



MEDIAWORLD: FATTURATO 2023 A 2,5 MILIARDI DI EURO. PROSEGUONO GLI INVESTIMENTI STRATEGICI PER SVILUPPO DELLA RETE, SERVIZI AL CLIENTE ED IL LANCIO DEL NUOVO MARKETPLACE

MediaWorld, in un anno fiscale complesso, caratterizzato da alta inflazione e contrazione dei consumi, registra un fatturato pari a 2,5 miliardi di euro, con un trend in linea con l'andamento del settore. Nonostante il calo, l'insegna registra un aumento della quota di mercato nel segmento di riferimento e riconferma il suo piano strategico omnicanale, annunciando per il triennio 2024-2026 nuovi investimenti in tecnologia e sviluppo rete.

Milano, 19 febbraio 2024 - **MediaWorld**, prima catena di elettronica di consumo in Italia e parte di MediaMarktSaturn Retail Group, **conferma la strategia di sviluppo e il piano investimenti** a fronte di un anno particolarmente difficile per tutto il mondo retail e, in particolare, per il settore elettronica. Dopo due anni anomali, nei quali le performance di prodotti come TV e Notebook sono state spinte da fattori contingenti quali pandemia e incentivi statali, nel 2023 tutto il comparto ha affrontato un quadro macroeconomico instabile. MediaWorld, nel corso dell'esercizio 2023 (1.10.2022 – 30.09.2023), ha registrato vendite pari a 2,5 miliardi di euro, performando meglio rispetto al mercato di riferimento.

L'esercizio 2023 dell'insegna è stato caratterizzato da diversi fattori congiunturali che hanno avuto impatto sul business: dal forte **incremento del tasso di inflazione** (+5,3% su base annua a settembre 2023¹) al costante **rialzo dei tassi d'interesse**. In questo contesto di oggettivo rallentamento dell'economia, **il mercato dell'elettronica di consumo ha segnato un calo rilevante** (-9,2% a settembre 2023²). Nonostante il complesso contesto di mercato, **nel 2023 MediaWorld ha mantenuto inalterati i propri impegni**, destinando **31,1 milioni di euro agli investimenti**: di questi, **19,7 milioni di euro sono stati impiegati nella completa ristrutturazione di 15 punti vendita**, anche tramite l'implementazione del **nuovo layout "Look & Feel"** e nell'apertura di nuovi negozi, **raggiungendo al termine dell'anno fiscale 125 punti vendita** attivi su tutto il territorio nazionale. La restante parte delle risorse - **11,4 milioni di euro** - sono stati destinati al **miglioramento dell'infrastruttura IT** e, in particolare, al lancio del **nuovo e-commerce**, nonché all'implementazione del nuovo **Distributed Order Management System**, che ha consentito di efficientare i processi e lanciare il servizio omnicanale "Ritiro gratis anche in 30 minuti".

Per il **triennio 2024-2026 MediaWorld annuncia che proseguirà negli investimenti** dedicati a innovazione e sviluppo della rete fisica, destinando una **quota crescente di risorse a tecnologia e percorsi di qualificazione del personale** con l'obiettivo di migliorare ulteriormente la qualità complessiva della shopping experience. Il piano prevede **un investimento triennale per ulteriori 100 milioni di euro** ed è già in corso di implementazione. Dalla chiusura dell'anno fiscale ad oggi, infatti, **MediaWorld ha già inaugurato 6 nuovi punti vendita** (Viterbo, Rieti, Forlì, Reggio Calabria, Montano Lucino e Roma) portando a **131 gli store attivi e all'ingresso di circa 100 nuovi dipendenti**. Sul fronte tecnologie dedicate alla customer experience e all'evoluzione dei consulenti, è partita la fase pilota della **"Vendita end-to-end in reparto"**, che consentirà agli **addetti di accompagnare il cliente in tutte le fasi della shopping experience** e che valorizza il ruolo dei consulenti in chiave "Experience Champion". Inoltre, grazie all'utilizzo combinato con lo scontrino digitale, questa novità assoluta nel settore retail porterà a ulteriori benefici in termini di valore percepito. Infine, è prevista una significativa evoluzione del canale online, che affiancherà all'**e-commerce www.mediaworld.it**,

¹ Fonte: ISTAT Prezzi al consumo – Settembre 2023 (istat.it)

² Fonte: GfK Retail market Italia Anno Mobile Ott21-Set22 vs Ott22-Set23



L'assortimento di prodotti venduti tramite marketplace. Questa novità consentirà a MediaWorld di ampliare l'offerta e includere nuove categorie di prodotto.

