



COMUNICATO STAMPA

RECORD DI VISITE (+117% rispetto al 2016) e DI ACQUISTI (+39%) NELLA QUATTRO GIORNI DI SCONTI ePRICE DEDICATA AL BLACK FRIDAY

Tra i più venduti TV LED, lavasciuga, videogiochi e scaldaletto elettrici. L'oggetto più costoso venduto il TV Samsung QLED Ultra HD da 65".

Milano, Roma, Torino, Napoli e Brescia le città che hanno registrato il più alto numero di acquisti sul sito di e-commerce nei giorni del Black Friday

Milano, 28 novembre 2017 – Numeri da capogiro per il Black Friday **ePRICE!** La quattro giorni di sconti organizzata dal sito di e-commerce dal 24 al 27 novembre ha letteralmente fatto breccia nel cuore degli italiani, sempre più amanti dello shopping online.

Gli shopaholic non si sono lasciati sfuggire l'occasione di mettere nel carrello grandi e piccoli elettrodomestici, prodotti informatici, telefonini, videogiochi e chi più ne ha più ne metta, approfittando di sconti fino al 70%. Il più richiesto in assoluto – complice l'arrivo del freddo – è stato lo scaldaletto elettrico, seguito dal videogioco per Playstation 4 Gran Turismo Sport. Al terzo e quarto posto si sono posizionati rispettivamente lo Smart Tech TV LED HD Ready da 32" e la Lavasciuga Hotpoint. L'oggetto più costoso messo nel carrello dagli italiani, invece, è stato il TV Samsung QLED Ultra HD da 65" del valore di oltre 4.000 euro.

*"Il Black Friday 2017 di ePRICE - il settimo da quando per primi in Italia l'abbiamo lanciato - è durato quattro giorni, sino al Cyber Monday ed è stato ancora una volta un grande successo, con record di traffico e visite, più che raddoppiate rispetto al 2016. Quest'anno abbiamo preparato il Black Friday con anticipo – dice **Raul Stella, ePRICE and Marketplace VP** – con la campagna online, TV e radio legata alle iniziative della Black Hour. I nostri clienti hanno colto al volo le molte occasioni del Black Friday, anticipando parte del loro shopping natalizio, come dimostra il record di ordini rispetto all'anno scorso. In particolare sono in crescita del 147% le vendite del marketplace, supportato da una forte crescita in termini di numero di seller presenti sul nostro sito. Questo risultato conferma la nostra strategia, che vede il consolidamento della leadership sulle categorie "core" (grandi elettrodomestici, clima e TV), dove il mercato online cresce a doppia cifra, accompagnato da un forte potenziamento del Marketplace per le categorie mass market electronics".*

Durante i quattro giorni di promozioni sono state oltre 3 milioni le visite degli utenti sul sito di ePRICE (+117% rispetto al 2016), mentre nel solo giorno del Black Friday sono state ben 1,6 milioni (+150% rispetto al 2016) con picchi tra le 7 e le 11 del mattino e la sera intorno alle 19. Il 70% di coloro che hanno cercato il grande affare su ePRICE si è connesso da dispositivi mobile, utilizzando nel 34% dei casi la App ufficiale del sito di e-commerce. Infine, il controvalore degli ordini nei quattro giorni è cresciuto del 39% rispetto al 2016, con una crescita del 147% per il solo marketplace. Considerando l'intera settimana del Black Friday i numeri sono ancora più alti grazie al successo della Black Hour, che ha portato +264% di visite rispetto al 2016 e +44% di controvalore degli ordini.



Le città che hanno registrato il maggior numero di acquisiti sono state Milano, Roma, Torino, Napoli e Brescia e i compratori più agguerriti si sono confermati gli uomini tra i 25 e i 54 anni.

Il comunicato stampa è disponibile sui siti corporate.eprice.it e su www.1info.it.

ePRICE (in precedenza BANZAI) è l'azienda leader dell'e-Commerce italiano. Fondata da Paolo Ainio e quotata dal 2015 sul segmento STAR di Borsa Italiana ed è una delle più importanti Internet Company del Paese, con ricavi pari a 198 milioni di euro e GMV¹ (Gross Merchandise Volume) pari a 254 milioni di euro nel 2016, in crescita del 23% nel 2016. ePRICE è uno dei principali negozi online italiani, specializzato nella vendita di prodotti high-tech (elettronica) e leader nel segmento dei grandi elettrodomestici venduti online. ePRICE ha lanciato a gennaio la piattaforma mobile integrata Home Service, che gestisce le consegne e installazioni premium, con una copertura di 14 milioni di abitanti. ePRICE gestisce un network di oltre 134 Pick&Pay distribuiti in 109 città, punti di ritiro e di pagamento che uniscono i vantaggi di acquistare online con la comodità e la sicurezza del negozio sotto casa

