



RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 NOVEMBRE 2021

1. Premessa

Il Gruppo Unieuro (di seguito anche il “Gruppo” o “Gruppo Unieuro”) è formato dalle società Unieuro S.p.A. e Monclick S.r.l., consolidata a partire dal 1° giugno 2017.

La società Unieuro S.p.A. (di seguito anche la “Società” o “Unieuro” o “UE”) è una società di diritto italiano con sede a Forlì in Via Piero Maroncelli 10, fondata alla fine degli anni 30 del secolo scorso da Vittorio Silvestrini. Unieuro è oggi il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia e opera come distributore omnicanale integrato in quattro principali segmenti di prodotto: Grey (telefonia, informatica e foto), White (grandi e piccoli elettrodomestici), Brown (elettronica di consumo e media storage), Altri prodotti (console, videogiochi, biciclette), offrendo in parallelo una vasta gamma di servizi quali consegna e installazione, estensione di garanzia e finanziamento al consumo.

La società Monclick S.r.l. (di seguito anche “Monclick” o “MK”) controllata al 100% da Unieuro, è una società di diritto italiano con sede a Milano in Via Marghera 28, vende online prodotti di informatica, elettronica, telefonia ed elettrodomestici in Italia attraverso il sito www.monclick.it, offrendo un catalogo di oltre 70.000 articoli e garantendo un’esperienza d’acquisto completa, che si perfeziona con la consegna ed installazione a domicilio del prodotto scelto. Opera inoltre nel segmento denominato B2B2C, la cui clientela è rappresentata da operatori che hanno la necessità di acquistare prodotti elettronici da distribuire ai propri clienti abituali o ai dipendenti in occasione di raccolte punti, concorsi a premio o di piani di incentivazione.

La missione del Gruppo è accompagnare il cliente in tutte le fasi del suo percorso di acquisto, mettendolo al centro di un ecosistema integrato di offerta di prodotti e servizi che vede nell’accessibilità, prossimità e vicinanza i pilastri del proprio approccio strategico.

Dall’aprile 2017, le azioni Unieuro sono quotate al segmento STAR della Borsa di Milano, la Società è a tutti gli effetti una public company. Nell’aprile 2021, l’operatore di telecomunicazioni Iliad S.A. ha annunciato l’acquisto di una partecipazione pari a circa il 12% del capitale sociale di Unieuro. Sulla base delle informazioni disponibili¹, gli altri maggiori azionisti di Unieuro sono: la società di gestione del risparmio Amundi Asset Management (6,4% del capitale), Mediolanum Gestione Fondi Sgr (4,3%), il signor Giuseppe Silvestrini (4,2%) e J.P. Morgan Asset Management (3,5%).

¹ Fonti: verbale Assemblea Ordinaria del 15 giugno 2021.

2. Nota metodologica

Nel prosieguo della presente Resoconto Intermedio di Gestione sono riportate informazioni relative ai ricavi consolidati, alla redditività consolidata, ai flussi di cassa e alla situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo Unieuro al 30 novembre 2021 comparate con i dati del precedente periodo intermedio chiuso al 30 novembre 2020 per la parte relativa ai risultati economici e dei flussi di cassa e con i dati dell'ultimo bilancio approvato al 28 febbraio 2021 per la situazione patrimoniale e finanziaria.

In data 20 dicembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha approvato una modifica alla Politica di comunicazione delle informazioni finanziarie periodiche su base trimestrale in virtù della quale, a partire dalla stessa data, l'impatto delle imposte dirette di competenza del periodo è stato escluso dal calcolo delle grandezze economiche e finanziarie nei resoconti intermedi di gestione relativi al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio. La decisione è maturata alla luce dell'esigenza di riflettere compiutamente gli eventuali effetti sui conti della Società delle Leggi di Bilancio, tenuto conto della tempistica di approvazione delle medesime rispetto alla data di approvazione dei risultati novestrali di Unieuro (gennaio di ciascun anno).

Salvo ove diversamente indicato, tutti i valori sono espressi in milioni di Euro. Le somme e le percentuali sono state calcolate su valori in migliaia di Euro e, pertanto, le eventuali differenze rinvenibili in alcune tabelle sono dovute agli arrotondamenti.

Il presente Resoconto Intermedio di Gestione è stato predisposto secondo quanto indicato dall'art. 82 ter del Regolamento Emittenti adottato con delibera nr.11971 del 14 maggio 1999, introdotto in base a quanto previsto dall'art. 154-ter, commi 5 e 6 del Testo Unico della Finanza ("TUF"). Pertanto non sono adottate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34 "Bilanci intermedi").

La pubblicazione del Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2021 è regolata dalle disposizioni del Regolamento di Borsa e, in particolare, l'art.2.2.3, comma 3 del Regolamento di Borsa.

I principi contabili utilizzati dal Gruppo sono rappresentati dagli International Financial Reporting Standards adottati dalla Unione Europea ("IFRS") ed in applicazione D.Lgs 38/2005 e dalle altre disposizioni CONSOB in materia di bilancio. I criteri contabili e i principi di consolidamento adottati sono omogenei a quelli utilizzati in sede di Bilancio Consolidato del Gruppo al 28 febbraio 2021, ai quali si rimanda.

Il 28 maggio 2020 lo IASB ha emesso le modifiche allo IFRS 16 "Leases Covid 19-Related Rent Concessions", introducendo un espediente pratico al capitolo "Modifiche del leasing" che permette al locatario di non considerare le eventuali concessioni sul pagamento dei canoni ricevute dal 1° gennaio 2020 e derivanti dagli effetti del Covid-19 come una modifica del contratto originario. Sulla base di tali modifiche, le suddette concessioni si possono contabilizzare come canoni variabili positivi senza passare attraverso una modifica contrattuale. In data 31 marzo 2021 lo IASB ha pubblicato l'emendamento all'IFRS 16 Leases: Covid-19-Related Rent Concessions beyond 30 June 2021, con il quale estende di un anno il periodo di applicazione dell'emendamento all'IFRS 16, emesso nel 2020, relativo alla contabilizzazione delle agevolazioni concesse dai locatori a causa

del Covid-19. Nel mese di agosto 2021 l'emendamento ha concluso il processo di approvazione ed è stato pubblicato sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea.

3. Principali indicatori finanziari e operativi

Allo scopo di facilitare la comprensione dell'andamento economico e finanziario del Gruppo sono stati individuati alcuni Indicatori Alternativi di Performance ("IAP"). Per una corretta interpretazione di tali IAP si evidenzia quanto segue: (i) tali indicatori sono costruiti esclusivamente a partire da dati storici del Gruppo e non sono indicativi dell'andamento futuro, (ii) gli IAP non sono previsti dagli IFRS e, pur essendo derivati dal Bilancio Consolidato, non sono assoggettati a revisione contabile, (iii) gli IAP non devono essere considerati sostitutivi degli indicatori previsti dai principi contabili di riferimento (IFRS), (iv) la lettura di detti IAP deve essere effettuata unitamente alle informazioni finanziarie del Gruppo tratte dal Resoconto Intermedio di Gestione; (v) le definizioni e i criteri adottati per la determinazione degli indicatori utilizzati dal Gruppo, in quanto non rivenienti dai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenei con quelli adottati da altre società o gruppi e, pertanto, potrebbero non essere comparabili con quelli eventualmente presentati da tali soggetti, e (vi) gli IAP utilizzati dal Gruppo risultano elaborati in continuità e omogeneità di definizione e rappresentazione per tutti i periodi per i quali sono incluse informazioni finanziarie nel Resoconto Intermedio di Gestione.

Gli IAP rappresentati (Consolidated Adjusted EBIT, Consolidated Adjusted EBIT Margin, Risultato prima delle imposte consolidato adjusted, Capitale circolante netto, Consolidated Adjusted Free Cash Flow e (Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17) non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS e, pertanto, come sopra esposto, non devono essere considerate misure alternative a quelle fornite dagli schemi di Bilancio Consolidato del Gruppo per la valutazione dell'andamento economico delle stesse e della relativa posizione finanziaria.

Sono riportati taluni indicatori definiti "Adjusted", al fine di rappresentare l'andamento gestionale e finanziario del Gruppo, al netto di eventi non ricorrenti, di eventi non caratteristici e di eventi legati a operazioni straordinarie, così come identificati dal Gruppo. Gli indicatori Adjusted riportati riguardano: Consolidated Adjusted EBIT, Consolidated Adjusted EBIT Margin, Risultato prima delle imposte consolidato adjusted e Consolidated Adjusted Free Cash Flow e (Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17. Tali indicatori riflettono le principali grandezze economiche e finanziarie depurate da proventi ed oneri non ricorrenti non strettamente correlabili all'attività e alla gestione caratteristica e all'effetto derivante dal cambiamento del modello di business per i servizi di estensione di garanzia (come meglio descritto nel seguito nello IAP "Consolidated Adjusted EBIT") e permettono quindi un'analisi della performance del Gruppo in modo più omogeneo nei periodi rappresentati nel Resoconto Intermedio di Gestione.

Principali indicatori finanziari e operativi²

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020
Indicatori economici		
Ricavi Consolidati	2.154,3	1.889,8
<i>Consolidated Adjusted EBIT</i> ³	56,5	63,6
<i>Consolidated Adjusted EBIT margin</i> ⁴	2,6%	3,4%
Risultato prima delle imposte consolidato adjusted ⁵	46,9	53,5
Risultato del periodo prima delle imposte	35,8	43,4
Flussi di cassa		
<i>Consolidated Adjusted Free Cash Flow</i> ⁶	73,9	125,7
Investimenti pagati nell'esercizio	(45,8)	(33,1)

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	28 febbraio 2021
Indicatori patrimoniali		
Capitale Circolante Netto	(361,6)	(314,3)
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta – Ex IAS 17 ⁷	170,0	154,8
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta	(272,1)	(297,0)

² Gli indicatori *Adjusted* non sono identificati come misura contabile nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non devono essere considerati misura alternativa per la valutazione dei risultati del Gruppo. Poiché la composizione di tali indicatori non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato del Gruppo potrebbe non essere omogeneo sia con quello adottato da altre società sia con quello che potrebbe essere adottato in futuro del Gruppo, o da esso realizzato, e quindi non comparabile.

³ Il *Consolidated Adjusted EBIT* è dato dall'EBIT Consolidato rettificato (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti, (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 e (iii) degli ammortamenti non ricorrenti. Si rinvia al paragrafo 4.2 per ulteriori dettagli.

