

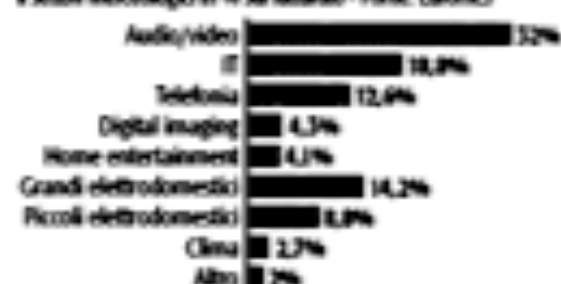
Euronics, basta la parola (e i prezzi bassi)

FRANCO CANEVESIO

Secondo l'ultimo sondaggio di Nexus, è la catena più conosciuta in Italia: per il 21% degli intervistati «la prima insegna che viene subito in mente» è Euronics, percentuale che sale al 35% per quanto concerne la «notorietà spontanea» e va al 90% parlando di «notorietà totale», anche in confronto ai competitor. Secondo la ricerca, Euronics si è conquistata questo primato soprattutto a colpi di espansione (del brand): solo lo scorso anno il marchio ha aperto in Italia 20 nuovi punti vendita, ognuno dei quali grande in media 1.800 metri quadri. Il totale dei negozi è così salito a 234, il 40% dei quali in centri commerciali. Questi, sommati ai 462 negozi affiliati, portano a 696 i punti vendita totali del gruppo che, l'anno scorso, ha speso quasi 1 milione di euro solo in pubblicità cartacea, altro strumento utilizzato per allargare la penetrazione tra i clienti. La crescita di Euronics nella distribuzione di elettrodomestici ed elettronica di consumo è confermata anche dai dati di bilancio: il 2006 si è chiuso con un fatturato in rialzo del 13,5% rispetto al 2005. Un giro d'affari pari a 1,6 miliardi di euro di cui 1,3 miliardi arrivano dalla vendita al dettaglio e 271 milioni dagli altri canali (negozi indipendenti e

QUANTO PESANO LE MERCI

I settori merceologici in % sul fatturato - Fonte: Euronics



affiliati). Nel canale consumer (ipermercati, punti vendita al dettaglio, catene, negozi indipendenti e Internet) Euronics ha raggiunto una quota di mercato del 16,4% con una crescita dell'1% rispetto al 2005. Tra i prodotti, la parte del leone la fanno audio-video, IT, telefonia, digital imaging e home entertainment che, da soli, occupano il 72% del fatturato. Il restante 28% è suddiviso tra i prodotti del comfort domestico (grandi e piccoli elettrodomestici, clima e altro). «A questo punto l'obiettivo è consolidare le posizioni - spiega il presidente, Albino Sorato - ampliando il più possibile la clientela. Questo, unito all'apertura di altri 20 nuovi punti vendita, ci consentirà di allargare ulteriormente la presenza sul territorio».