

PRG Retail Group: premi e riconoscimenti per l'attività omnichannel sulle insegne Prénatal e Toys Center

Milano, 15 dicembre 2022 - Integrare nel modo più efficace ed efficiente possibile l'esperienza di acquisto fisica con quella digitale per rispondere a quelle che sono le nuove richieste del mercato e agevolare la shopping experience dei clienti. Questo è l'impegno crescente di **PRG Retail Group** che con le sue insegne **Prénatal** e **Toys Center** in primis ha ricevuto una serie di premi e riconoscimenti sulle attività omnichannel. Un resoconto di fine anno che dà voce al lavoro costante messo in atto dal Gruppo verso l'innovazione, strumento oggi imprescindibile, capace di contribuire all'ottimizzazione dei servizi e che porta la professionalità, il confronto e il supporto che si trovano in negozio anche online.

Prénatal si è così aggiudicato il primo posto nella categoria "Articoli e prodotti per bambini" - con un punteggio di **90.78** - de **Le Stelle dell'eCommerce**, la graduatoria stilata da **L'Economia del Corriere della Sera con Statista** (società di ricerca a livello internazionale) che fa luce sui 500 migliori store online, non solo sono quelli che offrono un ottimo servizio e un'eccellente esperienza di acquisto, ma anche quelli che hanno saputo differenziarsi rispetto ai propri concorrenti, ampliando la gamma di servizi e il supporto offerti al cliente.

Prénatal è poi al secondo posto con un punteggio di **86.80** nel settore "abbigliamento e prodotti infanzia" all'interno dell'indagine "Migliori in Italia – Campioni del servizio 2023" condotta dall'Istituto tedesco qualità e finanza (Itqf), gruppo editoriale Burda, con il media partner **La Repubblica Affari&Finanza**. Il maxi-sondaggio, che quest'anno ha raccolto 312.956 giudizi di consumatori in Italia, è rappresentativo della popolazione per area, sesso ed età. La metodologia è sviluppata in cooperazione con l'Università Goethe di Francoforte.

I servizi dell'insegna che hanno contribuito al riscontro positivo dei clienti sono molteplici, tra questi i **Kiosk** che offrono la possibilità di acquistare direttamente dal sito eCommerce e ricevere la merce a casa o presso il negozio scelto. **Ben 40 i punti vendita Prénatal che hanno implementato questo innovativo dispositivo**. Poi **Click and Collect** che offre la possibilità di pagare online e ritirare nel punto vendita (spedizione da magazzino e consegna in 3gg). **Lista Nascita Omnichannel** per gli acquisti online degli articoli inseriti nelle liste nascita create in negozio: qui si evidenziano **oltre 1.5 milioni di euro in 4 mesi**. In rilievo anche l'offerta di **Smartshop e Personal Shopper** con possibilità di prenotazione online.

Tra gli importanti progetti portati all'attenzione dei clienti, la **partnership con Angelini Consumer e il lancio di iMammaShop**, la nuova piattaforma di e-commerce interamente dedicata alle mamme in attesa, ai nuovi genitori e alle famiglie con bambini, un innovativo negozio digitale sviluppato per esaudire i desideri e rispondere ai bisogni che ruotano in particolare intorno alla nascita e alla prima infanzia.

"I servizi omnichannel di Prénatal sono stati strutturati pensando in primis alle future mamme, ai genitori e alle loro esigenze. Una proposta struttura e specializzata con un occhio attento ai touch point digitali il cui riflesso positivo incide anche sull'acquisto in negozio. Il tutto rientra all'interno del

piano strategico di Gruppo che ha visto negli ultimi anni l'apertura di nuovi punti vendita insieme al re-modelling di negozi pensati per rendere il momento dell'acquisto un'esperienza piacevole ed emozionale. Lo store resta il punto di riferimento per i clienti, soprattutto per chi si appresta ad accogliere per la prima volta un nuovo nato, ma l'integrazione con il virtuale, attraverso servizi sempre più evoluti, garantisce oggi una shopping experience completa e in linea con le nuove esigenze delle famiglie, per le quali da sempre Prénatal vuole essere un punto di riferimento" sottolinea **Marco Massara, Prénatal Omnichannel Director**.

Al centro dei riconoscimenti del Gruppo anche Toys Center che è stata eletta "Insegna dell'anno" nella categoria "Giocattoli": terza volta per la rete di negozi e prima volta anche come e-commerce. Il riconoscimento arriva dalla quindicesima edizione dell'omonimo Premio nato per dare voce alle opinioni dei consumatori sulle loro insegne preferite (per i touch point fisici e digitali).

