

AL VIA IL CANALE DIGITALE

Il fatturato di Euronics sale a 2 miliardi di euro

SANDRA RICCIO
MILANO

Si è chiuso con un giro d'affari di 2 miliardi di euro il 2018 di Euronics Italia, terzo gruppo per fatturato con 400 punti vendita nel Paese (per oltre 4.700 dipendenti). Per continuare a crescere, ora l'azienda, controllata da nove soci, punta di più sulla trasformazione digitale. La catena di negozi, specializzata in elettronica di consumo, ha presentato ieri la propria strategia «omnilocale», un nuovo tassello nel percorso di Digital Transformation inaugurato già nel 2018 con l'obiettivo di costruire un sistema fisico-digitale che valorizzi il gruppo.

Euronics affiancherà le vendite nello store a un canale online in grado di servire al meglio i consumatori e di riconoscerli nelle proprie specificità e gestendoli su diversi fronti. Le novità saranno lanciate già a partire dal prossimo marzo con servizi a valore aggiun-

to che arricchiranno le proposte del gruppo e offriranno quindi anche assistenza, per esempio sul mondo della tecnologia più evoluta. Nel menù ci sono anche altre iniziative come carte fedeltà e sconti.

I punti vendita saranno ripensati e diventeranno luoghi di esperienza e non solo di acquisto. «Saranno adattati al mondo digitale in un momento in cui il mercato dell'elettronica è in subbuglio», ha spiegato durante la presentazione alla stampa Alessandro Butali, presidente di Euronics Italia. L'obiettivo è quello di diffondere e consolidare la presenza di Euronics sul territorio per favorire il valore generale delle imprese socie. Intanto cresce il numero di negozi. L'anno scorso il gruppo ne ha aperti 16 e a questi se ne aggiungeranno altri 20 nel corso del 2019, per un totale di circa 400 posti di lavoro. —

© F. N. S. / L. G. / S. / S. / S.