

Programa

10:00h Café de bienvenida y acreditaciones

10:30h Inicio de la Jornada

- **El mapa de la oportunidad en cifras**

Radiografía del mercado y claves de crecimiento

Un análisis en profundidad para dimensionar la oportunidad del foodvenience y entender qué está impulsando su crecimiento.

Ricardo Alcón - Account Development Manager - NIQ

- **Descifrando el foodvenience**

La nueva lógica del "¿Qué comemos hoy?"

Presentación del estudio elaborado por AECOC. Un bloque para entender el potencial del foodvenience y las palancas que impulsarán su desarrollo en los próximos años.

Mariona Gaspà - Analista Foodservice Knowledge - AECOC
Maite Echeverría - Responsable Customer Management - AECOC

- **Beyond borders: la conveniencia que está marcando el ritmo**

Una mirada fuera de España para identificar aprendizajes, tendencias y modelos que están liderando la evolución del foodvenience en Reino Unido.

Carla Bujalance - Experta en Foodvenience UK - SAINSBURY'S

- **El momento de la verdad: Cuándo, cómo y por qué el cliente elige conveniencia**

Una lectura sobre cómo se activa hoy la conveniencia en el día a día del consumidor, desde el delivery, la inmediatez y los momentos de alta intensidad de consumo.

Ramón López- Doriga - Director de regiones - GLOVO

14:00h Cóctel networking.

Finger food lunch: Comer, probar y conectar. Networking con sabor a foodvenience

- **De la tradición a la nueva conveniencia: cómo adaptar la propuesta sin perder identidad**

Mesa redonda donde pondremos el foco en cómo construir soluciones foodvenience capaces de entrar en la rutina del consumidor, combinando producto, surtido, frescura, conveniencia, precio y repetición.

Guillermo Lauder - PLS Category Manager refrigerados y productos ahumados - CARREFOUR
Antonio Lence - CEO - VIENA CAPELLANES
María Escorial - Directora de Marketing - VIPS

- **Foodvenience como modelo estratégico de presente y futuro**

Mesa redonda en que debatiremos sobre cómo hacer crecer un modelo de negocio que tiene como piedra angular el foodvenience.

Margarita Resino - Dirección Convenience Retail - MOEVE
Jimena Sánchez - Directiva en Foodservice - MOEVE
Alina Deulofeu - Líder de Compras - AMETLLER ORIGEN

Efrén Álvarez - CEO y cofundador - WETACA

- **Lo que viene empieza hoy: key takeaways & closing**

Antojo Inmediato: el modelo omnicanal de Krispy Kreme
Manuel Zamudio - CEO y cofounder - KRISPY KREME

Cierre de la jornada con síntesis de conclusiones y aprendizajes clave.

16:30h Fin de la Jornada

Product Managers AECOC

Maite Echeverría
Resp. Customer Mgmt.

Mariona Gaspà
Analista Foodservice Knowledge

Patrocinado por

Precios

- **No socio 470€**
  IVA general (21%) / asistente
- **Socio 390€**
  IVA general (21%) / asistente