

## COMUNICATO STAMPA

### UNIEURO S.P.A.: RISULTATI POSITIVI NEL PRIMO SEMESTRE 2018/19

- Ricavi pari a 908,5 milioni di Euro, +11,7% rispetto agli 813,7 milioni del primo semestre 2017/18
- EBITDA Adjusted<sup>1</sup> a 15,6 milioni di Euro, +6,5% rispetto ai 14,7 milioni del primo semestre 2017/18
- Risultato netto Adjusted<sup>2</sup> positivo per 0,4 milioni di Euro
- Adjusted levered free cash flow<sup>3</sup> in miglioramento
- Risultati supportati dalle azioni di crescita intraprese, che hanno portato a un'espansione del network di negozi e delle attività digitali

Forlì, 14 novembre 2018 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici per numero di punti vendita in Italia, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato la Relazione Finanziaria Semestrale del Gruppo al 31 agosto 2018.

Il primo semestre dell'esercizio 2018/19 di Unieuro - seppur non particolarmente significativo per via della stagionalità del business, che concentra ricavi e profitti nel secondo semestre e a ridosso del periodo festivo natalizio e del sempre più rilevante Black Friday - si è chiuso con risultati positivi e in crescita. I ricavi sono aumentati dell'11,7% a quota 908,5 milioni di Euro, mentre l'EBITDA Adjusted<sup>1</sup> è cresciuto del 6,5%, attestandosi a 15,6 milioni. Le azioni di crescita intraprese hanno portato a un'espansione del network di negozi, aumentato di 23 unità rispetto al 31 agosto 2017, e delle attività digitali di Unieuro.

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, amministratore delegato di Unieuro, ha dichiarato: *“Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti nella prima parte dell'anno, tradizionalmente meno rilevante in termini di business ma significativa rispetto a trend di mercato e dinamiche competitive. La nostra strategia di crescita*

---

<sup>1</sup> L'EBITDA Adjusted è dato dall'EBITDA rettificato: (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti e (ii) degli effetti derivanti dalla rettifica dei ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza, quale conseguenza del cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta.

<sup>2</sup> Il Risultato Netto Adjusted è calcolato come Risultato Netto aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'EBITDA Adjusted, (ii) delle rettifiche degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti, (iii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti e (iv) dell'impatto fiscale teorico di tali adjustments..

<sup>3</sup> L'Adjusted Levered Free Cash Flow è definito come flusso di cassa consolidato generato/assorbito dall'attività operativa al netto dell'attività di investimento rettificata per investimenti non ricorrenti e degli altri flussi operativi non ricorrenti, e comprensivo delle rettifiche per oneri (proventi) non ricorrenti, della loro componente non monetaria e del relativo impatto fiscale.

*omnicanales ha prodotto ancora una volta i frutti attesi, consentendo a Unieuro di sovraperformare il mercato nei principali canali e categorie di prodotto”*

*“Confortati dal buon andamento dei ricavi nei mesi di agosto, settembre e ottobre, guardiamo con ottimismo al Black Friday e alla stagione natalizia, che anche quest’anno saranno cruciali.” – ha aggiunto Giancarlo Nicosanti Monterastelli – “Un contributo importante arriverà dalla tempestiva riapertura dei negozi ex-DPS ed ex-Galimberti che abbiamo acquisito di recente, così come fondamentale sarà il dialogo avviato per tempo con i fornitori, che ci permetterà di confezionare offerte accattivanti e al contempo profittevoli.”*

### **Ricavi al 31 agosto 2018<sup>4</sup>**

Nel semestre in esame Unieuro ha conseguito Ricavi<sup>4</sup> pari a 908,5 milioni di Euro, in crescita dell’11,7% rispetto agli 813,7 milioni dello stesso periodo dell’anno precedente, con un incremento di 94,8 milioni di Euro.

La dinamica dei ricavi ha beneficiato dell’ampliamento del perimetro di attività connesso alle acquisizioni concluse a partire dal secondo trimestre 2017/18, con particolare riferimento a Monclick (consolidata dal 1° giugno 2017), ai 21 punti vendita appartenuti ad Andreoli S.p.A. (riaperti il 1° luglio 2017), al flagship store nel centro commerciale Euroma2 (inaugurato il 20 settembre 2017), nonché ai 19 negozi rilevati da Gruppo Cerioni S.p.A. (riaperti tra novembre 2017 e gennaio 2018).