⁴ Il *Consolidated Adjusted EBIT Margin* è ottenuto come rapporto tra il Consolidated Adjusted EBIT e i ricavi.

⁵ Il Risultato prima delle imposte consolidato adjusted è calcolato come Risultato prima delle imposte Consolidato aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nel *Consolidated Adjusted EBITDA*, (ii) delle rettifiche degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti e (iii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti.

⁶ Il *Consolidated Adjusted Free Cash Flow*, indica il flusso di cassa consolidato generato/assorbito dall'attività operativa e dall'attività di investimento comprensivo degli oneri finanziari, pre-adozione IFRS 16. Il Consolidated Adjusted Free Cash Flow è rettificato dei flussi operativi e di investimento non ricorrenti, ed è comprensivo delle rettifiche per oneri (proventi) non ricorrenti, della loro componente non monetaria e del relativo impatto fiscale. Si rinvia al paragrafo 4.5 per ulteriori dettagli.

⁷ L'(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta – Ex IAS 17, indica l'(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta consolidata senza incorporare gli effetti legati all'applicazione dell'IFRS 16. Si rinvia al paragrafo 6 per ulteriori dettagli.

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	28 febbraio 2021
Indicatori operativi dell'esercizio		
Crescita <i>like-for-like</i> ⁸	12,0%	8,7%
Punti vendita diretti (numero)	282	273
di cui <i>Pick Up Points</i> ⁹	273	264
Punti vendita affiliati (numero)	257	254
di cui <i>Pick Up Points</i>	203	123
Totale Area punti vendita diretti (in metri quadri)	circa 403.000	circa 388.000
<i>Sales Density</i> ¹⁰ (Euro per metro quadro)	5.570	4.861
Dipendenti <i>Full Time Equivalents</i> ¹¹ (numero)	5.014	4.679
Net Promoter Score ¹²	48,8	46,3

⁸ Crescita dei ricavi *like-for-like*: modalità di comparazione delle vendite del periodo di tre mesi chiuso al 30 novembre 2021 con quelle periodo di tre mesi chiuso al 31 novembre 2020 sulla base di un perimetro di attività omogeneo, dato dai 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), nonché dall'intero canale online.

⁹ Punti di ritiro fisici per gli ordini dei clienti del canale online.

¹⁰ Indicatore ottenuto dal rapporto delle vendite annuali generate dai punti vendita diretti e la superficie complessiva dell'area destinata alla vendita del totale dei punti vendita diretti.

¹¹ Numero medio annuo di dipendenti equivalenti a tempo pieno.

¹² Il Net Promoter Score (NPS) misura l'esperienza dei clienti e prevede la crescita del business, può variare da -100 (se ogni cliente è un Detractor) a 100 (se ogni cliente è un Promotore).

4. Risultati economici e patrimoniali del Gruppo

4.1 Ricavi consolidati

Nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2021, Unieuro ha conseguito ricavi in crescita del 14% rispetto al corrispondente periodo dello scorso esercizio, toccando quota 2.154,3 milioni di Euro (+264,4 milioni).

La performance è fortemente positiva in quanto conseguita in un contesto di graduale normalizzazione post-Covid e in assenza di significative variazioni del perimetro aziendale, tanto che l'evoluzione dei *Ricavi like-for-like*¹³ - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo - si è attestata a +12%.

In particolare, i ricavi dell'importante mese di novembre sono stati sospinti dal successo della campagna promozionale quest'anno ribattezzata "Manà Manà Black Friday", la cui durata (1° novembre - 2 dicembre) è stata sostanzialmente in linea con quella del "Change Black Friday" del 2020 (3 novembre - 3 dicembre). Nonostante il fatturato 2020 avesse beneficiato dei favorevoli trend di consumo innescati dalla pandemia, Unieuro ha così registrato un novembre ancora in crescita grazie alla competitività commerciale e all'efficacia del marketing omnicanale che la caratterizzano.

Nel confronto con i dati consuntivati al 30 novembre 2019, l'ultimo prima che l'epidemia mutasse lo scenario di mercato, l'incremento dei ricavi è ancora più significativo e pari al 22,4% (+394,8 milioni).

4.1.1 Ricavi consolidati per canale

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2021	%	30 novembre 2020	%	Δ	%
Retail	1.464,8	68,0%	1.194,7	63,2%	270,1	22,6%
Online	364,7	16,9%	367,4	19,4%	(2,7)	(0,7%)
Indiretto	225,9	10,5%	220,2	11,7%	5,7	2,6%
B2B	76,9	3,6%	91,1	4,8%	(14,2)	(15,6%)
Travel	22,0	1,0%	16,4	0,9%	5,6	34,2%
Totale ricavi consolidati per canale	2.154,3	100,0%	1.889,8	100,0%	264,4	14,0%

Il canale Retail (68,0% dei ricavi totali) - che al 30 novembre 2021 era composto da 271 punti vendita diretti - ha registrato vendite pari a Euro 1.464,8 milioni, in crescita (+22,6%) rispetto ai 1.194,7 milioni registrati nel corrispondente periodo 2020/21. Una performance a doppia cifra che ha

¹³ Crescita dei ricavi *like-for-like*: modalità di comparazione delle vendite del periodo di nove mesi chiuso al 30 novembre 2021 con quello di nove mesi chiuso al 30 novembre 2020 sulla base di un perimetro di attività omogeneo, dato dai 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), nonché dall'intero canale online.

caratterizzato il canale Diretto, il più importante in termini di ricavi e marginalità, e che è confermata per tutto il corso dei nove mesi del 2021, favorito dall'efficacia della strategia marketing omnicanale di Unieuro e dalla competitività commerciale. Nel periodo settembre-novembre 2021 le vendite sono risultate in crescita (+13,2%) rispetto allo stesso periodo del 2020 anche grazie al successo della campagna promozionale "Manà Manà Black Friday". La campagna ha proposto alla clientela un susseguirsi di panieri di prodotti fortemente scontati, evolutisi e ampliatisi via via in vista del Gran Finale, a cui si sono aggiunti momenti promozionali spot e non necessariamente coincidenti con le ricorrenze commerciali ormai tipiche del mese di novembre - Singles' Day, Black Friday e Cyber Monday - che pure sono state tra le giornate più intense per la rete fisica. 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 e gli interventi effettuati nel periodo sulla rete diretta. Grazie a tali effetti, la performance di canale è positiva anche rispetto ai dati consuntivati al 30 Novembre 2019 anno pre-Covid (+19,0 %).

Il canale Online (16,9 % dei ricavi totali) ha chiuso i nove mesi del 2021 con un lieve calo dello 0,7%, a Euro 364,7 milioni, a fronte di Euro 367,4 milioni registrati nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente, performance in decelerazione rispetto al corrispondente periodo, sull'onda della normalizzazione del business. Rispetto ai dati consuntivati nei nove mesi del 2019, anno pre-covid, i ricavi del canale sono in aumento del 83,8 %, pari a Euro 198,4 milioni al 30 novembre 2019, grazie alle attività di marketing, sia mainstream sia digitali sul canale Online, nonché delle nuove abitudini di consumo innescati dalla pandemia. La straordinaria performance dei nove mesi chiusi al 30 novembre 2020 era frutto della situazione di emergenza imposta dalla pandemia, che aveva portato la clientela a privilegiare l'e-commerce a discapito dei negozi fisici. Si segnala come durante la campagna del Black Friday, il canale Online ha registrato ricavi in ulteriore crescita rispetto a novembre 2020, grazie alle performance della rinnovata piattaforma unieuro.it. e delle altre piattaforme digitali di proprietà Unieuro.

Il canale Indiretto (10,5 % dei ricavi totali) - che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati, per un totale di 257 punti vendita al 30 novembre 2021 - ha registrato ricavi pari a Euro 225,9 milioni, in crescita del 2,6 % rispetto ai 220,2 milioni di Euro 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 nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2021. A ciò si aggiunge anche il positivo contributo delle nuove aperture del periodo, che hanno parzialmente compensato il passaggio al canale Retail degli shop-in-shop Unieuro by Iper precedentemente affiliati a partire dal secondo semestre del precedente esercizio. Tali fenomeni hanno consentito una crescita anche rispetto ai dati consuntivati al 30 novembre 2019 esercizio pre-Covid (+12,8 %). Durante la campagna del Black Friday, il canale Indiretto ha registrato una contrazione dei ricavi rispetto a novembre 2020, anno in cui la rete dei negozi affiliati aveva beneficiato in via eccezionale della chiusura dei centri commerciali nelle giornate festive e prefestive.

Il canale B2B (3,6% 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 Euro 76,9 milioni, in calo del 15,6% rispetto ai Euro 91,1 milioni del precedente esercizio. La contrazione, ancor più evidente nel confronto con il corrispondente periodo 2019/20 (-23,3%), è frutto di una precisa scelta manageriale legata alla minor disponibilità

di prodotto con cui alimentare il canale.

Infine, il canale Travel (1,0% 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 incremento del 34,2% e vendite pari a Euro 22,0 milioni. La performance sta beneficiando della graduale ripresa del traffico presso le stazioni e gli aeroporti che erano stati oggetto di chiusura totale o parziale durante la pandemia. La performance seppure positiva ed in corso di normalizzazione è ancora in calo rispetto ai dati consuntivati nei nove mesi dell'ultimo esercizio pre-Covid (-24,8 %).

4.1.2 Ricavi consolidati per categoria

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2021	%	30 novembre 2020	%	Δ	%
Grey	973,7	45,2%	925,9	49,0%	47,8	5,2%
White	563,8	26,2%	515,1	27,3%	48,7	9,5%
Brown	420,9	19,5%	279,9	14,8%	141,0	50,4%
Altri prodotti	95,6	4,4%	91,1	4,8%	4,5	4,9%
Servizi	100,3	4,7%	77,8	4,1%	22,5	28,9%
Totale ricavi consolidati per categoria	2.154,3	100,0%	1.889,8	100,0%	264,4	14,0%

Attraverso i propri canali di distribuzione, il Gruppo offre alla clientela una vasta gamma di prodotti - in particolare elettrodomestici e beni elettronici di consumo - nonché servizi accessori. La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione dei prodotti 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 Grey (45,2% 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 Euro 973,7 milioni, in aumento del 5,2% rispetto ai Euro 925,9 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Le vendite consuntivate al 30 novembre 2021 sono state guidate principalmente dalla telefonia, dai wearables e mediatablets che godono dell'allentamento delle restrizioni Covid. Tali fenomeni hanno consentito una crescita anche rispetto ai nove mesi chiusi al 30 novembre 2019 dell'esercizio pre-Covid (+17,1%). Nel terzo trimestre, tuttavia il comparto dei Tablets, dei Pc Portatili e dei Pc fissi hanno registrato una performance in calo se confrontato con il terzo trimestre del 2020 anno in cui queste merceologie ha registrato uno straordinario risultato trainato dal trend d'acquisto legati al fenomeno dello smart working, e-learning e comunicazione, enfatizzati dal contesto emergenziale sperimentato nel periodo. Dato riscontrato anche durante la campagna del Black Friday, durante la quale la categoria Grey ha risentito della minor domanda di prodotti informatici rispetto ai livelli alti del 2020, diversamente dalle altre categorie merceologiche.

La categoria White (26,2% dei ricavi totali) - che è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e forneli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, robot da cucina, macchine per il caffè, oltreché dal

segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di Euro 563,8 milioni, in crescita del 9,5% rispetto ai Euro 515,1 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Nel periodo la categoria è incrementata grazie ai buoni risultati dei prodotti legati alla cura della casa, con particolare riferimento al grande elettrodomestico che ha visto in maggio il successo del volantino Passione Casa con l'abbinata dell'asciugatrice, in giugno/luglio l'attività del Summer Black Friday, e infine in novembre la campagna del Black Friday registrando nel comparto del MDA crescita a doppia cifra in particolare su asciugatrici e frigoriferi. Positivo anche il comparto del piccolo elettrodomestico che oltre al successo registrato durante il primo e secondo trimestre, registra durante la campagna di novembre crescita a doppia cifra in particolare nel settore delle macchine del caffè, dell'aspirazione, del personal care e delle friggitrici ad aria.

La categoria Brown (19,5% 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 Euro 420,9 milioni, +50,4% rispetto al livello di Euro 279,9 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. La forte performance dei nove mesi chiusi al 30 novembre 2021, con un terzo trimestre che vede la categoria in crescita del 58,0% rispetto allo stesso trimestre del 2020, è legata ai televisori e ai decoder che beneficiano dell'importante evento dello Switch-Off iniziato nel mese di ottobre 2021 e tutt'ora in corso, evidenziando come il consumatore finale si stia preparando al cambio di tecnologia usufruendo delle opportunità del bonus TV rottamazione e del bonus TV Decoder messi a disposizione dallo Stato.

La categoria Altri prodotti (4,4% 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 consolidati pari a Euro 95,6 milioni, in crescita del 4,9%. La performance, ancor più positiva nel confronto con i primi nove mesi 2019/20 (+24,2%), risente tuttavia del calo di fatturato nel terzo trimestre dell'esercizio in corso, sceso del 15,2% alla luce dello straordinariamente forte terzo trimestre 2020/21, che aveva beneficiato del lancio della PlayStation 5 e del boom della mobilità elettrica indotto dall'erogazione del Bonus Mobilità..

La categoria Servizi (4,7% dei ricavi totali) ha osservato una crescita del 28,9% a Euro 100,3 milioni: il positivo andamento ha giovato del continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, in particolare del servizio di estensioni di garanzia e di consegna e trasporto.

4.2 Redditività operativa consolidata

Gli schemi di conto economico presenti nel prosieguo della presente Relazione sull'andamento della Gestione sono stati riclassificati secondo modalità di presentazione ritenute dal *management* utili a rappresentare l'andamento della redditività operativa del Gruppo Unieuro nel corso del periodo. Al fine di dare maggiore rappresentatività alle voci di costo e di ricavo mostrate, in tale conto economico sono stati riclassificati per natura (i) i proventi e oneri non ricorrenti e (ii) gli 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.

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2021			30 novembre 2020			Δ	%
	Valori adjusted	% Rettifiche		Valori adjusted	% Rettifiche			
Ricavi	2.154,3			1.889,8			264,4	14,0%
Ricavi delle vendite	2.154,3			1.889,8			264,4	14,0%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.699,1)	(78,9%)	(1,6)	(1.482,4)	(78,4%)	0,0	(216,7)	14,6%
Costi di Marketing	(43,2)	(2,0%)	1,1	(37,5)	(2,0%)	0,3	(5,7)	15,3%
Costi di Logistica	(62,2)	(2,9%)	0,5	(62,8)	(3,3%)	0,2	0,6	(0,9%)
Altri costi	(74,8)	(3,5%)	5,7	(50,3)	(2,7%)	5,7	(24,6)	48,9%
Costi del Personale	(149,7)	(6,9%)	0,9	(123,4)	(6,5%)	0,3	(26,3)	21,3%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,5)	(0,2%)	(0,7)	(4,9)	(0,3%)	0,0	1,4	(28,0%)
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	4,9	0,2%	4,9	3,5	0,2%	3,5	1,4	39,2%
Consolidated Adjusted EBITDA¹⁴	126,6	5,9%	10,8	132,1	7,0%	10,1	(5,5)	(4,2%)
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(70,1)	(3,3%)	0,2	(68,6)	(3,6%)	-	(1,5)	2,2%
Consolidated Adjusted EBIT	56,5	2,6%	11,0	63,6	3,4%	10,1	(7,1)	(11,1%)

Il Consolidated Adjusted EBIT è pari ad Euro 56,5 milioni (Euro 63,6 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio). L'Adjusted EBIT margin, pari a positivi 2,6%, è in riduzione di 0,8 punti verso l'anno precedente principalmente per effetto del venir meno delle azioni di riduzione dei costi implementate nello scorso esercizio a causa della pandemia.

La crescita dei volumi di vendita ha comportato un aumento di 57,5 milioni di Euro del gross profit, con un'incidenza sui ricavi scesa al 21,4% rispetto al 21,7% dei primi nove mesi del precedente esercizio. Nonostante il maggior peso del canale Retail, il più importante in termini di ricavi e marginalità, che nello scorso esercizio era stato penalizzato dai trend di consumo imposti dalla pandemia, il gross margin ha infatti risentito della maggior promozionalità e del diverso mix di prodotto e brand nell'ambito della categoria Grey, indotto dalla scarsità di taluni prodotti sul mercato.

¹⁴ Il Consolidated Adjusted EBITDA è dato dall'EBITDA Consolidato 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.

I costi di Marketing subiscono un incremento del 15,3% rispetto al 30 novembre 2020. L'incremento è principalmente imputabile ai costi connessi alle campagne promozionali che erano state sospese nei primi mesi del 2020 a causa della pandemia, aumentano inoltre gli investimenti in attività digital, radio e tv a seguito della scelta dell'azienda di focalizzarsi maggiormente sulla digital consumption. L'incidenza sui ricavi consolidati è invariata pari all'2%.

I costi di logistica registrano un decremento in termini di incidenza sui ricavi consolidati pari al 2,9% nei primi nove mesi 2021 (3,3% nel corrispondente periodo del precedente esercizio), per effetto del minor peso delle vendite con consegna a domicilio sul totale ricavi del periodo parzialmente compensato dai maggiori costi di trasporto e movimentazione derivanti dai maggiori volumi di fatturato.

La voce Altri costi incrementa di Euro 24,6 milioni rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi consolidati pari al 3,5% (2,7% nei primi nove mesi 2020). L'andamento è principalmente imputabile a minori concessioni ricevute dai locatori sul pagamento dei canoni di locazione a causa dell'allentamento delle restrizioni, maggiori canoni di locazione variabili per effetto dell'incremento del fatturato registrato nel periodo e dell'aumento del peso dei contratti che prevedono una componente variabile dell'affitto. Aumentano nel periodo anche (i) i costi operativi riferibili a utenze e canoni di manutenzione, conseguenti alla maggiore operatività dei negozi e all'aumento del costo delle materie prime, (ii) i costi connessi alle commissioni per carte sulla rete fisica per effetto dell'incremento dei volumi registrati, e (iii) le consulenze principalmente legate al rafforzamento delle infrastrutture tecnologiche e allo sviluppo di nuovi progetti.

I costi del personale registrano un aumento di Euro 26,3 milioni. La voce nello scorso periodo era influenzata dall'effetto delle 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 e dall'effetto delle norme relative alle limitazioni alla circolazione delle persone che hanno imposto la chiusura dei centri commerciali nei weekend. I costi incrementano anche per effetto del passaggio alla gestione diretta degli shop-in-shop Unieuro by Iper e delle nuove aperture del periodo. L'incidenza sui ricavi consolidati è pari all'6,9% al 30 novembre 2021 (6,5% nel corrispondente periodo del precedente esercizio).

La voce Altri proventi e oneri diversi di gestione decrementa di Euro 1,4 milioni. L'incidenza sui ricavi consolidati è pari allo 0,2% al 30 novembre 2021 (0,3% nel corrispondente periodo del precedente esercizio). La voce include principalmente costi per oneri connessi all'esercizio di impresa quali la tassa smaltimento rifiuti.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano ad Euro 70,1 milioni (Euro 68,6 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2021). Gli investimenti al 30 novembre 2021 sono pari a Euro 37,5 milioni (Euro 18,4 milioni al 30 novembre 2020) e sono riconducibili a costi capitalizzati sostenuti per interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, ad investimenti in information technology, tra cui l'adozione delle etichette elettroniche in un significativo e crescente numero di negozi diretti, l'implementazione del nuovo gestionale SAP S/4HANA e il lancio del nuovo sito di e-commerce frutto del progetto "Revolution".

Si riporta di seguito la riconciliazione tra il *Consolidated Adjusted EBIT* e il Risultato Operativo Netto consolidato.

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30		30		Δ	%
	novembre	%	novembre	%		
	2021		2020			
Consolidated Adjusted EBIT ¹⁵	56,5	2,6%	63,6	3,4%	(7,1)	(11,1%)
Oneri/ (proventi) non ricorrenti	(5,9)	(0,3%)	(6,5)	(0,3%)	0,7	(10,1%)
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 ¹⁶	(4,9)	(0,2%)	(3,5)	(0,2%)	(1,4)	39,2%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni non ricorrenti	(0,2)	0,0%	0,0	0,0%	(0,2)	(100,0%)
Risultato Operativo netto	45,5	2,1%	53,5	2,8%	(8,0)	(14,9%)

Gli oneri/(proventi) non ricorrenti del Consolidated Adjusted EBITDA decrementano di Euro 0,7 milioni rispetto al precedente periodo chiuso al 30 novembre 2020 e sono dettagliatamente esplicitati nel successivo paragrafo 4.3.

¹⁵ Vedere nota riportata nella sezione “Principali indicatori finanziari e operativi”.

¹⁶ L’aggiustamento si riferisce al risconto dei ricavi per servizi di estensione di garanzia già incassati, al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza. Dall’esercizio chiuso al 29 febbraio 2012 per i prodotti White venduti da Unieuro, dall’esercizio chiuso al 28 febbraio 2015 per tutti i servizi di estensione di garanzia venduti da Unieuro S.r.l. (nel seguito “Ex Unieuro”) (esclusa la telefonia e le periferiche), dall’esercizio di acquisizione per tutti i servizi di estensione di garanzia venduti da punti vendita acquisiti dai rami di azienda Ex Andreoli S.p.A., Ex Cerioni S.p.A., Ex DPS S.r.l., Ex Galimberti S.p.A. e Ex Pistone S.p.A. (esclusa la telefonia e le periferiche), Unieuro ha modificato il modello di business relativo alla gestione di servizi di estensione di garanzia, internalizzando la gestione dei servizi venduti dalla Ex Unieuro e da Unieuro che in precedenza erano affidati a soggetti terzi e estendendo tale modello ai punti vendita acquisiti dai rami di azienda Ex Andreoli S.p.A., Ex Cerioni S.p.A., Ex DPS S.r.l., Ex Galimberti S.p.A. e Ex Pistone S.p.A. (il “Cambiamento del Modello di Business”). Per effetto del Cambiamento del Modello di Business, al momento della vendita dei servizi di estensione di garanzia, Unieuro sospende il ricavo, al fine di rilevarlo lungo la durata dell’impegno contrattuale, che decorre a partire dalla scadenza della garanzia di legge di due anni. Pertanto, Unieuro inizia progressivamente a registrare i ricavi delle vendite dei servizi di estensione di garanzia dopo due anni (termine della garanzia legale sui prodotti) dalla stipula dei relativi contratti e dall’incasso dei corrispettivi, che generalmente è contestuale. Il ricavo viene quindi iscritto pro-quota lungo la durata dell’impegno contrattuale (storicamente, a seconda del prodotto di riferimento, per un periodo compreso tra uno e quattro anni). Per effetto di tale Cambiamento del Modello di Business, i conti economici non esprimono completamente i ricavi e il margine propri del business descritto nella presente nota. Infatti, nei conti economici dei periodi chiusi al 30 novembre 2021 e al 30 novembre 2020 sono rilevati solo in parte i ricavi delle vendite realizzate a partire dal Cambiamento del Modello di Business, perché Unieuro inizierà progressivamente a registrare i ricavi delle vendite dei servizi di estensione di garanzia (già incassati dalla stessa) a partire dal termine della garanzia legale di due anni. L’aggiustamento si propone quindi di rappresentare, in ciascun periodo 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 da Unieuro sulla base di informazioni storiche circa la natura, la frequenza e il costo degli interventi di assistenza. L’aggiustamento andrà progressivamente ad esaurirsi nei conti economici dei prossimi esercizi sino ad azzerarsi quando il nuovo modello di business sarà entrato a regime, ovvero, per ogni categoria di prodotto, quando sarà decorso il periodo iniziato il primo giorno della garanzia legale di due anni e che terminerà l’ultimo giorno del servizio di estensione di garanzia.

L'aggiustamento legato al cambiamento del modello di *business* per i servizi di assistenza in gestione diretta si è incrementato di Euro 1,4 milioni rispetto al precedente periodo chiuso al 30 novembre 2020 per effetto del maggior volume di contratti sottoscritti nel periodo.

4.3 Proventi e oneri non ricorrenti

Gli oneri/(proventi) non ricorrenti del Consolidated Adjusted EBITDA sono riportati di seguito:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020	Δ	%
Costi di pre-apertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita ¹⁷	2,3	1,1	1,2	116,0%
<i>Mergers&Acquisition</i>	1,1	0,1	1,0	1.909,4%
Altri oneri non ricorrenti	2,5	5,4	(2,9)	(53,5%)
Totale	5,9	6,5	(0,7)	(10,5%)

Gli oneri e proventi non ricorrenti registrano un decremento di Euro 0,7 milioni rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente chiuso al 30 novembre 2020.

I costi relativi alla voce Costi di pre-apertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita sono pari a Euro 2,3 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 (Euro 1,1 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio). Tale voce include i costi di affitto, per il personale, di vigilanza, per viaggi e trasferte, per interventi di manutenzione e di marketing sostenuti nell'ambito di: i) aperture dei punti vendita (nei mesi immediatamente precedenti e immediatamente successivi all'apertura degli stessi) e ii) chiusure di punti.

La voce relativa ai costi Mergers&Acquisition è pari ad Euro 1,1 milioni al 30 novembre 2021 (Euro 0,1 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2020), sono principalmente sostenuti per le operazioni di acquisizione dei rami di azienda di Limbiate Ex- Galimberti S.p.A. e Torino Ex-Expert. Tali costi sono relativi prevalentemente a costi per affitto e al costo del personale dei punti vendita sostenuti dalla data di perfezionamento dell'operazione di acquisizione alla data di apertura al pubblico, maggiori costi per le attività di formazione ed addestramento degli addetti dei punti vendita acquisiti ed infine ai costi di consulenza ed altri costi minori sostenuti per la finalizzazione delle operazioni di acquisizione.

Gli Altri oneri e proventi non ricorrenti sono pari a Euro 2,5 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 (Euro 5,4 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio). La voce accoglie principalmente i costi relativi al procedimento AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in particolare, il 23 dicembre 2021, l'Autorità ha concluso i procedimenti avviati nei confronti, di Unieuro e della controllata Monclick, sanzionandole rispettivamente per Euro 4 e per Euro 0,3 milioni alla luce di asserite pratiche commerciali scorrette poste in essere soprattutto nel

¹⁷ I costi di "preapertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita" includono i costi di vigilanza, per viaggi e trasferte, per interventi di manutenzione e di marketing sostenuti nell'ambito di i) ristrutturazioni per ridimensionamento e riposizionamento dei punti vendita, ii) apertura dei punti vendita (nei mesi immediatamente precedenti e successivi all'apertura) e iii) chiusura dei punti vendita.

periodo di emergenza sanitaria.

4.4 Risultato prima delle imposte consolidato

Di seguito si riporta il conto economico riclassificato dal *Consolidated Adjusted EBIT* fino al Risultato prima delle imposte consolidato adjusted

(in milioni e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2021			30 novembre 2020			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Consolidated Adjusted EBIT	56,5	2,6%	11,0	63,6	3,4%	10,1	(7,1)	(11,1%)
Proventi e oneri finanziari	(9,6)	(0,4%)	0,1	(10,1)	(0,5%)	-	0,5	(4,9%)
Risultato prima delle imposte consolidato adjusted	46,9	2,2%	11,1	53,5	2,8%	10,1	(6,6)	(12,3%)

Si segnala che in data nel mese di novembre 2021 è stato estinto il Contratto di Finanziamento sottoscritto il 9 gennaio 2018 e contestualmente sono state accese quattro nuove linee di credito finalizzate a finanziare il circolante e a rafforzarne la solidità patrimoniale.

Gli oneri finanziari netti nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 ammontano ad Euro 9,6 milioni (Euro 10,1 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio chiuso al 31 agosto 2020). La variazione del periodo è legata a un risparmio sugli oneri IFRS 16 di circa Euro 0,5 milioni. Il risparmio derivante dal minor indebitamento medio nel periodo, sia per il rimborso di quote capitale che per minore utilizzo delle linee a breve, è stato interamente compensato dal riversamento a conto economico della quota parte di costi *upfront* relativi al Contratto di Finanziamento sottoscritto in data 9 gennaio 2018 non ancora ammortizzati.

Il Risultato prima delle imposte consolidato adjusted è pari a Euro 46,9 milioni (Euro 53,5 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2020), la variazione è riconducibile all'andamento registrato nell'EBIT Adjusted parzialmente compensato dagli oneri finanziari netti.

Per quanto riguarda la gestione fiscale, non inclusa nel Rendiconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2021¹⁸, si precisa che i benefici fiscali derivanti dal riallineamento del goodwill precedentemente contabilizzati nella Relazione Finanziaria Semestrale chiusa al 31 agosto 2021, cui si rimanda, verranno meno in sede di redazione della Relazione Finanziaria Annuale 2021/22 a seguito della facoltà di revoca esercitata da Unieuro ai sensi della legge di Bilancio 2022.

Di seguito si riporta la riconciliazione tra il Risultato prima delle imposte consolidato adjusted e Risultato prima delle imposte consolidato.

¹⁸ In data 20 dicembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha approvato una modifica alla Politica di comunicazione delle informazioni finanziarie periodiche su base trimestrale in virtù della quale, a partire dalla stessa data, l'impatto delle imposte dirette è stato escluso dal calcolo delle grandezze economiche e finanziarie nei resoconti intermedi di gestione relativi al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio. La decisione è maturata alla luce dell'esigenza di riflettere compiutamente gli eventuali effetti sui conti della Società delle Leggi di Bilancio, tenuto conto della tempistica di approvazione delle medesime rispetto alla data di approvazione dei risultati novestrali di Unieuro (gennaio di ciascun anno).

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2021	%	30 novembre 2020	%	Δ	%
Risultato prima delle imposte consolidato adjusted	46,9	2,2%	53,5	2,8%	(6,6)	(12,3%)
Oneri/Proventi non ricorrenti	(5,9)	(0,3%)	(6,5)	(0,3%)	0,7	(10,1%)
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	(4,9)	(0,2%)	(3,5)	(0,2%)	(1,4)	39,2%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni non ricorrenti	(0,2)	0,0%	-	0,0%	(0,2)	100,0%
Oneri/ (proventi) finanziari non ricorrenti	(0,1)	0,0%	-	0,0%	(0,1)	100,0%
Risultato prima delle imposte consolidato	35,8	1,7%	43,4	2,3%	(7,6)	(17,4%)

4.5 Flussi di cassa

4.5.1 Consolidated Adjusted Free Cash Flow ¹⁹

Il *Consolidated Adjusted Free Cash Flow* è ritenuto dal Gruppo l'indicatore più appropriato per misurare la generazione di cassa del periodo. La composizione dell'indicatore è riportata nella tabella sottostante.

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020	Δ	%
Risultato Operativo Lordo Consolidato (EBITDA)	115,8	122,0	(6,3)	(5,1%)
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa ²⁰	47,8	78,0	(30,2)	(38,7%)
Imposte Pagate	(5,5)	(0,9)	(4,6)	485,9%
Interessi	(9,2)	(9,1)	(0,1)	1,6%
Altre variazioni	1,6	0,5	1,1	231,2%
Flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa²¹	150,4	190,5	(40,0)	(21,0%)
Investimenti ²²	(37,3)	(24,8)	(12,5)	50,3%
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(8,5)	(8,3)	(0,2)	2,0%
Rettifica per investimenti non ricorrenti	10,1	8,3	1,8	21,4%
Oneri/(proventi) non ricorrenti	6,1	6,5	(0,5)	(7,2%)
Rettifica per componenti non monetarie degli (oneri)/proventi non ricorrenti	0,0	(5,6)	5,6	(100,0%)
Altri flussi di cassa non ricorrenti	(2,6)	1,1	(3,7)	(342,1%)
<i>Leasing IFRS 16²³</i>	(44,3)	(41,9)	(2,3)	5,5%
Consolidated Adjusted free cash flow	73,9	125,7	(51,8)	(41,2%)

Il flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa è positivo per Euro 150,4 milioni (positivo per Euro 190,5 milioni al 30 novembre 2020). L'andamento della cassa rispetto al precedente periodo è legato alla dinamica del capitale circolante per effetto del diverso calendario di acquisti e della crescita del magazzino che ha assunto valori in linea con il terzo trimestre pre-covid. Si segnala come la campagna promozionale del Black Friday avrà significativi impatti sui pagamenti dell'ultimo trimestre dell'esercizio.

Gli investimenti realizzati e pagati ammontano a Euro 37,3 milioni nell'esercizio chiuso al 30 novembre 2021 (Euro 24,8 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio chiuso al

¹⁹ Vedere nota riportata nella sezione "Principali indicatori finanziari e operativi".

²⁰ La voce "Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa" si riferisce alla liquidità generata/(assorbita) dalla variazione del capitale circolante e delle altre poste patrimoniali non correnti, quali Altre Attività/Altre Passività e Fondi Rischi.

²¹ La voce "Flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa" si riferisce alla liquidità generata dall'attività operativa in senso lato, al netto degli esborsi per interessi e imposte e depurata dagli effetti non monetari dei movimenti patrimoniali considerati nella voce "Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa".

²² La voce ai fini di una migliore rappresentazione accoglie la quota pagata nel periodo degli investimenti netti.

²³ La voce include i flussi di cassa riferiti sia ai leasing pagati che ai leasing scaduti nel periodo.

30 novembre 2020), e sono principalmente riconducibili a costi capitalizzati sostenuti per interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, ad investimenti in information technology, tra cui l'adozione delle etichette elettroniche in un significativo e crescente numero di negozi diretti, l'implementazione del nuovo gestionale SAP S/4HANA e il lancio del nuovo sito di e-commerce frutto del progetto "Revolution".

Gli investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda per Euro 8,5 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 (Euro 8,3 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio chiuso al 30 novembre 2020) si riferiscono alla quota pagata del corrispettivo d'acquisto nell'ambito dell'operazione di acquisizione ex-Pistone S.p.A., ex-Cerioni, Convertino e Limbiate. Tali investimenti sono qualificati come di natura non ricorrente e pertanto rettificati nella determinazione dell'indicatore Consolidated Adjusted Free Cash Flow. La rettifica per investimenti non ricorrenti include inoltre eventuali investimenti pagati nel periodo e sostenuti per l'allestimento dei punti vendita acquisiti.

Gli oneri e proventi non ricorrenti sono pari a Euro 6,1 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 (Euro 6,5 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio).

Gli altri flussi di cassa operativi non ricorrenti, pari a Euro 2,6 milioni, sono relativi al rimborso assicurativo ottenuto in relazione al furto di Piacenza avvenuto nel 2017.

Di seguito si riportano le principali variazioni registrate nell'indebitamento finanziario netto del Gruppo nel periodo chiuso al 30 novembre 2021 e nel periodo chiuso al 30 novembre 2020:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020	Δ	%
Risultato Operativo	115,8	122,0	(6,3)	(5,1%)
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	47,8	78,0	(30,2)	(38,7%)
Imposte Pagate	(5,5)	(0,9)	(4,6)	(100,0%)
Interessi Pagati	(9,2)	(9,1)	(0,1)	1,6%
Altre variazioni	1,64	0,5	1,1	231,2%
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	150,4	190,5	(40,0)	(21,0%)
Investimenti	(37,3)	(24,8)	(12,5)	50,3%
Investimenti per aggregazione di impresa e rami d'azienda	(8,5)	(8,3)	(0,2)	2,0%
Esercizi Log Term Incentive Plan	3,8	0,0	3,8	100,0%
Buyback	(2,5)	0,0	(2,5)	100,0%
Distribuzione dividendi	(53,8)	0,0	(53,8)	100,0%
Debiti acquisizione rami di azienda	7,6	8,3	(0,7)	(8,4%)
Leasing IFRS 16	(44,3)	(41,9)	(2,3)	5,5%
Altre variazioni	(0,3)	(0,8)	0,6	(68,7%)
Variazione dell'indebitamento finanziario netto	15,2	122,9	(107,7)	(87,6%)

5. Situazione Patrimoniale e Finanziaria

Si riporta nel seguito il dettaglio della composizione del Capitale circolante netto del Gruppo e del Capitale investito netto del Gruppo al 30 novembre 2021 e al 28 febbraio 2021:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	28 febbraio 2021
Crediti Commerciali	115,9	65,3
Rimanenze	537,8	372,1
Debiti Commerciali	(760,1)	(505,1)
Capitale circolante operativo netto	(106,3)	(67,7)
Altre poste del capitale circolante	(255,3)	(246,6)
Capitale circolante netto	(361,6)	(314,3)
Attività per diritto d'uso	438,1	451,6
Attività e (Passività) non correnti	333,2	313,0
Capitale investito netto	409,7	450,3
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17	170,0	154,8
Leasing IFRS 16	(442,1)	(451,9)
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta²⁴	(272,1)	(297,0)
Patrimonio Netto ²⁵	(137,6)	(153,3)
Totale Patrimonio netto e Passività finanziarie	(409,7)	(450,3)

Il Capitale Circolante Operativo Netto del Gruppo al 30 novembre 2021 è negativo per Euro 106,3 milioni (negativo per Euro 67,7 milioni al 28 febbraio 2021). Le rimanenze ed i debiti commerciali hanno assunto valori in linea con il terzo trimestre pre-covid, nello scorso esercizio avevano beneficiato delle azioni non ripetibili avviate dal management per fronteggiare la pandemia. Aumentano anche i crediti per effetto della stagionalità del periodo.

Il Capitale Investito Netto del Gruppo è pari a Euro 409,7 milioni al 30 novembre 2021, in calo per Euro 40,7 milioni rispetto al 28 febbraio 2021. La variazione è principalmente imputabile a: (i) decremento del Capitale Circolante Netto del Gruppo per Euro 47,3 milioni e (ii) incremento dell'attivo netto non corrente per Euro 6,6 milioni. Gli investimenti al 30 novembre 2021 sono pari a Euro 37,5 milioni (Euro 18,4 milioni al 30 novembre 2020) e sono riconducibili a costi capitalizzati sostenuti per interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, ad investimenti in information technology, tra cui l'adozione delle etichette elettroniche in un significativo e crescente numero di negozi diretti, l'implementazione del nuovo gestionale SAP S/4HANA e il lancio del nuovo sito di e-commerce frutto del progetto "Revolution".

²⁴ Indebitamento finanziario netto determinato sulla base di quanto previsto dall'orientamento ESMA 32-382-1138 del 04/03/2021

²⁵ In data 20 dicembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha approvato una modifica alla Politica di comunicazione delle informazioni finanziarie periodiche su base trimestrale in virtù della quale, a partire dalla stessa data, l'impatto delle imposte dirette è stato escluso dal calcolo delle grandezze economiche e finanziarie nei resoconti intermedi di gestione relativi al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio. La decisione è maturata alla luce dell'esigenza di riflettere compiutamente gli eventuali effetti sui conti della Società delle Leggi di Bilancio, tenuto conto della tempistica di approvazione delle medesime rispetto alla data di approvazione dei risultati novestrali di Unieuro (gennaio di ciascun anno).

Il Patrimonio netto è pari a Euro 137,6 milioni al 30 novembre 2021 (Euro 153,3 milioni al 28 febbraio 2021), con un decremento principalmente determinato dalla distribuzione del dividendo deliberato dall'assemblea nel mese di giugno 2021, all'operazione di buy back parzialmente compensato dalla rilevazione del risultato positivo del periodo ante imposte e dalla contabilizzazione del Long Term Incentive Plan riservato ad alcuni manager e dipendenti.

Di seguito si riporta il dettaglio della composizione dell'indebitamento finanziario²⁶ netto al 30 novembre 2021 e al 28 febbraio 2021, secondo quanto previsto dall'orientamento ESMA 32-382-1138 del 04/03/2021:

(in milioni di Euro)	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2021	28 febbraio 2021	Δ	%
(A) Disponibilità liquide	176,4	219,4	(43,0)	(19,6%)
(B) Mezzi equivalenti a disponibilità liquide	0,0	0,0	0,0	100,0%
(C) Altre attività finanziarie correnti	0,0	0,0	0,0	100,0%
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	176,4	219,4	(43,0)	(19,6%)
(E) Debito finanziario corrente (inclusi gli strumenti di debito, ma esclusa la parte corrente del debito finanziario non corrente)	0,0	(0,1)	0,1	(100,0%)
(F) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(48,5)	(77,8)	29,3	(37,7%)
(G) Indebitamento finanziario corrente (E)+(F)	(48,5)	(77,9)	29,4	(37,7%)
(H) Indebitamento finanziario corrente netto (G)-(D)	127,9	141,6	(13,7)	(9,7%)
(I) Debito finanziario non corrente (esclusi la parte corrente e gli strumenti di debito)	(400,0)	(438,6)	38,7	(8,8%)
(J) Strumenti di debito	0,0	0,0	0,0	100,0%
(K) Debiti commerciali e altri debiti non correnti	0,0	0,0	0,0	100,0%
(L) Indebitamento finanziario non corrente (I)+(J)+(K)	(400,0)	(438,6)	38,7	(8,8%)
(M) Totale indebitamento finanziario (H)+(L)	(272,1)	(297,0)	25,0	(8,4%)

Di seguito si riporta il dettaglio della composizione dell'indebitamento finanziario netto Ex - IAS 17 al 30 novembre 2021 e al 28 febbraio 2021

(in milioni di Euro)	Periodo chiuso al		Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	30 novembre 2021	Δ	%
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta	(272,1)	(297,0)	25,0	(8,4%)
Altri debiti finanziari correnti - IFRS 16	45,1	58,0	(12,9)	(22,3%)
Altri debiti finanziari non correnti - IFRS 16	397,0	393,8	3,2	0,8%
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17	170,0	154,8	15,2	9,8%

La Cassa netta - IAS 17 si è incrementata di Euro 15,2 milioni rispetto al 28 febbraio 2021, pari a Euro 170,0 milioni principalmente per effetto delle dinamiche derivanti della gestione operativa.

²⁶ Si segnala che in data nel mese di novembre 2021 è stato estinto il Contratto di Finanziamento sottoscritto il 9 gennaio 2018 e contestualmente sono state accese quattro nuove linee di credito finalizzate a finanziare il circolante e a rafforzarne la solidità patrimoniale.

6. Impatti IFRS 16

Di seguito si riporta l'impatto dell'IFRS 16 sui principali indicatori economico finanziari del Gruppo al 30 novembre 2021²⁷:

		30 novembre 2021 (Ex -IAS 17)	Impatti IFRS 16	30 novembre 2021 (IFRS 16)
<u>EBITDA ADJ</u>	<ul style="list-style-type: none"> riduzione dei costi operativi (canoni di locazione pagati su negozi, sedi, magazzini e autovetture) al netto dei proventi derivanti dai contratti di sublocazione dei negozi 	76,0	+50,6	126,6
<u>EBIT ADJ</u>	<ul style="list-style-type: none"> incremento degli ammortamenti sulle attività per diritto d'uso 	52,1	+4,4	56,5
<u>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE CONSOLIDATO ADJ</u>	<ul style="list-style-type: none"> incremento degli oneri finanziari netti per interessi connessi alle passività per diritti d'uso 	49,2	(2,3)	46,9
<u>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO</u>	<ul style="list-style-type: none"> rilevazione delle passività per diritti d'uso (altri debiti finanziari correnti e non correnti) al netto dei crediti finanziari non correnti relativi ai contratti di sublocazione 	170,0	(442,1)	(272,1)

²⁷ I valori riportati nella colonna "30 novembre 2021 (ifrs 16)" derivano dagli indicatori inclusi nella sezione "4. Risultati economici patrimoniali del gruppo". I valori riportati nella colonna "Impatto ifrs 16" derivano dalle scritture contabili e dai prospetti di calcolo che riepilogano gli effetti dell'applicazione del principio contabile internazionale ifrs 16 (leasing). I valori riportati nella colonna "30 novembre 2021 (ex-ias 17)" sono pre adozione IFRS 16 e sono calcolabili come differenza tra la colonna "30 novembre 2021 (ifrs 16)" e la colonna "Impatti ifrs 16". Tutti i valori sono in milioni di euro.

7. Epidemia Coronavirus

L'epidemia di Coronavirus (o "Covid-19") ha avuto il suo primo epicentro a Wuhan, in Cina, ed è stata segnalata per la prima volta dalle autorità nazionali cinesi all'Organizzazione Mondiale della Sanità ("OMS") il 30 dicembre 2019. In data 30 gennaio 2020, l'OMS ha dichiarato l'epidemia da Covid-19 un'emergenza sanitaria globale e le misure adottate da molti governi nazionali sono seguite a questo annuncio.

Nella seconda metà di febbraio 2020, i primi sporadici casi conclamati di Covid-19 in Italia hanno dato inizio ad una seconda fase dell'epidemia, con una rapida escalation della sua diffusione in ambito europeo.

L'OMS ha successivamente dichiarato, in data 11 marzo 2020, che l'emergenza sanitaria legata al Coronavirus ha assunto la connotazione di pandemia riscontrando la crescente diffusione del virus in Europa, la rapida ascesa negli Stati Uniti, nonché il diffondersi dei primi focolai in America Latina e Africa.

Per contenere gli effetti del contagio le Autorità italiane hanno adottato delle misure di contenimento sempre più stringenti, prima a livello locale e poi nazionale. Per il Gruppo, il susseguirsi di ordinanze regionali e decreti nazionali ha comportato fin dall'inizio dell'emergenza la necessità di adeguarsi alle misure via via prescritte.

A partire dalla fine di febbraio 2020 la Società ha dotato il personale di sede di strumenti IT idonei al lavoro da remoto e successivamente raccomandato a tutto il personale di sede l'adozione di tale modalità di lavoro.

In data 14 marzo 2020, Unieuro in ossequio all'esigenza di proteggere la salute di clienti e dei propri collaboratori, ha comunicato la chiusura dell'intera rete di negozi diretti.

A partire dal 30 marzo 2020 la Società ha avviato la graduale riapertura dei punti vendita diretti al fine di garantire alla clientela gli acquisti più urgenti o di necessità come previsto dal DPCM dell'11 marzo 2020 e successive modifiche.

Parallelamente, Unieuro ha adottato una serie di misure per proteggere, oltre clienti e dipendenti, anche la solidità e la redditività aziendale, agendo in particolare sulle seguenti aree:

Ricavi

Gli interventi hanno riguardato principalmente il potenziamento del canale Online in attesa del ritorno alla piena operatività dei canali fisici. Il traffico in store è infatti calato drasticamente per via delle limitazioni alla circolazione delle persone e delle norme sul distanziamento sociale, che hanno penalizzato soprattutto i negozi situati fuori dai centri urbani, nei grandi centri commerciali e nei parchi commerciali.

La strategia di Unieuro, da sempre orientata alla prossimità al cliente e non focalizzata su specifici format di negozio, ha consentito di limitare l'impatto di questi macrotrend e ha contribuito al lento ma costante miglioramento dei ricavi del Canale Retail. Per contro, l'e-commerce ha tratto grande beneficio dalla situazione, consentendo agli operatori che si erano posizionati per tempo sul canale digitale di compensare almeno parzialmente il calo del fatturato nei negozi fisici.

Struttura dei costi

Nell'immediato sono state avviate delle azioni volte al contenimento del costo del personale attraverso lo smaltimento ferie e permessi pregressi. Successivamente all'attivazione delle misure messe in atto dal Governo è stata avviata la

Cassa Integrazione Guadagni in Deroga. L'intero Management aziendale ha inoltre rinunciato ad una parte della propria retribuzione come gesto di solidarietà nei confronti della popolazione aziendale.

Grazie al fruttuoso dialogo con i proprietari degli immobili che ospitano i negozi diretti, anche l'impatto economico e finanziario delle locazioni è stato attutito per compensare i minori ricavi realizzati durante il periodo di lockdown.

Gli acquisti di beni e servizi non ritenuti strettamente necessari sono infine stati ridotti al minimo, tanto a livello dei punti vendita, quanto a livello corporate.

Investimenti e acquisizioni

Le attività di investimento dilazionabili, con particolare riferimento a quelle relative alla rete di negozi, sono state temporaneamente sospese e riprogrammate.

Situazione finanziaria

Sono state attuate misure atte a preservare e rafforzare la solidità dell'azienda, tra cui delle negoziazioni con i principali partner commerciali al fine di ottimizzare i flussi di cassa derivanti dal capitale circolante operativo del Gruppo e la mancata erogazione del dividendo in deroga alla politica dei dividendi attualmente in essere.

A partire dal mese di maggio 2020, con la fine del lockdown e con il consolidarsi di trend di consumo favorevoli alle categorie merceologiche gestite da Unieuro, il Gruppo ha assistito ad un recupero di ricavi e redditività. Mese dopo mese, il traffico nei negozi diretti (ad esclusione del canale Travel) è andato aumentando fino a ritornare ai livelli del corrispondente periodo 2019, mentre il trend di crescita del canale Online - pur calante - ha continuato a risentire del boom dei mesi precedenti.

In un tale contesto, già con la chiusura del primo semestre al 31 agosto 2020 Unieuro riuscì a recuperare integralmente i minori ricavi registrati nei mesi più difficili dell'epidemia, con una marginalità e una generazione di cassa particolarmente forti anche grazie alle azioni manageriali intraprese nel frattempo e dagli effetti talvolta irripetibili.

A partire dal mese di ottobre 2020, dopo un'estate di relativa tranquillità, il contesto epidemiologico in Italia è andato rapidamente aggravandosi. Il repentino aumento dei contagi ha riguardato soprattutto alcune regioni, tra cui Lombardia e Piemonte, spinte ad adottare provvedimenti restrittivi tra cui la chiusura dei centri commerciali nei fine settimana. L'ulteriore peggioramento della situazione ha spinto il Governo, in data 4 novembre 2020, ad emanare un decreto che ha imposto nuove limitazioni alle attività commerciali e alla libera circolazione delle persone, valide dal 6 novembre al 3 dicembre 2020. Tali misure, inizialmente valide dal 6 novembre al 3 dicembre 2020, sono state poi prorogate in più occasioni.

Relativamente alla distribuzione al dettaglio di elettronica di consumo ed elettrodomestici, considerata attività essenziale, il decreto ha previsto la chiusura di tutti i punti vendita all'interno di centri commerciali su tutto il territorio nazionale ma limitatamente alle giornate festive e prefestive.

Anche nel corso della stagione di picco e nei successivi mesi di gennaio e febbraio 2021, il business di Unieuro ha peraltro tratto vantaggio (i) dal continuo interesse da parte dei consumatori per i prodotti commercializzati dal Gruppo, che abilitano il lavoro e lo studio da remoto, la comunicazione tra le persone, nonché il benessere casalingo; (ii) dalla molteplicità dei canali di vendita tramite i quali il Gruppo opera, che ha consentito di compensare gli impatti dei lockdown su alcuni di essi e (iii) dai servizi omnicanale lanciati da Unieuro nel corso dell'estate 2021, con l'obiettivo di rendere più sicuro e rapido il processo d'acquisto in negozio in questo complesso momento storico.

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.

Successivamente, con il sopraggiungere della stagione autunnale prima e invernale poi, la situazione epidemiologica in Italia ha subito un nuovo peggioramento. I nuovi provvedimenti adottati dalle Autorità non hanno pertanto comportato alcun effetto negativo sul retail di elettronica di consumo ed elettrodomestici, né tantomeno sul business di Unieuro.

8. Azioni proprie di Unieuro

In data 11 novembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. ha deliberato l'avvio di un programma di acquisto di azioni proprie, nell'ambito dell'autorizzazione ricevuta dall'Assemblea degli Azionisti del 17 dicembre 2020.

In parziale esecuzione della suddetta delibera assembleare, il Programma prevede il riacquisto, entro 18 mesi dalla stessa, di massime n. 600.000 azioni ordinarie Unieuro S.p.A. (il 2,9% del capitale sociale sottoscritto e versato alla data odierna), ad un prezzo massimo unitario di Euro 26,40.

Il Programma è finalizzato a costituire un portafoglio di azioni proprie da destinare al servizio di piani di incentivazione azionaria, sia esistenti sia futuri, riservati ad amministratori e/o dipendenti e/o collaboratori della Società o di altre società da questa controllate (ivi incluso il Piano di Performance Shares 2020-2025), nonché a costituire un c.d. "magazzino titoli" da utilizzare, se del caso, come corrispettivo in operazioni straordinarie, anche di scambio di partecipazioni, con soggetti terzi nell'ambito di operazioni che possano essere di interesse per Unieuro.

Si precisa che il Programma non è preordinato ad alcuna operazione di riduzione del capitale sociale.

Il Programma ha preso avvio il 15 novembre 2021 e prevede una durata in ogni caso non superiore a 18 mesi dalla data della delibera assembleare del 17 dicembre 2020, salvo chiusura anticipata al raggiungimento della soglia di azioni prefissata o revoca.

A seguito degli acquisti effettuati dall'intermediario incaricato Mediobanca S.p.A., al 30 novembre 2021 le azioni proprie detenute sono n. 125.000, pari allo 0,6039% del capitale sociale.

9. Facoltà di derogare all'obbligo di pubblicare un documento informativo in ipotesi di operazioni non significative

Si segnala che l'Emittente ha optato per l'adozione del regime in deroga all'articolo 70, comma 6 e art. 71 comma 1 del Regolamento Emittenti, ai sensi dell'articolo 70, comma 8 e dell'articolo 71 comma 1 bis del Regolamento Emittenti.

10. Attività di direzione e coordinamento

Unieuro S.p.A. non è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di società o enti e definisce in piena autonomia i propri indirizzi strategici generali ed operativi.

11. Eventi significativi del periodo e successivi alla chiusura del periodo

Fatti di rilievo del periodo

L'adozione del gestionale SAP

Dal 1° marzo 2021 ha preso avvio la transizione al nuovo software gestionale SAP S/4HANA.

L'adozione del nuovo ERP (Enterprise Resource Planning) è stata pianificata da tempo e implementata con il supporto delle società di consulenza leader nel settore, allo scopo di evolvere radicalmente i sistemi informativi aziendali, rendendoli tecnologicamente avanzati e funzionali alla strategia di crescita omnicanale di Unieuro.

L'acquisizione del punto vendita di Limbiate

A esito della partecipazione alla procedura competitiva indetta dal Tribunale, Unieuro è risultata aggiudicataria e ha acquisito in data 1° marzo 2021 un ramo d'azienda di Galimberti S.p.A. in concordato preventivo, composto da un negozio sito in Limbiate (Monza Brianza). Dopo intensi lavori di ristrutturazione, il punto vendita è stato riaperto al pubblico in data 24 settembre.

L'espansione nell'area metropolitana di Torino

Il 31 marzo 2021, Unieuro ha annunciato un significativo rafforzamento della rete nel capoluogo piemontese grazie all'acquisizione di un ramo d'azienda composto da due punti vendita della 2C S.r.l. e alla sigla di un contratto di affiliazione riguardante il terzo negozio gestito dalla medesima società. I tre punti vendita, in precedenza aderenti al gruppo d'acquisto Expert, hanno riaperto sotto le insegne Unieuro nel corso del mese di aprile.

Il trasferimento della sede sociale

Dal 1° aprile 2021, Unieuro ha trasferito ufficialmente la propria sede sociale da via Schiaparelli 31 a Palazzo Hercolani, in via Maroncelli 10, sempre in Forlì. La nuova sede è stata ufficialmente inaugurata il successivo 8 maggio 2021 alla presenza delle Autorità cittadine.

L'ingresso di Iliad nel capitale

Il 6 aprile 2021, Unieuro ha preso atto dell'avvenuto acquisto di una partecipazione pari a circa il 12% del capitale sociale da parte di Iliad S.A., con la quale era già in essere una relazione commerciale di successo e che ha dichiarato di voler accompagnare la Società nella propria crescita di lungo termine.

La risoluzione consensuale del rapporto di lavoro con il CFO

Il 9 aprile 2021, Unieuro e Italo Valenti hanno firmato un accordo di risoluzione consensuale del rapporto di lavoro, con decorrenza dal 31 maggio 2021, per effetto del quale Italo Valenti ha lasciato il suo ruolo di Chief Financial Officer e gli incarichi di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari e investor relator di Unieuro per perseguire altre opportunità professionali.

L'espansione territoriale

Il 26 aprile 2021, Unieuro ha annunciato di aver consolidato la propria presenza dal Nord al Sud Italia attraverso l'apertura di quattro punti vendita: un nuovo negozio diretto a Messina e tre punti vendita affiliati a Brescia, Fiumicino e Mazzarone (Catania).

La proposta di dividendo 2020/21 e il recupero della cedola 2019/20

Il 7 maggio 2021, in occasione dell'approvazione dei risultati d'esercizio al 28 febbraio 2021 e in virtù dell'eccezionale redditività e generazione di cassa, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato di proporre all'Assemblea dei Soci la distribuzione sotto forma di dividendo ordinario di 2,60 Euro per azione, che compensa gli azionisti anche per il dividendo non erogato nel 2020 a causa dell'incertezza indotta dalla pandemia.

La nomina del nuovo CFO

Il 1° giugno 2021, Marco Pacini è stato nominato nuovo Chief Financial Officer della Società. Manager dalla pluriennale esperienza in ambito amministrazione, finanza e controllo, nel nuovo ruolo Pacini riporta direttamente al CEO Giancarlo Nicosanti Monterastelli, assumendo la responsabilità e il coordinamento dell'intera area Finance di Unieuro, comprendente Amministrazione & Controllo, Finanza, Legale, Corporate Development e Investor Relations.

L'approvazione del Piano Strategico al 2026

Il 10 giugno 2021, il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Piano Strategico quinquennale di Unieuro, che prevede forti investimenti - pari in media a oltre 50 milioni di Euro l'anno - dedicati al completamento della trasformazione digitale della società, con l'obiettivo di diventare il market setter omnicanale del settore. Il Piano prevede inoltre nel quinquennio una forte generazione di cassa, che verrà messa al servizio della crescita esterna, in Italia e all'estero, e della remunerazione degli azionisti. Il Piano prospetta ricavi fino a 3,3 miliardi di Euro e un EBIT Adjusted compreso tra 85 e 95 milioni di Euro nell'esercizio 2025/26.

L'Assemblea degli Azionisti

Il 15 giugno 2021, l'Assemblea degli Azionisti di Unieuro, riunitasi in sede ordinaria e straordinaria, in unica convocazione, ha approvato il bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2021; deliberato la destinazione dell'utile di esercizio, ivi inclusa la distribuzione di un dividendo di 2,60 Euro per azione per massimi 54,2 milioni complessivi; approvato la prima ed espresso voto favorevole sulla seconda sezione della Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti; approvato la proposta di aumento del compenso del Consiglio di Amministrazione e dei membri del Collegio Sindacale. L'Assemblea ha inoltre rideterminato da nove a undici il numero del Consiglio di Amministrazione e ha approvato la nomina di Benedetto Levi e Giuseppe Nisticò quali nuovi Amministratori della Società. Infine, l'Assemblea ha modificato gli articoli 13.1, 13.9 e 14 dello Statuto Sociale e ritenuto di non modificare l'articolo 17.1.

L'inclusione nell'indice FTSE Italia Mid Cap

Il 21 giugno 2021, le azioni ordinarie di Unieuro sono state incluse nell'indice FTSE Italia Mid Cap, salvo cessare di farne parte a partire dal successivo 20 settembre in occasione della nuova revisione della composizione dell'indice stesso.

La premiazione Netcomm Award

Il 1° luglio 2021, Unieuro ha annunciato di aver ricevuto il premio per il miglior progetto di omnicanalità nell'ambito dei Netcomm Award, premiazione organizzata dal Consorzio Netcomm Italia con il supporto di Oney e Publitalia '80 dedicata al riconoscimento dell'eccellenza italiana nel commercio elettronico.

Il rinnovamento della rete di negozi

Il 23 luglio 2021, Unieuro ha reinaugurato i sei punti vendita diretti di Olbia, Cagliari Quartucciu, Cremona, Pavia, Vigevano e Viterbo e altrettanti negozi affiliati, a seguito di importanti interventi di rinnovamento volti a renderli più innovativi e accoglienti che mai.

L'accordo con Margherita Distribuzione

Il 30 luglio 2021, Unieuro e Margherita Distribuzione S.p.A. (Conad) hanno siglato un accordo quadro finalizzato all'apertura di quattro nuovi punti vendita diretti Unieuro all'interno di altrettanti ipermercati ex-Auchan. I negozi sono situati nei centri e parchi commerciali Porta di Roma, Grande Sud (Giugliano, Napoli), Porte di Catania e Belvedere (Melilli, Siracusa), tre dei quali appartenenti alla lista delle prime 20 location commerciali italiane per pedonabilità, e svilupperanno a regime circa 40 milioni di Euro di ricavi annui addizionali. I quattro nuovi punti vendita sono stati inaugurati tra il 28 e il 30 ottobre.

