



COMUNICATO STAMPA

RECORD STORICI DI AFFLUENZA E RICAVI SU TUTTI I CANALI NEL “BLACK ROC FRIDAY” DI UNIEURO

- Ricavi in crescita del 50% nei quindici giorni di promozioni “Black Roc Friday”
- Affluenza record nei 238 punti vendita diretti: oltre 4 milioni di ingressi cumulati nel periodo
- Ordini online in crescita del 75% rispetto all’analogo periodo del 2017
- Sell out della rete affiliati in crescita del 60% nel medesimo arco temporale
- Google Home Mini il prodotto più richiesto, venduti oltre 30.000 pezzi
- Record assoluto di vendite Retail nella sola giornata del 23 novembre (+21% rispetto al Black Friday dello scorso anno)
- Strategia promozionale volutamente giocata in anticipo rispetto alle iniziative della concorrenza, grazie alla stretta partnership con l’industria nella scelta della gamma di offerta più appetibile per i consumatori

Forlì, 27 novembre 2018 – Si è chiuso con risultati eccezionali e sopra le più rosee aspettative il “Black Roc Friday”, la campagna promozionale dedicata al Black Friday più lunga nella storia di Unieuro, che dal 12 al 26 novembre ha garantito alla clientela offline e online prezzi e condizioni d’acquisto estremamente competitivi su un’ampia selezione di prodotti tra i più desiderati, che via via si è ampliata in vista del fatidico “venerdì nero”.

Nel corso dei quindici giorni di campagna, il cui inizio anticipato ha di fatto aperto la stagione di picco dell’intero settore, Unieuro S.p.A. ha registrato ricavi in crescita del 50% rispetto al corrispondente periodo 2017, raggiungendo livelli record su tutti i canali di vendita, sia fisici che digitali.

La rete di negozi diretti, incrementatasi da metà settembre di 12 punti vendita grazie alle recenti acquisizioni, ha segnato durante la campagna ricavi in crescita del 45% anno su anno, anche grazie ad un aumento degli ingressi nei negozi del 35%. La piattaforma unieuro.it ha registrato nuovi record in termini di ordini, saliti del 75% rispetto al medesimo periodo del 2017. Determinante è stato anche il contributo della rete di affiliati, salita a 276 punti vendita, il cui fatturato di sell out è cresciuto nel medesimo periodo del 60%.

In generale, tutte le categorie sono state premiate. Smartphone di alta gamma e IT hanno registrato una performance storica, mentre nei televisori di grandi dimensioni e nei grandi elettrodomestici Unieuro ha confermato anche in questa occasione la propria leadership assoluta. Il prodotto più venduto è stato il Google Home Mini, con oltre 30.000 pezzi andati



presto esauriti, a riprova dell'affermazione degli assistenti vocali come gadget tecnologico sempre più richiesto dal mercato.

Nella giornata del Black Friday, in particolare, Unieuro ha registrato i ricavi giornalieri più alti di sempre, in ulteriore crescita rispetto alla precedente edizione (+21% le vendite Retail rispetto al 24 novembre 2017) e pari a 6 giornate normali, beneficiando anche dell'anticipo dell'orario di apertura dei punti vendita. La piattaforma unieuro.it ha toccato il record assoluto in termini di ordini giornalieri, saliti dell'80% anche grazie al crescente successo della App mobile. Record anche per monclick.it, che – grazie alla promozione “Fra-i-Dei” – ha registrato un'impennata degli ordini pari al +130%.

Rispetto al Black Friday 2017, durante il quale Unieuro aveva offerto per quattro intere giornate uno sconto “flat” del 25% sulla quasi totalità dei prodotti in assortimento con una soglia minima di spesa, la campagna 2018 si è caratterizzata per un approccio selettivo ai prodotti in promozione. Questi sono stati selezionati e approvvigionati con ampio anticipo, sfruttando anche la capacità di stoccaggio addizionale offerta dal nuovo hub logistico di Piacenza, che a sua volta ha battuto ogni record in termini di produttività.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, Amministratore Delegato di Unieuro, ha dichiarato: *“La strategia commerciale adottata da Unieuro nel corso del Black Friday 2018 ci ha premiato in misura addirittura superiore alle nostre stesse aspettative. Anticipare la concorrenza di un'intera settimana ci ha permesso di partire avvantaggiati, per poi beneficiare dell'onda lunga di una campagna di comunicazione ben costruita e di un'organizzazione rodata e all'altezza del compito.”*

“Alla luce del probabile ulteriore anticipo delle vendite di dicembre a vantaggio del Black Friday, trend in atto oramai da tre anni, siamo ancor più soddisfatti di essere riusciti nel nostro intento di proteggere la marginalità, gestendo un cambiamento oramai inarrestabile nelle abitudini di consumo”.

* * *

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.

Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, Unieuro è oggi il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, grazie a una rete capillare di circa 500 negozi su tutto il territorio nazionale tra diretti (circa 230) ed affiliati (circa 270), alla piattaforma digitale unieuro.it e all'e-tailer Monclick. L'azienda ha sede a Forlì e dispone di un centro logistico accentrato a Piacenza, conta su uno staff di circa 4.600 dipendenti e ricavi che, per l'esercizio conclusosi il 28 febbraio 2018, hanno sfiorato quota 1,9 miliardi di euro.

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

Rita Arcuri
+39 333 2608159

unieuro@icorporate.it