

## FOCUS ON DIGITAL LUXURY

### OVERVIEW SUL DIGITAL E LA TERZA EDIZIONE DEGLI ALTAGAMMA DIGITAL AWARDS 2019

Vincitori 2019: **Burberry, Gucci, Dior, Bulgari e Moncler**

Milano, 2 ottobre 2019 – Focus on Digital Luxury, l'appuntamento annuale che Altagamma dedica da alcuni anni alle trasformazioni digitali e alle performance dei brand online, ha visto ieri l'intervento di McKinsey & Company **“Win Big in Digital Luxury”** e la premiazione degli **Altagamma Digital Awards**, giunti alla terza edizione e realizzati con Contactlab, che segnalano i marchi del lusso che più si contraddistinguono nella leadership digitale.

Vincitori di questa edizione: **Burberry, Gucci, Dior, Bulgari e Moncler**.

I premi vengono assegnati in base ai dati raccolti e analizzati nell'edizione **2019** della [Digital Competitive Map](#), provata metodologia di valutazione del posizionamento digitale dei brand del lusso ideata da **Contactlab**.

Due le categorie di premio: **Migliore offerta digitale** e **Migliore relazione con il consumatore**, con segnalazione – per ciascuna – del Best in Class e del Best Improver, più uno **Special Award** per chi si è maggiormente distinto nel corso delle ultime tre edizioni della ricerca.

I **Best in Class 2019** che vincono il titolo sono **Burberry** (migliore offerta digitale) e **Gucci** (migliore relazione con il consumatore); il premio **Best improver 2017-2019** se lo aggiudicano **Dior** (migliore offerta digitale), **Bulgari** e **Moncler** (migliore relazione con il consumatore) per i progressi fatti negli ultimi 2 anni in questo campo.

A Burberry viene anche consegnato uno **Special Award** per essere **da tre anni al top dell'eccellenza digitale**.

*“Gli Altagamma Digital awards intendono premiare i Best in Class nelle diverse categorie ma anche fungere da osservatorio annuale delle migliori practice in questo ambito strategico”, commenta Stefania Lazzaroni, Direttore Generale di Altagamma “I consumatori di alta gamma – e fra questi i millennials cinesi che già rappresentano il 30% del mercato - sono i più sensibili al modo in cui i grandi marchi veicolano online valori e servizi, sia attraverso i siti corporate e e-commerce, sia attraverso i social media”*

*“Siamo orgogliosi di collaborare con Altagamma alla realizzazione di questo prestigioso premio – commenta Massimo Fubini, CEO di Contactlab – questi riconoscimenti mostrano come il grandissimo lavoro fatto dai brand del lusso per continuare ad essere competitivi in un mondo in cui online e offline non possono più prescindere l'uno dall'altro stia dando i suoi risultati. Questa è la strada giusta da perseguire e mi auguro che ogni azienda che ha a cuore il raggiungimento dei propri obiettivi di mercato intraprenda questo percorso di digitalizzazione”.*

*“Il mondo del lusso è al centro di una profonda rivoluzione guidata dal digitale, che porterà nuove e importanti opportunità di business. Basti pensare che le vendite online di beni di lusso, che nel 2018*

si sono attestate sui 28 miliardi di euro, raggiungeranno i 65-85 miliardi entro il 2025”, ha affermato **Antonio Achille**, Senior Partner e Global Head of Luxury di McKinsey & Company. “Per cogliere tali opportunità, i brand dovranno concentrarsi su quattro priorità fondamentali: l'integrazione omnichannel, lo sviluppo dei canali e degli ecosistemi digitali, la costruzione di uno storytelling efficace e, infine, l'uso delle tecnologie per soddisfare il bisogno di autenticità dei consumatori e conquistare così la loro fiducia”.

Di seguito i vincitori degli **Altagamma Digital Awards 2019** e le motivazioni di ogni singolo premio.

