

**UNIEURO S.P.A.: +14% I RICAVI NEI PRIMI NOVE MESI 2021/22  
PROSEGUE LA NORMALIZZAZIONE POST-COVID DI MARGINALITA' E  
GENERAZIONE DI CASSA**

- Ricavi dei nove mesi chiusi al 30 novembre 2021 a 2.154,3 milioni di Euro, +14% sul corrispondente periodo 2020/21 e +22,4% rispetto al pre-Covid
- Rete diretta +22,6% grazie al venir meno delle restrizioni, stabile l'e-commerce. Prosegue il boom delle vendite di televisori grazie a migrazione delle frequenze e Bonus TV
- Redditività in corso di normalizzazione rispetto ai primi nove mesi 2020/21, beneficiati dalle azioni intraprese per contenere l'impatto dell'epidemia<sup>1</sup>: EBIT Adjusted<sup>2</sup> -11,1% a 56,5 milioni di Euro, ma +75,5% rispetto al pre-Covid
- Cassa netta<sup>3</sup> in crescita a 170 milioni di Euro rispetto ai 154,8 milioni di inizio esercizio, pur dopo il pagamento di dividendi per 53,8 milioni
- Ricavi annuali attesi oltre quota 2,9 miliardi di Euro. Confermate le guidance per EBIT adj.<sup>2</sup> e Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> alla luce del mix di prodotto e brand, nonché del forte rincaro dell'energia

\*\*\*

- Pubblicati gli orientamenti sulla composizione del nuovo Consiglio di amministrazione e del nuovo Collegio Sindacale
- Avviate le attività propedeutiche alla possibile definizione di una lista di candidati alla carica di Amministratore, proposta dal Consiglio di Amministrazione

*Forlì, 13 gennaio 2022* – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (Euronext STAR Milan: 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 Rendiconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2021.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2021/22, Unieuro ha segnato un nuovo record di ricavi, saliti del 14% a 2.154,3 milioni di Euro rispetto all'analogo periodo dello scorso esercizio, grazie al recupero del canale Retail (+22,6% rispetto ad un 2020/21 segnato dalle restrizioni) ed alla sostanziale stabilità delle vendite online. In aumento il fatturato di tutte le categorie merceologiche, con il Brown in fortissimo rialzo (+50,4%) grazie al boom delle vendite di televisori e decoder innescato dall'avvio della migrazione delle frequenze e dall'introduzione del Bonus Tv da parte del Governo.

A livello di redditività e generazione di cassa, il confronto con i primi nove mesi dell'esercizio 2020/21 è influenzato dagli effetti benefici e irripetibili delle azioni manageriali adottate lo scorso anno in risposta al dilagare dell'epidemia<sup>1</sup>. Con il ritorno alla normalità, Unieuro ha comunque registrato risultati migliorativi rispetto all'ultimo esercizio pre-Covid, con un EBIT

**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

adj.<sup>2</sup> di 56,5 milioni di Euro (da 32,2 milioni nei primi nove mesi 2019/20), un Risultato ante imposte adj.<sup>5</sup> di 46,9 milioni (da 22,3 milioni) e un Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> di 73,9 milioni (da 57,3 milioni).

La Cassa Netta ha inoltre raggiunto il nuovo record di 170 milioni di Euro al 30 novembre 2021, in aumento di 15,2 milioni rispetto all'inizio dell'esercizio sebbene nel mese di giugno siano stati erogati dividendi agli azionisti per 53,8 milioni.

Il robusto trend di crescita del fatturato consente al Management di prefigurare per l'esercizio in corso ricavi superiori alle precedenti aspettative di 2,8-2,9 miliardi di Euro, a fronte di un EBIT adj.<sup>2</sup> e di un Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> che si prevede si attesteranno negli intervalli già comunicati, anche alla luce del mix di prodotto e del forte rincaro dei costi energetici.