L’evoluzione dei **Ricavi like-for-like<sup>5</sup>** - ovvero la comparazione delle vendite del primo semestre 2018/19 con quelle dell’analogo periodo dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – è positiva e pari al +1,0%, nonostante il preventivato impatto dei nuovi negozi (non rientranti nel like-for-like) sulla rete preesistente. Escludendo invece dal perimetro di analisi i punti vendita interessati da tale effetto in quanto limitrofi a nuovi negozi, le vendite like-for-like sono in crescita del 4,3%.

Si segnala che a partire dal primo semestre 2018/19, le modalità di calcolo dei ricavi like-for-like sono state rimodulate sulla base della metodologia adottata dai principali player del mercato di riferimento, con l’obiettivo di fornire una migliore rappresentazione dell’andamento gestionale a parità di perimetro. La serie storica dei dati di crescita like-for-

---

<sup>4</sup> Dal 1° marzo 2018, Unieuro ha applicato l’IFRS 15 retroattivamente con effetto cumulativo alla data di prima applicazione (ossia, il 1° marzo 2018). Pertanto, le informazioni relative al periodo di confronto non sono state rideterminate, ovvero sono presentate secondo lo IAS 18, lo IAS 11 e le relative interpretazioni. Per maggiori dettagli, si rimanda alla nota 2.5.1 “Cambiamenti dei principi contabili” del Bilancio Consolidato Semestrale Abbreviato.

<sup>5</sup> La crescita dei Ricavi like-for-like è calcolata includendo: (i) i negozi retail e travel operativi da almeno un intero esercizio alla data di chiusura del periodo di riferimento, al netto dei punti vendita interessati da una significativa discontinuità operativa (es. chiusure temporanee e refurbishment di importanti dimensioni) e (ii) l’intero canale online. Si segnala che la precedente metodologia di calcolo dei Ricavi like-for-like non includeva totalmente il canale online.

like ricalcolati secondo la nuova metodologia è allegata al presente comunicato stampa.

### **Ricavi<sup>4</sup> per canale di vendita**

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi consolidati)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 agosto 2018		31 agosto 2017			
		%		%		%
<i>Retail</i>	640,6	70,5%	572,3	70,3%	68,3	11,9%
<i>Online</i>	99,6	11,0%	71,6	8,8%	28,0	39,1%
<i>Wholesale<sup>6</sup></i>	95,1	10,5%	95,5	11,7%	(0,4)	(0,4%)
<i>B2B<sup>5</sup></i>	60,5	6,7%	62,4	7,7%	(1,9)	(3,0%)
<i>Travel</i>	12,7	1,4%	11,9	1,5%	0,8	6,9%
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>908,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>813,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>94,8</b>	<b>11,7%</b>

**Il canale *Retail*** (70,5% dei ricavi totali) - che al 31 agosto 2018 era composto da 226 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha visto un incremento dell'11,9% delle proprie vendite a 640,6 milioni di Euro, principalmente per effetto dell'aumento del parco negozi in seguito alle acquisizioni effettuate a partire dal secondo trimestre del precedente esercizio.

**Il canale *Online*** (11,0% dei ricavi totali) ha generato 99,6 milioni di Euro di ricavi (+39,1%) registrando una crescita di 28,0 milioni rispetto al primo semestre dell'esercizio precedente. La positiva performance è attribuibile al successo delle iniziative commerciali, ai buoni risultati della strategia di crescita sulle categorie di prodotto alto marginanti, in particolare piccoli e grandi elettrodomestici, e al costante rilascio di nuove funzionalità e miglioramenti della piattaforma unieuro.it - finalizzati anche ad aumentare il presidio dell'importante segmento *mobile* - indispensabili per fidelizzare i clienti e attrarne al contempo di nuovi. Contribuisce inoltre positivamente ai ricavi Online la controllata Monclick S.r.l., che ha apportato nel semestre ricavi per 18,9 milioni di Euro. Al netto dei ricavi di Monclick, la crescita organica delle attività web di Unieuro è stata pari al 32,1% e ha sovraperformato ancora una volta il mercato di riferimento.

**Il canale *Wholesale<sup>6</sup>*** (10,5% delle vendite complessive) - che al 31 agosto 2018 era composto da 270 punti vendita di Affiliati, contraddistinti da metrature ridotte e dislocati in aree caratterizzate da un ristretto bacino d'utenza - ha registrato ricavi pari a 95,1 milioni di Euro sostanzialmente in linea rispetto ai 95,5 milioni del periodo precedente, anche a seguito della continua e fisiologica azione di razionalizzazione del network che ha

<sup>6</sup> Ai fini di una migliore rappresentazione, si è proceduto a riclassificare dal canale *Wholesale* al canale B2B le forniture di merci verso un cliente continuativo che opera sul mercato dell'elettronica di consumo senza l'utilizzo del brand Unieuro.

comportato un calo di 3 unità del numero di punti vendita rispetto al primo semestre del precedente esercizio, a cui si è sommato il preventivato impatto dei nuovi negozi diretti sulla rete *Wholesale*.

