



## COMUNICATO STAMPA

# **ePRICE: RECORD ASSOLUTO DI VENDITE DI GRANDI ELETTRODOMESTICI NEI 4 GIORNI DEL BLACK FRIDAY**

*Il primo acquisto è stato una lavasciuga Indesit 10 secondi dopo la mezzanotte. Il prodotto più costoso un televisore LED 4K Ultra HD 86" di LG. Tra i prodotti più venduti gli Apple AirPods.*

- Crescita a doppia cifra sulle vendite di grandi elettrodomestici
- Crescita del 50% sui servizi Home Service di consegna e installazione
- Crescita di oltre il 50% sui prodotti venduti dai merchant del marketplace
- 1 milione di giocate in 18 giorni durante il concorso "Black Hour", più di 1.000 prodotti vinti

*Milano, 27 novembre 2018*

Nei 4 giorni del Black Friday/Cyber Monday ePRICE segna il proprio record storico di ordinato sui grandi elettrodomestici, con un GMV cresciuto a doppia cifra rispetto a un anno fa. Nella top 5 dei prodotti a maggior valore acquistati su ePRICE ci sono asciugatrici e frigoriferi multidoor. Migliaia di clienti hanno scelto la professionalità e l'efficienza del servizio Home Service – circa il 50% di crescita rispetto al 2017 - che prevede consegna, installazione e ritiro dell'usato scegliendo data e ora dell'appuntamento da web. Le vendite del Marketplace di ePRICE, dove l'oggetto più venduto è stato Google Home Mini, registrano una crescita di oltre il 50%.

Le offerte collegate al Black Friday di ePRICE sono iniziate il 5 novembre, con centinaia di prodotti scontati fino al 70% e con la manifestazione a premi "Black Hour" con cui sono stati assegnati gratuitamente 1.080 prodotti, in seguito a quasi 1 milione di giocate in soli 18 giorni. Anche grazie alla partenza anticipata, da venerdì 23 novembre – giorno del Black Friday da calendario – a lunedì 26 novembre – giorno del Cyber Monday – ePRICE ha registrato numeri oltre le più rosee aspettative.

Con più di 11 milioni di Page Views, ePRICE si è confermata punto di riferimento degli italiani per gli acquisti hi-tech per la casa, e non solo. I prodotti più richiesti sono stati gli Apple AirPods, seguiti da un'asciugatrice Smeg e da una lavatrice Whirlpool. Il primo acquisto del Black Friday, una lavasciuga Indesit, è stato effettuato dopo soli 10 secondi dallo scoccare della mezzanotte. L'oggetto più costoso acquistato è stato una Smart TV LED Ultra HD 4K da 86" di LG.

*"Anche ePRICE guarda con soddisfazione al mese di novembre, avendo superato un target particolarmente ambizioso" -commenta Raul Stella, ePRICE and Marketplace VP- "Lo spazio complessivo occupato solo da tutti i grandi elettrodomestici venduti da ePRICE durante i giorni del Black Friday occuperebbe l'intero stadio Meazza di San Siro. Quest'anno abbiamo realizzato per i nostri utenti il concorso "Black Hour" che ci ha permesso di garantire una User Experience eccellente, di migliorare la conversion delle nostre vendite di circa il 60% e di aumentare l'efficienza dei nostri investimenti marketing. Il Black Friday - l'ottavo da quando per*



*primi lo abbiamo lanciato in Italia - e il Cyber Monday hanno mantenuto le promesse, in particolare sulle nostre categorie core del bianco, con crescite eccezionali anche sui nostri servizi. Quest'iniziativa è diventata per ePRICE anche l'occasione per declinare nuove forme di partnership e info-commerce con i brand leader del settore tech&appliances."*

Durante i quattro giorni di promozioni sono state milioni le visite degli utenti sul sito di ePRICE, che è sempre rimasto disponibile ed accessibile. Più del 60% di coloro che hanno cercato il grande affare su ePRICE si è connesso da dispositivi mobile, grazie anche alla facilità di navigazione e all'interfaccia intuitiva rinnovata nel corso dell'anno. Le città che hanno registrato il maggior numero di acquisiti sono state Roma al primo posto, seguita da Milano, Torino, Bologna e Genova. Gli acquirenti più "agguerriti" si sono confermati nella fascia d'età tra i 34 e i 55 anni.

\*\*\*

Il comunicato stampa è disponibile sui siti corporate.eprice.it e su [www.1info.it](http://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 GMV<sup>1</sup> (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 133 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

#### **ePRICE S.p.A.**

Gabriele Colasanto  
*Corporate Development Manager &  
Investor Relator*

+39 02.30315400

[investor.relations@eprice.it](mailto:investor.relations@eprice.it)

#### **Community Strategic Communication Advisers**

Marco Rubino di Musebbi  
*Media Relations*

Tel. +39 0289404231

[marco@communitygroup.it](mailto:marco@communitygroup.it)

---

<sup>1</sup> 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