

COMUNICATO STAMPA

ANCORA UN ANNO DI CRESCITA PER HOLYART CHE CHIUDE IL 2022 A 15 MILIONI DI EURO, IN AUMENTO DI OLTRE L'8% RISPETTO AL 2021

Dal 2019 (pre-pandemia) Holyart ha quasi raddoppiato il fatturato e si conferma il primo sito di e-commerce specializzato in arte sacra e articoli religiosi in Italia e in Europa

A trainare la crescita le vendite all'estero che nel 2022 valgono il 70% del fatturato: il mercato statunitense è al secondo gradino del podio dopo quello europeo e registra la migliore performance con un aumento di oltre il +30% rispetto al 2021

Ricavi in crescita anche nel primo trimestre del 2023

Reggio Emilia, 26 luglio 2023 – **Holyart**, il primo e-commerce di articoli religiosi e arte sacra con un catalogo di oltre 60.000 prodotti, **ha chiuso il 2022 con un fatturato di oltre 15 milioni di euro**, in crescita di oltre l'8% rispetto all'esercizio precedente e un **EBITDA positivo, in crescita del 4,2% rispetto al 2021**. Lo *shop* online guidato da **Stefano Zanni** prosegue anche nel 2022 il suo percorso di crescita in un anno in cui anche i grandi player dell'e-commerce a livello internazionale, a partire da Amazon, hanno subito una forte battuta d'arresto nelle vendite online.

Negli ultimi tre esercizi il fatturato di Holyart è quasi raddoppiato, passando dagli 8 milioni a chiusura del 2019 ai 15 milioni del 2022, con tassi di crescita medi annui nel periodo di oltre il 26%. A trainare la crescita le vendite all'estero dove Holyart ha realizzato il 70% del fatturato e dove sta consolidando il suo posizionamento competitivo grazie all'ampiezza del catalogo e ai prodotti di qualità Made in Italy venduti e spediti a **oltre 800.000 clienti in 160 Paesi** nel mondo. In evidenza soprattutto i mercati europeo e statunitense, con quest'ultimo che, dopo l'Europa, è diventato il secondo mercato in termini di fatturato ed è quello che nel 2022 ha registrato la migliore performance (+ 30% l'aumento del fatturato nell'esercizio).

*«Nel 2022 abbiamo continuato a crescere ed è un risultato molto positivo e per nulla scontato alla luce dell'andamento delle vendite online di prodotti a livello internazionale, in cui anche colossi come Amazon hanno subito una forte battuta d'arresto – ha commentato **Stefano Zanni, CEO e co-founder di Holyart** – Il risultato che abbiamo realizzato nel 2022 è particolarmente rilevante perché siamo riusciti ad aumentare le vendite dopo i due anni di pandemia, il 2020 e il 2021, in cui la crescita è stata esplosiva. Quest'anno si sta confermando un anno di assestamento, in cui puntiamo a consolidare i risultati realizzati negli anni della pandemia. Per proseguire lungo questo positivo percorso di crescita continueremo a investire per rafforzare il nostro posizionamento come primo e-commerce del settore, soprattutto all'estero».*

In poco più di 15 anni Holyart è diventata l'Amazon degli articoli sacri e religiosi perché per prima ha digitalizzato un settore in cui il Made in Italy è indiscutibilmente un punto di forza, un settore composto da una miriade di piccoli artigiani sparsi in tutta Italia. Holyart è il one stop shop della fede con più referenze al mondo, oltre 60mila: un risultato che ha richiesto anni di lavoro, di ricerca e selezione dei fornitori, in Italia e in parte anche nel resto d'Europa. Per digitalizzare il processo di acquisto Holyart ha standardizzato le diverse fasi di cui si compone, dalla creazione delle immagini dei prodotti - foto e video che Holyart realizza in un vero e proprio studio fotografico interno di oltre 200mq - alle descrizioni e alle schede tecniche multilingue, dalla gestione del magazzino alle spedizioni in tutto il mondo.

“Il 90% dei prodotti che vendiamo sono nel nostro magazzino. Li compriamo per venderli e spedirli in tutto il mondo. Negli anni abbiamo scoperto e selezionato oltre 240 artigiani in tutta Italia di cui in molti casi siamo i principali clienti. Molti sono delle eccellenze artigianali del Made in Italy che probabilmente non avrebbero resistito alle pressioni della globalizzazione e, più recentemente, della pandemia, senza il canale di vendita internazionale del nostro e-commerce”, spiega Stefano Zanni, CEO e co-founder di Holyart.

Nel 2022 Holyart ha ricevuto, gestito e completato più di 160.000 ordini con un carrello medio per ordine di quasi 94 euro e durante il Black Friday ha raggiunto il record di 1.900 ordini in un solo giorno. A livello di fatturato, invece, il record è stato registrato durante il Cyber Monday con 170.000 euro raggiunti in quell'occasione. In generale durante i giorni di Black Friday e Cyber Monday, Holyart ha realizzato 6.700 ordini e conseguito ricavi per oltre 560.000 euro, facendo segnare un +26% rispetto al 2021.

Lo scorso anno sono stati 7,5 milioni gli utenti totali che hanno visitato il sito o hanno fatto il proprio accesso sull'app Holyart, con 174.000 nuovi clienti registrati su Holyart.it.

Holyart

Fondata nel 2006 da Stefano Zanni, oggi **Holyart è il più grande e-commerce** di arte sacra e articoli religiosi **al mondo**. Con un catalogo di oltre **60.000 prodotti**, più di **800mila clienti** in **160 Paesi** nel mondo dalla sua nascita, nel 2022 Holyart ha gestito **più di 160mila ordini** e realizzato un fatturato di **15 milioni di euro**, in crescita dell'8% rispetto al 2021. Dopo l'Europa gli Stati Uniti costituiscono il secondo mercato in termini di fatturato, in forte espansione. Holyart impiega circa **50 dipendenti** e ha un magazzino di oltre **10.000mila mq**. Si rivolge sia ai credenti sia ai sacerdoti di fede cristiana a cui offre una selezione molto ampia ed eterogenea di articoli religiosi: dai presepi ai crocifissi, dai rosari alle statue religiose, dalle eccellenze alimentari e cosmetiche di molti monasteri in Italia e in Europa ai ceri e agli incensi, dai paramenti sacri agli abiti ecclesiastici e molto altro ancora.

Be Media – Ufficio stampa Holyart

Serena Battiloro

s.battiloro@bemedia.it

340 1869091

Federico Spagna

f.spagna@bemedia.it

389 0209835

Erika Cappellini

e.cappellini@bemedia.it

334 7714487