**Il canale *Business-to-Business*<sup>6</sup>** (6,7% dei ricavi totali) - che si rivolge a clienti professionali, anche esteri, che operano in settori diversi da quelli di Unieuro, quali catene di hotel e banche, nonché a operatori che hanno la necessità di acquistare prodotti elettronici da distribuire ai loro clienti abituali o ai dipendenti in occasione di raccolte punti, concorsi a premio o di piani di incentivazione (cosiddetto segmento B2B2C) - ha registrato nel semestre ricavi per 60,5 milioni di Euro, in calo del 3% rispetto ai 62,4 milioni del primo semestre 2017/2018. L'apporto della controllata Monclick è stato pari a 9,1 milioni di Euro.

Infine, il **canale *Travel*** (1,4% dei ricavi totali) - composto da 11 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti e stazioni ferroviarie - ha registrato ricavi pari a 12,7 milioni di Euro in crescita di circa 0,8 milioni (+6,9%).

### **Ricavi<sup>4</sup> per categoria merceologica<sup>7</sup>**

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 agosto 2018	%	31 agosto 2017	%		%
<i>Grey</i>	437,7	48,2%	387,7	47,6%	50,1	12,9%
<i>White</i>	239,2	26,3%	225,3	27,7%	13,9	6,2%
<i>Brown</i>	154,3	17,0%	132,5	16,3%	21,8	16,5%
Servizi	38,9	4,3%	30,1	3,7%	8,8	29,4%
Altri prodotti	38,4	4,2%	38,2	4,7%	0,2	0,6%
<b>Totale ricavi consolidati</b>	<b>908,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>813,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>94,8</b>	<b>11,7%</b>

La categoria ***Grey*** (48,2% dei ricavi totali) - ovvero macchine fotografiche, videocamere, smartphone, tablet, computer e portatili, monitor, stampanti, accessori per la telefonia nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili - ha generato ricavi per 437,7 milioni di Euro, in aumento del 12,9% rispetto ai 387,7 milioni dell'anno precedente grazie al positivo andamento del segmento Telefonia, che ha beneficiato dello spostamento di mix verso l'alto di gamma e delle buone performance di alcuni nuovi modelli.

<sup>7</sup> La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione adottata dai principali esperti del settore si segnala pertanto che la classificazione dei ricavi per categoria viene periodicamente rivista al fine di garantire la comparabilità dei dati del Gruppo con quelli di mercato.

La categoria **White** - che rappresenta il 26,3% delle vendite ed è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, bollitori, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 239,2 milioni di Euro, in crescita del 6,2% rispetto ai 225,3 milioni dell'anno precedente, grazie alla continua strategia di focalizzazione sulle categorie alto marginanti e nonostante l'anticipazione a febbraio 2018 di un'importante promozione dedicata al segmento White (Passione Casa), nonché l'impatto di una stagione estiva meno torrida rispetto all'anno precedente sulle vendite di condizionatori.

La categoria **Brown** (17,0% dei ricavi totali) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto, nonché di sistemi di memoria - ha conseguito nel semestre in esame un'importante crescita del fatturato a quota 154,3 milioni di Euro (+16,5% rispetto ai 132,5 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente), in marcata controtendenza rispetto al mercato. La categoria ha beneficiato del crescente successo dei televisori di fascia alta, in particolare ultraHD e OLED, e dell'effetto traino dei Mondiali di calcio 2018.

La categoria **Servizi** (4,3% dei ricavi totali) ha visto una crescita dei ricavi del 29,4% a 38,9 milioni di Euro, grazie all'espansione della rete di vendita e al continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, con particolare riferimento alle estensioni di garanzia e al credito al consumo.

Infine, la categoria **Altri prodotti** (4,2% dei ricavi totali), che include sia le vendite del settore entertainment, sia di altri prodotti non compresi nel mercato dell'elettronica di consumo come gli hoverboard o le biciclette, ha registrato ricavi per 38,4 milioni di Euro, pressoché stabili per via della debole performance della mobilità elettrica e della sostanziale stabilità dell'entertainment.

