



MEDIAMARKET

MEDIAMARKET: NEL 2009 OLTRE 2 MILIARDI DI FATTURATO

*Continua la crescita in un anno difficile, il fatturato sale del 12% e la catena
mantiene stabilmente la leadership con 100 punti vendita*

- 65° azienda italiana per fatturato (classifica assoluta)
- 1° azienda italiana di distribuzione NON FOOD, per fatturato
- 1° azienda italiana di distribuzione prodotti di elettronica di consumo, per fatturato
- 19° azienda nella classifica "Best Place to Work"

MEDIAMARKET S.p.A, la catena di elettronica di consumo leader in Italia nel settore non food con le insegne Media World, Saturn e Media World Compra On Line, ha chiuso l'anno 2009 con un fatturato **di 2.352 milioni di Euro** (net VAT) e un incremento del 12%. In controtendenza rispetto al trend negativo del settore, la catena archivia il 2009 con un risultato positivo posizionandosi al 65° posto assoluto nella classifica – per fatturato – delle aziende italiane (su base 2008).

Con una **quota di mercato** superiore al **15%**, MEDIAMARKET rafforza la leadership tra le realtà italiane che operano nella distribuzione di prodotti di elettronica di consumo.

Anche le attività di e-commerce, realizzate tramite il portale **Media World Compra On Line**, registrano ottimi risultati con un fatturato di **44,5 milioni di Euro** (net VAT) e oltre 37 milioni di visitatori per 457 milioni di pagine visitate in un anno. Il sito istituzionale www.mediaworld.it supera i 21 milioni di visitatori per oltre 87 milioni di page views.

Nel 2009 MEDIAMARKET ha raggiunto il numero di 100 punti vendita (87 Media World e 13 Saturn) grazie all'inaugurazione di 7 nuovi store, con un investimento superiore ai 22 milioni di euro. Prosegue la politica di espansione dell'azienda: nel 2010 sono previste **6 nuove aperture**, pari a oltre 20 milioni di euro di investimento, con la prospettiva di circa **400/500 nuove assunzioni** che porteranno a 8.000 collaboratori.

Per quanto riguarda la **formazione**, da sempre uno dei cardini della cultura aziendale di MEDIAMARKET, gli investimenti nel 2009 hanno superato i 2,5 milioni di Euro. Fiore all'occhiello in questo ambito rimane il Master in Retail Management (MCU) realizzato da MEDIAMARKET in collaborazione con il MIP di Milano (Politecnico), che si rivolge espressamente ai direttori di punto vendita e al middle/top management.

Nel corso del 2009, l'investimento nel settore **dell'advertising** ha superato i 65 milioni di Euro, con un numero di volantini stampati pari a 160 milioni e 3.500 pagine pubblicitarie pubblicate sui quotidiani.

Il 10% circa del fatturato totale è rappresentato dal **credito al consumo**, con una preponderanza al Sud rispetto al Nord. Oltre 5 milioni di consumatori hanno sottoscritto una carta fedeltà, mentre superano il milione le telefonate al numero verde per i servizi di remote shopping, supporto alla clientela e informazioni su attività o promozioni.

MEDIAMARKET è la realtà italiana di MEDIAMARKT Saturn Holding GmbH, prima catena di elettronica di consumo in Europa presente in 16 Paesi. Il Gruppo, che ha chiuso il 2009 con un fatturato di 19,7 milioni di Euro e un incremento di +3,7% rispetto al 2008, conta 818 punti vendita. L'Italia si colloca al secondo posto per fatturato e numero di dipendenti dopo la Germania e rappresenta l'12% del giro di affari complessivo del Gruppo.

"Il 2009 è stato un anno impegnativo per l'economia italiana che ha risentito in misura maggiore degli effetti della crisi economica", afferma **Pierluigi Bernasconi, CEO di MEDIAMARKET**. "Nonostante la congiuntura economica non favorevole, MEDIAMARKET ha fatto registrare un risultato positivo, segnando anche per il 2009 un fatturato superiore ai 2,3 miliardi di Euro, cresciuto rispetto allo scorso anno, e consolidando la propria posizione di leader del mercato. Il raggiungimento degli obiettivi che ci eravamo prefissati è stato reso possibile dalla strategia imprenditoriale, dall'espansione capillare dell'azienda nelle regioni dove i nostri brand non sono ancora particolarmente presenti e dagli eccellenti livelli di qualità, professionalità, servizio e competenza che offriamo quotidianamente ai nostri clienti", ha aggiunto Bernasconi. "Durante il 2010 continueremo nella nostra strategia di

sviluppo con 6 nuovi punti vendita da inaugurare che comporteranno anche un notevole impatto in termini di ritorno occupazionale”.

Vendite per settore merceologico rispetto al 2008

Nel 2009 quasi tutti i settori merceologici hanno registrato performance particolarmente positive. Nel dettaglio:

- il settore dei PC ha registrato un incremento del 12,3%;
- il segmento del bianco è cresciuto del 9,9%;
- leggero calo per i prodotti multimediali che registrano un - 8%;
- infine ottimo incremento per il mercato dei televisori, che registra un significativo + 33,2%

Informazioni su MEDIAMARKET

Prima catena di elettronica di consumo in Europa con 818 megastore, seconda a livello mondiale, MEDIAMARKT Saturn Holding GmbH, appartenente al gruppo METRO AG (DAX: MEO), opera in Italia con la denominazione MEDIAMARKET S.p.A. e possiede i marchi Media World, Saturn e Media World Compra On Line. Con un fatturato 2009 pari a 2.352 milioni di Euro e un organico di oltre 7.500 collaboratori, MEDIAMARKET rappresenta la principale realtà del settore in Italia.*

Media World è presente con 86 punti vendita collocati prevalentemente nei maggiori centri commerciali. Saturn, invece, si posiziona all'interno dei principali centri urbani e oggi è presente con 15 punti vendita, collocati nelle principali città italiane.

Media World Compra On Line è il portale di e-commerce, raggiungibile all'indirizzo www.mediaworld.it. Attivo dal 1999, è ad oggi il primo sito e-commerce di beni di elettronica B2C, in termini di accessi/anno e fatturato.

Per ulteriori informazioni, visitare i siti web www.mediaworld.it e www.saturn.it

**(anno commerciale 2009)*