

ALTAGAMMA DIGITAL AWARDS

Sesta edizione del premio per le migliori performance digitali

DIOR, GUCCI, BULGARI, KARTELL, LUNGARNO COLLECTION, VERDURA RESORT, ILLYCAFFÈ

Menzioni speciali per Burberry, Moncler, Tiffany, Alessi, Poltrona Frau, Splendido a Belmond Hotel Portofino

Milano, 8 febbraio 2023 – Giunge alla sesta edizione il premio **Altagamma Digital Awards**, realizzato da **Altagamma** e **MailUp+Contactlab**, che segnala i **brand di alta gamma che più si contraddistinguono nella leadership digitale**. La **Digital Competitive Map**, su cui si basa il ranking, analizza le performance dei brand Soci di Altagamma e dei maggiori player internazionali nei settori **design, ospitalità, alimentare, gioielleria e moda**.

La ricerca analizza oltre 400 parametri digitali e costituisce un dettagliato **strumento di analisi** per definire i punti di forza e le aree di miglioramento digitale per i singoli brand Altagamma che vengono segnalati in merito alle performance sia in merito all'**offerta digitale nel mondo** (*Digital Strategic Reach*) sia in merito alla **relazione digitale con la clientela** (*Digital Customer Experience*) sui vari canali digitali. Il perimetro temporale preso in considerazione si estende da gennaio 2022 a dicembre 2022.

I riconoscimenti sono assegnati ai **Best in Class** con alcune **Menzioni Speciali** a cui si aggiunge il **Premio internazionale** al best in class per il Lusso Personale (gioielleria e moda).

- I **Best in Class Altagamma della sesta edizione** sono: **Gucci** nella Moda, **Bulgari** nella Gioielleria, **Kartell** nel Design, **Lungarno Collection** e **Verdura Resort** nell'Ospitalità e **illycaffè** nell'Alimentare.
- Il **Best in Class internazionale** per il Lusso Personale è **Dior**, per la Gioielleria è **Bulgari**
- Le **Menzioni Speciali** vanno a **Burberry** per essersi distinto sull'asse dell'offerta digitale nel mondo (*Digital Strategic Reach*), e ai brand **Moncler, Tiffany, Alessi, Poltrona Frau, Splendido, A Belmond Hotel Portofino** per l'eccellenza sull'asse della relazione digitale con la clientela (*Digital Customer Experience*).

*“Gli Altagamma Digital Awards sono un’occasione di confronto fra brand di diversi settori sull’evoluzione tecnica dei loro strumenti digitali. Dopo l’accelerazione post pandemica, le vendite online si sono stabilizzate nel 2022, rappresentando il 21% delle vendite totali dei beni di lusso personali”, ha dichiarato **Stefania Lazzaroni, Direttrice Generale di Altagamma**. “L’e-commerce continua a crescere con servizi al consumatore sempre più ampi e con aree di sviluppo in rapida evoluzione come il Metaverso. La dimensione digitale è diventata una parte rilevante della relazione con il cliente e sinergica all’esperienza sempre centrale che si attiva nei punti di vendita fisici”.*

*“La ricerca individua i trend trasversali a tutti i brand del lusso analizzati, divenendo uno strumento indispensabile per i diversi settori Altagamma che qui si confrontano con l’eccellenza e definiscono la roadmap digitale per il loro futuro. Osserviamo una forte espansione dell’e-commerce in Corea, Arabia Saudita, Singapore e Turchia; un aumento dei pagamenti a rate e una crescita nell’uso di Whatsapp come contatto di Customer Care e relazione con il brand. C’è particolare attenzione alla gender neutrality in fase di registrazione e nella presentazione dei prodotti, ed emerge il fenomeno della circolarità, con la presenza online e nei negozi di prodotti Vintage e Pre-Loved e dei servizi di Care & Maintenance. Ciascun aspetto implica risvolti strategici e tattici che i brand applicano per offrire un’esperienza eccellente al cliente” ha aggiunto **Marco Pozzi**, Senior Advisor di MailUp+Contactlab e autore della ricerca.*

Di seguito i vincitori della Sesta Edizione degli **Altagamma Digital Awards** e le motivazioni di ogni singolo premio

KARTELL - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Altagamma 2022 nel Design

Kartell conquista il primo posto per l'ampia copertura e-commerce nel mondo (incluso Shop diretto in Corea, JD, Tmall), per la presenza sui social anche con e-shop (inclusa RED Boutique) e per l'efficacia dell'Homepage UX (incluso Shop by Mood).

LUNGARNO COLLECTION e VERDURA RESORT - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Altagamma 2022 nell'Ospitalità

Lungarno Collection eccelle nel segmento ospitalità per la localizzazione del sistema di prenotazione (es. lingua coreana, araba, turca) e opzioni di prenotazione (es. via Whatsapp), per la qualità dello Storytelling, per la UX nella scelta della stanza e presentazione del Ristorante.

Verdura Resort eccelle nel segmento ospitalità per prenotazione anche in arabo, per l'ampiezza e la presentazione dei Servizi, per la UX nella scelta della stanza, per la App con Chat, Prenotazione e Presentazione dell'Hotel.

ILLYCAFFÈ - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Altagamma 2022 nell'Alimentare

illycaffè vince nella sua categoria per l'ampia copertura ecommerce nel mondo (incluso Corea, Turchia, JD, Tmall), per la presenza sui social (incluso RED) anche con e-shop (es. Kakao), per l'attenzione alla Sostenibilità, per la qualità della UX su Pagine di Categoria e di Prodotto, per la completezza della App.

