



I nuovi progetti di Reply mescolano fisico e digitale tramite Internet delle cose

La “ mixed reality “ il tema di Reply Xchange 2013

Reply conferma che il suo passo in più è la capacità di espandersi sul mercato europeo , sia per crescita dall’interno che per acquisizioni. La più recente riguarda le tecniche di comunicazione digitale e ha portato al controllo della tedesca **Triplesense** che opera nella consulenza e nello sviluppo di strategie e soluzioni per la comunicazione digitale sui canali mobile e social. La digital communication si rivela un ambito cruciale nello sviluppo di strategie di marketing e comunicazione integrate e multicanale . Triplesense si affianca a **Bitmama** in Italia e **Avvio Reply** in Inghilterra.



Si tratta della mossa più recente di quella che sembra essere diventata una volontà di partizionare in unità sempre più piccole e agili una realtà – quella di Reply – che ha raggiunto, secondo i dati comunicati dal CEO Tatiana Rizzante, un fatturato di 134,5 milioni di euro nel primo trimestre di quest’anno a partire da un fatturato 2012 di 494 milioni di euro. Il dato è stato comunicato in occasione della edizione 2013 di **Reply Xchange** , che tuttavia si caratterizza come un momento di incontro e condivisione di conoscenza sulle nuove tecnologie. Il tema di quest’anno era quello del mescolamento dei confini tra il mondo fisico e digitale. Il mondo delle relazioni si configura come una “mixed reality” che realizza la convivenza di nuovi spazi, in cui interagiamo con oggetti fisici e digitali che si scambiano dati in tempo reale.



Nella parte dimostrativa l'evento si segnalava per una demo di un progetto riguardante l'**healthcare** nella regione Lombardia per la cura domiciliare del malato a supporto dei medici di base che faceva largo uso di sensori collegati ad alert secondo la più aggiornata ricetta dell'Internet delle cose. Più evidente era l'esperienza di "mixed reality" in altro prototipo, ancora senza progetti pilota, che rappresenta l'evoluzione più recente di una soluzione per il mondo del commercio al dettaglio che mescolava l'esperienza fisica di un acquisto di vestiti e di altri oggetti di abbigliamento con una esperienza virtuale che culminava in una prova tramite avatar davanti a uno specchio intelligente. In parallelo l'intervento di apertura di Rizzante ha posto in evidenza altri progetti più complessi e già operativi a livello internazionale riguardanti l'**eCommerce** (con Costco e piattaforma **Hybris**) e **SAP Hana** per il settore energetico. Nei progetti di sviluppo in un mercato che vede ormai metà delle aziende arrivate a uno stadio di maturità nell'adozione di tecnologie digitali vi saranno sempre più prodotti e servizi legati al cloud computing e alla mobilità, complice l'adozione naturale dei nuovi device (tablet e smartphone) da parte delle nuove generazioni di consumatori. Un obiettivo di riguardo per le nuove soluzioni di **CRM multicanale**.