*“Siamo felici di archiviare nove mesi all'insegna dell'espansione, favorita dall'apertura di ben dieci nuovi punti vendita e coronata dal successo della campagna del Black Friday.*

*I risultati raggiunti si confermano migliori a quanto registrato prima dello scoppio dell'epidemia sotto tutti i punti di vista e ci rassicurano sulla solidità delle nostre previsioni di fine esercizio, che prospettano un ulteriore miglioramento delle nostre quote di mercato.”*

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, Amministratore Delegato di Unieuro.

## **Ricavi dei primi nove mesi 2021/22**

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**<sup>6</sup> - 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).

### **Ricavi per canale di vendita**

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 novembre 2021	%	31 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%
<b>Totale ricavi</b>	<b>2.154,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>264,4</b>	<b>14,0%</b>

**Il canale Retail** (68% dei ricavi totali) - che al 30 novembre 2021 era composto da 271 punti vendita diretti, inclusi gli shop-in-shop Unieuro by Iper - ha registrato vendite pari a 1.464,8 milioni di Euro, in robusta crescita (+22,6%) rispetto ai 1.194,7 milioni registrati nel corrispondente periodo 2020/21. Se nel primo semestre la dinamica dei ricavi è stata positivamente influenzata dal graduale allentamento delle restrizioni all'accessibilità della rete diretta da parte dei clienti, nel periodo settembre-novembre 2021 le vendite sono risultate in crescita rispetto allo stesso periodo del 2020 (+13,2%) anche grazie al successo della campagna promozionale "Manà Manà Black Friday". 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, ultimo anno pre-Covid: +19%.

**Il canale Online** (16,9% dei ricavi totali) ha registrato ricavi per 364,7 milioni di Euro, sostanzialmente stabili (-0,7%) sui primi nove mesi 2020/21, recuperando così quasi per intero il calo del 12,8% registrato nel primo semestre, anche grazie alla performance ottenuta nel mese di novembre dalla rinnovata piattaforma unieuro.it. Rispetto ai dati consuntivati nei primi nove mesi del 2019/20, ultimo esercizio pre-Covid, i ricavi del canale sono in aumento dell'83,8%, a conferma dell'efficacia delle attività di marketing sul canale Online, sia mainstream sia digitali, nonché alle nuove abitudini di consumo innescate dalla pandemia e diventate strutturali.

**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 225,9 milioni di Euro, in crescita del 2,6% rispetto ai 220,2 milioni del

corrispondente periodo del precedente esercizio. Se il rallentamento rispetto al primo semestre è legato tra l'altro alla contrazione dei ricavi di novembre rispetto al 2020, quando la rete dei negozi affiliati aveva beneficiato in via eccezionale della chiusura dei centri commerciali nelle giornate festive e prefestive, nei nove mesi il canale ha tratto vantaggio dal graduale allentamento delle restrizioni, dalle caratteristiche distintive dei negozi affiliati – di dimensione medio-piccola e focalizzati sul servizio di prossimità – nonché dalle nuove aperture del periodo, che hanno parzialmente compensato il passaggio al canale Retail degli shop-in-shop Unieuro by Iper. La performance è pertanto positiva (+12,8%) anche rispetto ai dati consuntivati al 30 novembre 2019, ultimo esercizio pre-Covid.

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 76,9 milioni di Euro, in calo del 15,6% rispetto ai 91,1 milioni dei primi nove mesi 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% 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 del 34,2% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente e vendite pari a 22 milioni di Euro. La performance, seppure positiva ed in corso di normalizzazione grazie alla graduale ripresa del traffico presso le stazioni e gli aeroporti, che erano stati oggetto di chiusura totale o parziale durante la pandemia, è ancora in calo rispetto ai dati consuntivati nei nove mesi dell'ultimo esercizio pre-Covid (-24,8 %).

