

UNIEURO S.P.A.: PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA RECORD NEL PRIMO TRIMESTRE 2021/22, ANCHE RISPETTO AL PRE-COVID

- Ricavi trimestrali in crescita del 35,7% a 581,8 milioni di Euro, a fronte di un corrispondente periodo 2020/21 fortemente impattato dal lockdown. +17,5% la performance rispetto al primo trimestre 2019/20, pre-Covid
- Eccellente recupero della rete diretta (+75,3%) e grande performance degli affiliati (+33,4%), a fronte della attesa normalizzazione dell'e-commerce (-27,7%)
- EBIT Adjusted¹ positivo per 6,5 milioni di Euro, rispetto ai -11,1 milioni indotti dall'emergenza sanitaria nel primo trimestre 2020/21
- Risultato netto Adjusted² di 3 milioni di Euro (-13,8 milioni nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente), per la prima volta positivo in un trimestre strutturalmente impattato dalle dinamiche stagionali
- Cassa netta³ a 121,4 milioni di Euro rispetto ai 154,8 milioni di inizio esercizio, alla luce dell'assorbimento che tipicamente contraddistingue il primo trimestre
- Confermate le *guidance* per l'esercizio in corso, fornite in occasione dell'Investor Day del 10 giugno

Forlì, 14 luglio 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 oggi sotto la presidenza di Stefano Meloni, ha esaminato e approvato il Resoconto intermedio di gestione al 31 maggio 2021.

Nel primo trimestre dell'esercizio 2021/22, Unieuro ha registrato risultati economico-finanziari solidi e in forte crescita, non solo rispetto al corrispondente periodo dello scorso esercizio – straordinariamente debole perché impattato dal picco dell'emergenza Covid – ma anche nel confronto con il primo trimestre dell'esercizio 2019/20, l'ultimo prima che l'epidemia mutasse lo scenario di mercato.

I ricavi, pari a 581,8 milioni di Euro, hanno segnato un nuovo record in un trimestre stagionalmente debole per le vendite di elettronica ed elettrodomestici. La crescita, pari al 35,7%, è stata trainata dalla rete fisica (+75,3% i negozi diretti, +33,4% gli affiliati), che tra marzo e maggio 2020 aveva subito il drastico calo di traffico indotto dal primo lockdown, nonché dalla decisione aziendale di chiudere i punti vendita diretti per due settimane, a tutela di clienti e dipendenti. Viceversa, il canale Online ha registrato un fisiologico calo (-27,7%), destinato però a non intaccare in misura significativa gli elevati livelli di fatturato in fase di consolidamento.

Eloquente e positivo è anche il confronto con il primo trimestre dell'esercizio pre-Covid: pur in assenza di acquisizioni significative, il fatturato totale del trimestre ha registrato un

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

progresso del 17,5% – frutto del +13,7% del Retail, del +9,8% del canale Indiretto e del +75,6% dell'Online – rispetto al corrispondente periodo 2019/20.

Grazie agli elevati volumi di vendita, anche la redditività ha raggiunto nuovi livelli record: in un trimestre strutturalmente debole a causa delle dinamiche stagionali che contraddistinguono il settore in cui opera Unieuro, la Società ha registrato un EBIT Adjusted¹ di 6,5 milioni di Euro (era negativo per 11,1 un anno prima) e un Utile netto Adjusted² di 3 milioni (da -13,8), positivo per la prima volta nella sua storia.

A fronte di una dinamica di cassa⁴ anch'essa influenzata da fattori stagionali, il Management ha confermato le *guidance* sull'esercizio in corso, sia per quanto riguarda i risultati economici (fatturato atteso tra 2,8 e 2,9 miliardi di Euro ed Ebit Adjusted¹ tra 65 e 75 milioni), sia sul fronte finanziario (Free Cash Flow Adjusted⁴ tra 40 e 50 milioni).

“Il trimestre appena chiuso, pur stagionalmente meno importante di quelli che lo seguiranno, conferma le nostre aspettative di graduale ritorno alla normalità, evidenziando un felice ribilanciamento del mix di canale.

I positivi trend di ricavo e marginalità si stanno consolidando in continuità con gli ultimi mesi dello scorso esercizio e ci infondono ottimismo nel raggiungimento degli obiettivi di crescita che abbiamo recentemente condiviso con il Mercato.”

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro.

Ricavi del 1° trimestre 2021/22

Nel trimestre chiuso al 31 maggio 2021, Unieuro ha conseguito ricavi pari a 581,8 milioni di Euro, registrando un incremento di ben 152,9 milioni (pari al +35,7%) rispetto ai 428,9 milioni del primo trimestre dell'esercizio precedente, fortemente impattato dall'emergenza Covid.

La performance è molto positiva anche rispetto al primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid, chiuso al 31 maggio 2019, favorita dall'efficacia della strategia omnicanale di Unieuro e dai trend di consumo innescati dalla pandemia che hanno consentito di registrare vendite in aumento del 17,5%.

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like⁵** - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – ha risentito della favorevole base di comparazione, registrando un incremento eccezionalmente elevato e pari al +32,6%.

Ricavi per canale di vendita

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

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2021	%	31 maggio 2020	%	Δ	%
<i>Retail</i>	394,6	67,8%	225,1	52,5%	169,6	75,3%
<i>Online</i>	89,0	15,3%	123,0	28,7%	(34,0)	(27,7%)
<i>Indiretto</i>	65,7	11,3%	49,3	11,5%	16,5	33,4%
<i>B2B</i>	26,9	4,6%	28,5	6,6%	(1,6)	(5,7%)
<i>Travel</i>	5,6	1,0%	3,1	0,7%	2,5	82,7%
Totale ricavi	581,8	100,0%	428,9	100,0%	152,9	35,7%

Il canale Retail (67,8% dei ricavi totali) - che al 31 maggio 2021 era composto da 265 punti vendita diretti, inclusi gli shop-in-shop Unieuro by Iper - ha registrato vendite pari a 394,6 milioni di Euro, in fortissima crescita (+75,3%) rispetto ai 225,1 milioni registrati nel corrispondente periodo 2020/21. La dinamica dei ricavi è stata positivamente influenzata dal graduale allentamento delle restrizioni all'accessibilità della rete diretta da parte dei clienti, laddove il primo trimestre 2020/21 era stato fortemente impattato dalla chiusura totale dei punti di vendita diretti nel periodo 14-29 marzo. Vanno inoltre considerati il passaggio alla gestione diretta di 18 shop-in-shop Unieuro by Iper, precedentemente in regime di affiliazione e internalizzati a partire dal secondo semestre dell'esercizio precedente, nonché le nuove aperture all'interno degli ipermercati Spazio Conad, a Milano Portello (giugno 2020), Savona (novembre 2020), Torino Orbetello, Pino Torinese e Messina (aprile del 2021). Grazie a tali effetti, la performance di canale è positiva anche rispetto al primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid (+13,7%).

Il canale Online (15,3% dei ricavi totali) ha consuntivato un calo del 27,7% a 89 milioni di Euro, a fronte dei 123 milioni registrati nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente, come effetto della progressiva normalizzazione delle dinamiche di mercato. La performance del primo trimestre chiuso al 31 maggio 2020 era infatti frutto della situazione di emergenza imposta dalla pandemia, che aveva portato la clientela a privilegiare l'e-commerce a discapito dei negozi fisici. Rispetto al primo trimestre pre-Covid chiuso al 31 maggio 2019, i ricavi del canale sono comunque in forte aumento (+75,6%), grazie alle attività di marketing, sia mainstream sia digitali, aventi ad oggetto l'attività di e-commerce della Società, nonché alla doppia presenza sul web garantita da due marchi noti e ben distinti quali Unieuro e Monclick.

Il canale Indiretto (11,3% dei ricavi totali) – che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati per un totale di 258 punti vendita al 31 maggio 2021 – ha registrato vendite pari a 65,7 milioni di Euro, in crescita del 33,4% rispetto ai 49,3 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio. Il graduale allentamento delle restrizioni e le caratteristiche distintive dei negozi affiliati – di dimensione medio-piccola e focalizzati sul servizio di prossimità – hanno contribuito al successo registrato, beneficiando delle chiusure dei centri commerciali nei week-end. A ciò si aggiunge il contributo delle nuove aperture, principalmente guidato dall'avvio nel mese di novembre 2020 della partnership con il

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

Gruppo Partenope che ha portato allo sbarco del marchio Unieuro nella città di Napoli, che hanno parzialmente compensato il passaggio al canale Retail degli shop-in-shop Unieuro by Iper precedentemente affiliati, avvenuto nel secondo semestre del precedente esercizio. La performance di canale è positiva anche rispetto al primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid (+9,8%).

Il **canale B2B** (4,6% 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 vendite pari a 26,9 milioni di Euro, in calo del 5,7% rispetto ai 28,5 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio. Si conferma quindi l'aleatorietà dei ricavi relativi a questo canale, caratterizzato da un approccio opportunistico e influenzato da una molteplicità di fattori esogeni, che rendono peraltro poco significativo il confronto con il primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid (-7,4%).

Infine, il **canale Travel** (1% dei ricavi totali) – composto da 11 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane – ha registrato un recupero dell'82,7% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente e vendite pari a 5,6 milioni di Euro. La performance ha beneficiato della graduale ripresa del traffico presso le stazioni e gli aeroporti, che erano stati oggetto di chiusura totale o parziale durante la pandemia. Il livello di fatturato pre-Covid (8,5 milioni nel primo trimestre dell'esercizio 2019/20) resta tuttavia significativamente superiore.

Ricavi per categoria merceologica⁶

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2021	%	31 maggio 2020	%	Δ	%
Grey	289,5	49,8%	223,6	52,1%	66,0	29,5%
White	156,1	26,8%	109,8	25,6%	46,3	42,1%
Brown	83,4	14,3%	57,6	13,4%	25,8	44,7%
Altri prodotti	25,1	4,3%	19,9	4,6%	5,2	26,3%
Servizi	27,7	4,8%	18,0	4,2%	9,7	53,5%
Totale ricavi	581,8	100,0%	428,9	100,0%	152,9	35,7%

La categoria **Grey** (49,8% dei ricavi totali) - ovvero telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha generato un fatturato di 289,5 milioni di Euro, in aumento del 29,5% rispetto ai 223,6 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Le vendite del trimestre sono state guidate principalmente dalla telefonia, che nel primo trimestre 2020/21

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

aveva sofferto della scarsa mobilità causata dal lockdown, e dall'informatica, grazie al perdurare dei positivi trend d'acquisto legati a smart working, e-learning e comunicazione. I medesimi trend sono alla base della significativa performance rispetto al primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid, pari al +19,2%.

La categoria **White** (26,8% dei ricavi totali) - composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, robot da cucina, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 156,1 milioni di Euro, in crescita del 42,1% rispetto ai 109,8 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente e del 19,6% rispetto ai 130,6 milioni del primo trimestre dell'ultimo esercizio pre-Covid. Nel periodo, la categoria è cresciuta grazie ai positivi risultati dei prodotti legati alla cura della casa, con particolare riferimento ai segmenti del grande elettrodomestico, che hanno beneficiato del successo della promozione Passione Casa, non proposta nello stesso periodo dello scorso anno. Buoni risultati anche per i segmenti aspirazione e macchine da caffè.

La categoria **Brown** (14,3% dei ricavi) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria - ha registrato ricavi totali per 83,4 milioni di Euro, +44,7% rispetto ai 57,6 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. La forte performance è legata ai televisori, che beneficiano dell'importante switch-off previsto a partire dal 1° settembre 2021, i cui effetti sono anticipati e amplificati dalla ripartenza degli eventi sportivi, in precedenza bloccati dalla pandemia. La categoria, che era stata la più penalizzata nel primo trimestre 2020/21, recupera anche sul primo trimestre 2019/20, con una performance positiva e pari al +4,3%.

La categoria **Altri prodotti** (4,3% 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 pari a 25,1 milioni di Euro, in crescita del 26,3% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente e del 28,5% rispetto al primo trimestre dell'esercizio pre-Covid. L'incremento di fatturato, trainato dai prodotti di mobilità elettrica, penalizzati nel 2020 dalle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria, è legato anche alle regole di distanziamento sociale, che favoriscono l'utilizzo di mezzi eco-sostenibili.

La categoria **Servizi** (4,8% dei ricavi totali) ha osservato una crescita del 53,5% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, assestandosi a 27,7 milioni di Euro, su livelli superiori anche a quelli pre-Covid (22,2 milioni il fatturato nel primo trimestre dell'esercizio 2019/20). Il positivo andamento si è giovato del continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, in particolare del servizio di estensioni di garanzia.

Redditività operativa

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

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 maggio 2021			31 maggio 2020			Δ	%
	Valori adjusted	% Rettifiche		Valori adjusted	% Rettifiche			
Ricavi	581,8			428,9			152,9	35,7%
Ricavi delle vendite	581,8			428,9			152,9	35,7%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(452,4)	(77,8%)	0,0	(349,1)	(81,4%)	0,0	(103,3)	29,6%
Costi di Marketing	(10,2)	(1,8%)	0,1	(8,1)	(1,9%)	0,1	(2,1)	26,2%
Costi di Logistica	(18,8)	(3,2%)	0,1	(16,8)	(3,9%)	0,0	(2,0)	11,8%
Altri costi	(21,1)	(3,6%)	0,3	(12,1)	(2,8%)	0,0	(9,0)	74,3%
Costi del Personale	(49,0)	(8,4%)	0,2	(30,3)	(7,1%)	0,1	(18,7)	61,6%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(1,9)	(0,3%)	0,0	(1,3)	(0,3%)	(0,0)	(0,5)	39,0%
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	0,9	0,2%	0,9	0,5	0,1%	0,5	0,5	100,0%
EBITDA Adjusted	29,4	5,0%	1,6	11,6	2,7%	0,7	17,8	153,5%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(22,9)	(3,9%)	0,2	(22,7)	(5,3%)	-	(0,2)	0,9%
EBIT Adjusted	6,5	1,1%	1,7	(11,1)	(2,6%)	0,7	17,6	158,2%

In un trimestre tradizionalmente debole perché influenzato dalle note dinamiche stagionali, Unieuro ha registrato un **EBIT Adjusted**¹ positivo per 6,5 milioni di Euro, in recupero di ben 17,6 milioni rispetto allo straordinariamente negativo primo trimestre 2020/21. L'incidenza sui ricavi si è attestata all'1,1%.

La positiva performance è stata favorita dalla dinamica del **gross margin**, migliorato di 3,7 punti percentuali e attestatosi al 22,4% rispetto al 18,7% del corrispondente periodo dello scorso esercizio. Il gross margin ha beneficiato di un mix di canale e di prodotto più favorevole rispetto al periodo marzo-maggio 2020, che era stato fortemente impattato dai trend di consumo imposti dalla pandemia.

I **Costi del personale** hanno registrato un aumento di Euro 18,7 milioni, laddove nel primo trimestre 2020/21 erano stati influenzati dalle azioni avviate dal management per mitigare gli impatti della pandemia e relative principalmente all'utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni in Deroga, allo smaltimento ferie e permessi, al mancato rinnovo dei contratti a termine scaduti e alla riduzione spontanea dei compensi del management. L'incremento è riconducibile anche al passaggio alla gestione diretta degli shop-in-shop Unieuro by Iper alle nuove aperture del periodo. L'incidenza sui ricavi è pari nel trimestre all'8,4%, che si

confronta con l'eccezionale 7,1% nel corrispondente periodo del precedente esercizio e con il 9,3% del primo trimestre 2019/20.

I **Costi di logistica** hanno registrato un incremento di 2 milioni di Euro, principalmente legato all'aumento delle vendite complessive. L'incidenza sui ricavi è invece diminuita al 3,2% nei primi tre mesi 2021/22 rispetto al 3,9% del corrispondente periodo del precedente esercizio, durante il quale l'emergenza aveva dato impulso ad un abnorme ricorso alla consegna a domicilio da parte della clientela.

La voce **Altri costi** è lievitata di 9 milioni di Euro, con un'incidenza sui ricavi pari al 3,6% rispetto al 2,8% nei primi tre mesi dell'esercizio 2020/21. L'andamento è principalmente imputabile al venir meno delle concessioni ricevute dai locatori sul pagamento dei canoni di locazione, ai maggiori canoni di locazione variabili legati al fatturato e all'aumento del peso percentuale dei contratti che prevedono una tale componente variabile. Sono aumentati nel periodo anche i costi operativi, essenzialmente riferibili a utenze e canoni di manutenzione dei negozi, direttamente correlati alla maggiore operatività degli stessi.

I **Costi di marketing** hanno registrato un incremento del 26,2%, principalmente imputabile ai costi connessi alle campagne promozionali che - nel primo trimestre 2020/21 - erano state sospese a causa della pandemia. Sono inoltre aumentati gli investimenti in attività digitali, radio e tv a seguito della scelta dell'azienda di focalizzarsi maggiormente sulla digital consumption, effettuando una progressiva riduzione dell'utilizzo della carta e della distribuzione dei volantini. L'incidenza sui ricavi si è ridotta nel periodo dall'1,9% all'1,8%.

Gli **Ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni** sono ammontati a 22,9 milioni di Euro, sostanzialmente in linea con il precedente esercizio (22,7 milioni).

Risultato netto Adjusted²

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 maggio 2021			31 maggio 2020			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
EBIT Adjusted	6,5	1,1%	1,7	(11,1)	(2,6%)	0,7	17,6	(158,2%)
Proventi e oneri finanziari	(3,2)	(0,5%)	0,0	(3,6)	(0,8%)	-	0,4	(10,7%)
Imposte sul reddito	(0,3)	(0,0)%	(0,2)	0,9	0,2%	(0,1)	(1,1)	(133,5%)
Risultato Netto Adjusted	3,0	0,5%	1,6	(13,8)	(3,2%)	0,6	16,8	121,7%

Il **Risultato netto Adjusted²** di periodo è pari a 3 milioni di Euro, pari allo 0,5% dei ricavi, laddove storicamente si era finora sempre attestato su valori negativi, per ragioni meramente legate alla stagionalità del business.

Rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente, che a causa dell'emergenza Covid aveva registrato una perdita netta di 13,8 milioni di Euro, il miglioramento è di ben 16,8 milioni ed è riconducibile all'incremento dell'EBIT Adjusted¹ e al calo degli oneri finanziari netti, solo parzialmente compensato dall'incremento delle imposte sul reddito.

Investimenti

Gli investimenti del periodo sono ammontati a 8,4 milioni, in significativo recupero rispetto ai 2,9 milioni del primo trimestre 2020/21, durante il quale il Management di Unieuro aveva optato per un temporaneo ridimensionamento degli investimenti sulla rete di negozi al fine di limitare gli esborsi di cassa nel momento più critico dell'emergenza sanitaria.

I capex del trimestre sono principalmente riconducibili agli interventi sulla rete di negozi diretti e agli investimenti in information technology e sono destinati ad accelerare ulteriormente nel corso dell'esercizio, alla luce del piano di trasformazione digitale in atto.

Posizione Finanziaria Netta³

Al 31 maggio 2021, Unieuro ha registrato una posizione di **Cassa netta³** pari a 121,4 milioni di Euro, denotando un assorbimento di 33,5 milioni di Euro rispetto ai 154,8 milioni di Cassa netta al 28 febbraio 2021.

La dinamica di cassa, tradottasi in un **Adjusted Free Cash Flow⁴** negativo per 36,5 milioni di Euro nel trimestre (in miglioramento sia rispetto ai negativi 40,1 milioni del primo trimestre 2020/21, sia ai 39,7 milioni assorbiti nel Q1 2019/20), è influenzata anche dalle dinamiche stagionali del business, che determinano nella prima parte dell'esercizio un significativo assorbimento di capitale a fronte di un secondo semestre caratterizzato da una forte generazione di cassa.

Aggiornamento in merito all'emergenza Covid-19

Il 24 maggio 2021, a seguito dei positivi progressi registrati dalla campagna vaccinale e del conseguente miglioramento dei dati epidemiologici, è entrato in vigore un nuovo Decreto governativo che ha sancito la riapertura dei centri commerciali nei giorni festivi e prefestivi, rimuovendo quindi l'ultima sostanziale limitazione all'attività commerciale di Unieuro.

Ad oggi, se si eccettuano le persistenti difficoltà del Canale Travel legate al significativo calo del traffico aeroportuale, la situazione dei canali di vendita può pertanto ritenersi tornata alla normalità ante-Covid.

Outlook

Il buon progresso della campagna vaccinale, pur complicato dall'emergere di nuove varianti del Covid-19, impatterà nei prossimi mesi sui trend di consumo che - fin dal secondo trimestre dell'esercizio 2020/21 - hanno influenzato positivamente le vendite delle categorie merceologiche gestite da Unieuro.

Una volta esauriti tali trend, a tutti gli effetti eccezionali, è infatti presumibile che la domanda di prodotti appartenenti alla categoria Grey (in particolare informatica e telefonia) possa rallentare, trovando tuttavia compensazione nell'accelerazione del comparto White, già in atto. La categoria Brown continuerà inoltre a beneficiare della migrazione allo standard televisivo Dvb-T2 Hevc, in partenza da settembre e decisa dal Governo per liberare frequenze televisive a beneficio della telefonia 5G.

A livello di canale, l'avvenuta cessazione delle restrizioni al commercio e alla mobilità delle persone seguirà a fornire un nuovo impulso ai negozi fisici, mentre l'e-commerce continuerà a rallentare, senza tuttavia regredire ai livelli pre-Covid, alla luce di un comportamento del consumatore ormai profondamente mutato.

In generale, si confermano per il mercato italiano le attese di ulteriore progresso rispetto al precedente esercizio, sostenute da una crescita a valore più che dall'aumento dei volumi, fenomeno che consentirà una riduzione del divario tutt'ora esistente rispetto ai più maturi mercati europei.

Alla luce di ciò, il Management di Unieuro conferma le attese di crescita presentate ai mercati finanziari nel corso dell'Investor Day del 10 giugno 2021, che per l'esercizio in corso prevedono:

- Ricavi compresi tra 2,8 e 2,9 miliardi di Euro;
- Ebit Adjusted¹ compreso tra 65 e 75 milioni di Euro;
- Free Cash Flow Adjusted⁴ compreso tra 40 e 50 milioni di Euro;

a fronte di un significativo incremento degli investimenti, finalizzato ad accelerare la trasformazione digitale di Unieuro e la sua naturale evoluzione nel *Market Setter* del retail di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia.

* * *

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 Marco Pacini 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.

* * *

Il presente comunicato potrebbe contenere 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 e inclusa nell’indice FTSE Italia Mid Cap, 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

investor.relations@unieuro.com

Corporate Media Relations

iCorporate

Arturo Salerno

+39 335 1222631

Sonia Hason

+39 331 8394343

unieuro@icorporate.it

Table riassuntive:
Conto Economico

(dati in milioni di Euro)

Dati Adjusted	Q1 21/22				Q1 20/21				% change (Adjusted)
	Adjusted	%	Reported	%	Adjusted	%	Reported	%	
Ricavi	581,8	100,0%	581,8	100,0%	428,9	100,0%	428,9	100,0%	35,7%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(451,5)	(77,6%)	(452,4)	(77,8%)	(348,6)	(81,3%)	(349,1)	(81,4%)	29,5%
Margine lordo	130,4	22,4%	129,5	22,2%	80,3	18,7%	79,8	18,6%	62,4%
Costi del personale	(49,0)	(8,4%)	(49,2)	(8,5%)	(30,3)	(7,1%)	(30,4)	(7,1%)	61,6%
Costi di logistica	(18,8)	(3,2%)	(18,9)	(3,3%)	(16,8)	(3,9%)	(16,9)	(3,9%)	11,8%
Costi di marketing	(10,2)	(1,8%)	(10,4)	(1,8%)	(8,1)	(1,9%)	(8,2)	(1,9%)	26,2%
Altri costi	(21,1)	(3,6%)	(21,3)	(3,7%)	(12,1)	(2,8%)	(12,1)	(2,8%)	74,3%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(1,9)	(0,3%)	(1,9)	(0,3%)	(1,3)	(0,3%)	(1,3)	(0,3%)	39,0%
Risultato operativo lordo (EBITDA)	29,4	5,0%	27,8	4,8%	11,6	2,7%	10,9	2,5%	153,5%
Ammortamenti e svalutazioni	(22,9)	(3,9%)	(23,0)	(4,0%)	(22,7)	(5,3%)	(22,7)	(5,3%)	0,9%
Risultato operativo netto (EBIT)	6,5	1,1%	4,7	0,8%	(11,1)	(2,6%)	(11,8)	(2,7%)	158,2%
Oneri/proventi finanziari	(3,2)	(0,5%)	(3,2)	(0,5%)	(3,6)	(0,8%)	(3,6)	(0,8%)	(10,7%)
Risultato ante imposte	3,3	0,6%	1,5	0,3%	(14,7)	(3,4%)	(15,3)	(3,6%)	122,4%
Imposte sul reddito	(0,3)	(0,0%)	(0,1)	(0,0%)	0,9	0,2%	0,9	0,2%	(133,5%)
Risultato netto	3,0	0,5%	1,4	0,2%	(13,8)	(3,2%)	(14,4)	(3,4%)	121,7%

Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	31 May 2021	28 Feb. 2021
Crediti commerciali	86,6	65,3
Rimanenze	493,5	372,1
Debiti commerciali	(639,3)	(505,1)
Capitale Circolante Operativo Netto	(59,3)	(67,7)
Attività e passività per imposte correnti	(3,3)	(3,8)
Attività correnti	35,6	18,0
Passività correnti	(246,4)	(261,2)
Fondi	(3,1)	(0,8)
Capitale Circolante Netto	(276,4)	(315,4)
Attività materiali e immateriali	105,2	104,5
Attività per diritto d'uso	440,5	451,6
Attività /passività per imposte differite	36,6	37,1
Aviamento	196,1	195,2
Altre attività e passività non correnti	(30,1)	(30,9)
Totale capitale investito	471,9	442,1
Indebitamento finanziario netto	121,4	154,8
Passività per leasing	(434,8)	(443,7)
Indebitamento finanziario netto (IFRS 16)	(313,4)	(288,8)
Patrimonio netto	(158,4)	(153,3)
Totale Patrimonio netto e Passività fin.	(471,9)	(442,1)

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro):

	Q1 21/22	Q1 20/21	var. %
Reddito operativo lordo rep. (EBITDA rep.)	27,8	10,9	154,3%
Imposte pagate	-	-	na
Interessi pagati	(2,7)	(2,8)	(2,3%)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione	(34,8)	(25,0)	39,2%
Altre variazioni	0,4	0,1	177,6%
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'atti	(9,4)	(16,7)	(43,8%)
Acquisto di attività materiali	(5,5)	(1,5)	259,6%
Acquisto di attività immateriali	(2,9)	(1,4)	108,5%
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	(4,9)	(6,7)	(26,1%)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'a:	(7,1)	(6,0)	17,6%
Free Cash Flow	(29,8)	(32,3)	(8,0%)
Cash effect of adjustments	0,7	0,2	313,5%
Non recurring investments	8,3	6,0	39,0%
Other non recurring cash flows	(2,6)	(0,1)	1811,8%
Adjusted Free Cash Flow (IFRS 16)	(23,3)	(26,3)	(11,4%)
Locazioni IFRS16	(13,2)	(13,8)	(4,7%)
Adjusted Free Cash Flow	(36,5)	(40,1)	(9,1%)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	1,9	(0,0)	(4754,2%)
Debiti per acquisizioni	(2,0)	-	na
Dividendi	-	-	na
Piano di incentivazione a lungo termine	3,7	-	100,0%
Altri flussi di cassa non correnti	(0,6)	(0,7)	(6,2%)
Δ Indebitamento finanziario netto	(33,5)	(40,8)	(18,1%)

¹ 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.

² Il **Risultato Netto Adjusted** è calcolato come Risultato Netto aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'EBIT Adjusted, (ii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti e (iii) dell'impatto fiscale teorico di tali aggiustamenti.

³ 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.

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ 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 di Unieuro con quelli di mercato.

Tutti i dati contenuti nel presente comunicato sono consolidati. Il perimetro di consolidamento include la Capogruppo Unieuro S.p.A., la controllata al 100% Monclick S.r.l. (consolidata a partire dal 1° giugno 2017) e la controllata al 100% Carini Retail S.r.l. (consolidata a partire dal 1° marzo 2019 e successivamente fusa in Unieuro S.p.A. a far data dal 1° settembre 2020).

I dati economico-finanziari recepiscono l'adozione del principio contabile IFRS 16, entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2019. La Società presenta e commenta tali grandezze, salvo ove diversamente indicato.