## EBITDA Adjusted<sup>1</sup>

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 agosto 2018			31 agosto 2017			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche <sup>8</sup>	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi	908,5			813,7			94,8	11,7%
<b>Ricavi delle vendite</b>	<b>908,5</b>			<b>813,7</b>			<b>94,8</b>	<b>11,7%</b>
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(704,0)	(77,5%)	0,0	(635,5)	(78,1%)	2,7	(68,5)	10,8%
Costi per Affitti	(35,1)	(3,9%)	0,1	(29,9)	(3,7%)	0,7	(5,2)	17,5%
Costi di Marketing	(23,6)	(2,6%)	0,2	(24,8)	(3,0%)	1,0	1,2	(4,9%)
Costi di Logistica	(23,3)	(2,6%)	0,4	(18,2)	(2,2%)	0,7	(5,1)	28,3%
Altri costi	(28,6)	(3,1%)	2,3	(23,0)	(2,8%)	5,7	(5,6)	24,4%
Costi del Personale	(79,7)	(8,8%)	1,5	(68,7)	(8,4%)	3,3	(11,1)	16,1%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(1,5)	(0,2%)	(0,1)	(1,8)	(0,2%)	0,3	0,3	(15,2%)
Ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza - cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta	3,1	0,3%	3,1	2,9	0,4%	2,9	0,2	6,9%
<b>Consolidated Adjusted EBITDA</b>	<b>15,6</b>	<b>1,7%</b>	<b>7,4</b>	<b>14,7</b>	<b>1,8%</b>	<b>17,3</b>	<b>0,9</b>	<b>6,5%</b>

Nel corso del primo semestre 2018/2019, l'**EBITDA Adjusted<sup>1</sup>** di Unieuro è cresciuto del 6,5% attestandosi a 15,6 milioni di Euro (pari all'1,7% dei ricavi), rispetto ai 14,7 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

La redditività è stata influenzata dai fenomeni di stagionalità tipici del mercato dell'elettronica di consumo, che registra maggiori ricavi e costi di acquisto delle merci nella parte finale di ogni esercizio, mentre i costi operativi presentano un andamento più lineare data la presenza di una componente di costi fissi (personale, affitti e spese generali) che hanno una distribuzione uniforme nell'arco dell'esercizio.

<sup>8</sup> La voce rettifiche include sia i proventi/(oneri) non ricorrenti che l'aggiustamento per il cambiamento di modello di business delle garanzie, classificato alla voce "Cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta". L'aggiustamento si propone quindi di rappresentare, in ciascun esercizio di riferimento, la stima del margine derivante dalla vendita dei servizi di estensione di garanzia già venduti (ed incassati) a partire dal Cambiamento del Modello di Business come se Unieuro avesse sempre operato secondo l'attuale modello di business. In particolare, la stima del margine è rappresentata dai ricavi, che erano stati sospesi nei risconti passivi al fine di essere differiti agli esercizi nei quali ricorreranno le condizioni per il loro riconoscimento, al netto dei costi futuri per la prestazione del servizio di estensione di garanzia, ipotizzati dal Gruppo sulla base di informazioni storiche circa la natura, la frequenza e il costo degli interventi di assistenza.

## Risultato netto Adjusted<sup>2</sup>

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 agosto 2018			31 agosto 2017			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
<b>Consolidated Adjusted EBITDA</b>	<b>15,6</b>	<b>1,7%</b>	<b>7,4</b>	<b>14,7</b>	<b>1,8%</b>	<b>17,3</b>	<b>0,9</b>	<b>6,5%</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(12,3)	(1,4%)	0,3	(9,8)	(1,2%)	0,0	(2,5)	25,6%
Proventi e oneri finanziari	(2,2)	(0,2%)	(1,5)	(2,5)	(0,3%)	0,0	0,3	(10,8%)
Imposte sul reddito <sup>9</sup>	(0,7)	(0,1%)	(0,6)	0,7	0,1%	(1,5)	(1,4)	(202,0%)
<b>Risultato del periodo consolidato Adjusted</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0%</b>	<b>(1,8)</b>	<b>3,1</b>	<b>0,4%</b>	<b>(1,5)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(87,0%)</b>

Il **Risultato netto Adjusted<sup>2</sup>** di Unieuro nel primo semestre dell'esercizio in corso è stato pari a 0,4 milioni di Euro, rispetto ai 3,1 milioni conseguiti nello stesso periodo del 2017/18, per effetto dell'incremento degli ammortamenti conseguenti agli investimenti legati alle acquisizioni e delle svalutazioni di asset relativi ai punti vendita chiusi nel periodo. La variazione delle imposte, temporanea e destinata a riassorbirsi nel corso dell'esercizio, ha generato un ulteriore peggioramento dell'indicatore tra i due periodi. Per contro, un contributo positivo alla redditività netta è arrivato dall'EBITDA Adjusted<sup>1</sup> e dai risparmi sugli oneri finanziari connessi alla completa rimodulazione delle linee di credito, siglata a dicembre 2017.