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

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 novembre 2021	%	31 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%
<b>Totale ricavi</b>	<b>2.154,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>264,4</b>	<b>14,0%</b>

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 973,7 milioni di Euro, in aumento del 5,2% rispetto ai 925,9 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Le vendite, trainate nei nove mesi principalmente dalla telefonia, dai prodotti indossabili e dai tablet, hanno tuttavia risentito nel terzo trimestre del calo di tablet e computer, alla luce di una base di comparazione 2020 altamente sfidante, che aveva beneficiato dei trend d'acquisto legati a smart working, e-learning e comunicazione, enfatizzati dal contesto emergenziale. La performance rispetto ai nove mesi chiusi al 30 novembre 2019, l'ultimo esercizio pre-Covid, si conferma comunque fortemente positiva e pari al +17,1%.

La categoria **White** (26,2% 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 563,8 milioni di Euro, in crescita del 9,5% rispetto ai 515,1 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Dopo i positivi risultati registrati nel primo semestre, il Manà Manà Black Friday ha portato incrementi a doppia cifra per asciugatrici e frigoriferi, macchine del caffè, comparto aspirazione, personal care e friggitorici 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 accelerato la già forte crescita dei ricavi del primo semestre, registrando nei nove mesi un balzo del 50,4% a 420,9 milioni di Euro dai 279,9 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. L'ottima performance del terzo trimestre (+58%) è legata al boom delle vendite di televisori e decoder, che beneficiano del graduale switch-off delle frequenze televisive iniziato nel mese di ottobre 2021 e tutt'ora in corso, e dell'introduzione del Bonus TV, decisa dal Governo proprio per agevolare la transizione tecnologica.

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 pari a 95,6 milioni, in crescita del 4,9% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio. 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 15,4% 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 registrato ricavi per 100,3 milioni di Euro, su livelli superiori sia al corrispondente periodo dell'esercizio precedente (+28,9%), sia al pre-Covid (+33,5%). Il positivo andamento si è giovato del continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, con particolare riferimento ad estensione di garanzia, consegna e trasporto.

**Redditività operativa**

<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%
<b>Ricavi delle vendite</b>	<b>2.154,3</b>			<b>1.889,8</b>			<b>264,4</b>	<b>14,0%</b>
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%
<b>EBITDA Adjusted</b>	<b>126,6</b>	<b>5,9%</b>	<b>10,8</b>	<b>132,1</b>	<b>7,0%</b>	<b>10,1</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(4,2%)</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(70,1)	(3,3%)	0,2	(68,6)	(3,6%)	-	(1,5)	2,2%
<b>EBIT Adjusted<sup>2</sup></b>	<b>56,5</b>	<b>2,6%</b>	<b>11,0</b>	<b>63,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>10,1</b>	<b>(7,1)</b>	<b>(11,1%)</b>

Nei nove mesi, l'**EBIT Adjusted<sup>2</sup>** di Unieuro si è attestato a 56,5 milioni di Euro, in calo dell'11,1% rispetto ai 63,6 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio, che era stato caratterizzato dagli effetti irripetibili delle azioni manageriali intraprese in risposta al Covid<sup>1</sup>.

L'Adjusted EBIT margin, pari al 2,6%, pur ridottosi di 0,8 punti rispetto all'anno precedente, è in sostanziale miglioramento se confrontato con l'1,8% dei primi nove mesi dell'esercizio 2019/20.

La crescita dei volumi di vendita ha comportato un aumento di 50,9 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.

I **Costi del personale** hanno registrato un aumento di 26,3 milioni di Euro, laddove lo scorso esercizio aveva beneficiato dell'utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni in Deroga, dello smaltimento ferie e permessi, del mancato rinnovo dei contratti a termine scaduti e della riduzione spontanea dei compensi del management, oltre che della chiusura imposta ai centri e parchi commerciali nei giorni festivi e prefestivi. Nel periodo in esame, i costi relativi al personale sono stati inoltre impattati dal passaggio alla gestione diretta degli shop-in-shop Unieuro by Iper e dalle nuove aperture del periodo. L'incidenza sui ricavi consolidati è pertanto salita al 6,9% rispetto al 6,5% del corrispondente periodo del precedente esercizio.

I **Costi di logistica**, sostanzialmente stabili (-0,6 milioni a 62,2 milioni di Euro), hanno registrato un'incidenza sui ricavi scesa al 2,9% dal 3,3% dei primi nove mesi dello scorso esercizio, durante il quale l'emergenza aveva comportato un forte balzo delle consegne a domicilio legate all'e-commerce. Il miglioramento è avvenuto pur a fronte di maggiori costi di trasporto e movimentazione delle merci derivanti dai maggiori volumi di fatturato.

La voce **Altri costi** è lievitata di 24,6 milioni rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio 2020/21, con un'incidenza sui ricavi pari al 3,5% dal precedente 2,7%. 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 alle utenze e alla manutenzione dei negozi, nonché le commissioni di pagamento e i costi connessi alle consulenze legate al rafforzamento dell'infrastruttura tecnologica e allo sviluppo di nuovi progetti.

I **Costi di marketing** hanno mantenuto costante al 2% l'incidenza sui ricavi, riportando un incremento di 5,7 milioni di Euro (+15,3%) rispetto ai primi nove mesi 2020/21, principalmente imputabile ai costi connessi alle campagne promozionali che erano state sospese nei primi mesi del 2020 a causa della pandemia. Sono inoltre aumentati gli investimenti in attività digitali, radio e tv a seguito della scelta di Unieuro di focalizzarsi maggiormente sulla digital consumption.

Gli **Ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni** sono ammontati a 70,1 milioni di Euro, in leggera crescita rispetto al precedente esercizio (68,6 milioni), registrando così un'incidenza sui ricavi in deciso calo, dal 3,6% al 3,3%.

### **Risultato prima delle imposte Adjusted<sup>5</sup>**

#### **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	
	30 novembre 2021			30 novembre 2020			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
EBIT Adjusted <sup>2</sup>	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 Adjusted <sup>5</sup>	46,9	2,2%	11,1	53,5	2,8%	10,1	(6,6)	(12,3%)

Il **Risultato prima delle imposte Adjusted<sup>5</sup>** è pari a 46,9 milioni di Euro, in calo del 12,3% rispetto ai 53,5 milioni del periodo chiuso al 30 novembre 2020, ma più che doppio se confrontato con i primi nove mesi dell'esercizio 2019/20, l'ultimo ante-Covid (22,3 milioni).

La variazione è riconducibile alla normalizzazione dell'EBIT Adjusted<sup>2</sup>, solo in parte compensata dai minori oneri finanziari netti.

Per quanto riguarda la gestione fiscale, non inclusa nel Rendiconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2021<sup>5</sup>, si precisa che i benefici fiscali derivanti dal riallineamento dell'avviamento precedentemente contabilizzati 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.

### **Investimenti**

Gli investimenti del periodo sono ammontati a 37,5 milioni, rispetto ai 18,4 milioni dei primi nove mesi 2020/21, durante i quali il Management aveva prudenzialmente rallentato le attività di investimento a causa dell'emergenza sanitaria.

La forte accelerazione, coerente con il Piano Strategico annunciato in giugno, ha riguardato principalmente gli interventi sulla rete di negozi diretti, con 10 nuove aperture, 3 rilocalizzazioni e 5 ammodernamenti, nonché gli importanti 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".

### **Posizione Finanziaria Netta<sup>4</sup>**

Al 30 novembre 2021, Unieuro ha registrato una posizione di **Cassa netta<sup>4</sup>** pari a 170 milioni di Euro, in aumento di 15,2 milioni di Euro rispetto alla posizione di cassa di inizio esercizio (154,8 milioni) pur dopo l'erogazione di dividendi per 53,8 milioni nel mese di giugno.

Il **Free Cash Flow adj.<sup>5</sup>**, l'indicatore che la Società ritiene più appropriato per misurare la generazione di cassa poiché non tiene conto degli incassi e degli esborsi di natura non



ricorrente, è stato positivo nei nove mesi per 73.9 milioni di Euro grazie ai flussi generati dalla gestione operativa. Poiché nei primi nove mesi dell'esercizio 2020/21 la straordinaria generazione di cassa, pari a 125,7 milioni di Euro, era stata resa possibile dalle iniziative a protezione della solidità aziendale adottate<sup>1</sup>, il raffronto è maggiormente significativo se effettuato con il corrispondente periodo 2019/20, l'ultimo ante-Covid, in cui il Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> era ammontato a 57,3 milioni di Euro.

L'eccellente performance finanziaria nei nove mesi, frutto anche dei forti incassi registrati in novembre nel corso della campagna Manà Manà Black Friday, sarà in parte assorbita nel corso del quarto trimestre dell'esercizio, quando arriveranno a scadenza i debiti commerciali contratti a monte della peak season.

### **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.

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

### **Outlook**

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.<sup>2</sup> e Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> 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.<sup>2</sup> confermato tra 65 e 75 milioni di Euro;
- Free Cash Flow adj.<sup>4</sup> 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.

\* \* \*

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

#### ***Orientamenti sulla composizione del nuovo Consiglio di amministrazione e del nuovo Collegio Sindacale***

#### ***Attività propedeutiche alla possibile definizione di una lista di candidati alla carica di Amministratore proposta dal Consiglio***

In vista della prossima Assemblea degli Azionisti, chiamata tra l'altro al rinnovo degli organi sociali, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha preso atto dell'attività di autovalutazione, svolta per il terzo e ultimo esercizio del triennio con il supporto di Management Search (società di consulenza selezionata dal Comitato Remunerazioni e Nomine), e ha espresso il proprio orientamento sulla dimensione e composizione qualitativa e quantitativa ottimale del nuovo organo amministrativo, previo parere del suddetto Comitato.

Nel ritenere adeguato il numero di undici amministratori, il Consiglio ritiene opportuno il rinnovo dell'organo in una logica di continuità, per garantire stabilità e coerenza d'azione nella gestione della Società, individuando inoltre le caratteristiche personali e professionali adeguate per i diversi ruoli presenti nell'ambito del Consiglio.

Il Consiglio ha quindi definito, tra l'altro, le iniziative da intraprendere in vista del prossimo impegno assembleare, affidando al Presidente del Consiglio di Amministrazione e all'Amministratore Delegato – con il doveroso coinvolgimento del Comitato Remunerazioni e Nomine per quanto di competenza – il coordinamento delle attività istruttorie per l'eventuale presentazione di una lista per il rinnovo del Consiglio, incaricando gli stessi di tenere costantemente aggiornato il Consiglio, al quale spetteranno tutte le relative determinazioni, sia intermedie sia finali.

Nel corso della riunione odierna il Consiglio di Amministrazione ha inoltre preso atto degli orientamenti del Collegio Sindacale di Unieuro agli Azionisti sulla composizione del nuovo organo di controllo, sui requisiti richiesti a ciascuno dei suoi componenti, nonché sulla sua composizione in termini di equilibrio e complementarità tra le esperienze e le competenze dei suoi membri, approvati dall'organo di controllo in data 12 gennaio 2022.

Entrambi i documenti sono disponibili presso la sede legale della Società, sul sito internet [www.unieurospa.com](http://www.unieurospa.com) / Corporate Governance / Assemblee degli Azionisti / Assemblea 2022 e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato [www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com).

\* \* \*

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

\* \* \*

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

*Unieuro è il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, forte di un approccio omnicanale che integra negozi diretti (circa 280), punti vendita affiliati (circa 260) e piattaforma digitale unieuro.it, oltre al digital pure player Monclick. 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 sull'Euronext STAR Milan dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per circa 2,7 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2021.*

#### **Contatti / Contacts:**

##### **Investor Relations**

###### **Andrea Moretti**

Investor Relations & Corporate  
Communications Director  
+39 335 5301205  
[amoretti@unieuro.com](mailto:amoretti@unieuro.com)  
[investor.relations@unieuro.com](mailto:investor.relations@unieuro.com)

##### **Corporate Media Relations**

###### **iCorporate**

Danja Giacomini  
+39 334 2256777  
[unieuro@icorporate.it](mailto:unieuro@icorporate.it)

#### **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](https://www.linkedin.com/company/unieuro)

**Table riassuntive:**
**Conto Economico**

(dati in milioni di Euro)

Dati Adjusted	9M 21/22				9M 20/21				% change (Adjusted)
	Adjusted	%	Reported	%	Adjusted	%	Reported	%	
<b>Ricavi</b>	<b>2.154,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.154,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,0%</b>
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.694,2)	(78,6%)	(1.697,6)	(78,8%)	(1.478,9)	(78,3%)	(1.482,4)	(78,4%)	14,6%
<b>Margine lordo</b>	<b>460,0</b>	<b>21,4%</b>	<b>456,7</b>	<b>21,2%</b>	<b>410,9</b>	<b>21,7%</b>	<b>407,4</b>	<b>21,6%</b>	<b>12,0%</b>
Costi del personale	(149,7)	(6,9%)	(150,6)	(7,0%)	(123,4)	(6,5%)	(123,7)	(6,5%)	21,3%
Costi di logistica	(62,2)	(2,9%)	(62,7)	(2,9%)	(62,8)	(3,3%)	(63,0)	(3,3%)	(0,9%)
Costi di marketing	(43,2)	(2,0%)	(44,3)	(2,1%)	(37,5)	(2,0%)	(37,8)	(2,0%)	15,3%
Altri costi	(74,8)	(3,5%)	(80,5)	(3,7%)	(50,3)	(2,7%)	(56,0)	(3,0%)	48,9%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,5)	(0,2%)	(2,8)	(0,1%)	(4,9)	(0,3%)	(4,9)	(0,3%)	(28,0%)
<b>Risultato operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>126,6</b>	<b>5,9%</b>	<b>115,8</b>	<b>5,4%</b>	<b>132,1</b>	<b>7,0%</b>	<b>122,0</b>	<b>6,5%</b>	<b>(4,2%)</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(70,1)	(3,3%)	(70,3)	(3,3%)	(68,6)	(3,6%)	(68,6)	(3,6%)	2,2%
<b>Risultato operativo netto (EBIT)</b>	<b>56,5</b>	<b>2,6%</b>	<b>45,5</b>	<b>2,1%</b>	<b>63,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>53,5</b>	<b>2,8%</b>	<b>(11,1%)</b>
Oneri/proventi finanziari	(9,6)	(0,4%)	(9,7)	(0,4%)	(10,1)	(0,5%)	(10,1)	(0,5%)	(4,9%)
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>46,9</b>	<b>2,2%</b>	<b>35,8</b>	<b>1,7%</b>	<b>53,5</b>	<b>2,8%</b>	<b>43,4</b>	<b>2,3%</b>	<b>(12,3%)</b>

**Stato Patrimoniale**

(dati in milioni di Euro)

	30 Nov 21	28 Feb. 2021
Crediti commerciali	115,9	65,3
Rimanenze	537,8	372,1
Debiti commerciali	(760,1)	(505,1)
<b>Capitale Circolante Operativo Netto</b>	<b>(106,3)</b>	<b>(67,7)</b>
Attività e passività per imposte correnti	1,7	(3,8)
Attività correnti	15,9	19,1
Passività correnti	(270,2)	(261,2)
Fondi	(2,7)	(0,8)
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(361,6)</b>	<b>(314,3)</b>
Attività materiali e immateriali	120,8	104,5
Attività per diritto d'uso	438,1	451,6
Attività /passività per imposte differite	37,1	37,1
Aviamento	196,1	195,2
Altre attività e passività non correnti	(20,9)	(23,8)
<b>Totale capitale investito</b>	<b>409,7</b>	<b>450,3</b>
Indebitamento finanziario netto	170,0	154,8
Passività per leasing	(442,1)	(451,9)
<b>Indebitamento finanziario netto (IFRS 16)</b>	<b>(272,1)</b>	<b>(297,0)</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>(137,6)</b>	<b>(153,3)</b>
<b>Totale Patrimonio netto e Passività fin.</b>	<b>(409,7)</b>	<b>(450,3)</b>

