

UNIEURO S.P.A. - NUOVO RECORD DI RICAVI: SUPERATI I 2,9 MILIARDI DI EURO NELL'ESERCIZIO 2021/22

- Ricavi preliminari in crescita annua del 9,9% a 2.949,7 milioni di Euro, +20,6% rispetto ai livelli pre-Covid
- Canale Retail sopra quota 2 miliardi di Euro (+17,3%), e-commerce in ulteriore aumento pur a seguito della straordinaria performance dello scorso esercizio
- Confermate le previsioni reddituali e finanziarie per l'esercizio appena concluso¹
- Prevedibile un dividendo in linea con la politica di distribuzione aziendale

Forlì, 23 marzo 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, si è riunito in data odierna sotto la presidenza di Stefano Meloni ed ha esaminato i ricavi e alcuni risultati preliminari dell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2022, non ancora sottoposti a revisione legale.

L'esercizio 2021/22 di Unieuro si è chiuso con una crescita dei ricavi del 9,9%, replicando il +9,8% registrato lo scorso anno e portando il fatturato al nuovo record, per l'azienda e per il mercato di riferimento, di 2,95 miliardi di Euro.

Si è trattato anche quest'anno di crescita sostanzialmente organica, sospinta inizialmente dai trend di consumo legati alla pandemia, poi normalizzatisi nel corso dell'anno, e in seguito dal boom delle vendite di televisori e decoder sostenuto dall'avvio della migrazione delle frequenze e dall'introduzione del Bonus Tv.

I negozi diretti hanno così recuperato la sottoperformance accusata lo scorso anno a causa delle restrizioni, registrando una crescita a doppia cifra (Retail +17,3%, Travel +24,2%), a fronte di un canale Online che ha visto il proprio fatturato progredire ulteriormente nonostante nello scorso esercizio avesse sfiorato un rialzo del 77%.

I risultati conseguiti consolidano la posizione di leader di mercato di Unieuro e consentono di prefigurare una redditività e una generazione di cassa per l'esercizio appena concluso in linea con le guidance via via fornite al mercato¹.

Nonostante un contesto internazionale e macroeconomico complesso e oggetto di costante attenzione, è ad oggi prevedibile la distribuzione di un dividendo in linea con la policy attualmente in vigore.

“Un altro anno di sostenuta crescita organica ci ha condotti a ridosso dei tre miliardi di fatturato, una soglia inimmaginabile soltanto pochi anni fa, raggiunta anche grazie ad una strategia omnicanale efficace e ad un modello di business solido e distintivo.

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

Lieti del nuovo traguardo, che lascia prefigurare un'adeguata remunerazione degli azionisti, rimaniamo però saldamente ancorati alla realtà e attenti alle criticità che stanno emergendo a seguito del conflitto in Ucraina e della conseguente situazione geopolitica, le cui ripercussioni sull'economia italiana si preannunciano severe.

Il fatturato del mese di marzo sta registrando un trend positivo e la disponibilità di prodotto rimane totale, ma monitoriamo con attenzione tutti gli sviluppi, con particolare riguardo ai costi dell'energia e al loro impatto sulla redditività prospettica”.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, Amministratore Delegato di Unieuro.

I dati consuntivi definitivi verranno sottoposti al Consiglio di Amministrazione per la sua approvazione in data 11 maggio 2022, unitamente alla proposta di destinazione del risultato d'esercizio, e saranno tempestivamente comunicati al mercato.

Ricavi preliminari dell'esercizio 2021/22

Nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2022, Unieuro ha conseguito ricavi pari a 2.949,7 milioni di Euro, in crescita del 9,9% rispetto ai 2.685,2 milioni consuntivati nell'esercizio precedente e del 20,6% se raffrontati ai 2.444,9 milioni del 2019/20, l'ultimo esercizio pre-pandemia.

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**² - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – si è attestata a +8,8%.