## Investimenti

Nel corso del primo semestre 2018/19, Unieuro ha posto in essere investimenti netti (**capex**) per 8,4 milioni di Euro, rispetto ai 17,9 milioni di Euro afferenti al corrispondente periodo dello scorso esercizio.

Gli investimenti di natura ordinaria, ammontanti a 4,4 milioni di Euro, sono riconducibili agli interventi per l'ampliamento e il rinnovo della rete di negozi diretti, che hanno portato a 3 nuove aperture, 2 chiusure e 2 refurbishment e una relocation nel corso del semestre. Sono inoltre stati acquistati nuovi sistemi hardware, software e licenze, nonché sostenuti

<sup>9</sup> Gli impatti fiscali delle rettifiche sono stati determinati utilizzando l'aliquota fiscale teorica ritenuta appropriata pari al 8,7% al 31 agosto 2018 e al 31 agosto 2017 che incorpora IRES al 4,8% (ottenuto abbattendo dell'80% il reddito IRES imponibile, grazie alla possibilità di utilizzo di perdite pregresse) e IRAP al 3,9%.

costi di sviluppo relativi agli applicativi preesistenti, in ottica di digitalizzazione dei negozi e miglioramento continuo delle piattaforme *online*.

I restanti 4 milioni di Euro di investimenti, di natura non ricorrente, si riferiscono per lo più alla realizzazione del nuovo hub logistico di Piacenza (3,2 milioni di Euro su un investimento complessivo previsto pari a circa 11 milioni), che è stato inaugurato il 12 ottobre e che ha portato al sostanziale raddoppio della capacità logistica di Unieuro, a sostegno della crescita attuale e prospettica.

L'attività di crescita esterna mediante **acquisizioni** ha assorbito 3,4 milioni di Euro, interamente pagati nel periodo e relativi all'acquisto di un ramo di azienda di DPS Group S.r.l. in fallimento, formato da 8 negozi ex-Trony in cinque diverse regioni italiane, della superficie complessiva di oltre 10 mila mq. Nel primo semestre 2017/18, il controvalore delle acquisizioni si era attestato a 12,9 milioni di Euro.

### **Indebitamento finanziario netto**

Al 31 agosto 2018 l'indebitamento finanziario netto di Unieuro si è attestato a 55,3 milioni di Euro (era pari a 4,5 milioni al 28 febbraio 2018), per l'effetto combinato della distribuzione del dividendo nel mese di giugno 2018 (20,0 milioni di Euro), del flusso di cassa netto assorbito dall'attività operativa (19,8 milioni) alla luce della normale stagionalità del business, nonché degli investimenti sopra descritti (11,8 milioni). Si segnala il sostanziale miglioramento dell'indebitamento finanziario netto rispetto al 31 agosto 2017, quando si era attestato a 75,8 milioni di Euro.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow**<sup>3</sup>, l'indicatore ritenuto da Unieuro più appropriato per misurare la generazione di cassa del periodo, è passato dai -26,8 milioni di Euro del primo semestre 2017/18 ai -22,4 milioni del periodo in esame, grazie soprattutto al minor livello di investimenti realizzati.

### **Eventi ed operazioni di rilievo del periodo**

#### ***Anticipazione della data di pagamento del dividendo***

Il 26 marzo 2018, in concomitanza con l'approvazione dei ricavi preliminari dell'esercizio 2017/2018, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato l'anticipazione al mese di giugno 2018 della data di stacco del dividendo a valere sugli utili del bilancio chiuso al 28 febbraio 2018, nonché il versamento dello stesso in un'unica soluzione al fine di anticipare di quattro mesi la totale distribuzione della cedola da parte dei Soci.

#### ***La nuova campagna di comunicazione***

A quasi quattro anni di distanza dall'operazione di rebranding, che già aveva marcato una netta discontinuità rispetto ai tradizionali schemi del settore, Unieuro ha lanciato in aprile

un nuovo format di comunicazione, contemporaneo e omnicanale, nel segno della continuità strategica e dell'esaltazione dei propri valori di marca.