**Rendiconto Finanziario**

(dati in milioni di Euro):

	9M 21/22	9M 20/21	var. %
<b>Reddito operativo lordo rep. (EBITDA rep.)</b>	<b>115,8</b>	<b>122,0</b>	<b>(5,1%)</b>
Imposte pagate	(5,5)	(0,9)	485,9%
Interessi pagati	(9,2)	(9,1)	1,6%
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione	47,8	78,0	(38,7%)
Altre variazioni	1,6	0,5	231,2%
<b>Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'atti</b>	<b>150,4</b>	<b>190,5</b>	<b>(21,0%)</b>
Acquisto di attività materiali	(21,4)	(11,0)	94,5%
Acquisto di attività immateriali	(16,0)	(7,4)	117,3%
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	0,1	(6,5)	(101,3%)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'a:	(8,5)	(8,3)	2,0%
Free Cash Flow	104,6	157,3	(33,5%)
Cash effect of adjustments	6,1	0,9	562,4%
Non recurring investments	10,1	8,3	21,4%
Other non recurring cash flows	(2,6)	1,1	(342,1%)
<b>Adjusted Free Cash Flow (IFRS 16)</b>	<b>118,2</b>	<b>167,6</b>	<b>(29,5%)</b>
Locazioni IFRS16	(44,3)	(41,9)	5,5%
<b>Adjusted Free Cash Flow</b>	<b>73,9</b>	<b>125,7</b>	<b>(41,2%)</b>
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	(3,5)	(2,0)	74,5%
Debiti per acquisizioni	(2,5)	-	(100,0%)
Dividendi	(56,3)	-	(100,0%)
Piano di incentivazione a lungo termine	3,8	-	100,0%
Altri flussi di cassa non correnti	(0,3)	(0,8)	(68,7%)
<b>Δ Indebitamento finanziario netto</b>	<b>15,2</b>	<b>122,9</b>	<b>(87,6%)</b>

<sup>1</sup> Cfr. comunicati stampa del 13 marzo 2020, 18 marzo 2020, 30 marzo 2020, 14 aprile 2020 e 6 maggio 2020.

<sup>2</sup> L'**EBIT Adjusted** è dato dall'EBIT rettificato (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti, (ii) degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti e (iii) degli effetti derivanti dalla rettifica dei ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza, quale conseguenza del cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta.

<sup>3</sup> L'**Indebitamento (Cassa) finanziario netto** (o **Posizione finanziaria netta**) è dato dalla differenza tra i debiti finanziari – al netto delle Passività per diritti d'uso (IFRS 16) - e le disponibilità liquide.

<sup>4</sup> La dinamica di cassa è misurata dall'**Adjusted Free Cash Flow**, definito come flusso di cassa generato/assorbito dall'attività operativa al netto dell'attività di investimento inclusiva degli oneri finanziari e dei flussi relativi ai leasing e rettificata per investimenti non ricorrenti e degli altri flussi operativi non ricorrenti, e comprensivo delle rettifiche per oneri (proventi) non ricorrenti, della loro componente non monetaria e del relativo impatto fiscale.

<sup>5</sup> 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 **Risultato prima delle imposte Adjusted** è calcolato come Risultato prima delle imposte aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'EBIT Adjusted e (ii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti.

<sup>6</sup> La **crescita dei Ricavi like-for-like** è calcolata includendo: (i) i negozi retail e travel operativi da almeno un intero esercizio alla data di chiusura del periodo di riferimento, al netto dei punti vendita interessati da una significativa discontinuità operativa (es. chiusure temporanee e refurbishment di importanti dimensioni) e (ii) l'intero canale online.

<sup>7</sup> La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione adottata dai principali esperti del settore. Si segnala pertanto che la classificazione dei ricavi per categoria viene periodicamente rivista al fine di garantire la comparabilità dei dati 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. e la controllata al 100% Monclick S.r.l. (consolidata a partire dal 1° giugno 2017).

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.