“In qualità di leader di mercato, portiamo avanti con convinzione la nostra strategia di sviluppo, guidandone l'evoluzione e l'innovazione, con l'obiettivo di creare esperienza nel settore della tecnologia rendendola comprensibile e accessibile. Gli investimenti in omnicanalità e formazione dei consulenti, oltre all'ammmodernamento delle infrastrutture IT dei negozi esistenti e alle nuove aperture, rappresentano un rilevante vantaggio competitivo che ci pone nelle condizioni di cogliere appieno le opportunità che si stanno concretizzando a fronte del progressivo rientro dei tassi e dei segnali di ripresa dei consumi su diverse categorie merceologiche”. Ha dichiarato **Guido Monferrini, Amministratore Delegato di MediaWorld.**

“Nell'esercizio 2023 abbiamo proseguito l'implementazione della nostra strategia omnicanale, investendo per migliorare ulteriormente la nostra competitività e presenza sia sul canale fisico sia online. Il fatturato del 2023, pari a 2,5 miliardi di euro, sebbene segua l'andamento non positivo dell'intero settore, dimostra che siamo andati nella direzione giusta, avendo registrato un andamento migliore del mercato stesso e numeri in crescita per quanto concerne i principali parametri di qualità erogata e percepita”. Commenta **Emanuele Cosimelli, Chief Financial Officer MediaWorld.**

Nel complesso, **nel triennio 2021-2023 MediaWorld ha investito circa 100 milioni di euro**, che hanno consentito di evolvere l'offerta introducendo **nuovi servizi a valore aggiunto** e **consolidando la presenza del marchio sul territorio**. Inoltre, coerentemente con la strategia definita dal Gruppo - **diventare l'Experience Champion del settore dell'elettronica** - nell'anno fiscale 2023 sono stati rinnovati e intensificati i **programmi formativi** dedicati a tutti i dipendenti e, in particolare, a quelli direttamente a contatto con il pubblico, con l'obiettivo di far **evolvere le competenze e il ruolo degli addetti** da “venditori” a “consulenti esperti di soluzioni tecnologiche”. Questi investimenti si sono riflessi sulla soddisfazione e fedeltà dei clienti e nel 2023 MediaWorld ha registrato il **miglior dato di Net Promoter Score di sempre (62)**.

Inoltre, gli investimenti dell'azienda sono stati effettuati perseguendo **una strategia di sviluppo sostenibile**, che si è declinata mediante numerose azioni, tra cui l'efficientamento energetico degli impianti di condizionamento/riscaldamento nei negozi, l'illuminazione a led e l'approvvigionamento di energia al 100% da fonti rinnovabili. Nell'anno fiscale '23, è continuata la forte attenzione all'economia circolare **ampliando a nuove categorie di prodotto la possibilità di ritiro** e supervalutazione dell'usato (**trade-in**), **umentando di quattro volte il volume di pezzi ritirati**. Infine, prosegue l'impegno nella second-hand economy attraverso i prodotti ricondizionati - **circa 30.200 nel corso dell'esercizio 2023** – grazie al sito web e all'introduzione di apposite aree espositive all'interno dei negozi.

Informazioni su MediaWorld

Prima catena di elettronica di consumo in Europa con oltre 1000 megastore, MediaMarktSaturn Retail Group opera in Italia con l'insegna MediaWorld, leader di settore nel Paese. Attualmente MediaWorld è presente con 131 punti vendita collocati su tutto il territorio nazionale e con il sito www.mediaworld.it

Contatti Ufficio Stampa

Gioele Grisetti – gioele.grisetti@bcw-global.com – 329 848 6521