### ***L'App supera il milione di download***

Sempre in aprile, l'app Unieuro ha registrato il milionesimo download, confermandosi tra le prime venti applicazioni di shopping più scaricate da Apple Store e Google Play in Italia. Lanciata solo un anno prima, l'app Unieuro è uno strumento cardine della strategia omnicanale dell'azienda poiché garantisce agli utenti un'esperienza di acquisto integrata e completa.

### ***L'accordo di esclusiva per il marchio Ignis***

Il 3 maggio, Unieuro e Whirlpool Italia hanno annunciato un'importante *partnership* per la commercializzazione in esclusiva, in Italia, dei grandi elettrodomestici a marchio Ignis. L'accordo punta a rafforzare la leadership di Unieuro nella categoria *White* grazie ad una gamma prodotti dedicata ed in continuo sviluppo, composta da oltre 40 referenze, nonché alla forza dello storico marchio Ignis, presente sul mercato italiano da oltre 70 anni.

### ***L'Assemblea degli Azionisti 2018***

Il 5 giugno 2018, l'Assemblea degli Azionisti di Unieuro, riunitasi a Forlì in sede ordinaria, in unica convocazione, ha approvato il Bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2018; deliberato la destinazione dell'utile di esercizio, la copertura delle cosiddette "riserve negative" e la distribuzione di un dividendo di 1 Euro per azione, per complessivi 20 milioni di Euro, successivamente pagato in data 13 giugno 2018; espresso voto favorevole sulla prima sezione della Relazione sulla remunerazione.

### ***L'acquisizione di 8 negozi ex-DPS (Trony)***

Il 24 luglio, Unieuro ha annunciato l'acquisizione di un ramo d'azienda di DPS Group S.r.l. in fallimento, composto da 8 negozi ex-Trony - non operativi al momento dell'annuncio - situati nelle province di Milano (3), Imperia (2), Padova, Potenza e Taranto.

I negozi, che vantano una superficie complessiva di oltre 10 mila mq e ricavi potenziali a regime per almeno 50 milioni di Euro, sono stati selezionati fra 35 ex-punti vendita DPS in modo da garantire la miglior complementarietà con la già capillare rete di Unieuro, fornendo al contempo significative opportunità di sinergie e la possibilità di rafforzare il presidio della città di Milano.

Il controvalore dell'operazione è stato pari a 3,4 milioni di Euro, finanziati ricorrendo alla liquidità e alle linee di credito disponibili.

### ***Eventi ed operazioni di rilievo successivi alla chiusura del periodo***

#### ***La riapertura di sette negozi ex-DPS (Trony)***

In data 15 settembre, sono stati riaperti al pubblico i sei negozi di Albisagnego (Padova), Camporosso (Imperia), Imperia, Melfi (Potenza), Paderno Dugnano (Milano) e Taranto, in precedenza appartenuti a DPS Group S.r.l..

Il successivo 6 ottobre, preceduta da un'imponente campagna pubblicitaria locale, è avvenuta anche la riapertura del punto vendita di Milano San Babila: uno spazio di 1.150 mq all'interno della centralissima stazione della metropolitana, destinato a rafforzare il presidio di Unieuro nella città meneghina portando il brand in una delle aree commerciali più importanti e vivaci a livello nazionale.

### ***L'inaugurazione del nuovo hub logistico di Piacenza***

Dopo aver completato con successo il trasferimento di persone e merci senza causare interruzioni dell'attività aziendale, il 12 ottobre il Management di Unieuro ha inaugurato a Piacenza la nuova piattaforma distributiva centrale da 104.000 mq, punto di partenza per una strategia logistica di ampio respiro, destinata ad avvicinare sempre più Unieuro al cliente finale. Di proprietà di Generali Real Estate, il nuovo impianto - perno del business model distintivo di Unieuro - è oggetto di un contratto di locazione di lungo periodo e continuerà a concentrare le attività di recepimento, stoccaggio e spedizione di tutte le merci commercializzate da Unieuro attraverso ciascuno dei cinque canali di operatività. L'investimento totale di Unieuro, previsto pari a circa 11 milioni di Euro, è stato destinato in particolare all'automazione, all'impiantistica, ai sistemi di vigilanza, all'IT.

### ***L'espansione a Nordest***

Sempre il 12 ottobre, Unieuro ha annunciato nuove azioni di rafforzamento selettivo della propria rete di negozi in Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia.

A esito della partecipazione alla procedura competitiva indetta dal Tribunale di Milano, Unieuro è risultata aggiudicataria di un ramo d'azienda di Galimberti S.p.A., in concordato preventivo, formato da 5 negozi attualmente ad insegna Euronics con una superficie commerciale complessiva di circa 7000 mq.