Per maggiori informazioni:

ePRICE S.p.A.
Micaela Ferruta
Head of Investor Relations and Strategic Planning
Tel +39.02.30315400
investor.relations@eprice.it

Community Strategic Communication Advisers
Marco Rubino di Musebbi
Media Relations
Tel. +39 0289404231
marco@communitygroup.it

¹ Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non include Infocommerce e B2B



PRESS RELEASE

RECORD VISITS (+117% YoY) AND ORDER VALUE (+39% YoY) DURING ePRICE's FOUR DAYS OF DISCOUNTS DEDICATED TO BLACK FRIDAY

*The most sold items included LED Televisions, washer-dryers, video games and bed warmers.
The most costly item sold was the Samsung QLED Ultra HD 65" TV.*

Milan, Rome, Turin, Naples and Brescia recorded the highest number of purchases on the e-commerce site during the Black Friday days

Milan, 28 November 2017 - Mind-boggling numbers for ePRICE's Black Friday! The four days of discounts initiative organised by the e-commerce site from 24 to 27 November was a major hit with Italians, increasingly enthusiastic about online shopping.

Indeed, shopaholics did not pass up the opportunity to put large and small appliances into their carts, along with IT items, cell phones, video games and so on, taking advantage of discounts of up to 70%. The item with the absolute highest demand - given the upcoming cold season - was the electric bed warmer, followed by the PlayStation 4 game Gran Turismo Sport. Third and fourth place were respectively occupied by the Smart Tech LED HD Ready 32" TV and the Hotpoint washer-dryer, while the most costly item placed in the carts of Italians was the Samsung QLED Ultra HD 65" TV, worth over Euro 4,000.

"Black Friday 2017 for ePRICE - the seventh since we were the first to introduce it in Italy - lasted four days, until Cyber Monday, and was once again a huge success, with record traffic and visits, more than doubled compared to 2016. This year, we prepared Black Friday in advance - says Raul Stella, ePRICE and Marketplace VP - with an online, TV and radio campaign linked to the Black Hour initiatives. Our clients quickly took advantage of the many Black Friday deals, anticipating part of their Christmas shopping and leading to record orders compared to last year. In particular, the marketplace was up 147% YoY in terms of order value, backed by strong growth in terms of number of sellers on our site. This result confirms our strategy, which involves consolidation of our leadership in the "core" categories (major domestic appliances, air conditioners and TVs), where the online market is showing double-digit growth, accompanied by strong development of the Marketplace for the mass market electronics categories".

During the four days of the promotion, there were over 3 million user visits on the ePRICE site (+117% compared to 2016), while on actual Black Friday alone, there were some 1.6 million (+150% compared to 2016), with peaks between 7 and 11 in the morning, and then in the evening at around 19:00. Of those seeking deals on ePRICE, 70% connected from mobile devices, with 36% using the official app of the e-commerce site. Lastly, the value of orders in the four day was up 39% YoY, or +147% for the marketplace. When looking at the Black Week alone, the numbers are even more impressive, thanks to the success of the Black Hour, which brought an increase of 264% YoY in visits and of 44% YoY in terms of order value.



The cities that recorded the highest number of purchases were Milan, Rome, Turin, Naples and Brescia, and the most active buyers were men between 25 and 54 years of age.

The press release is available on the websites corporate.eprice.it and www.1info.it.

ePRICE (previously BANZAI) is the leading e-Commerce platform in Italy. Founded by Paolo Ainio and listed on the STAR segment of the Italian Stock Exchange since 2015, it changed its name from BANZA to ePRICE on 30 January, 2017. ePRICE is one of the leading Internet companies in Italy with revenues of Euro 198 million and a GMV² (Gross Merchandise Volume) of Euro 254 million in 2016, up 23% YoY in the 2016. ePRICE is one of the main online stores in Italy specialized in high-tech products (electronic goods) and is the Italian e-Commerce leader in the segment of large domestic appliances. ePRICE launched in 2016 the Home Service Mobile Platform to manage premium delivery and installation services, which covers around 14 million Italians. ePRICE has a network of 134 Pick&Pay locations in 109 cities, which combine the advantages of buying online and the convenience and security of a proximity shop.

For more information:

ePRICE S.p.A.
Micaela Ferruta
Head of Investor Relations and Strategic Planning
Tel +39.02.30315400
investor.relations@eprice.it

Community Strategic Communication Advisers
Marco Rubino di Musebbi
Media Relations
Tel. +39 0289404231
marco@communitygroup.it

²Gross Merchandise Volume: it includes revenues from the sale of products, deliveries and the volume generated by the 3PMarketplace, net of returns and VAT included.