

## COMUNICATO STAMPA

IL GRUPPO PRADA INSIEME AD ADOBE PER REINVENTARE LA *CLIENT EXPERIENCE* IN NEGOZIO E SUI CANALI DIGITALI

- ***Adobe Real-Time Customer Data Platform e Adobe Journey Optimizer*** per connettere in tempo reale l'esperienza cliente in negozio e online, a beneficio di una maggiore fidelizzazione e crescita dei ricavi
- ***Substance 3D*** per ripensare la prototipazione di capi e accessori e offrire nuovi percorsi di acquisto

**Milano e Las Vegas —22 marzo 2023** — Il Gruppo Prada e Adobe consolidano la propria partnership e annunciano una nuova collaborazione volta a migliorare le potenzialità di personalizzazione in tempo reale, per sostenere la crescita ed elevare la *customer experience* sulle piattaforme retail, fisiche e digitali. La partnership coinvolge tutti i brand del Gruppo Prada: Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Pasticceria Marchesi e Luna Rossa.

*“Oggi annunciamo l'adozione della nuova suite Adobe dedicata alla customer experience, che rappresenta un importante passo nella nostra collaborazione e ci consentirà di evolvere l'esperienza di vendita di tutti i nostri brand”*, ha dichiarato **Lorenzo Bertelli, Prada Group Marketing Director and Head of Corporate Social Responsibility**. *“Questi strumenti ci permetteranno di dialogare con i nostri clienti nel posto giusto, al momento giusto e con il contenuto più corretto per loro”*.

*“Al centro dell'identità del Gruppo Prada c'è la passione per l'innovazione e l'attenzione alla customer experience”*, ha detto **Luc Dammann, president of EMEA Adobe**. *“Il settore del lusso è in prima linea nell'innovazione digitale e questa partnership consentirà al Gruppo Prada di amplificare il proprio storytelling distintivo attraverso esperienze personalizzate in tempo reale sui canali sia fisici sia digitali”*.

Il Gruppo Prada attraverso *Adobe Real-Time Customer Data Platform e Adobe Journey Optimizer*, parte di *Adobe Experience Cloud*, potrà combinare grandi quantità di dati, creare profili unificati dei clienti e offrire esperienze personalizzate su qualsiasi canale in tempo reale. Questi strumenti consentiranno al Gruppo di proporre contenuti mirati ai clienti nei momenti più strategici.

I clienti che aderiranno attraverso l'*opt-in* consentiranno allo staff dei negozi di conoscere le loro preferenze ancor prima del loro arrivo in store e potranno così beneficiare di un'esperienza altamente personalizzata. Ad esempio, una cliente che ha cercato una borsa online sarà invitata in negozio a vedere i nuovi colori di quella borsa per la prossima stagione. Dopo aver lasciato il punto vendita, la cliente riceverà consigli di acquisto sulla base delle sue preferenze espresse in negozio, combinate con il suo profilo online.

Inoltre, le applicazioni *Adobe Creative Cloud* consentono di progettare contenuti sofisticati per le campagne marketing, aumentare le occasioni di contatto con i clienti lungo tutto il *customer journey* e di sviluppare ricchi portfolio di prodotti. In questo contesto, il Gruppo Prada sta esplorando le più avanzate tecnologie di Adobe, tra cui *Adobe Substance 3D*, parte di *Adobe Creative Cloud*, per progettare simulazioni di vendita e creare prototipi digitali di capi e accessori con diversi tipi di tessuti e texture, comprese le pelli, in una visione più sostenibile e iperrealistica.

**Per maggiori informazioni:**

Prada Group Press Office

[corporatepress@prada.com](mailto:corporatepress@prada.com)

[www.pradagroup.com](http://www.pradagroup.com)

**Gruppo Prada**

Voce autorevole nel settore del lusso e precursore di un dialogo costante con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali, il Gruppo Prada fonda la sua identità su valori essenziali quali l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile. Sulla base di questi principi, offre ai suoi marchi una visione condivisa per interpretare ed esprimere il loro spirito. Il Gruppo possiede alcuni dei più prestigiosi marchi nel settore del lusso, Prada e Miu Miu, a cui si aggiungono Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa e punta ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria e calzature - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 612 negozi di proprietà, il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo (tutti i dati al 31.12.2022). Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'occhialeria e dei profumi attraverso accordi di licenza, conta 24 stabilimenti e oltre tredicimila dipendenti nel mondo. Visita [www.pradagroup.com](http://www.pradagroup.com)

**Ufficio Stampa Adobe**

BCW – Marta Grassini

[marta.grassini@bcw-global.com](mailto:marta.grassini@bcw-global.com)

**About Adobe Experience Cloud**

Nell'economia dell'esperienza, ogni azienda deve essere un'azienda digitale e Adobe Experience Cloud è il leader globale per potenziare le aziende digitali. Con soluzioni per la gestione del customer journey, data insights e audiences, personalizzazione dei contenuti, flussi di lavoro per l'e-commerce e il marketing, Adobe Experience Cloud sta guidando il Customer Experience Management (CXM) sia nel mondo B2B sia nel B2C per aziende di ogni dimensione. Adobe Experience Platform, la base di Adobe Experience Cloud, è la piattaforma CXM in grado di alimentare applicazioni per una customer experience personalizzata in tempo reale e su larga scala.

**About Adobe**

Adobe cambia il mondo attraverso le esperienze digitali. Per ulteriori informazioni, visita [www.adobe.com](http://www.adobe.com)