Le indagini commissionate da Il Corriere Economia e La Repubblica Affari&Finanza mettono in luce anche Toys Center: **4° posto nella categoria "Hobby e Tempo Libero" ne Le Stelle dell'eCommerce; primo posto del podio nel settore "negozi di giocattoli" della categoria "Lifestyle e Shopping"** con un punteggio di 87.90 e tra i primi venti nella classifica generale **all'interno dell'indagine "Migliori in Italia – Campioni del servizio 2023"**.

Diversi i **servizi omnichannel che hanno dato forza a questi risultati, come Ordina&Ritira**, oggi attivo su tutta la rete nazionale e grazie a cui è possibile il ritiro dell'ordine direttamente in negozio già dopo 3 ore dall'acquisto: un'innovazione **scelta da oltre il 15% dei clienti online**, con punte annuali del 25%.

Sempre all'interno delle iniziative omnicanale, il **Virtual Shopper** che permette l'interazione diretta tra i clienti collegati via livechat e lo staff del negozio. **Una proposta che ha favorito oltre 1200 ordini online.**

Infine, sono in corso di sperimentazione in alcuni punti vendita altre modalità di acquisto cross-canale, che in modalità self-service o assistita dallo staff di negozio, consentono ai clienti degli store fisici l'accesso allo "scaffale infinito" del magazzino centrale e quindi la possibilità di acquistare dal punto vendita qualsiasi prodotto presente nel catalogo online.

"I riconoscimenti e questi dati particolarmente significativi premiano l'approccio strategico che guida da alcuni anni le attività del Gruppo e delle sue insegne. Il riscontro positivo dei nostri clienti è per noi un ulteriore stimolo nello sviluppo dell'omnicanalità che parte dalla shopping experience nei punti vendita Toys Center – sempre più focalizzati nell'offrire una vera e propria avventura di gioco e divertimento ai bambini e alle loro famiglie – per svilupparsi online attraverso servizi completi, efficaci ed efficienti, sviluppati sulla base delle diverse disponibilità di tempo da dedicare all'acquisto. Un nuovo modus operandi per continuare ad essere al fianco delle famiglie contemporanee e delle loro nuove esigenze, commenta **Fabio Brugnoli, Toys Center, FAO Schwarz, Bimbostore Omnichannel Director**.

Ma quali sono i numeri del successo?

Prénatal Italia segna quest'anno verso il 2021 un **+11% di conversion rate**, **+ 8% di fatturato**, **+ 5% valore ordine medio**, **+2% del traffico** e **ben +50% di sottoscrizioni online per gli abbonamenti Vip Card**, la special card che offre sconti speciali (a partire dal 30%) a tutti i possessori.

Per Toys Center, +10,6% di conversion rate, +10% fatturato, +7% valore ordine medio.

Insieme alle graduatorie stilate dai consumatori, si aggiungono i dati della classifica Ecommerce di Casaleggio Associati che restituisce dati oggettivi sui siti e-commerce in Italia, identificando chi emerge e attua strategie particolarmente efficaci sul mercato. Qui troviamo nei primi cinque posti della categoria **"Bambini e Giocattoli"** **ben tre insegne PRG Retail Group. Insieme a Toys Center e Prénatal emerge infatti anche Bimbostore**, la catena di negozi specializzati che si è affermata nella vendita di prodotti per l'infanzia come il vero primo supermarket a misura di famiglia.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Cantiere di Comunicazione

Antonella Laudadio | a.laudadio@cantierecomunicazione.com | Cell. 345 7131424

***PRG Retail Group**, nato in Italia nel 2015, è il distributore leader nel settore dell'infanzia e del giocattolo con oltre 900 negozi in 9 Paesi (Italia, Spagna, Portogallo, Francia, Grecia, Olanda, Belgio, Lussemburgo e Svizzera) e un organico di oltre 6.000 persone. Comprende le insegne Prénatal, Bimbostore, Toys Center, King Jouet, Maxi Toys, è titolare delle licenze esclusive di FAO Schwarz e, più recentemente, di Toys"R"Us (con 46 store nella penisola Iberica). La missione di PRG Retail Group è aiutare, stupire, far sognare semplificando la vita della famiglia che cresce. Per maggiori informazioni: www.prenatalretailgroup.com*

Prénatal, fondata in Francia nel 1947, sbarca in Italia nel 1963 con il primo punto vendita a Milano. Conta oggi 165 punti vendita in Italia, tra cui negozi e megastore, e 125 nel resto d'Europa (Spagna, Portogallo, Grecia, Olanda e Francia). Prénatal è parte di PRG Retail Group.

Toys Center, nasce negli anni '90 ed è oggi leader in Italia nel mercato del giocattolo. Negli anni ha sviluppato un format al servizio della famiglia, con una gamma di prodotti sempre più arricchita, che si è estesa dal giocattolo, alla puericultura, passando per il tessile, in spazi sempre più importanti. Con i suoi 133 punti vendita è parte di PRG Retail Group.