

# Haier



Milano, 1 luglio 2019

## ***Nuovi investimenti per il 2019: Haier lancia un piano di advertising basato sulla prossimità con il consumatore***

Haier, marchio numero uno al mondo sul mercato dei grandi elettrodomestici per il decimo anno consecutivo\*, prosegue la politica di investimenti in comunicazione che, per il secondo semestre del 2019, punta a coinvolgere a 360° il consumatore, tramite una più larga visibilità ed una maggiore prossimità.

Un rafforzamento della presenza digital e social, attraverso un'intensificazione della comunicazione sui canali Facebook e Instagram del brand.

Anche la videocomunicazione offline avrà un ruolo primario nella strategia di questa seconda metà dell'anno, a partire dal 24 Giugno infatti è prevista la rotazione video nelle stazioni ferroviarie di tutta Italia comprese e le stazioni metro di Milano, Roma e Brescia.

Il cuore del nuovo piano di comunicazione integrata, sarà la presenza strategica in tre selezionatissimi centri commerciali come Il Centro di Arese, Euroma 2 a Roma e a partire da metà Giugno: Orio Center di Bergamo. La formula scelta è quella del pop-up shop in galleria, uno spazio all'interno del quale i consumatori potranno vivere in prima persona i vantaggi della qualità e del design dei principali prodotti del marchio Haier.

L'obiettivo è far vivere l'esperienza Haier in un ambiente disegnato per essere in armonia con il brand per toccare con mano la qualità premium delle soluzioni di refrigerazione e lavaggio, come l'innovativa lavatrice a doppio cestello Haier Duo, l'eleganza in acciaio e vetro del frigorifero combinato Haier Iconic Glass, senza dimenticare le cantine vino e la rivelazione di quest'anno che sarà presentata a Settembre: la lavasciuga Super Drum per risultati professionali di lavaggio e asciugatura direttamente a casa propria.

*“Gli elettrodomestici Haier risultano sempre più una prima scelta, giustificata dalle ottime prestazioni e dall'affidabilità ritrovate nei nostri prodotti. Per noi quindi è fondamentale posizionarci come marchio di riferimento premium. Coerentemente con la filosofia che da sempre guida i nostri successi e che ci spinge alla vicinanza con il consumatore per intercettarne aspirazioni e bisogni, abbiamo deciso di puntare su un tipo di comunicazione che privilegiasse la prossimità fisica”,* ha detto Alessio Villa Country Manager di Haier Italia, commentando le strategie di comunicazione offline. *“Già dalla metà di giugno, per esempio, siamo presenti nel centro commerciale di Orio al Serio, a Bergamo, uno dei più importanti di Italia, con una selezione dei nostri 4 prodotti top di gamma, e questo ci ha permesso di registrare un'ottima affluenza sin dalla prima settimana di attività. Infine nell'ottica di aumentare la visibilità del marchio è stata anche individuata una location selezionata nel centro di Milano per l'attività di affissione”,* ha poi concluso.

\* Fonte Euromonitor International Limited: dati calcolati sul volume delle vendite al dettaglio nel 2018.

## **HAIER EUROPE**

Haier Europe è parte di Qingdao Haier Group, leader mondiale nel settore degli elettrodomestici, fondata nel 1989 e quotata alla Borsa di Shanghai dal 19 novembre 1993. Sin dalla sua fondazione, Qingdao Haier è cresciuta soddisfacendo le esigenze dei clienti attraverso il suo continuo impegno strategico verso innovazione, branding, R & D e la produzione intelligente combinati all'espansione nazionale e internazionale, che l'hanno portata a diventare uno dei maggiori produttori mondiali di elettrodomestici.

La visione del Gruppo è di diventare anche il leader globale nell' Internet of Things applicata agli elettrodomestici intelligenti.

Il Gruppo Qingdao Haier ha oggi una quota di mercato globale basata sui volumi del 15,4% sui grandi elettrodomestici, del 22,7% su apparecchi di refrigerazione indipendenti e del 19,8% su elettrodomestici per la casa (fonte: Euromonitor International) e un fatturato globale vicino ai 40 milioni di dollari.

Dal gennaio 2019, dopo la fusione delle attività di Candy Group, Haier è al quinto posto (fonte: Euromonitor International) in Europa per fatturato.

Haier Europe può contare su marchi di grande successo come Candy, Hoover, Haier, Rosières, GE Appliances e Fisher & Paykel che mirano alla leadership nei rispettivi segmenti di mercato e aree geografiche.

Haier Europe ha sede a Brugherio, in Italia.

\*\*\*

Per ulteriori informazioni

**Ad Hoc Communication – [www.ahca.it](http://www.ahca.it)**

Pietro Cavalletti (Mob. +39 335 1415577; [pietro.cavalletti@ahca.it](mailto:pietro.cavalletti@ahca.it))

Alessandro Michielli (Mob. +39 349/9295790; [alessandro.michielli@ahca.it](mailto:alessandro.michielli@ahca.it))