

COMUNICATO STAMPA

EURONICS ITALIA E FRAMEN INSIEME PER IL LANCIO DEL RETAIL MEDIA NETWORK IN PROGRAMMATIC

Euronics Italia lancia il proprio Retail Media Network e sceglie FRAMEN come partner per la commercializzazione in programmatic, diventando la prima insegna del retail tech in Italia a rendere l'inventario di schermi digitali accessibile attraverso la pianificazione in programmatic.

- 6.120 schermi
- 122 location strategiche (di cui 66 all'interno di centri commerciali)
- 130 milioni di impressions annuali
- Strumenti di misurazione integrati
- Possibilità di promozione di prodotti endemici e non endemici

Milano, 8 luglio 2026 – **Euronics Italia**, tra i principali operatori italiani nel mercato dei technical goods con una quota di mercato che sfiora il 24% e una rete di 423 punti vendita tra diretti e affiliati, annuncia il lancio del proprio Retail Media Network e una **partnership strategica con FRAMEN**, piattaforma europea specializzata nella distribuzione e gestione di contenuti video in ambienti Digital Out of Home indoor, outdoor e Retail Media, scelta per la commercializzazione programmatica degli schermi digitali presenti nei punti vendita.

L'obiettivo della partnership è offrire ai brand un ecosistema capace di accompagnare il cliente lungo tutta la customer journey, dalla fase di ispirazione fino al momento dell'acquisto, con un approccio realmente full funnel.

Il Retail Media è oggi una delle aree a maggiore crescita del panorama pubblicitario internazionale: secondo una ricerca di Coresight Research, nel 2026 il mercato globale raggiungerà una valutazione stimata di 204 miliardi di dollari, con un tasso di crescita annuo del 14%, più del doppio rispetto al mercato pubblicitario nel suo complesso. Tra le tendenze che stanno ridisegnando il settore, due su tutte: i media in-store e la possibilità di pianificare in programmatic. Due elementi che stanno rimodellando il modo in cui i brand pianificano e acquistano gli spazi pubblicitari, con un controllo diretto su targeting, creatività e budget.

È in questo scenario che si inserisce la scelta di Euronics: per il Gruppo, il Retail Media rappresenta una leva strategica per valorizzare il proprio patrimonio distributivo, rafforzare la relazione con i brand e offrire ai clienti un'esperienza d'acquisto sempre più integrata tra fisico e digitale, in continuità con gli investimenti nell'innovazione tecnologica e nell'ecosistema omnicanale che il Gruppo porta avanti da tempo.

L'accordo segna inoltre un nuovo passo nel percorso di crescita di FRAMEN sul mercato italiano: in poco più di un anno la rete è passata da 75 a oltre 7.000 schermi, integrando coworking, hotel, palestre, cinema, ospedali, stazioni, traghetti, retailer, campi da padel, piste da sci, campi da golf, supermercati, mall e, da oggi, anche i punti vendita Euronics.

Il posizionamento strategico degli schermi, concentrati nel settore degli store dedicato all'esposizione e vendita di televisori ultra-HD e 4K, rappresenta un ulteriore punto di forza della futura offerta, unica nel suo genere per il mercato italiano e costruita ad hoc per generare il maggiore impatto possibile del messaggio pubblicitario sulla audience in circolazione all'interno dell'intera location.

Circa il 50% dei punti vendita Euronics è infatti situato all'interno di centri commerciali, consentendo ai brand di sviluppare efficaci strategie di Drive-to-Store e intercettare consumatori già in modalità shopping.

La rete raggiunge ogni settimana 374.000 visitatori, genera oltre 130 milioni di impression annue e offre un'audience adulta e qualificata: il 77% dei visitatori ha più di 36 anni, con un'elevata propensione all'acquisto e un tempo medio di permanenza in negozio superiore ai 20 minuti.

L'inventario sarà disponibile attraverso la piattaforma FRAMEN con pianificazione programmatica, geo-targeting per città, regione o singolo punto vendita, reporting in tempo reale e ottimizzazione automatica delle campagne.

La qualità del contesto retail si traduce anche in risultati misurabili. Secondo gli studi condotti da Lumen Research sulle campagne FRAMEN, il 94% delle persone nota almeno un'esposizione pubblicitaria, con un tempo medio di visualizzazione di 7,6 secondi, valori superiori ai benchmark del Digital Out of Home tradizionale. Nei cinque studi realizzati fino a oggi, le campagne hanno inoltre registrato un incremento medio della Brand Choice di +17 punti percentuali, confermando la relazione tra attenzione e risultati di business.

