Wonderbox, ottime performance nel 2013

Ottimo 2013 per **Wonderbox**, gruppo specializzato in cofanetti Experiential gift. Presente in Italia dal 2008, la società ha chiuso l'anno passato con oltre 120.000 cofanetti viaggio & weekend venduti e un fatturato pari a 10 milioni di euro, in crescita del 20% sull'anno precedente. Attualmente, Wonderbox occupa la terza posizione per market share. “Il 2013 è andato molto bene: stiamo crescendo più velocemente rispetto all’espansione del mercato italiano nonostante la presenza di una concorrenza molto aguerrita" dichiara **Myriam Anajjar**, Country Manager Italia di Wonderbox. “Parlando invece di acquisti online il mercato italiano si sta sviluppando ma oggi rappresenta ancora solo circa il 5% delle nostre vendite. Molti consumatori, infatti, consultano i titoli in catalogo sul web per poi recarsi nel punto vendita a comprare il cofanetto prescelto". **Tra tutte le tipologie di esperienze da regalare o regalarsi, i clienti italiani di Wonderbox privilegiano nettamente (60/65%) i cofanetti che abbinano il soggiorno alla cena o alla seduta presso un centro benessere.** In generale, le preferenze premiano i cofanetti multitematici, scelti nella prospettiva di offrire ai destinatari la maggior facoltà di scelta e di personalizzazione.
Per quanto riguarda i programmi per il prossimo futuro, Wonderbox è determinata a rafforzarsi ulteriormente per continuare a cavalcare la crescita del mercato italiano. Per il prossimo futuro, aggiunge Myriam Anajjar “Presenteremo una nuova collezione che sarà totalmente innovativa, distaccandosi in modo netto dalle precedenti e dalle proposte dei competitor. Cambierà, infatti, il paradigma dei cofanetti regalo, che andrà incontro direttamente alle esigenze del cliente. D’altra parte, il nostro punto di forza risiede nell’innovazione, e per innovare sul serio bisogna assumersi il rischio di esplorare strade nuove".