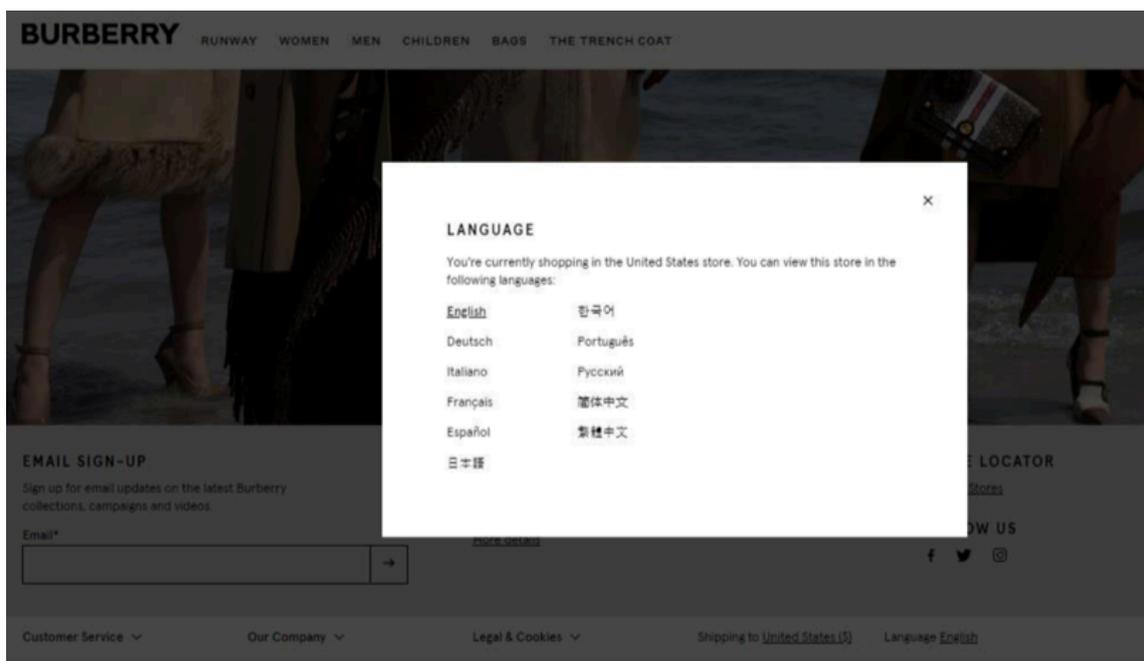
## MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class 2019

# BURBERRY

LONDON ENGLAND

**Burberry** si distingue per la **più ampia presenza e-commerce**, sia diretta (inclusi Russia, Golfo, Cina, Corea, Taiwan e Australia), sia via e-tailer (inclusi Luxury Pavilion, Wechat boutique in Cina e Shinsaeye in Corea).

Inoltre, presenta la **più ampia localizzazione di contenuti in lingua** sul web (inclusa la scelta fra 11 lingue per il sito web US) e via Direct Marketing (incluse e-mail in russo, portoghese e cinese tradizionale).



Source: <https://us.burberry.com/>

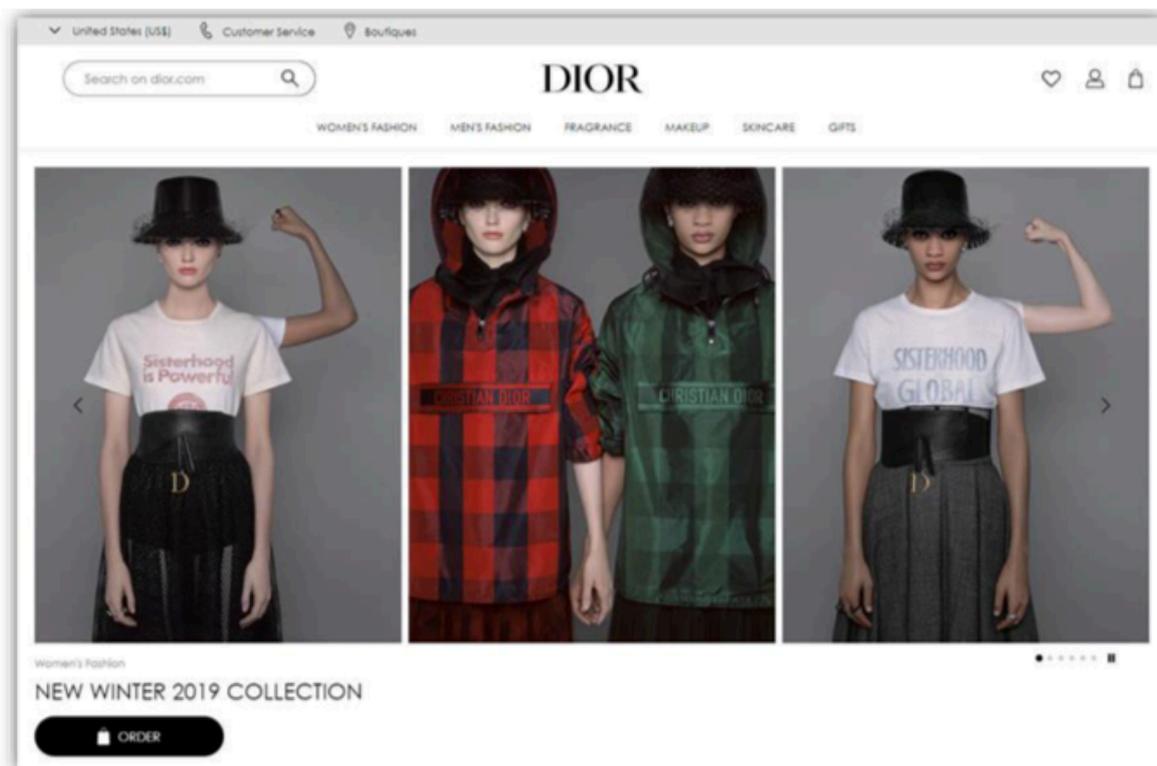
Nel sito web USA di Burberry, la possibilità di scelta tra 11 lingue, un esempio dell'eccellente processo di localizzazione

