



Mercato Aton acquisisce RetAPPs e punta sulla spesa digitale nella GDO

L'operazione rafforza l'offerta del gruppo per il retail con self scanning, mobile payment, loyalty e AI. Nel primo semestre 2026 l'ordinato consolidato sale a 10,79 milioni di euro (+23%), mentre l'EBITDA cresce del 78%

La cassa potrebbe presto diventare un ricordo, almeno per una parte della spesa. Tra smartphone, self scanning e pagamenti digitali, il supermercato si prepara a trasformare il percorso tra gli scaffali in un'esperienza sempre più autonoma e interattiva. La spinta arriva da due direzioni: la GDO fatica a reperire personale e a sostenerne i costi, soprattutto per cassa e assistenza, mentre i consumatori chiedono acquisti più rapidi, piacevoli e senza attriti. In questo scenario Aton, tech company veneta B Corp specializzata nella digitalizzazione dei processi commerciali, acquisisce l'80% di RetAPPs, software company milanese nata nel 2012 e focalizzata sui processi digitali del retail. La società sviluppa soluzioni per e-commerce, self scanning, couponing e mobile payment, conta una decina di dipendenti e prevede un fatturato di un milione di euro grazie a importanti clienti della GDO.

UN ECOSISTEMA PIÙ DIGITALE

L'operazione garantisce continuità e potenziamento organizzativo e manageriale a RetAPPs. Alessandro Tiretta, CEO e fonda-



tore, mantiene la guida della società nel ruolo di amministratore delegato, mentre il team produttivo conserva i propri ruoli strategici e operativi. L'integrazione permette a RetAPPs di mettere a disposizione del mercato le proprie competenze nel canale digitale che unisce insegna e consumatore, con il supporto delle capacità di progettazione, sviluppo industriale e delivery del Gruppo Aton. Al centro della nuova proposta entra anche l'intelligenza artificiale, applicata alla spesa digitale. Dal proprio smartphone, il consumatore può dialogare con i servizi del supermercato attraverso il linguaggio naturale, ricevere promozioni personalizzate, informazioni mirate e controlli di qualità in tempo reale. Un unico ambiente può inoltre collegare sistemi gestionali, punti cassa, programmi loyalty, applicazioni mobile e altri servizi dell'ecosistema digitale del retailer. Secondo Deloitte, con l'adozione del self shopping gli scontrini aumentano mediamente del 10%, grazie a un'esperienza più fluida e a tempi di at-

sa inferiori. "La conseguenza più evidente di questa svolta digitale è il progressivo superamento delle tradizionali barriere cassa - commenta Giorgio De Nardi, CEO di Aton -. Attraverso soluzioni avanzate di mobile self-scanning e pagamenti digitali in-app, le code in cassa non rappresentano più un fastidioso iter e una snervante attesa. Lo scontrino viene predisposto in totale autonomia durante il percorso tra i corridoi e alla chiusura della spesa il pagamento è elettronico". Per i retailer, il modello consente di automatizzare una parte crescente delle attività di checkout e pagamento e di destinare il personale a servizi a maggiore valore aggiunto, dall'assistenza al cliente alla gestione dei reparti, fino alla cura dell'esperienza in negozio. "I consumatori alto spendenti sono quelli che apprezzano di più il self shopping", aggiunge De Nardi. "Questa alleanza tra la solidità industriale del Gruppo Aton nel business B2B e la specializzazione di RetAPPs nei servizi digitali per l'omnicanalità consente di affrontare con successo le sfide future del mercato

globale - afferma Alessandro Tiretta, CEO e fondatore di RetAPPs -. L'obiettivo condiviso è integrare i punti vendita fisici in ecosistemi intelligenti e iperconnessi online, dove la spesa quotidiana si trasforma in una experience interattiva, rapida e totalmente priva di attese per i clienti".

CRESCITA OLTRE IL RETAIL

L'acquisizione rientra nella strategia di espansione del valore aggiunto offerto da Aton al commercio dei beni di largo consumo. Il Gruppo, che comprende realtà come Blue Mobility e Aton AllSpark Ibérica, ha registrato nel 2025 ricavi per 26,7 milioni di euro. Negli ultimi due anni la crescita si è rafforzata con l'ingresso dell'umbra Teksma e la partnership strategica con la friulana GTN, che hanno ampliato il catalogo di offerta attraverso nuove competenze e specializzazioni. Il nuovo assetto integra servizi e tecnologie per un portafoglio clienti che spazia dall'industria del largo consumo alle grandi insegne del retail. I dati del primo semestre 2026 confermano il percorso di espansione. Il fatturato consolidato raggiunge 11,92 milioni di euro, con una crescita del 7% rispetto all'anno precedente. L'EBITDA sale a 1,15 milioni di euro, in aumento del 78%, mentre l'ordinato consolidato cresce del 23% e arriva a 10,79 milioni di euro. Numeri che accompagnano l'ingresso di RetAPPs in un Gruppo sempre più orientato alla digitalizzazione dei processi commerciali e alla trasformazione dell'esperienza di acquisto nella GDO.