

AGRIEURO

AGRIEURO SEMPRE PIÙ GRANDE IN EUROPA

AUMENTA L'INCIDENZA DELL'EXPORT SUL TOTALE DEL BUSINESS DI AGRIEURO

Spoleto, 01.06.2022 – Da ormai oltre un decennio, noi di AgriEuro siamo solidamente presenti sul mercato europeo dove negli anni abbiamo saputo alimentare il nostro posizionamento fino a raggiungere notevoli risultati. Il nostro portale è infatti attivo su **5 domini** (.COM in italiano; .FR in francese; .DE in tedesco; .ES in spagnolo; .CO.UK in inglese) e attualmente spediamo i nostri prodotti, oltre 8.000 macchine in pronta consegna, in tutta Europa.

Se oggi l'Italia continua a rappresentare il mercato più maturo per la nostra azienda, sebbene in costante evoluzione, è all'estero che AgriEuro gode di un più ampio margine di espansione. A testimonianza di un contesto oggi estremamente positivo, stiamo già registrando tassi di crescita interessanti in questa prima parte dell'anno, che ora andremo ad approfondire più nel dettaglio.

I dati relativi al fatturato di AgriEuro nel primo quadrimestre 2022 sono sicuramente significativi e sintomatici dello sviluppo capillare del brand in Europa. **A spiccare è indubbiamente la crescita dell'incidenza dell'export sul fatturato complessivo**, confermandosi così per il secondo anno consecutivo superiore al mercato italiano. Pur trattandosi al momento di dati parziali, questi vanno a segnalare una direzione precisa verso cui la nostra azienda si sta muovendo.

Come possiamo vedere dai grafici riportati di seguito, cresce nel primo quadrimestre del 2022 l'incidenza del fatturato estero su quello italiano attestandosi oggi al 58%, contro il 51% registrato alla fine dell'anno precedente. La quota relativa al mercato italiano è invece il 42% del fatturato totale, contro il 49% del 2021.

Ovviamente va considerato che si tratta di un'analisi ancora incompleta, basata esclusivamente sui primi quattro mesi del 2022. Nonostante ciò, si tratta di informazioni estremamente rilevanti per la definizione dei nostri obiettivi. Da una parte questi dati premiano le attività strategiche messe in atto per aumentare il valore e il peso internazionale del nostro business, dall'altra fungono da motore per successive politiche aziendali e futuri traguardi.

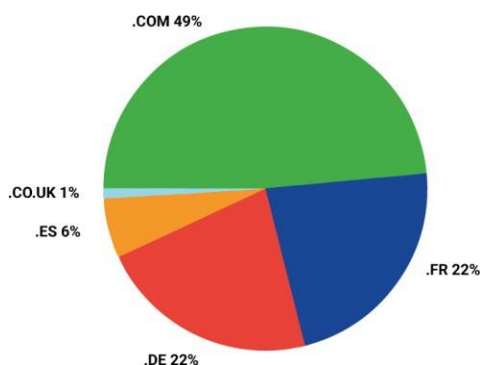


Figura 1 Fatturato AgriEuro 2021 (totale 5 domini)

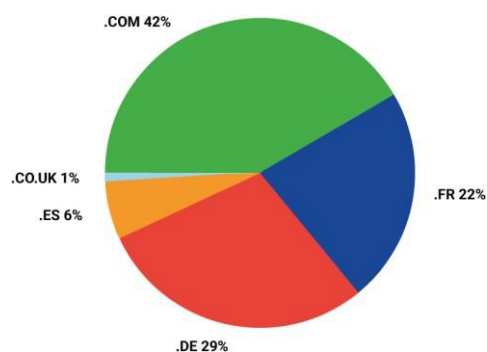


Figura 2 Fatturato AgriEuro 1° quadrimestre 2022 (totale 5 domini)

Continuando ad analizzare i dati rilevati, si conferma la **crescita a livelli esponenziali raggiunta dal mercato tedesco**. Quest'ultimo oggi **rappresenta ben il 29% del fatturato complessivo**, contro il 22% raggiunto nel 2021, confermando il ruolo di primaria importanza assunto dalla Germania per il nostro business. Segue poi l'incidenza giocata dal nostro dominio francese, pari al 22%, quello spagnolo (6%) e, infine, quello inglese (1%).

«È stata un'evoluzione esponenziale quella che abbiamo vissuto in Germania nell'ultimo biennio e, come per tutti i settori del nostro e-commerce, è stata sicuramente accelerata dalla pandemia. Nel 2021 il fatturato tedesco è raddoppiato rispetto all'anno precedente e oggi continua a crescere. Dall'anno scorso abbiamo potenziato il catalogo disponibile su [AgriEuro.de](https://www.agrieuro.de), offrendo così alla clientela tedesca quasi la stessa varietà di prodotti e di brand presenti su [AgriEuro.com](https://www.agrieuro.com)» afferma **Irina Danninger, coordinatrice dell'Ufficio Germania**. «Inoltre, il carrello medio del cliente tedesco presenta un importo maggiore rispetto a quello degli altri Paesi ed è in costante aumento. Questo perché vengono solitamente acquistati prodotti di grandi dimensioni e con un valore economico più elevato, come trattorini, biotrituratori e trincia. La costanza con cui il fatturato tedesco sta crescendo in questi anni va di pari passo con l'**aumento della notorietà e affidabilità del brand in Germania**, grazie all'implementazione di servizi specifici per ogni Paese, come ad esempio le traduzioni del sito stesso, l'internalizzazione di risorse madrelingua per il contatto diretto con il cliente e l'adozione delle modalità di pagamento più diffuse».

