

Euronics Italia: stabile il fatturato nel 2025 a quota 250 milioni

E.N.

Conti sostanzialmente stabili nel 2025 per Euronics, catena di punti vendita specializzati nell'elettronica di consumo. Il fatturato complessivo al pubblico delle dieci imprese associate ha superato due miliardi di euro al netto dell'Iva mentre Euronics Italia, società che detiene e gestisce i diritti per l'uso del marchio Euronics a cui aderiscono i gruppi imprenditoriali soci, ha avuto ricavi per oltre 250 milioni con un utile ante imposte superiore ai 330mila euro. L'assemblea dei soci ha anche nominato il nuovo cda: presidente è Diego Crisafulli, affiancato dai vicepresidenti Elena Vipiana e Raffaele La Torre.

«Il 2025 ha rappresentato per Euronics un anno di consolidamento e rafforzamento del proprio posizionamento sul mercato – ha detto Massimiliano Iovino, direttore generale di Euronics Italia–. In uno scenario in continua trasformazione, abbiamo continuato a investire nello sviluppo dei servizi, nell'innovazione omnicanale e nella qualità della relazione con le persone, con l'obiettivo di rendere la tecnologia sempre più accessibile, concreta e vicina alla vita quotidiana dei clienti».

La quota di mercato sfiora il 24% mentre attualmente il gruppo è presente con 258 punti vendita diretti ad insegna Euronics, Comet e Sme oltre a 164 punti vendita affiliati per complessivi 423 store in cui lavorano oltre 7.200 collaboratori. Lo scorso anno sono stati inaugurati altri 16 negozi con 183 assunzioni ed è continuato lo sviluppo della strategia omnicanale nell'integrazione tra canali fisici e digitali e dei servizi a valore aggiunto.

«Nel 2026 l'obiettivo sarà quello di proseguire nel percorso di crescita e innovazione dell'insegna, rafforzando ulteriormente la relazione con il cliente e valorizzando il contributo della nostra rete imprenditoriale, che resta il vero punto di forza del gruppo», sottolinea Crisafulli. Quest'anno il gruppo continuerà ad investire nel progetto Ronics, il personal shopper basato sull'intelligenza artificiale a cui in un prossimo futuro verranno aggiunti altri servizi a supporto del cliente basati sull'AI.

Il negozio online nel 2025 ha registrato un aumento delle vendite dell'11% mentre il servizio Click&Collect ha quota del 27% per effetto dell'omnicanalità. In espansione il progetto di «Ship from store» (i prodotti comprati online vengono spediti al cliente da un punto vendita di prossimità *ndr*), strategia che riduce significativamente i tempi di consegna andando incontro ai desideri dei clienti di efficienza e velocità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA