

## UNIEURO S.P.A.: APPROVATO IL PIANO STRATEGICO AL 2026

- **Al via la strategia “Omni-Journey” che renderà Unieuro la risposta ideale a ogni bisogno legato al mondo della tecnologia, promuovendo sempre una Innovazione Responsabile**
- **Fino a 265 milioni di Euro di investimenti in cinque anni per trasformare la Società, già leader di mercato, nel *market setter* omnicanale del settore**
- **Forte generazione di cassa<sup>1</sup> lungo l'intero arco di Piano, al servizio della crescita, in Italia e all'estero, e della remunerazione degli azionisti: Cassa Netta<sup>2</sup> a fine esercizio 2025/26 compresa tra 370 e 390 milioni di Euro (al netto del dividendo 2021)**
- **Previsti ricavi fino a 3,3 miliardi di Euro nell'esercizio 2025/26 rispetto ai 2,4 miliardi ante-Covid, in crescita del 4/6% annuo rispetto al +1/2% del mercato**
- **EBIT Adjusted<sup>3</sup> compreso tra 85 e 95 milioni di Euro nell'esercizio 2025/26, al nuovo record storico e in crescita del 45/62% rispetto all'esercizio pre-Covid, con generazione di cassa attesa tra 65 e 75 milioni**
- **Guidance 2021/22: ricavi in crescita a 2,8/2,9 miliardi di Euro, normalizzazione della redditività operativa dopo i benefici non ripetibili registrati nello scorso esercizio: Ebit Adjusted<sup>3</sup> previsto tra 65 e 75 milioni di Euro (+11/+28% rispetto all'esercizio pre-Covid)**

Forlì, 10 giugno 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, riunitosi in data odierna sotto la presidenza di Stefano Meloni, ha approvato il Piano Strategico quinquennale della Società (il “**Piano**”).

Grazie a forti investimenti, pari in media a oltre 50 milioni di Euro all'anno, Unieuro si propone di completare la trasformazione digitale dell'azienda, già in atto, divenendo nell'arco di Piano un retailer compiutamente omnicanale e mettendo in atto la nuova strategia “Omni-Journey”, finalizzata ad anticipare e rispondere alle esigenze del cliente in tutte le fasi della sua esperienza, prima, durante e dopo l'acquisto.

La cassa generata<sup>1</sup> nel quinquennio - al netto di tali investimenti che assorbiranno tra i 245 e i 265 milioni di Euro – consentirà alla Società di registrare una situazione di Cassa Netta<sup>2</sup> positiva per 370/390 milioni a fine Piano, al netto del dividendo 2021 proposto pari a massimi 54,2 milioni.

Tale ingente liquidità sarà a disposizione di Unieuro per remunerare i Soci, anche alla luce della politica dei dividendi attualmente in vigore, e per cogliere nuove opportunità di crescita esterna, non più limitate alle sole reti di vendita in Italia, ma potenzialmente inclusive di

### Unieuro S.p.A.

Sede legale e amministrativa: Palazzo Hercolani  
via Piero Maroncelli, 10 - 47121 Forlì (FC)

unieurospa.com | unieuro.it  
linkedin.com/company/unieuro

acquisizioni di operatori leader in Paesi esteri, di digital farm capaci di accelerare la digitalizzazione di Unieuro o ancora di aziende attive in segmenti ad oggi non presidiati della catena del valore.

Nella prosecuzione del suo percorso evolutivo, Unieuro continuerà a guadagnare anno dopo anno quote di mercato, accrescendo il proprio fatturato fino ai 3,2/3,3 miliardi di Euro previsti nell'esercizio 2025/26 rispetto ai 2,4 miliardi ante-Covid. La crescita media ponderata è dunque stimata intorno al 4/6% annuo a fronte di una crescita più contenuta del mercato, attesa intorno al +1/2% annuo.

Nel medesimo esercizio, l'EBIT Adjusted<sup>3</sup> toccherà nuovi livelli record, superando così quelli eccezionalmente positivi registrati nel 2020/21, e si assesterà tra 85 e 95 milioni di Euro, a fronte di un flusso di cassa adjusted compreso tra 65 e 75 milioni.

