



Giovedì 23 maggio 2019

Le aziende italiane del retail scommettono sull'innovazione digitale: investimenti crescenti, implementazione di strategie omnicanale e grande fiducia nell'integrazione tra commercio fisico e digitale. La sfida principale: l'integrazione dei dati

Questi alcuni dei trend emersi dalla ricerca di mercato *Retail, E-commerce & Industria: innovazione digitale e nuove convergenze*, realizzata da MailUp in collaborazione con Retail Institute Italy e presentata in occasione dell'evento Retail Tomorrow (22-23 maggio, Milano).

MailUp ha illustrato ieri i risultati della ricerca di mercato ***Retail, E-commerce & Industria: innovazione digitale e nuove convergenze*** (scaricabile alla pagina academy.mailup.it/ricerca-retail), condotta in collaborazione con **Retail Institute Italy**, l'Associazione senza fini di lucro che, raccogliendo le più importanti imprese del retail italiano, realizza ricerche, eventi e corsi di formazione.

Presentata in anteprima all'evento **Retail Tomorrow** – nella sessione a cura di MailUp, Retail Institute Italy e Maxi Sport –, la ricerca ha intervistato un campione di realtà appartenenti ai settori Retail, GDO, Industria ed E-commerce, per comprendere come si stanno muovendo le aziende italiane per affrontare le sfide imposte dal processo di innovazione.

Lo studio ha interrogato le imprese su un ventaglio di temi che vanno dalla propensione all'**investimento digitale** (il **95,3%** dichiara che ha già investito o sta investendo in innovazione) all'utilizzo dei canali, dalle **strategie omnicanale** (il **75,6%** dichiara che le ha già implementate o le sta implementando) alle nuove dinamiche del punto vendita, per comprendere come avviene l'interazione con il nuovo consumatore, sempre più esigente, influente e multicanale nelle scelte d'acquisto.

Un segnale particolarmente positivo giunge dalla propensione agli investimenti futuri, se si considera che **il 75,6% prevede un incremento della spesa nel 2019-20**.

Inoltre il **90,3%** ritiene che il punto di vendita tradizionale non sia destinato a perdere la sua ragione d'essere. Per oltre il **65%** dei rispondenti, il vero valore aggiunto sarà l'integrazione tra esperienza d'acquisto tradizionale e via e-commerce. **La rincorsa è presa e l'innovazione non è più un optional per pochi.**

Per scaricare la ricerca è sufficiente compilare il form alla pagina academy.mailup.it/ricerca-retail.

Stefano Branduardi, Marketing Director di MailUp, commenta: *“Da oltre quindici anni siamo il partner tecnologico di grandi realtà italiane e internazionali dei settori Retail, GDO, E-commerce e Industria. Da tempo osserviamo come il processo di trasformazione digitale stia impattando sulle strategie delle aziende, e in particolare nel retail, dove sta avvenendo una convergenza sempre più netta tra il commercio fisico e quello elettronico. La nostra sinergia con Retail Institute Italy è stata l'occasione per dare vita a questo progetto: una ricerca con cui fare il punto del mercato, capire dove sta andando, dove si indirizzano le strategie e gli investimenti delle aziende. Sono emersi molti dati interessanti, a disposizione di tutti”.*



MailUp S.p.A. è la società tecnologica che ha sviluppato una piattaforma digitale di cloud computing scelta da PMI e grandi imprese per comunicare con le proprie basi di dati via email, SMS e messaging apps. MailUp è la soluzione leader in Italia nel settore ESP e conta oltre 10.000 clienti e 800 rivenditori in più di 50 paesi. Fondata nel 2003, MailUp è una realtà internazionale con uffici a Milano, Cremona, San Francisco, Buenos Aires, Tokyo, Copenhagen, Santiago del Cile e Città del Messico. Dopo la quotazione nel 2014 sul mercato AIM di Borsa Italiana (MAIL.MI) (ISIN IT0005040354), MailUp ha intrapreso un percorso di crescita per linee esterne che – attraverso l'acquisizione di realtà affermate ed emergenti – ha portato alla nascita di MailUp Group, uno dei principali player in Europa nel campo delle Marketing Technologies, con oltre 20.000 clienti in oltre 100 paesi. MailUp Group è un ecosistema di sei realtà indipendenti ma sinergiche: MailUp (mercato global), Acumbamail (mercato spagnolo e Latam), Globase (mercato Nordics), Agile Telecom (mercato global per gli SMS wholesale), Datatrics (predictive marketing) e BEE, l'email editor lanciato nel 2017 come linea di business complementare. www.mailup.com | www.mailupgroup.com

MailUp Press Office

Andrea Serventi

+39 02 89603047

press@mailup.com

www.mailup.it/press