Parallelamente, sono stati annunciati accordi distinti, siglati tra fine luglio e inizio agosto, che Unieuro ha sottoscritto con i proprietari di due immobili a Verona e Trieste, finalizzati all'apertura di altrettanti nuovi punti vendita in spazi precedentemente occupati da insegne concorrenti, rispettivamente Trony ed Euronics.

Il fatturato incrementale potenziale della totalità dei sette negozi acquisiti è pari, a regime, a circa 50 milioni di Euro, a fronte di un costo di acquisizione pari a 2,5 milioni.

\* \* \*

### **Altre delibere del Consiglio di Amministrazione**

Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha altresì preso atto dello stato di avanzamento delle trattative con il Gruppo Finiper, finalizzate alla stipula di una partnership strategica nel settore dell'elettronica di consumo e degli elettrodomestici tra Unieuro e la catena di ipermercati *Iper, La Grande i*.

Il potenziale accordo – destinato a introdurre elementi di grande novità nel mercato italiano, a partire dallo sbarco in forze di Unieuro nel canale GDO – prende avvio dalla



positiva esperienza del progetto pilota avviato a febbraio 2018 con l'apertura di due shop-in-shop a marchio "Unieuro-by-Iper" in altrettanti ipermercati *Iper, La Grande i* e proseguito a ottobre con altri due punti vendita, sempre secondo la formula dell'affiliazione commerciale.

In attesa della finalizzazione della partnership, il 15 novembre verranno inaugurati cinque ulteriori shop-in-shop, in tempo per partecipare all'importante campagna del Black Friday.

\* \* \*

### **Conference Call**

Si comunica che alle ore 18.00 (CET) di oggi, 14 novembre 2018, si terrà una conference call durante la quale il management di Unieuro presenterà ad investitori e analisti finanziari i risultati del primo semestre 2018/19, chiuso al 31 agosto 2018.

Per parteciparvi sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

Italia: +39 02 805 88 11

UK: + 44 121 281 8003

USA: +1 718 7058794

I giornalisti potranno ascoltare la conference call componendo il numero: +39 02 8058827

La presentazione potrà essere scaricata dalla sezione Investor Relations/Risultati e presentazioni del sito internet [www.unieurospa.com](http://www.unieurospa.com) poco prima dell'inizio della conference call.

\* \* \*

*Per la trasmissione, lo stoccaggio e deposito delle Informazioni Regolamentate rese pubbliche Unieuro S.p.A. ha scelto di avvalersi delle piattaforme "eMarket SDIR" ed "eMarket STORAGE" gestite da Spafid Connect S.p.A., avente sede in Foro Buonaparte n. 10, Milano.*

\* \* \*

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Italo Valenti dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. N. 58 del 1998, che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

\* \* \*

**Unieuro S.p.A.**

Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, Unieuro è oggi il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, grazie a una rete capillare di circa 500 negozi su tutto il territorio nazionale tra diretti (circa 230) ed affiliati (circa 270), alla piattaforma digitale unieuro.it e all'e-tailer Monclick. L'azienda ha sede a Forlì e dispone di un centro logistico accentrato a Piacenza, conta su uno staff di circa 4.600 dipendenti e ricavi che, per l'esercizio conclusosi il 28 febbraio 2018, hanno sfiorato quota 1,9 miliardi di euro.

**Investor Relations****Andrea Moretti**

Investor Relations & Corporate  
Communications Director

+39 335 5301205

+39 0543 776769

[amoretti@unieuro.com](mailto:amoretti@unieuro.com)

[investor.relations@unieuro.com](mailto:investor.relations@unieuro.com)

**Media Relations****iCorporate**

Arturo Salerni

+39 335 1222631

Rita Arcuri

+39 333 2608159

[unieuro@icorporate.it](mailto:unieuro@icorporate.it)

**Allegato:**

**Tabella di comparazione dell'evoluzione dei ricavi like-for-like, prima e dopo il cambio di metodologia di calcolo**

Periodo di riferimento	Crescita Like-for-like	
	Precedente metodologia	Nuova metodologia <sup>5</sup>
FY 2016/17	3,3%	<b>3,5%</b>
Q1 2017/18	0,5%	<b>8,1%</b>
H1 2017/18	(2,3%)	<b>2,9%</b>
9M 2017/18	(1,5%)	<b>3,8%</b>
FY 2017/18	(1,9%)	<b>2,7%</b>
Q1 2018/19	(4,9%)	<b>(4,5%)</b>
H1 2018/19	0,4%	<b>1,0%</b>