"Essere tra i primi in Italia a portare gli schermi dei nostri negozi nel mondo del programmatic è un traguardo di cui siamo orgogliosi" commenta **Serena Zilio, Marketing & Communication Director di Euronics Italia**. *"In pratica significa che da oggi un brand può acquistare spazio pubblicitario nei nostri punti vendita con la stessa semplicità con cui oggi si acquista una campagna online: pochi clic, targeting mirato per città o singolo negozio, risultati misurabili in tempo reale. Per Euronics il Retail Media non è una sperimentazione isolata, ma una leva strategica su cui continueremo a investire, perché unisce il valore della relazione fisica con i clienti alla precisione e alla scalabilità del digitale."*

Antonello Romano, Head of Supply di FRAMEN Italia, aggiunge: *"L'ingresso di Euronics rafforza ulteriormente la qualità della nostra inventory premium. Oggi mettiamo a disposizione dei brand un ecosistema che presidia i principali luoghi della vita quotidiana delle persone, creando continuità tra Digital Out of Home, Retail Media e strategie omnicanale."*

Antonella La Carpia, Country Lead Italy di FRAMEN, conclude: *"Per anni Digital Out of Home e Retail Media sono stati considerati due mercati distinti. Oggi crediamo che il loro vero valore emerga quando lavorano insieme. Con Euronics aggiungiamo un tassello strategico alla nostra visione: costruire un ecosistema video che accompagni il cliente dai luoghi in cui vive e lavora fino al punto vendita, combinando attenzione, dati, prossimità e capacità di generare risultati concreti per i brand. È questa la nuova frontiera della comunicazione full funnel."*

Scheda tecnica

6.120 schermi

122 location strategiche (di cui 66 all'interno di centri commerciali)

130 milioni di impression annuali

Strumenti di misurazione integrati

Possibilità di promozione di prodotti endemici e non endemici

Informazioni su Euronics Italia S.p.A.

Euronics è il gruppo italiano leader nella distribuzione di elettrodomestici ed elettronica con un fatturato aggregato che nel 2025 raggiunge i 2 miliardi di euro (Iva esclusa). Il Gruppo è

costituito da 10 imprenditori italiani presenti con 423 punti vendita su tutto il territorio nazionale – a insegna Euronics, Comet e Sme. Una presenza capillare che ha consentito il raggiungimento di una market share di assoluto rilievo grazie alla capacità di ascoltare le persone, avere un dialogo diretto con i clienti e promuovere la loro identità locale. Euronics Italia nasce nel 2001 dall'evoluzione di GET - il consorzio nato dall'unione di importanti rivenditori italiani del settore - e ha attivamente contribuito alla nascita di Euronics International.

Circa FRAMEN

FRAMEN è la **platform DOOH (Digital Out-of-Home) e Retail Media** intelligente che trasforma gli schermi in **engaging environment**. Integrando in modo seamless **content, targeted advertising** e informazioni in real-time, FRAMEN utilizza smart technology e data-driven precision per display su schermi in **premium location** come **coworking space, gyms e hotel**. Questo crea valore sia per le audience che per i **venue partner**. FRAMEN è una content distribution platform per schermi in spazi semi-pubblici. Questa **media tech scale-up** abilita il content playback su tutti gli schermi standard in aree commercialmente utilizzate. Attraverso FRAMEN, advertiser e location provider possono connettersi e condividere content rilevanti con le loro target audience. Usando il **FRAMEN Ads Manager**, gli advertiser possono prenotare programmaticamente, lanciare e gestire campagne in pochi minuti, oltre a valutare le performance in real-time. Contemporaneamente, gli operatori delle location possono **monetizzare** i loro schermi attraverso la fornitura di content utilizzando il **FRAMEN Screen Manager**. Con FRAMEN, si raggiunge la persona giusta al momento giusto, rendendo il digital media pubblico più impattante, dinamico ed efficiente.

Per maggiori informazioni:

Ufficio stampa Euronics Italia: Image Building – Milano
Gabriella Di Rosa; Tiziana Zumbo; Lidia De Giglio; Elisabetta Ghizzoni
Mailto: euronics@imagebuilding.it - Tel +39 02 89011300

FRAMEN – Media Contact: Antonella La Carpia - Country Lead Italy
Antonella.lacarpia@framen.com +39.3273779394