



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1944-74-2020	Data/Ora Ricezione 07 Dicembre 2020 12:37:28	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : Unieuro S.p.A.
Identificativo : 140142
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : UNIEURON04 - Moretti
Tipologia : 2.2
Data/Ora Ricezione : 07 Dicembre 2020 12:37:28
Data/Ora Inizio : 07 Dicembre 2020 12:37:29
Diffusione presunta
Oggetto : Unieuro S.p.A.: Novembre in crescita grazie al "Change Black Friday"

Testo del comunicato

Vedi allegato.



UNIEURO S.P.A.: NOVEMBRE IN CRESCITA GRAZIE AL “CHANGE BLACK FRIDAY”

- **Buoni risultati di vendita per la tradizionale campagna promozionale del Black Friday, quest’anno durata un intero mese (3 novembre – 3 dicembre)**
- **Boom di ordini per il Canale Online, con ricavi che hanno compensato l’impatto delle restrizioni legate al Covid-19 sulla rete di negozi diretti. Forte contributo anche dalla rete indiretta¹**
- **Ordini Unieuro.it +63% sull’intera durata della campagna, con valore medio in crescita a doppia cifra. Record storico per Monclick durante la campagna Mon BlackFriday**
- **Informatica e accessori le merceologie premiate dagli acquisti, rafforzate dai trend di consumo innescati dalla pandemia**

Forlì, 7 dicembre 2020 – Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, ha registrato ricavi in crescita nel mese di novembre nonostante le misure restrittive in essere, che hanno comportato la chiusura nei soli giorni festivi e prefestivi di circa la metà dei negozi diretti.

La performance, che segue l’altrettanto positivo andamento di settembre e ottobre, è legata al successo della campagna promozionale denominata “Change Black Friday”, il Black Friday della tecnologia “che cambia la vita”, che ha preso avvio il 3 novembre per concludersi il 3 dicembre, segnando così un ulteriore record di durata nella storia di Unieuro.

La campagna ha proposto alla clientela un susseguirsi di panieri di prodotti fortemente scontati, evolutisi e ampliatisi via via in vista del Gran Finale, ed è stata condotta con successo pur in un contesto reso ancora una volta complesso dall’epidemia Covid-19, che ha impattato sull’accessibilità ai clienti della rete di negozi fisici, in particolare diretti. Ottima performance invece per i negozi affiliati, solo marginalmente impattati dalle restrizioni.

A beneficiare della situazione è stato di conseguenza il canale Online, con la piattaforma **Unieuro.it** che ha registrato un incremento del 63% del numero di ordini e un aumento a doppia cifra percentuale del valore medio degli stessi rispetto al periodo 3 novembre – 3 dicembre 2019 e che ha potuto avvalersi dei servizi omnicanale quali AUTOritiro e CLICCA&ritira per meglio gestire l’importante picco operativo.

Monclick, il digital pure player controllato al 100% da Unieuro, ha a sua volta raggiunto nuovi record in termini di ordini e fatturato grazie alla campagna “Mon Black Friday”, dal tema conduttore emozionale e legato all’amore per l’high-tech e per i prodotti tecnologici. Durata dal 13 al 30 novembre, la campagna ha registrato un incremento del numero di ordini pari al 63%², raggiungendo l’apice nel giorno del Black Friday.



In generale, la maggior parte delle categorie merceologiche ha registrato vendite in incremento rispetto al 2019, supportate anche dai favorevoli trend di mercato innescati dalla situazione emergenziale quali smart working, didattica a distanza e ricerca del massimo comfort casalingo. Il Grey si è pertanto imposto come la categoria a più elevata crescita, con l'informatica e gli accessori a guidare le vendite: non a caso, il prodotto più ordinato dell'intero periodo promozionale sono stati gli auricolari true wireless Apple AirPods, di cui i clienti hanno richiesto un totale di ben 39.000 pezzi.

“Il successo del Change Black Friday è maturato in un contesto di mercato a dir poco peculiare e caratterizzato da una forte domanda da parte dei consumatori, da un mix di canale influenzato dalle restrizioni e da una sempre accesa concorrenzialità, on e offline.

Usciamo quindi forti e rinfrancati da un mese di novembre ancor più significativo che in passato, capace di testimoniare come la strategia omnicanale che Unieuro persegue da anni, incentrata sulla presenza su tutti i touch point fisici e digitali e sull'importanza del servizio al cliente, sia vincente anche in momenti di discontinuità come quello che stiamo vivendo”.

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 260) 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 oltre 2,4 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 29 febbraio 2020.



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
amoretti@unieuro.com

investor.relations@unieuro.com

Corporate Media Relations

iCorporate
Arturo Salerni
+39 335 1222631

Sonia Hason
+39 331 8394343

unieuro@icorporate.it

¹ Al netto dell'internalizzazione di 16 shop-in-shop Unieuro by Iper, diventati negozi diretti nel corso del mese di settembre (cfr. comunicato stampa del 2 ottobre 2020).

² Rispetto ai 18 giorni culminati nel Cyber Monday 2019.

Fine Comunicato n.1944-74

Numero di Pagine: 5