## MIGLIORE OFFERTA DIGITALE – Best Improvement 2017-2019

## DIOR

Dior in questi due anni è arrivato ad offrire online **tutte le categorie di prodotto**, incluse borse e abbigliamento.

Inoltre presenta un'ottima **copertura dei social** sia **internazionali** (Twitter offerto sia in lingua inglese che giapponese) che **locali** (Weibo e WeChat in Cina, Line in Giappone, Kakao in Corea), sia a livello di iniziative marketing sia per il fatto che tutti **linkano all'e-commerce** sul web.



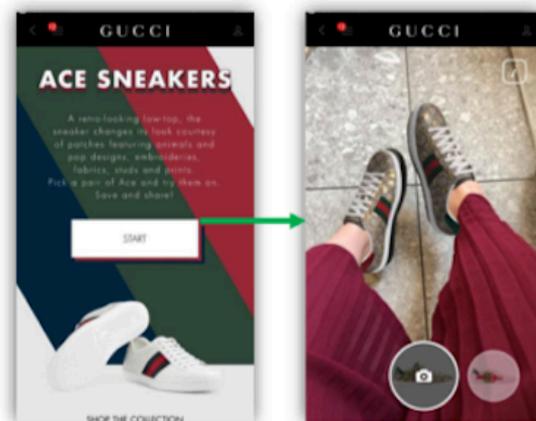
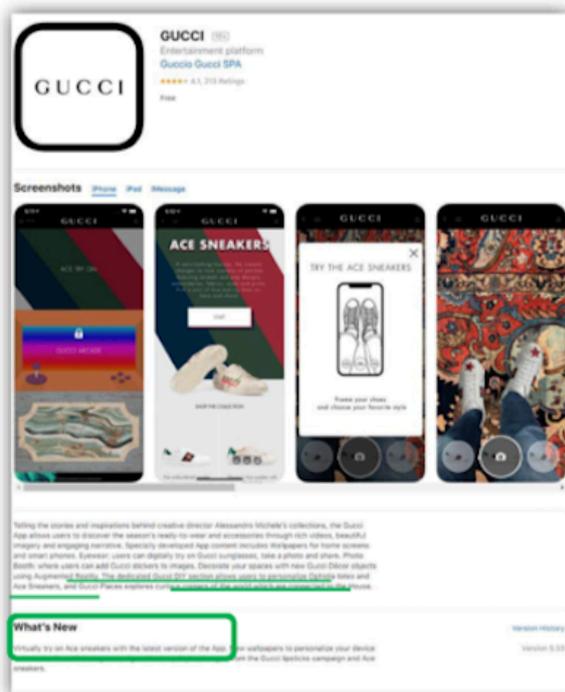
Source: [https://www.dior.com/en\\_us](https://www.dior.com/en_us)

L'intero catalogo di DIOR è disponibile online.