Se su base infra-annuale il raffronto con l'esercizio precedente è influenzato dall'elevata volatilità che aveva accompagnato i primi mesi della pandemia, nel complesso il 2021/22 si è rivelato per la Società un anno di crescita sostenuta e di riequilibrio dei pesi dei singoli canali e delle singole categorie di prodotto, che nel 2020 erano stati impattati da condizioni esterne del tutto straordinarie.

Ricavi per canale di vendita

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	28 febbraio 2022	%	28 febbraio 2021	%	Δ	%
Retail	2.008,1	68,1%	1.711,6	63,7%	296,5	17,3%
Online	532,8	18,1%	525,2	19,6%	7,6	1,4%
Indiretto	280,5	9,5%	307,5	11,5%	(27,1)	(8,8%)
B2B	98,5	3,3%	116,9	4,4%	(18,3)	(15,7%)
Travel	29,9	1,0%	24,1	0,9%	5,8	24,2%
Totale ricavi	2.949,7	100,0%	2.685,2	100,0%	264,5	9,9%

Il **canale Retail** (68,1% dei ricavi totali) – che al 28 febbraio 2022 era composto da 271 punti vendita diretti, inclusi gli shop-in-shop Unieuro by Iper – ha registrato vendite pari a 2.008,1 milioni di Euro, in robusta crescita (+17,3%) rispetto ai 1.711,6 milioni dell'anno precedente, quando le restrizioni legate al Covid avevano impedito alla rete diretta di beneficiare dei trend di consumo favorevoli innescatisi con la pandemia. Il venir meno di tali restrizioni già a partire dal primo semestre, l'avvenuta internalizzazione già a fine 2020 di 18 shop-in-shop precedentemente in regime di affiliazione, nonché l'apertura di 10 nuovi negozi diretti hanno permesso al canale di recuperare la sottoperformance dello scorso anno, portando così al +17,5% l'incremento dei ricavi rispetto al livello pre-Covid.

Il **canale Online** (18,1% dei ricavi totali) – che comprende la rinnovata piattaforma unieuro.it e il digital pure player Monclick – ha invertito la tendenza dei primi nove mesi grazie al +6,5% registrato nel quarto trimestre, chiudendo l'esercizio con ricavi in crescita dell'1,4% a 532,8 milioni di Euro dai precedenti 525,2 milioni. Il canale ha così ulteriormente migliorato i livelli record raggiunti nel 2020/21, quando la situazione di emergenza legata alla pandemia aveva portato la clientela a privilegiare l'e-commerce a discapito dei negozi fisici. Rispetto all'ultimo esercizio pre-Covid, i ricavi del canale sono in aumento del 79,3%, a conferma dell'efficacia delle attività di marketing sul canale Online, sia mainstream sia digitali, nonché delle nuove abitudini di consumo diventate strutturali.

Il **canale Indiretto** (9,5% dei ricavi totali) – che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati per un totale di 259 punti vendita al 28 febbraio 2022 – ha consuntivato ricavi per 280,5 milioni di Euro, in contrazione dell'8,8% rispetto ai 307,5 milioni dello scorso esercizio. La performance si confronta con il +16,9% registrato nell'anno della pandemia, quando la rete dei negozi affiliati si era dimostrata particolarmente resiliente alle restrizioni, beneficiando delle proprie caratteristiche distintive. La progressiva normalizzazione post-Covid e il sensibile calo congiunturale registrato nel quarto trimestre dell'esercizio appena trascorso hanno ricondotto il canale ad una performance del +6,6% rispetto al fatturato ante-Covid, in linea con i trend di lungo periodo.

Il **canale B2B** (3,3% 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 ricavi per 98,5 milioni di Euro, in calo del 15,7% rispetto ai 116,9 milioni del precedente esercizio. La contrazione, ancor più evidente nel confronto con il 2019/20 (-27,8%), è stata frutto di una precisa scelta manageriale legata alla minor disponibilità di prodotto con cui alimentare il canale in taluni periodi dell'anno.

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 chiuso l'esercizio con ricavi risaliti a 29,9 milioni di Euro, registrando un recupero anno su anno del 24,2% ma mantenendosi al di sotto dei livelli raggiunti prima che la pandemia penalizzasse pesantemente il traffico aeroportuale (-24,6% la performance rispetto all'esercizio 2019/20, l'ultimo ante-Covid).

Ricavi per categoria merceologica³

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	28 febbraio 2022	%	29 febbraio 2021	%	Δ	%
Grey	1.355,2	45,9%	1.309,6	48,8%	45,6	3,5%
White	755,8	25,6%	728,8	27,1%	26,9	3,7%
Brown	576,2	19,5%	404,4	15,1%	171,8	42,5%
Altri prodotti	130,1	4,4%	134,1	5,0%	(4,0)	(3,0%)
Servizi	132,5	4,5%	108,4	4,0%	24,2	22,3%
Totale ricavi	2.949,7	100,0%	2.685,2	100,0%	264,5	9,9%

La categoria **Grey** (45,9% 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 1.355,2 milioni di Euro, in aumento del 3,5% rispetto ai 1.309,6 milioni dell'esercizio precedente grazie alla buona performance del comparto telefonia e relativi accessori, dei prodotti indossabili e dei tablet. Il secondo semestre ha tuttavia risentito della debolezza del segmento IT, 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 all'esercizio 2019/20, l'ultimo pre-Covid, si conferma comunque fortemente positiva e pari al +16,8%.

La categoria **White** (25,6% 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 755,8 milioni di Euro, in crescita del 3,7% rispetto ai 728,8 milioni dell'esercizio precedente, registrando un rallentamento rispetto alla performance dei primi nove mesi dell'esercizio. Rispetto al pre-Covid, l'aumento è comunque a doppia cifra (+10,5%).

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 un atteso balzo del 42,5% a 576,2 milioni di Euro dai 404,4 milioni dell'esercizio precedente. La straordinaria performance del segmento TV è stata trainata nel primo semestre dalla ripartenza degli eventi sportivi e nel secondo dall'avvio dello switch-off delle frequenze televisive, il cui effetto è stato accelerato e rafforzato dal Bonus TV, introdotto dal Governo proprio per agevolare la transizione tecnologica. L'effetto dello switch-off, destinato a durare per tutto il 2022, ha consentito alla categoria di sovraperformare anche rispetto ai livelli pre-Covid, rispetto ai quali l'incremento di fatturato è pari al 49,9%.

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 130,1 milioni di Euro, in calo del 3% rispetto all'esercizio precedente. La debolezza del quarto trimestre (-19,8%) è legata alla difficile base di raffronto offerta dal corrispondente periodo 2020/21, caratterizzato dal lancio della PS5 e dal boom della mobilità elettrica, tra l'altro conseguenza degli incentivi statali allora in vigore. Rispetto all'ultimo esercizio ante-Covid, l'incremento del fatturato della categoria è comunque pari al 14,2%.

La categoria **Servizi** (4,5% dei ricavi totali) ha registrato ricavi per 132,5 milioni di Euro, su livelli superiori sia all'esercizio precedente (+22,3%), sia al pre-Covid (+29,5%). 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.

* * *

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 oltre 5.800 dipendenti. Quotata sull'Euronext STAR Milan dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi superiori a 2,9 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2022.

Contatti / Contacts:**Investor Relations****Andrea Moretti**

Investor Relations & Corporate
Communications Director

+39 335 5301205

amoretti@unieuro.com

investor.relations@unieuro.com

Corporate Media Relations**iCorporate**

Danja Giacomini

+39 334 2256777

unieuro@icorporate.it

¹ Rif. comunicati stampa del 10 giugno 2021, 14 luglio 2021, 11 novembre 2021 e 13 gennaio 2022.

² 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.

³ 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.