Il nuovo sito di e-commerce

A distanza di cinque anni dal lancio della prima piattaforma di e-commerce, Unieuro ha presentato in data 20 settembre 2021 i risultati del progetto "Revolution": un nuovo sito e una nuova app più che mai distintivi, pensati in ottica "desktop last" e fortemente ispirati allo stile di navigazione e fruizione tipico dei social network.

L'inaugurazione del sesto negozio diretto di Palermo

Il 1° ottobre 2021, Unieuro ha inaugurato a Palermo un nuovo punto vendita precedentemente gestito dall'ex-socio di un gruppo d'acquisto: il negozio Papino Elettrodomestici / Ex-Trony nel centro commerciale Conca D'Oro, una location di grande valore commerciale che completa la copertura del capoluogo siciliano da parte dell'insegna Unieuro.

L'avvio del buyback

Contestualmente all'approvazione dei risultati del primo semestre 2021/22, in data 11 novembre 2021 il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato l'avvio di un programma di acquisto di azioni proprie, nell'ambito dell'autorizzazione ricevuta dall'Assemblea degli Azionisti del 17 dicembre 2020. Il Programma prevede il riacquisto di massime n. 600.000 azioni ordinarie Unieuro S.p.A. (il 2,9% del capitale sociale sottoscritto e versato alla data di delibera), ad un prezzo non superiore a Euro 26,40 per azione ed è finalizzato al servizio di piani di incentivazione azionaria, sia esistenti sia futuri, nonché a costituire un c.d. "magazzino titoli" da utilizzare, se del caso, come corrispettivo in operazioni straordinarie.

I nuovi uffici direzionali di Milano

Il 18 novembre 2021, Unieuro ha inaugurato nuovi spazi direzionali nel centro di Milano, all'interno dell'ex-Mondadori Multicenter di via Marghera 28, destinati tra l'altro ad ospitare la sede legale e amministrativa della controllata Monclick. Al piano terra dell'edificio, il successivo 20 novembre, è stato aperto al pubblico il settimo punto vendita Unieuro della città di Milano: 1.900 mq di superficie commerciale al servizio di uno dei quartieri a maggiore attrattività commerciale della città.

Fatti di rilievo successivi alla chiusura del periodo

La premiazione Key Award

Il 1° dicembre 2021, Unieuro ha comunicato di essersi aggiudicata anche quest'anno il prestigioso "Key Award & Radio Key Award", istituito dal gruppo editoriale Media Key, grazie allo spot "Video Hero", realizzato in occasione del lancio del nuovo sito di e-commerce e della nuova App nell'ambito della campagna digital e social dal titolo "Un sito MARAviglioso".

Il successo del "Manà Manà Black Friday"

Il 2 dicembre 2021, Unieuro ha portato a compimento con successo l'ormai tradizionale campagna promozionale di novembre, quest'anno ribattezzata "Manà Manà Black Friday". Della durata sostanzialmente in linea con il "Change Black Friday" del 2020, la campagna ha registrato ricavi in ulteriore crescita, grazie al rialzo a doppia cifra del canale diretto (Retail e Online) e alle performance della rinnovata piattaforma unieuro.it. In contrazione invece il Canale Indiretto, che lo scorso anno aveva beneficiato in via eccezionale della chiusura dei centri commerciali nelle giornate festive e prefestive.

La sanzione Agcm

Il 23 dicembre 2021, l'Autorità Garante per la Concorrenza e per il Mercato ha concluso dei procedimenti avviati nei confronti, tra le altre, di Unieuro e della controllata Monclick, sanzionandole rispettivamente per 4 e per 0,3 milioni di Euro alla luce di asserite pratiche commerciali scorrette poste in essere soprattutto nel periodo di emergenza sanitaria.

12. Evoluzione prevedibile della gestione

Oltre al venir meno delle restrizioni legate al Covid-19 già a partire dal mese di maggio, il settore retail sta traendo giovamento dal buon andamento della campagna vaccinale, che a dicembre è arrivata a coinvolgere il 90% dell'intera popolazione italiana con età superiore ai 12 anni.

Per Unieuro, l'emersione di rischi di approvvigionamento derivanti dalla carenza di componenti e materie prime, che stanno causando disagi alle catene produttive globali, non ha impattato significativamente sulla stagione natalizia, limitandosi a diminuire la visibilità sul prosieguo dell'esercizio.

Alla luce della robusta performance del fatturato, del diverso mix di prodotto e brand nell'ambito della categoria Grey e dei forti rincari dei costi dell'energia, il Management di Unieuro ha confermato le *guidance* a livello di EBIT adj. e Free Cash Flow adj. presentate ai mercati finanziari nel corso dell'Investor Day del 10 giugno 2021, pur in presenza di un maggior livello di ricavi atteso.

Le previsioni per l'esercizio in corso, che terminerà il prossimo 28 febbraio, consistono quindi in:

- Ricavi superiori a 2,9 miliardi di Euro, rispetto all'intervallo di 2,8-2,9 miliardi inizialmente previsto;
- EBIT adj. confermato tra 65 e 75 milioni di Euro;
- Free Cash Flow adj. confermato tra 40 e 50 milioni di Euro.

Il tutto a fronte di un incremento ancor più significativo 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

PROSPETTI CONTABILI

PROSPETTO DELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	28 febbraio 2021
Impianti, macchinari, attrezzature e altri beni	78.275	71.526
Avviamento	196.072	195.238
Attività immateriali a vita utile definita	42.546	32.927
Attività per diritto d'uso	438.113	451.622
Attività per imposte differite ²⁸	40.766	40.766
Altre attività non correnti	8.378	10.082
Totale attività non correnti	804.150	802.161
Rimanenze	537.837	372.053
Crediti commerciali	115.934	65.314
Attività per imposte correnti ²⁸	2.762	-
Altre attività correnti	15.909	19.069
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	176.370	219.366
Totale attività correnti	848.812	675.802
Totale Attività	1.652.962	1.477.963
Capitale sociale	4.140	4.053
Riserve	76.218	75.588
Utili/(Perdite) portati a nuovo ²⁸	57.241	73.654
Utili/(Perdite) dei terzi	-	-
Totale patrimonio netto	137.599	153.295
Passività finanziarie	.	39.068
Benefici ai dipendenti	13.574	12.979
Altre passività finanziarie	399.959	399.562
Fondi	15.157	20.752
Passività per imposte differite ²⁸	3.637	3.637
Altre passività non correnti	514	26
Totale Passività non Correnti	432.841	476.024
Passività finanziarie	-	9.659
Altre passività finanziarie	48.476	68.202
Debiti commerciali	760.061	505.066
Passività per imposte correnti ²⁸	1.041	3.789
Fondi	2.730	754
Altre passività correnti	270.214	261.174
Totale passività correnti	1.082.522	848.644
Totale patrimonio netto e passività	1.652.962	1.477.963

28 In data 20 dicembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha approvato una modifica alla Politica di comunicazione delle informazioni finanziarie periodiche su base trimestrale in virtù della quale, a partire dalla stessa data, l'impatto delle imposte dirette è stato escluso dal calcolo delle grandezze economiche e finanziarie nei resoconti intermedi di gestione relativi al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio. La decisione è maturata alla luce dell'esigenza di riflettere compiutamente gli eventuali effetti sui conti della Società delle Leggi di Bilancio, tenuto conto della tempistica di approvazione delle medesime rispetto alla data di approvazione dei risultati novestrali di Unieuro (gennaio di ciascun anno).

PROSPETTO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020
Ricavi	2.154.262	1.889.836
Altri proventi	542	632
TOTALE RICAVI E PROVENTI	2.154.804	1.890.468
Acquisti di materiali e servizi esterni	(2.050.869)	(1.694.349)
Costi del personale	(150.604)	(123.700)
Variazione delle rimanenze	165.784	55.152
Altri costi e oneri operativi	(3.359)	(5.542)
RISULTATO OPERATIVO LORDO	115.756	122.029
Ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni	(70.273)	(68.557)
RISULTATO OPERATIVO NETTO	45.483	53.472
Proventi finanziari	25	44
Oneri finanziari	(9.688)	(10.138)
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	35.820	43.378

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2021	30 novembre 2020
Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa		
Risultato del periodo consolidato prima delle imposte	35.820	43.378
<i>Rettifiche per:</i>		
Oneri/(proventi) finanziari netti	9.663	10.094
Ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni	70.273	68.557
Altre variazioni	1.636	494
	117.392	122.523
Variazioni di:		
- Rimanenze	(165.784)	(55.152)
- Crediti Commerciali	(50.620)	(50.047)
- Debiti Commerciali	254.914	141.501
- Altre variazioni delle attività e passività operative	9.279	41.665
Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	47.789	77.967
Imposte pagate	(5.537)	(945)
Interessi pagati	(9.215)	(9.070)
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	150.429	190.475
Flussi finanziari derivanti dall'attività di investimento		
Acquisti di impianti, macchinari, attrezzature e altri beni	(20.544)	(13.924)
Acquisti di attività immateriali	(16.780)	(10.902)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(8.482)	(8.318)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività di investimento	(45.806)	(33.144)
Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
Aumento/(Diminuzione) passività finanziarie	(49.175)	21.606
Aumento/(Diminuzione) altre passività finanziarie	(1.647)	(811)
Aumento/(Diminuzione) passività finanziarie leasing IFRS 16	(44.267)	(41.948)
BuyBack	(2.545)	-
Esercizio - Term Incentive Plan	3.808	-
Distribuzione dividendi	(53.793)	-
Disponibilità liquide nette generate dall'attività di finanziamento	(147.619)	(21.153)
Incremento/(decremento) netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti	(42.996)	136.178
DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DEL PERIODO	219.366	96.712
Incremento/(Decremento) netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti	(42.996)	136.178

DISPONIBILITA' LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO

176.370

232.890

ATTESTAZIONE DEL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 novembre 2021

I sottoscritti Giancarlo Nicosanti Monterastelli, in qualità di Amministratore Delegato, e Marco Pacini, in qualità di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari del Gruppo Unieuro, tenuto conto anche di quanto previsto dall'art. 154- bis, commi 3 e 4, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58

Attestano

Che il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2021 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili della Società.

13 gennaio 2022

Giancarlo Nicosanti Monterastelli
Amministratore Delegato

Marco Pacini
**Il Dirigente Preposto alla redazione
dei Documenti Contabili e Societari**