Parallelamente al trend positivo della crescita del mercato europeo, abbiamo registrato anche un **aumento generale del carrello medio e un incremento del conversion rate**.

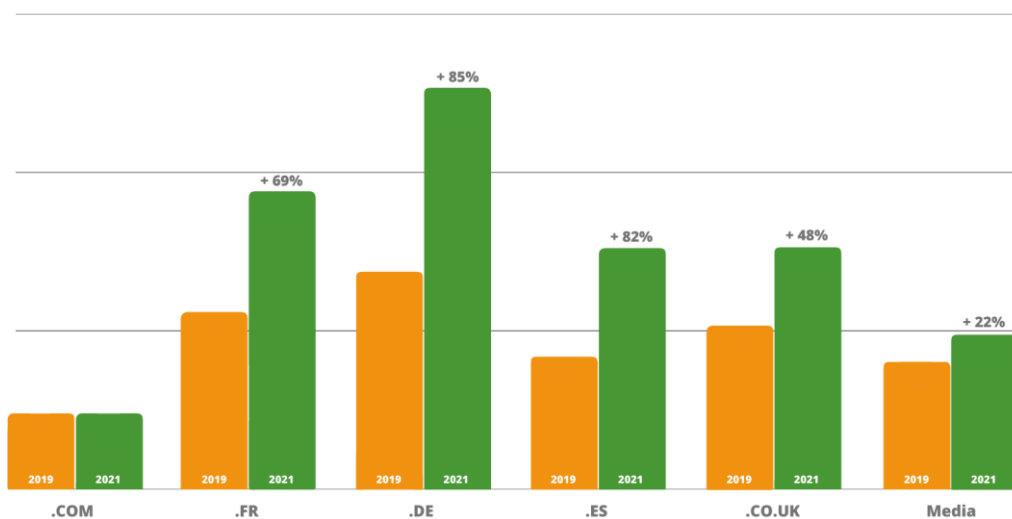


Figura 3 Aumento del carrello medio

In questi ultimi anni assistiamo a una crescita costante del carrello medio estero grazie a diversi elementi. Un fattore rilevante è sicuramente la diversa abitudine di acquisto online rispetto ai beni di ingente valore, più diffusa all'estero che in Italia e supportata da una cultura più vicina al mondo digitale. A ciò si aggiunge che dal 2020 in poi, durante il periodo della pandemia, per molto tempo i siti online hanno rappresentato l'unica opzione possibile di acquisto di beni non primari, comprese le macchine complesse per giardinaggio, agricoltura e casa – articoli per cui i retailer fisici sono sempre stati il vero punto di riferimento fino ad ora. Un momento storico, questo, che ha sicuramente accelerato il processo di crescita degli e-commerce nei diversi Paesi. In questi ultimi mesi, ad incrementare il valore del nostro carrello medio estero, ha concorso anche l'aumento generale dei costi di produzione e quindi, come diretta conseguenza, l'incremento del prezzo di vendita del prodotto al cliente finale. Aumenti che hanno riguardato trasversalmente tutti i settori e che sono stati causati sia dalla pandemia sia, poi, dalla guerra. Nel biennio 2019-2021, ad esempio,

possiamo vedere come il valore del carrello medio francese sia cresciuto del +69%, mentre la Germania si conferma il mercato dalla crescita più veloce con un carrello medio incrementato del +85%.

Dato importante è anche l'aumento del *conversion rate* che testimonia il grande lavoro fatto anche in termini di **notorietà e affidabilità del brand all'estero**. Grazie a tutti i servizi oggi offerti dal nostro e-commerce (**assistenza madrelingua, modalità di pagamento diversificate, vasta offerta di prodotti e marchi**), oggi assistiamo anche al consolidamento della reputazione del nostro e-commerce in Europa che sta ottenendo una sempre maggiore fiducia agli occhi degli utenti.

«AgriEuro è da anni ormai leader in Europa in termini dimensionali se confrontata con gli altri players del settore. I risultati raggiunti in questi ultimi anni sono eccezionali e stanno premiando gli sforzi fatti in questa direzione da parte di tutta l'azienda. Sicuramente aver costruito dei reparti interni dedicati per ogni mercato estero principale, costituiti da professionisti madrelingua, ha contribuito molto alla **costruzione di una brand awareness solida anche a livello internazionale**, su cui però oggi c'è ancora margine di miglioramento. Oggi competiamo, di fatto, con i maggiori marketplace da cui ci discostiamo per una filosofia di vendita completamente antitetica e basata sulla realizzazione di servizi esclusivi, progettati ad hoc per la nostra clientela (e il nostro e-commerce). Per il futuro prevediamo investimenti importanti di anno in anno e l'apertura nei prossimi anni anche di nuovi domini dedicati ad altri mercati esteri per l'ampliamento del nostro business» conclude **Filippo Settimi, Amministratore di AgriEuro**.

Margot Masci

Ufficio Stampa AgriEuro

margot.masci@agrieuro.com