



Relations publiques
Agence HK Stratégies
adobe.hkparis@hkstrategies.com

Avec Adobe, le groupe Prada continue d'enrichir ses expériences en ligne et en magasin en temps réel

- Le groupe Prada adopte Adobe Real-Time Customer Data Platform et Adobe Journey Optimizer pour harmoniser ses expériences numériques et en magasin en temps réel, afin de renforcer la fidélité client et de booster son chiffre d'affaires.
- Il mise également sur les applications Adobe Substance 3D et le design 3D pour réinventer le prototypage de ses vêtements et accessoires, mais aussi pour déployer de nouvelles expériences d'achat.

PARIS — 22 mars 2023 — A l'occasion d'Adobe Summit – The Digital Experience Conference, le groupe Prada et Adobe annoncent une nouvelle étape dans leur partenariat au profit de la personnalisation en temps réel, un levier de croissance pour l'entreprise de luxe internationale. Le partenariat englobe les différentes marques du groupe Prada, dont Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Pasticceria Marchesi et Luna Rossa, en ligne comme en magasin.

« Nous avons le plaisir d'annoncer aujourd'hui une nouvelle étape importante de notre collaboration avec Adobe, avec l'adoption de sa plateforme de données client de référence, en vue de faire évoluer l'expérience retail sur l'ensemble de nos marques, déclare Lorenzo Bertelli, Prada Group Marketing Director and Head of Corporate Social Responsibility. Grâce à ce partenariat, nous pourrons interagir et nouer des liens de manière individuelle avec notre clientèle, au bon endroit, au bon moment et avec le contenu idéal. »

« L'identité de Prada repose sur la passion du groupe pour l'innovation et son souci de l'expérience client, explique Luc Dammann, President of EMEA chez Adobe. En matière d'innovation numérique, le retail de luxe est un secteur de premier plan, et le partenariat entre Adobe et le groupe Prada permettra à ce dernier d'affiner un style et un storytelling inégalables grâce à des expériences client personnalisées en temps réel, en magasin comme en ligne. »

Le groupe Prada mettra sur Adobe Real-Time Customer Data Platform et Adobe Journey Optimizer, qui font partie d'Adobe Experience Cloud, pour combiner de grandes quantités de données et créer des profils client unifiés. Ces outils permettront de proposer du contenu pertinent à la clientèle à des moments clés, sur l'ensemble des canaux.

En boutique, les équipes de vente pourront connaître les besoins et les préférences des clients (ayant au préalable donné leur consentement pour une expérience personnalisée enrichie) qui passeront la porte. Par exemple, une personne recherchant un sac à main en ligne pourra être invitée à découvrir les derniers coloris tendance du modèle en boutique, où une expérience sur mesure lui sera offerte. Après avoir quitté la boutique, elle recevra des recommandations basées sur son achat, son expérience en magasin et son profil en ligne.

Les applications Adobe Creative Cloud permettent aux entreprises de créer du contenu percutant pour leurs campagnes marketing, leurs gammes de produits et leurs activations de marque. En adoptant ces solutions créatives, le groupe Prada continuera d'explorer les dernières technologies innovantes d'Adobe, comme Adobe Substance 3D (inclus dans Adobe

Creative Cloud), pour simuler des projets retail et créer des prototypes de vêtements et d'accessoires à l'aide de textiles fidèles à la réalité, y compris des cuirs, de manière durable et hyperréaliste.

À propos d'Adobe Experience Cloud

À l'ère de l'expérience, chaque entreprise se doit d'être digitale, et Adobe Experience Cloud est un leader mondial au service des entreprises créatrices d'expériences. Avec des solutions de gestion du parcours client, des insights sur les données et les audiences, ainsi que des workflows de personnalisation du contenu, de commerce et de marketing, Adobe Experience Cloud pilote la gestion de l'expérience client (CXM) des entreprises de toutes tailles, pour les activités B2B et B2C. Socle d'Adobe Experience Cloud, Adobe Experience Platform est la première plateforme de gestion de l'expérience client du marché. Ses applications permettent de déployer des expériences client personnalisées en temps réel et à grande échelle.

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

À propos du groupe Prada

À l'origine d'un dialogue avec la société contemporaine dans différents milieux culturels et leader d'influence dans le monde de la mode et du luxe, le groupe Prada fonde son identité sur des valeurs essentielles, telles que l'indépendance créative, la transformation et le développement durable, et offre à ses marques une vision commune pour interpréter et exprimer l'esprit qui les anime. Le groupe détient quelques-unes des marques les plus prestigieuses de l'industrie du luxe : Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe et Luna Rossa, ainsi que la célèbre pâtisserie milanaise, Pasticceria Marchesi, dont il cherche à améliorer la visibilité et l'attractivité pour les valoriser. Il conçoit, fabrique et distribue des collections de prêt-à-porter, des chaussures et des articles en cuir dans plus de 70 pays via un réseau de 612 points de vente et de grands magasins à travers le monde (au 31 décembre 2022), mais aussi de canaux e-commerce et de détaillants en ligne. Également présent sur le marché des lunettes et de la parfumerie sous contrats de licence, le groupe possède 24 usines et emploie plus de 13 700 personnes. Pour en savoir plus, consultez le site www.pradagroup.com.

###