**Tablelle riassuntive:**

**Conto Economico**

(dati in milioni di Euro)

	H1 18/19	%	H1 17/18	%
Sales	908.5		813.7	
<b>Sales</b>	<b>908.5</b>		<b>813.7</b>	
Purchase of goods - Change in Inventory	(704.0)	(77.5%)	(638.2)	(78.4%)
Rental Costs	(35.2)	(3.9%)	(30.6)	(3.8%)
Marketing costs	(23.8)	(2.6%)	(25.8)	(3.2%)
Logistic costs	(23.7)	(2.6%)	(18.9)	(2.3%)
Other costs	(30.9)	(3.4%)	(28.7)	(3.5%)
Personnel costs	(81.3)	(8.9%)	(72.0)	(8.8%)
Other operating costs and income	(1.4)	(0.2%)	(2.1)	(0.3%)
<b>EBITDA Reported</b>	<b>8.3</b>	<b>0.9%</b>	<b>(2.6)</b>	<b>(0.3%)</b>
<i>Adjustments</i>	4.3	0.5%	14.4	1.8%
<i>Change in Business Model</i>	3.1	0.3%	2.9	0.4%
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>15.6</b>	<b>1.7%</b>	<b>14.7</b>	<b>1.8%</b>
D&A	(12.3)	(1.4%)	(9.8)	(1.2%)
Financial Income - Expenses	(2.2)	(0.2%)	(2.5)	(0.3%)
<b>Adjusted Profit before Tax</b>	<b>1.1</b>	<b>0.1%</b>	<b>2.4</b>	<b>0.3%</b>
Taxes	(0.1)	(0.0%)	2.2	0.3%
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	(0.6)	(0.1%)	(1.5)	(0.2%)
<b>Adjusted Net Income</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0%</b>	<b>3.1</b>	<b>0.4%</b>
<i>Adjustments</i>	(3.1)	(0.3%)	(14.4)	(1.8%)
<i>Change in Business Model</i>	(3.1)	(0.3%)	(2.9)	(0.4%)
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	0.6	0.1%	1.5	0.2%
<b>Net Income Reported</b>	<b>(5.2)</b>	<b>(0.6%)</b>	<b>(12.6)</b>	<b>(1.5%)</b>

## Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	31 August 2018	28 Feb. 2018
Trade Receivables	57.1	39.6
Inventory	320.8	313.5
Trade Payables	(415.2)	(411.5)
<b>Operating Working Capital</b>	<b>(37.3)</b>	<b>(58.4)</b>
Current Tax Assets	4.4	3.1
Current Assets	21.7	16.2
Current Liabilities	(165.6)	(163.4)
Short Term Provisions	(2.6)	(3.0)
<b>Net Working Capital</b>	<b>(179.3)</b>	<b>(205.4)</b>
Tangible and Intangible Assets	106.6	99.9
Net Deferred Tax Assets and Liabilities	24.7	27.7
Goodwill	176.1	174.8
Other Long Term Assets and Liabilities	(16.8)	(15.2)
<b>Total Invested Capital</b>	<b>111.3</b>	<b>81.7</b>
<b>Net financial Debt</b>	<b>(55.3)</b>	<b>(4.5)</b>
<b>Equity</b>	<b>(56.0)</b>	<b>(77.2)</b>
<b>Total Sources</b>	<b>(111.3)</b>	<b>(81.7)</b>

## **Rendiconto Finanziario**

(dati in milioni di Euro):

	H1 18/19	H1 17/18
<b>Reported EBITDA</b>	-	-
Taxes Paid	-	-
Interests Paid	-	-
Change in NWC	-	-
Change in Other Assets and Liabilities	-	-
<b>Reported Operating Cash Flow</b>	-	-
Purchase of Tangible Assets	(6.6)	(11.9)
Purchase of Intangible Assets	(1.8)	(5.9)
Acquisitions	-	-
Monclick NFP 01.06.2017	-	-
<b>Levered Free Cash Flow</b>	<b>(8.4)</b>	<b>(17.8)</b>
Adjustments	-	-
Non recurring investments	-	-
<b>Adjusted Levered Free Cash Flow</b>	<b>(8.4)</b>	<b>(17.9)</b>
Adjustments	-	-
Non recurring investments	-	-
Dividend/Change in Shareholders Debt	-	-
Monclick Acquisition Debt	-	-
Other Changes	-	-
<b>Δ Net Financial Position</b>	<b>(8.4)</b>	<b>(17.8)</b>