*“Soltanto un mese fa abbiamo presentato al mercato il bilancio migliore della storia di Unieuro, a coronamento di un costante percorso di crescita che ha tratto ulteriore energia e motivazione dallo sbarco in Borsa e dalla successiva evoluzione in public company.*

*Mentre ci accingiamo a staccare un dividendo da record e a debuttare nell'indice FTSE Italia Mid Cap, oggi compiamo un altro passo per noi storico, presentando al mercato un ambizioso Piano Strategico che si pone come obiettivo la definitiva trasformazione omnicanale di Unieuro a totale beneficio dei suoi stakeholder, in primis clienti e azionisti.*

*Ai clienti promettiamo centralità nella nostra strategia, offrendo loro un'esperienza di consumo sempre più distintiva e personalizzata grazie alla nostra passione e impegno nel servirli.*

*Ai nostri azionisti, prospettiamo invece una Unieuro che continuerà a crescere più del mercato di riferimento, arrivando tra cinque anni a generare fino a 3,3 miliardi di ricavi, con un EBIT adjusted su livelli mai raggiunti prima e una continua e solida generazione di cassa, che ci permetterà di remunerare il capitale e di cogliere opportunità ad oggi mai esplorate, in Italia e all'estero.*

*A tutti gli stakeholder garantiamo infine un approccio sempre più sostenibile, che si concretizzerà già nei prossimi mesi in un Piano di Sostenibilità capace di rafforzare e strutturare le iniziative in corso.*

*In coerenza con il DNA di Unieuro, da sempre protesa verso il cambiamento e l'innovazione, il Piano Strategico rappresenta un'ulteriore tappa nel percorso di crescita e di evoluzione della Società, segnando il passaggio definitivo da Market Leader a Market Setter.*

*Il nostro team manageriale, recentemente ridefinito e irrobustito, è pronto ad affrontare e a vincere questa nuova, emozionante sfida.”*

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, amministratore delegato di Unieuro.

## **Il mercato di riferimento**

Il mercato dell'elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia ha registrato un andamento storicamente stabile, con una significativa crescita nel corso del 2020/21 (circa +8%) legata all'emergenza Covid.

La pandemia ha infatti influenzato in maniera significativa i consumi e gli stili di vita degli italiani, accentuando alcuni macro-trend rilevanti per il settore di riferimento di Unieuro, alcuni dei quali già comparsi negli anni precedenti:

- la rifocalizzazione dei consumi in termini di budget e mix di spesa, con molti consumatori alla ricerca di convenienza, laddove altri si concentrano sul valore;
- lo spostamento della vita in casa, nuovo baricentro attorno al quale ruotano lavoro, socialità e tempo libero;
- la spinta verso la digitalizzazione, con il sopravvenire di nuove abitudini e la crescita delle aspettative legate agli acquisti online;
- la crescente importanza della sostenibilità, in particolare della ricerca dell'efficienza energetica tra i parametri rilevanti nelle scelte di acquisto.

In tale contesto, i vantaggi competitivi costruiti negli anni da Unieuro hanno permesso di confermare e rafforzare la leadership omnicanale della Società, overperformando il mercato sia online sia offline.

Nei prossimi anni, il mercato è atteso in moderata crescita, in parte grazie al consolidamento delle nuove abitudini acquisite nell'anno Covid e in parte grazie all'avvicinamento in termini di spesa media pro-capite ai più maturi Paesi europei, rispetto ai quali l'Italia registra tutt'oggi un ritardo.

Il tasso medio ponderato di crescita del mercato tra l'esercizio 2019/20, l'ultimo prima che l'emergenza Covid si manifestasse, e il 2025/26 è atteso spaziare tra l'1 e il 2% annuo.

Nell'arco di Piano si prevede che il canale online, partendo dai livelli raggiunti nel 2020/21, continui la sua crescita a ritmi annuali comparabili alle aspettative pre-Covid, arrivando a registrare un'incidenza pari a circa il 30% del totale mercato.

Gli operatori multicanali manterranno comunque un ruolo centrale, grazie alla valorizzazione della prossimità e alla crescente integrazione tra i canali di vendita.

## **La Strategia "Omni-Journey"**

Unieuro è già oggi il Market Leader dell'elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, posizionamento raggiunto grazie a specifici vantaggi competitivi, unici e differenzianti rispetto ai principali concorrenti.

### **Unieuro S.p.A.**

Sede legale e amministrativa: Palazzo Hercolani  
via Piero Maroncelli, 10 - 47121 Forlì (FC)

unieurospa.com | unieuro.it  
linkedin.com/company/unieuro

Con il nuovo Piano “Omni-Journey”, Unieuro intende aprire un nuovo capitolo della propria storia, diventando “Market Setter”, cioè il player che guida l’andamento del settore, anticipa i trend di mercato e influenza il resto della catena del valore, con l’obiettivo ultimo di consolidare il proprio ruolo di «destinazione naturale» per gli acquisti tecnologici in ogni fase dell’esperienza cliente.

La missione aziendale evolve nel consolidamento e nella crescita della leadership di mercato e di immagine, a vantaggio di tutti gli stakeholder: per Unieuro, le persone sono sempre al centro di un ecosistema omnicanale che – grazie all’integrazione di negozi diretti, affiliati e web – offre vicinanza e servizio, a beneficio di una esperienza di consumo distintiva e personalizzata.

L’approccio “Omni-Journey” poggia su quattro pilastri strategici che accompagnano il cliente durante tutta la sua esperienza, prima, durante e dopo l’acquisto:

- “Omni-Choice”: anticipare le esigenze di ogni persona, offrendo i migliori consigli personalizzati con competenza e servizio;
- “Omni-Purchase”: offrire la miglior proposta, garantendo disponibilità del prodotto giusto, nel posto giusto e al prezzo giusto;
- “Omni-Experience: garantire il miglior livello di servizio, distintivo e personalizzato, all’interno dell’ecosistema Unieuro;
- “Responsible Innovation”: perseguire la sostenibilità lungo l’intera catena del valore, con passione e impegno e influenzando comportamenti responsabili durante l’intero processo di acquisto.

Il Piano si fonda sui seguenti obiettivi strategici principali:

### **1. Rafforzamento del “Core Business”**

Unieuro intende consolidare la propria leadership di settore conquistando ulteriori quote di mercato, anche in nuove categorie di prodotto.

Tale obiettivo sarà raggiungibile grazie ad un rafforzamento della proposizione omnicanale, con un crescente peso dell’e-commerce e un’evoluzione del ruolo dei negozi fisici, che continueranno a giocare un ruolo centrale e distintivo all’interno del processo di acquisto omnicanale.

Si collocano in tale contesto gli importanti investimenti per la trasformazione digitale dell’azienda, volta a potenziare gli strumenti a disposizione del management, rendendo le strategie data-driven e garantendo un’estrema personalizzazione dell’offerta (in termini di assortimento, prezzo, promozioni, comunicazione) e dell’esperienza del cliente in tutte le sue fasi.

## 2. Evoluzione del modello operativo e del livello di servizio

Le fondamenta su cui si basa il nuovo Piano prevedono l'adattamento del modello operativo, potenziando processi, talenti e strumenti.

Unieuro adotterà un piano di mobilitazione strutturato per raggiungere risultati tangibili, tra cui il consolidamento dell'infrastruttura tecnologica gestionale da realizzarsi attraverso investimenti in cybersecurity che garantiscano la continuità gestionale in sicurezza rispetto ad attacchi informatici.

Non da ultimo, si punterà allo sviluppo dell'attuale modello operativo di customer care per migliorare il livello di servizio offerto e ottimizzare la comunicazione, anche proattiva, verso il cliente.

## 3. Sviluppo di nuove fonti di business e redditività

Per sostenere e diversificare la crescita nell'arco di Piano, Unieuro intende sviluppare tre nuove direttrici che ne diversifichino e sostengano la crescita profittevole:

- Miglioramento ed innovazione continua della gamma di servizi e del livello di assistenza per offrire un'esperienza al cliente che sia sempre più completa, personalizzata, omnicanale;
- Estensione delle categorie di prodotto offerte, anche tramite ampliamento dell'ecosistema di partnership, per intercettare i bisogni tecnologici del cliente e di miglioramento della vita in casa;
- Sviluppo di brand esclusivi, con un posizionamento distintivo rispetto a qualità e prezzo.