**MIGLIORE RELAZIONE CON IL CONSUMATORE: Best in Class 2019**

# GUCCI

**Gucci** si distingue per l'eccellenza nella **navigazione** e nei **supporti alla scelta dei prodotti su web**, per il rafforzamento dei servizi **Cross Channel** tra sito web e boutique (incluso *Reserve&Try* ed *Endless Aisle*), per l'alta qualità e varietà nei contenuti di **Digital Direct marketing**, e per la creatività nelle **app** anche con utilizzo di **Augmented Reality**.



**Eyewear:** users can digitally try on Gucci sunglasses, take a photo and share.

**Decorate your spaces** with new Gucci Décor objects using Augmented Reality.

### WHAT'S NEW

**Virtually try on Ace sneakers** with the latest version of the App

Source: <https://apps.apple.com/us/app/gucci/id334876990>

*Gucci* è un esempio eccellente di creatività nello sviluppo delle App, anche grazie all'utilizzo di Augmented Reality per Occhiali, Scarpe, Arredamento.

**MIGLIORE RELAZIONE CON IL CONSUMATORE: Best Improvement 2017-2019**  
ex-aequo

# BVLGARI

**Bulgari** ha rafforzato i punti di contatto con il **Customer Service** (inclusi live chat, telefono ed email su Instagram) e migliorata la qualità dello **Style Advisory**. Di ottima qualità il **digital direct marketing** (email con layout responsive, animazioni, link a Store Locator e al servizio di Book an Appointment).

Il brand ha anche aggiunto ulteriori opzioni di **Fast Delivery** (next day e Second Day Deliveries).



OPTIONS	TIMING	REQUIREMENTS	FEES
UPS Ground	4 to 7 Business Days	Signature on delivery*	Complimentary
UPS Second Day	2 Business Days	Signature on delivery*	\$20
UPS Next Day	1 Business Days	Signature on Delivery*	\$35
Click & Collect	3 to 4 Business Days	If you collect your order yourself: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Government issued ID</li> <li>• Original method of payment</li> <li>• Confirmation email</li> </ul> If someone else is collecting on your behalf: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Purchaser's government issued ID</li> <li>• Representative's government issued ID</li> <li>• Original method of payment</li> <li>• Confirmation email signed by you authorizing them to collect your order</li> </ul>	Complimentary

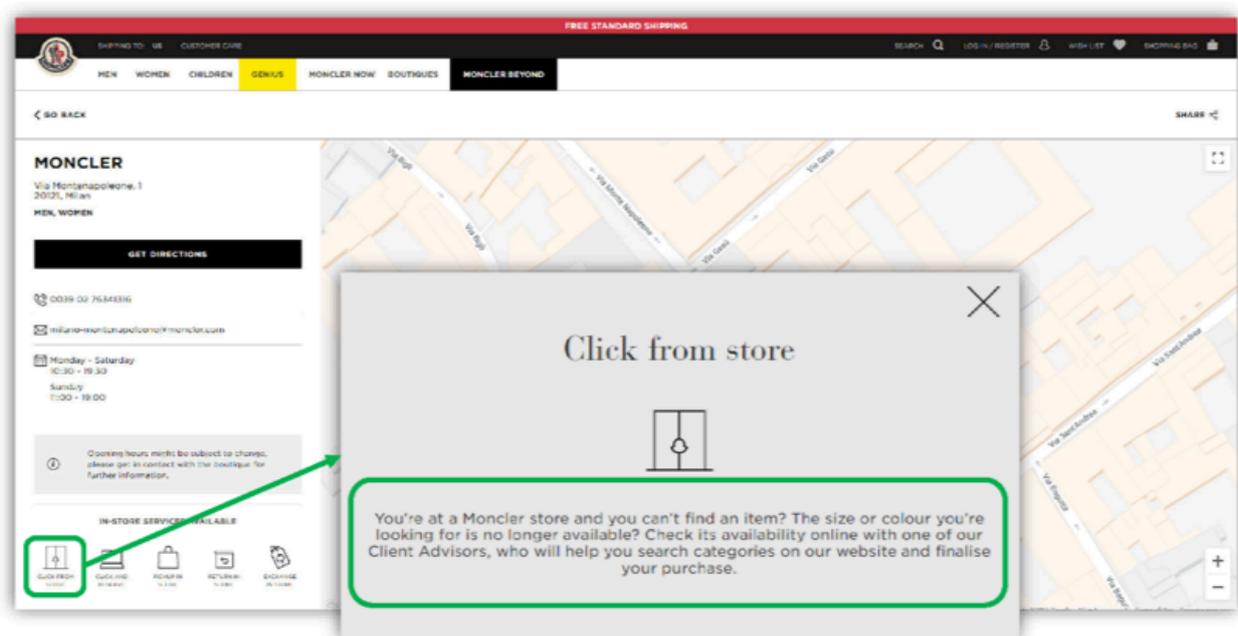
Source: <https://www.bulgari.com/en-us/>