GUCCI - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Altagamma 2022 nella Moda

Gucci si distingue per leadership nel Gaming / Metaverso (es. e-games, Vault NFT Community, Virtual Collections), per la forte attenzione alla circularity (Vault e Trade-in), per la localizzazione dei contenuti sui Socials, per l'ampiezza del catalogo online (es. Pet, Food&Beverage, Ristoranti), per la ricchezza della Homepage UX, per le opzioni di Omnicanalità.

BULGARI - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Altagamma e Internazionale 2022 nella Gioielleria

Bulgari vince nella sua categoria per la sperimentazione nel Metaverso / NFT per Autenticità / e-Games, per il focus sull'affluente mondo Arabo (e-commerce in UAE/Saudi, Ounass, Arabo su Web e Email), per la qualità della UX su Pagine di Categoria e di Prodotto, per l'attenzione alla Gender Neutrality.

DIOR - MIGLIORE OFFERTA DIGITALE - Best in Class Internazionale 2022 nel Personal Luxury

Dior si distingue per leadership nella localizzazione dei contenuti sui Socials, per la presenza di Social Shop (es. Snapchat / RED / Douyin / Kakao / Naver), per la qualità dello Storytelling, per la UX su Category Page /

Product Page / Checkout, per le opzioni di Chatbot su Facebook / Instagram, per la qualità del Servizio di Style Advisory.

Di seguito le **MENZIONI SPECIALI** della Sesta Edizione degli Altagamma Digital Awards e le motivazioni

BURBERRY - Special Mention Internazionale - Digital Strategic Reach

Ampia copertura dei canali e-commerce diretto nel mondo (es. tutti i paesi del Golfo) / e-tailers / Luxury Department Stores, attenzione verso la Circularity (servizi di Care&Maintenance), pionieri per Chatbot e Virtual Gifting su Whatsapp, ampia presenza sui Socials e sui Social Shop (es. Snapchat)

ALESSI e POLTRONA FRAU - Special Mentions Altagamma - Digital Customer Experience

ALESSI: Multipli punti di contatto con il Customer Service (inclusa Chat Live), Processo di Checkout completo e fluido, ricchezza opzioni di Pagamento Online (incluso Pagamento a Rate) e servizio di Consegna rapido.

POLTRONA FRAU: Qualità delle risposte del Servizio di Customer Service Advisor su tutti i canali (Telefono, Email, FB, IG), Virtual Store Tour, Digital Engagement in Store, ricchezza di Filtri e Informazioni Prodotto sulla Category page.

SPLENDIDO, A BELMOND HOTEL, PORTOFINO - Special Mention Altagamma - Digital Customer Experience

Qualità delle risposte del Servizio di Customer Service Advisor (Telefono, Email), qualità della UX per la Homepage e il Checkout, ricchezza della App (es. prenotazione servizi in camera/ Ristorante / Spa / Transfer).

MONCLER - Special Mention Altagamma - Digital Customer Experience

Pionieri in Collaborazioni / categoria Pet / #Challenge sui Socials, ampia offerta di Opzioni di Consegna (es. Same day / Next day / Saturday), molteplici Servizi Omnicanales, varietà di Opzioni di Pagamento online (incluso Pagamenti a Rate).

TIFFANY - Special Mention Internazionale - Digital Customer Experience

Multipli punti di contatto con il Customer Service (es. Twitter Message, Instagram Phone, Snapchat Chat), qualità del Servizio di Style Advisory, opzioni di Chatbot su Web / Facebook / Instagram, opzioni di Consegna

Altagamma

Edoardo Carloni (Responsabile Comunicazione) - carloni@altagamma.it - T 02 36636307 - M 3391618463

Giorgio Bocchieri (Comunicazione) - bocchieri@altagamma.it - T 02 36636309 - M 3346853078

Mailup+Contactlab

Viola Venturelli (Senior Brand Communication & PR Manager) - viola.venturelli@mailup.com M. +39 348 7822 561

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 112 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 circa 144 miliardi di euro, in Italia, e fornisce un contributo al PIL del 7,4%. La quota dell'export è di circa il 50%. Coinvolge 1.922.000 occupati, diretti e indiretti. www.altagamma.it

MAILUP+CONTACTLAB

MailUp ha sviluppato una piattaforma di multichannel marketing scelta da PMI e grandi imprese per comunicare con clienti e prospect e potenziare le proprie strategie di marketing digitale via Email e SMS. Fondata nel 2002 a Cremona, è diventata negli anni leader di mercato in Italia per clienti gestiti, oltre 9.500, e una realtà internazionale in continua espansione, con sedi a Milano, San Francisco, Buenos Aires, Tokyo, Copenhagen, Santiago del Cile e Città del Messico e 800 rivenditori in più di 50 Paesi. Dopo la quotazione nel

2014 su Euronext Growth Milan, MailUp ha intrapreso un percorso di crescita che ha portato alla nascita di Growens, uno dei principali player in Europa nel campo delle Marketing Technologies. Dal 1998 Contactlab fornisce prodotti e servizi per facilitare i brand a ottenere il massimo dalle loro strategie di Customer Engagement grazie ad una Marketing Cloud semplice e potente, che consente di impostare piani di contatto multicanale automatizzati e personalizzati in base ai customer journey degli utenti. Nell'aprile 2022 MailUp ha iniziato il suo percorso di integrazione con Contactlab, dando vita al principale player italiano nel settore delle cloud marketing technologies. La combinata conta oltre 240 professionisti esperti nel digital marketing multi-canale e nei servizi evoluti di consulenza. <https://mailup.it>; <https://contactlab.com>