## 4. Responsible Innovation

La Sostenibilità sarà uno dei pilastri della nuova strategia di Unieuro, con l'obiettivo di creare valore sostenibile per tutti gli stakeholder e garantire un'esperienza sempre positiva con la tecnologia nella vita quotidiana, ottenendo un importante vantaggio competitivo oltre al miglioramento delle metriche economiche e finanziarie.

La strategia ESG di Unieuro, attraverso iniziative concrete già individuate, si articola in quattro aree: Comunità, Talenti, Innovazione responsabile e Cultura.

A sostegno di tale impegno e in attesa di presentare, già nei prossimi mesi, un articolato Piano di Sostenibilità, Unieuro ha fin da ora introdotto un nuovo obiettivo di performance ESG relativamente al 2° ciclo del Piano di Performance Share 2020-2025 del management aziendale.

## I target economico finanziari

Nelle stime di Unieuro, la corretta implementazione del Piano e la conseguente trasformazione in Market Setter si tradurranno, dal punto di vista economico-finanziario, nel raggiungimento dei seguenti target per l'esercizio 2025/26:

- **Ricavi** compresi tra 3,2 e 3,3 miliardi di Euro, che riflettono una crescita media annua composta (cagr) del 5/6% rispetto ai 2,4 miliardi pre-Covid e un ulteriore incremento rispetto all'esercizio record 2020/21, chiuso in area 2,7 miliardi.
- **EBIT adjusted<sup>3</sup>** al nuovo record storico, superiore anche al livello eccezionalmente elevato dell'esercizio 2020/21 e compreso tra 85 e 95 milioni di Euro. La crescita rispetto all'ultimo esercizio pre-Covid, quando l'Ebit Adjusted era ammontato a 58,7 milioni, è dunque attesa tra il 45 e il 62%.
- **Free cash flow adjusted<sup>1</sup>** atteso tra 65 e 75 milioni di Euro, rispetto ai 57 milioni generati nell'esercizio 2019/20 (+15/33%).
- **Cassa netta<sup>2</sup>** compresa tra 370 e 390 milioni di Euro, al netto del dividendo 2021 in pagamento a giugno, rispetto ai 154,8 milioni registrati al 28 febbraio 2021.

## Le opportunità di crescita incrementale

Alla luce della forte generazione di cassa<sup>1</sup> e coerentemente con il ruolo di Market Setter, Unieuro è pronta a valutare con attenzione ulteriori opportunità di crescita inorganica.

In primo luogo, la Società intende proseguire la propria strategia di consolidamento del mercato italiano tramite acquisizione di player minori e con limitata sovrapposizione con l'attuale rete, allo scopo di colmare le lacune territoriali o di supportare lo sviluppo del canale online.

In secondo luogo, nell'arco di Piano Unieuro è pronta a valutare acquisizioni all'estero, focalizzando la propria attenzione su attori leader nei propri mercati, forti di un corretto posizionamento strategico e dimensionalmente adeguati. Ciò allo scopo di diversificare il rischio paese derivante dall'essere presenti, ad oggi, soltanto in Italia.

Infine, Unieuro valuterà "acquisizioni di scopo" per rafforzare il core business grazie all'internalizzazione di attività chiave e accelerare la realizzazione della propria strategia "Omni-Journey". Rientrerà in questo filone strategico l'acquisizione di digital farm capaci di accelerare la digitalizzazione aziendale o ancora l'espansione in segmenti ad oggi non presidiati della catena del valore, in particolare in ambito Servizi.

\* \* \*

## **Le guidance dell'esercizio 2021/22**

Coerentemente con le attese formulate in sede di pubblicazione dei risultati dell'esercizio 2020/21<sup>4</sup>, Unieuro stima che l'esercizio in corso sarà in buona parte influenzato dalla velocità e dagli esiti della campagna vaccinale, finalizzata a contenere e infine debellare l'epidemia di Covid-19.

Il mercato italiano è atteso in ulteriore moderato progresso rispetto al precedente esercizio, spinto dalla migrazione allo standard Dvb-T2 Hevc che impatterà positivamente sulla categoria Brown, in particolare sul segmento TV.

