



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1944-41-2019	Data/Ora Ricezione 03 Dicembre 2019 16:47:33	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : Unieuro S.p.A.
Identificativo : 125469
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : UNIEURON04 - Moretti
Tipologia : 2.2
Data/Ora Ricezione : 03 Dicembre 2019 16:47:33
Data/Ora Inizio : 03 Dicembre 2019 16:47:35
Diffusione presunta
Oggetto : Unieuro S.p.A.: Successo oltre le
aspettative per l'"Addams Black Friday"

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA

SUCCESSO OLTRE LE ASPETTATIVE PER L'“ADDAMS BLACK FRIDAY” DI UNIEURO

- **Ricavi in forte crescita nell'arco dell'intera campagna, in ulteriore miglioramento rispetto all'eclatante performance 2018**
- **Ottimi risultati della rete fisica: +15% i ricavi del canale Retail con 6,7 milioni di ingressi nei negozi nel periodo e +18% il sell-out dei punti vendita affiliati**
- **Ordini online a nuovi record: Unieuro.it +77%, successo per la campagna Fra-i-Dei della controllata Monclick**
- **Eccezionale exploit dei prodotti Dyson; Google Home Mini ancora una volta il prodotto più venduto (45.000 pezzi)**
- **Strategia promozionale vincente, volutamente giocata in anticipo grazie alla stretta partnership con l'industria**

Forlì, 3 dicembre 2019 – Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, ha annunciato oggi le eccellenti performance commerciali dell'“Addams Black Friday”, l'importante campagna promozionale avviata lo scorso 11 novembre (il Singles' Day) e conclusasi ieri, 2 dicembre (il Cyber Monday).

Complice un Black Friday particolarmente avanzato nel tempo (29 novembre), la campagna è stata la più lunga nella storia di Unieuro, superando di una settimana il “Black Roc Friday” del 2018 da cui ha comunque mutuato l'approccio commerciale, con panieri di prodotti fortemente scontati, evolutisi e ampliatisi via via in vista degli ultimi quattro giorni, i più importanti in assoluto.

Per tutta la durata dell'Addams Black Friday, Unieuro ha così registrato ricavi in forte crescita su tutti i canali di vendita e in tutte le categorie, beneficiando anche dell'ampliamento della rete negozi intervenuto rispetto al mese di novembre 2018, con l'acquisizione in Sicilia e l'entrata a regime della partnership con Finiper.

I **negozi diretti**, per un totale di 248 punti vendita appartenenti ai canali Retail e Travel, hanno segnato durante la campagna ricavi in crescita del 15% rispetto al corrispondente periodo 2018. Il traffico cumulato nei negozi ha raggiunto i 6,7 milioni di visitatori (+10%), e ha beneficiato dell'imponente campagna di comunicazione omnicanale che ha avuto per protagonista l'iconica famiglia Addams.

Il **canale Indiretto** – che comprende i negozi affiliati e gli shop-in-shop negli ipermercati – ha registrato a sua volta dati di sell-out in forte crescita, pari a +18% sul periodo 11 novembre – 2 dicembre 2018.



Nell'ambito del canale Online, la piattaforma **Unieuro.it** ha acquisito nell'intero periodo il 77% di ordini in più, con punte del +191% e del 53% rispettivamente nelle giornate del Cyber Monday e del Black Friday. Il record storico, sia a valore sia in termini di numero ordini (uno ogni 3 secondi) è rimasto comunque appannaggio del Singles' Day, ricorrenza commerciale introdotta in Italia proprio da Unieuro a partire dal 2017 e che segna di fatto l'avvio della stagione del Black Friday.

In generale, tutte le merceologie sono state premiate. Nella categoria Grey, sia smartphone che PC hanno registrato performance a doppia cifra, così come il comparto TV, che ha sospinto i ricavi del Brown. La categoria White ha invece beneficiato del boom del comparto aspirazione, con il modello Dyson V8 Absolute che ha segnato il record di oltre 17.000 pezzi venduti. Il best seller di stagione per Unieuro è stato tuttavia ancora una volta il Google Home Mini, che ha infranto i precedenti record di vendita, raggiungendo i 45.000 pezzi nell'arco della campagna.

Nel lungo **weekend del Black Friday**, da venerdì 29 novembre a lunedì 2 dicembre compresi, Unieuro ha registrato un picco di ricavi in negozio (il 35% del totale campagna) e di traffico (2 milioni gli ingressi nei negozi diretti), ma è stato il web a beneficiare maggiormente dei nuovi trend di consumo, confermando come il Black Friday sia sempre più percepito e vissuto come un fenomeno di consumo legato all'e-commerce. Nel corso dei 4 giorni, Unieuro.it ha così registrato una raccolta ordini in crescita del 97%.

Monclick, il digital pure player controllato al 100% da Unieuro, ha riproposto quest'anno la fortunata campagna promozionale Fra-I-Dei, per la prima volta on air anche in TV. Nel corso dei 15 giorni di durata, gli ordini raccolti hanno registrato un incremento del 39%, raggiungendo l'apice a valore nel giorno del Black Friday, grazie al contemporaneo incremento del numero di ordini (+10%) e dello scontrino medio (+8%). Non a caso, sono stati gli Apple AirPods 2 e un'asciugatrice Beko i prodotti più venduti, rispettivamente a volume e a valore.

“Il Black Friday è ormai un pilastro delle abitudini di consumo degli italiani e la campagna 2019, chiusasi con ricavi ancora una volta superiori alle nostre stesse previsioni, ha confermato un trend ormai inarrestabile. La vera forza di un retailer risiede quindi nel guadagnare quote di mercato a discapito di concorrenti molto agguerriti, ma soprattutto nel farlo preservando un equilibrio tra volumi e marginalità.”

“Confermando e al contempo affinando la positiva esperienza del Black Friday 2018, Unieuro ha saputo ancora una volta coniugare i due aspetti, traendo vantaggio dalle ragguardevoli dimensioni raggiunte, dalle partnership consolidate con i più importanti fornitori e dall'impegno dei nostri 5000 dipendenti, appassionati, coesi e motivati”.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro.



* * *

Per la trasmissione, lo stoccaggio e deposito delle Informazioni Regolamentate rese pubbliche Unieuro S.p.A. ha scelto di avvalersi delle piattaforme “eMarket SDIR” ed “eMarket STORAGE” gestite da Spafid Connect S.p.A., avente sede in Foro Buonaparte n. 10, Milano.

* * *

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Italo Valenti dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. N. 58 del 1998, che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

* * *

Unieuro S.p.A.

Unieuro è il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, forte di un approccio omnicanale che integra negozi diretti (circa 250), punti vendita affiliati (circa 270) e piattaforma digitale unieuro.it. L'azienda ha sede a Forlì, dispone di una piattaforma logistica centrale a Piacenza e conta su uno staff di circa 5.000 dipendenti. Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per 2,1 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2019.

Sito web istituzionale: www.unieurospa.com

Linkedin: www.linkedin.com/company/unieuro

Contatti:

Investor Relations

Andrea Moretti

Investor Relations & Corporate
Communications Director

+39 335 5301205

+39 0543 776769

amoretti@unieuro.com

investor.relations@unieuro.com

Media Relations

iCorporate

Arturo Salerni
+39 335 1222631

Sonia Hason
+39 331 8394343

unieuro@icorporate.it

Fine Comunicato n.1944-41

Numero di Pagine: 5