Completata la fusione tra IRI e NPD

npd-iri-3731fbe7

IRI e NPD hanno completato la fusione, diventando una unica azienda leader per tecnologia, analisi e misurazione dei mercati. Il personale delle due aziende lavorerà da ora insieme per offrire a oltre 7.000 clienti nel mondo una visione integrata sugli acquisti nel retail e sulle tendenze di consumo. Il nuovo nome e brand aziendale verranno annunciati nei prossimi mesi.

IRI e NPD detengono una profonda conoscenza del settore, asset informativi unici e relazioni commerciali strategiche con oltre 20 industry, tra cui il largo consumo confezionato, il beauty, il technology, il foodservice, lo sport e i giocattoli. L'integrazione consentirà di **supportare ancora meglio la collaborazione tra Industria e Distribuzione**.

Le due controparti saranno così in grado di fornire un servizio migliore ai loro acquirenti, di rispondere prontamente alle tendenze dei mercati e di sfruttare insights di valore a supporto della crescita. Questa nuova realtà offrirà al mercato una **visione innovativa di acquisti e consumi**, facendo leva sulla piattaforma tecnologica IRI Liquid Data.

"Siamo entusiasti di poter mettere insieme le nostre due grandi aziende per creare una organizzazione ancora più competitiva" - ha commentato **Kirk Perry**, presidente e CEO- *"La nostra fusione stabilisce un nuovo standard, che pone su un livello superiore le soluzioni tecnologiche e i servizi consulenziali basati su insights e informazioni di mercato in diverse industry."*

Come unica azienda, i nostri team a livello internazionale offriranno una **visione dello store a 360° e una più ampia conoscenza dei consumatori**. Tutti i nostri clienti potranno trarre grandi benefici dalle nuove competenze aziendali".

Tod Johnson, Chairman del Board of Directors, ha aggiunto, *"Oggi abbiamo raggiunto un traguardo molto importante per noi e per l'intero settore. La nostra azienda si trova ora in una situazione privilegiata per supportare i numerosi clienti di Industria e Distribuzione in tutto il mondo, grazie ad*

insights potenti e accurati, in grado di aiutarli a navigare nel panorama dei consumatori in continua evoluzione. Siamo ansiosi di poter portare grande valore al mercato, ai nostri partner e al personale della nuova azienda".