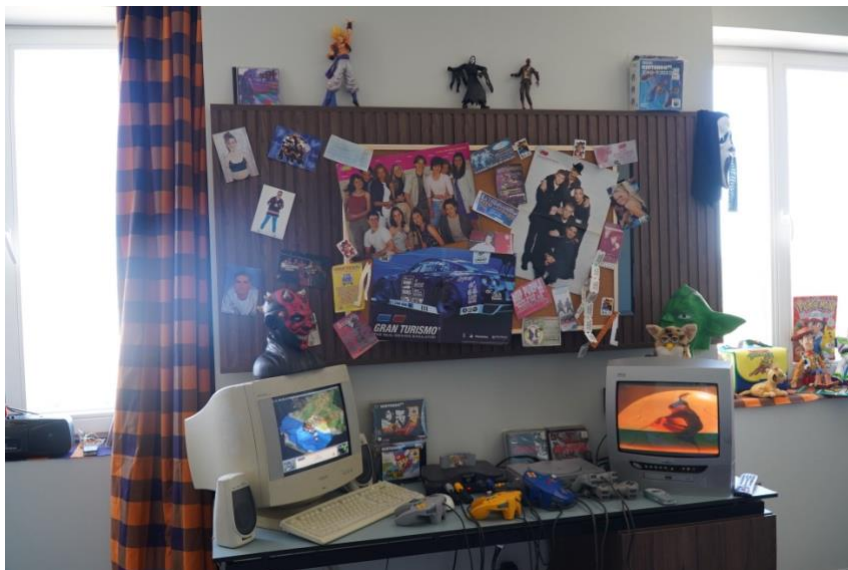


25 ANIVERSARIO MEDIAMARKT

MediaMarkt celebra 25 años en España acercando la tecnología a las personas

- *La compañía ha creado un recorrido a través de 5 'experience rooms' para ilustrar la evolución de la tecnología en estos últimos 25 años que se expondrá de forma itinerante en diversas tiendas en España*
- *Tras su llegada a nuestro país hace 25 años, MediaMarkt se ha posicionado como el retailer omnicanal líder en tecnología con 111 tiendas, cerca de 7.000 empleados y 250.000 m² de espacio comercial*
- *MediaMarkt trajo por primera vez el Black Friday a España, y fue pionero en celebrar el primer 'Día sin IVA'*
- *La compañía ha impulsado en los últimos años un amplio abanico de servicios orientado a ofrecer experiencias completas*



Haz clic [aquí](#) para descargar más imágenes

Madrid, 10 de abril de 2024.– [MediaMarkt](#), compañía omnicanal líder en el sector de la distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados, celebra este año el 25º aniversario de su actividad en España.

Para ello, la compañía ha organizado un recorrido exclusivo a través de 5 *experience rooms* en el Hotel RIU de Madrid donde se exponen algunos de los productos, campañas y momentos más icónicos que ayudan a explicar de una forma muy 'real' la evolución de MediaMarkt desde su llegada a España hace 25 años. Próximamente se

expondrá para el público de forma itinerante en algunas tiendas de la compañía en varias localidades españolas.

En estos 25 años en España, MediaMarkt ha conseguido convertirse en uno de los líderes del sector de la electrónica, ayudando así a democratizar la tecnología a través de sus 111 tiendas que suman más de 250.000 m² de espacio comercial y un equipo de cerca de 7.000 expertos.

1999-2004: Llega a España un nuevo concepto de vender tecnología

La llegada de MediaMarkt a España se inicia con la apertura de la primera tienda en San Sebastián de los Reyes (Madrid), el día 11 de noviembre de 1999. Un acontecimiento que revolucionó el sector del *retail*. *“Fue un concepto completamente nuevo, una forma distinta de acercar la tecnología a las personas: se podía ver y tocar los productos sin que estos estuvieran expuestos en un escaparate o vitrina”*, recuerda **Marta Domínguez, Head of Marketing de MediaMarkt** y comisaria de la exposición.

Otro aspecto con el que MediaMarkt cambió las reglas del juego fue el lanzamiento, en 2002, de la campaña ‘Yo no soy Tonto’. Este *claim*, que fue todo un éxito y aún se estudia en escuelas de publicidad y marketing, reflejaba la forma fresca y gamberra de comunicarse con los clientes. Precisamente, la campaña del 25º aniversario ‘Siempre listos’ hace un claro guiño al ‘Yo no soy Tonto’.

2004-2009: Pioneros en celebrar el ‘Día sin IVA’

El segundo lustro de actividad de MediaMarkt en España fue de crecimiento en un contexto de enormes cambios en la tecnología: el VHS desaparecía mientras los palés de DVDs se vaciaban en todas sus tiendas; el MP3 amenazaba la música en formato físico y los *gamers* no podían vivir sin la Nintendo DS.

El gran hito de MediaMarkt en esta época fue el lanzamiento de la campaña ‘Día sin IVA’, que tuvo un gran impacto. *“Fuimos pioneros en crear el día en que los clientes podían comprar los productos “sin IVA”, con un descuento equivalente al -21%. En 2007, lanzamos la primera promoción en España y fue una auténtica locura. Cerrábamos las tiendas a las diez de la noche y acabábamos de cobrar al último cliente sobre la una de la madrugada. Las colas eran inmensas, las tiendas estaban llenas de gente”*, recuerda Domínguez, que lleva más de 20 años trabajando en la compañía.