A livello di canale, il venir meno delle restrizioni al commercio a partire dallo scorso 21 maggio fornirà un nuovo impulso ai negozi fisici, mentre l'e-commerce rallenterà la propria crescita, senza tuttavia regredire ai livelli pre-Covid, alla luce di un comportamento del consumatore ormai profondamente mutato.

Unieuro prevede di realizzare ricavi in crescita a 2,8/2,9 miliardi di Euro, comprensivi della crescita organica e di nuove opportunità nel segmento GDO, attualmente in fase di negoziazione.

L'EBIT Adjusted<sup>3</sup> è atteso in un intervallo tra 65 e 75 milioni di Euro, rispetto al livello eccezionalmente elevato di 86,8 milioni registrato lo scorso anno grazie ai benefici non ripetibili delle azioni anti-Covid<sup>5</sup>. Il progresso stimato è invece significativo se paragonato all'esercizio 2019/20, che aveva osservato un risultato operativo di 58,7 milioni.

Pur considerando l'imminente stacco della cedola record per massimi 54,2 milioni, la posizione di Cassa Netta<sup>2</sup> al 28 febbraio 2022 è stimata tra 145 e 155 milioni, pressoché stabile rispetto all'inizio dell'esercizio.

\* \* \*

## **Presentazione del Piano**

Si comunica che alle ore 15.00 CET di oggi il management presenterà il Piano nel corso di un evento interattivo virtuale, denominato "Our Omni-Journey to 2026".

Per seguire la presentazione e successivamente porre domande al management (facoltà riservata agli operatori professionali del mercato, quali analisti finanziari e fund manager), sarà sufficiente collegarsi poco prima dell'inizio dell'evento al seguente link e registrarsi: [www.unieuroevent.com](http://www.unieuroevent.com)



Si suggerisce di accedere al link da reti non aziendali, in modo da evitare problemi di accesso legati ai firewall.

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 dell'evento.

Una registrazione dell'evento, in italiano e in inglese, sarà fruibile al medesimo link, a partire dal secondo giorno successivo.

\* \* \*

*Il presente comunicato contiene elementi previsionali su eventi e risultati futuri di Unieuro che sono basati sulle attuali aspettative, stime e proiezioni circa il settore in cui Unieuro opera e sulle attuali opinioni del management. Tali elementi hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. Si evidenzia che i risultati effettivi potrebbero differire in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori tra cui: condizioni economiche globali, impatto della concorrenza, sviluppi politici, economici e regolatori in Italia.*

\* \* \*

**Unieuro S.p.A.**

*Unieuro è il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, forte di un approccio omnicanale che integra negozi diretti (circa 270), punti vendita affiliati (circa 250) e piattaforma digitale unieuro.it. L'azienda ha sede a Forlì, dispone di una piattaforma logistica centrale a Piacenza e conta su uno staff di circa 5.400 dipendenti. Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per circa 2,7 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2021.*

**Contatti:**

**Investor Relations**

**Andrea Moretti**

Investor Relations & Corporate  
Communications Director

+39 335 5301205

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

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

**Corporate Media Relations**

**iCorporate**

Arturo Salerno  
+39 335 1222631

Sonia Hason

+39 331 8394343

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



---

<sup>1</sup> L'**Adjusted Free Cash Flow** è definito come il flusso di cassa generato/assorbito dall'attività operativa al netto dell'attività di investimento inclusiva degli oneri finanziari e dei flussi relativi ai leasing e 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.

<sup>2</sup> L'**Indebitamento (Cassa) finanziario netto** (o **Posizione finanziaria netta**) è dato dalla differenza tra i debiti finanziari – al netto delle Passività per diritti d'uso (IFRS 16) - e le disponibilità liquide.

<sup>3</sup> L'**EBIT Adjusted** è dato dall'EBIT rettificato (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti, (ii) degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti e (iii) 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>4</sup> Cfr. comunicato stampa del 7 maggio 2021, paragrafo "Evoluzione prevedibile della gestione".

<sup>5</sup> Cfr. comunicati stampa del 13 marzo 2020, 18 marzo 2020, 30 marzo 2020, 14 aprile 2020 e 6 maggio 2020.