*Le diverse opzioni di Fast Delivery offerte al cliente solo uno dei servizi che rendono eccellente il digital customer care di Bulgari.*

**MIGLIORE RELAZIONE CON IL CONSUMATORE: Best Improvement 2017-2019**  
ex-aequo

# MONCLER

Moncler ha potenziato i **Servizi Omnichannel** (Pick-Up In Store, Click from Store, Return and Exchange In Store, Click & Reserve). Inoltre ha investito molto nello sviluppo dei **servizi digitali in negozio**, inclusi digital data collection, mobile payments e Catalogo Digitale, ed ha reso disponibili sia al cliente che al client advisor una **varietà di App**, anche con utilizzo di **Augmented Reality**.



Source: <https://www.moncler.com/gb/us/>

Moncler si distingue per il forte sviluppo di servizi digital in negozio, incluso servizio di Click from Store segnalato sul sito web.

## Contatti stampa:

### Altagamma

Edoardo Carloni (Responsabile Comunicazione) - [carloni@altagamma.it](mailto:carloni@altagamma.it) - T 02 36636307 - M 3391618463  
Giorgio Bocchieri (Comunicazione) – [bocchieri@altagamma.it](mailto:bocchieri@altagamma.it) – T 02 36636309 - M 3346853078

### ContactLab

Viola Venturelli (Public&Analysts Relation Manager) - [viola.venturelli@contactlab.com](mailto:viola.venturelli@contactlab.com) - M. +39 348 7822 561 | T. +39 (0)2 28 318 66

### McKinsey & Company

Paola Fumagalli (External Relations Manager) - [paola\\_fumagalli@mckinsey.com](mailto:paola_fumagalli@mckinsey.com) T - 02 72406396 | M +39 345 4700141

Community Group – Roberto Patriarca - [roberto.patriarca@communitygroup.it](mailto:roberto.patriarca@communitygroup.it) - M 335 6509568

## FONDAZIONE ALTAGAMMA

Altagamma riunisce dal 1992 le migliori imprese dell’Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo l’eccellenza, l’unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua trasversalità, Altagamma accoglie 110 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell’alimentare, dell’ospitalità, dei motori e della nautica. La Mission di Altagamma è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell’industria culturale e creativa italiana, offrendo così anche un contributo allo sviluppo economico del Paese. L’alto di gamma rappresenta un’industria di 115 miliardi di euro, in Italia, e fornisce un contributo al PIL del 6.85%. La quota dell’export è del 53%. Coinvolge 402.000 occupati, diretti e indiretti. [www.altagamma.it](http://www.altagamma.it)

## CONTACTLAB

Dal 1998 forniamo prodotti e servizi per facilitare i brand a ottenere il massimo dalle loro strategie di Customer Engagement. I nostri esperti infatti lavorano per ottenere il massimo dalla tecnologia, sia essa proprietaria Contactlab o di fornitori terzi (Salesforce, Oracle, Adobe), per costruire programmi di customer engagement che diventino storie di successo.

La Contactlab Marketing Cloud estende la nostra soluzione software leader di mercato per il multi-channel sending con una suite di prodotti per raccogliere e interpretare le attività (digitali e non) dei contatti, segmentare e pianificare le campagne e personalizzare la comunicazione, abilitando a costruire una relazione one-to-one con i clienti.

Per maggiori informazioni: <https://contactlab.com/it>

## McKINSEY & COMPANY

Fondata nel 1926, McKinsey & Company è una società internazionale di consulenza manageriale che serve le principali aziende nel mondo, oltre a governi, istituzioni e organizzazioni non profit. Da oltre 90 anni, aiuta i propri clienti a realizzare miglioramenti duraturi nelle loro performance e a conseguire i loro obiettivi più importanti. McKinsey opera attraverso una rete mondiale di uffici attivi in 66 Paesi, coprendo i principali settori e le principali funzioni. Per maggiori informazioni: [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)