2009-2014: MediaMarkt trae el *Black Friday* a España y lanza su tienda online

En 2012, MediaMarkt trae por primera vez a España la iniciativa del ‘Black Friday’ tanto en tiendas físicas como online. Al año siguiente, todos los principales *retailers* ya se habían apuntado a esta tendencia de consumo y ahora es ya una fecha clave en el calendario.

MediaMarkt celebraba sus primeros diez años en España alcanzando las 50 tiendas y ampliando aún más su presencia con el lanzamiento de la tienda online en 2012. Fue el primer paso de la estrategia omnicanal de MediaMarkt que, a partir de ahí, creció de forma progresiva con nuevas soluciones, como la recogida en tienda, que ofrecían una mayor accesibilidad a los clientes, y que se convirtieron en una palanca esencial en la estrategia de negocio.

2014-2019: Clientes, innovación y servicios

En este periodo, la compañía vivió un impulso extraordinario en su departamento de servicios, que les permitió posicionarse como el único *retailer* de tecnología que ofrecía un catálogo tan amplio de soluciones y un servicio de postventa 360°.

En 2017, inauguraron su centro logístico en Pinto (Madrid), que arrancó con 30.000 m² de espacio para servir las 78 tiendas que en aquel momento había en España. Poco tiempo después, este centro se iba a ampliar hasta doblar su capacidad y convertirse en referente para todo el grupo a nivel global.

Estos años también fueron claves gracias a la llegada de nuevos productos que, pronto, se convertirían en los más deseados para los clientes: desde el iPad Air 2, los híbridos entre Tablet y portátil, la primera Roomba inteligente o el revolucionario lanzamiento de Google Home.

Destacaron, en aquel momento, nuevas campañas como 'No es país para tontos' en línea con su habitual tono de cercanía, o el 'El Gran Sinpa' una acción en la que, durante 90 segundos, los participantes podían coger todos los productos tecnológicos posibles y llevárselos a casa sin ningún coste.

2019-2024: Creando experiencias tecnológicas

Estos últimos cinco años han estado marcados por la omnicanalidad y la digitalización. La pandemia aceleró las nuevas tendencias de consumo y, con ello, la compañía se volcó en descubrir nuevas fórmulas para cubrir las necesidades de todos los clientes. Desde taquillas en las tiendas, ampliación de *pick-up points*, hasta la automatización en el centro logístico o la incorporación de nuevos *carriers* para mejorar los tiempos de entrega.

En este período de tiempo la compañía alcanzó las más de 100 tiendas físicas en España con la adquisición de 16 tiendas Worten que en tan solo dos meses volvieron a abrir bajo la marca MediaMarkt

Uno de los grandes hitos fue la inauguración en 2022 de un nuevo y exitoso formato de tienda, su Tech Village en la localidad madrileña de Majadahonda, un espacio experiencial con más de 8.000 m² de superficie y 22 boutiques creadas a medida por las marcas.

Por otro lado, la compañía estableció en Barcelona dos hubs internacionales, uno administrativo y otro tecnológico, que actualmente dan servicio a diferentes países del grupo y emplean a casi 500 personas.

En la actualidad, MediaMarkt basa su estrategia de negocio en cuatro pilares clave que giran en torno a las experiencias: **experiencia de equipo**, que pone el foco en los profesionales expertos en tecnología; **experiencia de compra**, enfocada en alcanzar la excelencia en todos los canales; **experiencia de uso**, que busca acompañar a los clientes a lo largo de ciclo de vida de los productos; y por último, la **experiencia de impacto**, que enmarca el plan de sostenibilidad que abarca desde el compromiso medioambiental hasta el impacto social positivo. Todo ello, con el propósito de seguir

siendo líderes en crear experiencias tecnológicas para enriquecer la vida de las personas.

SOBRE MEDIAMARKT ESPAÑA

MediaMarkt es la compañía líder en España y Europa en el sector de la distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados. Integrada en MediaMarktSaturn Retail Group, cuenta alrededor de 7.000 expertos en tecnología en España y está presente en todas las Comunidades Autónomas con 111 establecimientos, además de la tienda online y la App. En el ámbito europeo, la compañía dispone de más de 1.000 puntos de venta ubicados en 11 países y una plantilla de 52.000 personas.

El éxito de MediaMarkt se basa en su adaptación constante a las nuevas tendencias de consumo, la gran variedad de servicios para el cliente, la experiencia de compra única y personalizada y el amplio surtido de productos de las mejores marcas a precios actualizados y competitivos. Todo ello, unido al equipo de profesionales orientados a la búsqueda de soluciones para los clientes y a una presencia publicitaria inconfundible.

MÁS INFORMACIÓN:

APPLE TREE – mediamarkt@appletree.agency

Alberto Valle – av@appletree.agency

Alba Ruano – alr@appletree.agency

Paula Velasco – pav@appletree.agency

MediaMarkt España

Iria Ameneiros

Teléfono: 690 036 744

ameneirosi@mediamarkt.es