

## COMUNICATO STAMPA

### UNIEURO S.P.A.: APPROVATI I RISULTATI DEL 1° TRIMESTRE 2018/2019

- Ricavi a 418,6 milioni di Euro, +14,1% rispetto ai 366,8 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente
- EBITDA Adjusted<sup>1</sup> a 1,4 milioni di Euro, più che raddoppiato rispetto agli 0,6 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente, comunque poco rappresentativo della performance dell'intero esercizio alla luce della fisiologica stagionalità del business
- Adjusted levered free cash flow<sup>2</sup> negativo per 37,3 milioni di Euro a causa delle dinamiche stagionali del settore
- Diverse opportunità di espansione esterna attualmente in fase di analisi

Forlì, 12 luglio 2018 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici per numero di punti vendita in Italia, riunitosi in data odierna ha esaminato e approvato il Resoconto intermedio di gestione del Gruppo al 31 maggio 2018.

Seppur non particolarmente significativo per via della stagionalità del business, che concentra ricavi e profitti nel secondo semestre, il primo trimestre dell'esercizio 2018/19 di Unieuro si è chiuso con risultati in crescita. I ricavi, pari a 418,6 milioni di Euro, sono aumentati anno su anno del 14,1%, mentre l'EBITDA Adjusted<sup>1</sup> è più che raddoppiato, attestandosi a 1,4 milioni di Euro. Ad influenzare positivamente il trimestre sono state le azioni di crescita intraprese nel 2017, che hanno portato a un'espansione del network di negozi e delle attività digitali di Unieuro, consentendo al contempo l'estrazione di importanti sinergie. La strategia di consolidamento ha più che compensato un trend di mercato in ulteriore indebolimento, anche alla luce degli effetti sulla fiducia dei consumatori derivanti dall'incertezza politica che ha caratterizzato i mesi di aprile e maggio.

---

<sup>1</sup> L'EBITDA Adjusted è dato dall'EBITDA 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.

<sup>2</sup> L'Adjusted Levered Free Cash Flow è definito come flusso di cassa consolidato generato/assorbito dall'attività operativa al netto dell'attività di investimento 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.

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, amministratore delegato di Unieuro, ha dichiarato: *“In un trimestre stagionalmente debole e poco significativo, Unieuro ha tratto vantaggio dalle acquisizioni portate a compimento nel corso del 2017, continuando a lavorare alacremente ai progetti su cui si fonderà la crescita futura, a partire dal nuovo hub logistico di Piacenza”*

*“Nel contempo, confermiamo la nostra strategia di consolidamento omnicanale del mercato e proseguiamo nell’incessante attività di monitoraggio e analisi delle opportunità di crescita esterna tuttora esistenti. Attività che ci auguriamo darà presto i suoi frutti”.*

### **Ricavi del 1° trimestre 2018/19**

Nel primo trimestre dell’esercizio 2018/19, chiuso al 31 maggio 2018, Unieuro ha conseguito **Ricavi** pari a 418,6 milioni di Euro, in crescita del 14,1% rispetto ai 366,8 milioni dello stesso periodo dell’anno precedente. L’incremento, pari a 51,8 milioni di Euro, è riconducibile all’espansione del perimetro del Gruppo, nonché alla forte crescita della piattaforma digitale unieuro.it e del canale B2B.

I Ricavi **like-for-like** - ovvero la performance dei negozi aperti da almeno 26 mesi al 31 maggio 2018 e comprensiva sia delle vendite retail sia del *click&collect* - si sono contratti del 4,9%, anche a causa del preventivato impatto dei nuovi negozi (non rientranti nel like-for-like) sulla rete preesistente. Escludendo invece dal perimetro di analisi i punti vendita interessati da tale effetto, in quanto limitrofi a nuovi negozi, e gli effetti derivanti dal differente calendario promozionale, le vendite like-for-like hanno registrato un calo dell’1,1%, anche per effetto della generale debolezza del mercato, influenzato dall’incertezza politica.

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

	Periodo chiuso al				Variazioni Q1	
	31 maggio 2018	%	31 maggio 2017	%	€m	%
<i>Retail</i>	290,4	69,4%	262,2	71,5%	28,2	10,8%
<i>Wholesale</i>	41,7	10,0%	47,2	12,9%	(5,5)	(11,7%)
<i>Online</i>	46,4	11,1%	30,0	8,2%	16,4	54,7%
<i>B2B</i>	34,5	8,2%	22,0	6,0%	12,5	56,8%
<i>Travel</i>	5,6	1,3%	5,4	1,5%	0,2	3,7%
<b>Totale ricavi consolidati per canale</b>	<b>418,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>366,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>51,8</b>	<b>14,1%</b>

**Il canale *Retail*** (69,4% dei ricavi totali) - che è composto da 215 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha visto un incremento del 10,8% delle proprie vendite a 290,4 milioni di Euro, principalmente grazie all'incremento del parco negozi in seguito alle acquisizioni effettuate a partire dal secondo trimestre del precedente esercizio.

**Il canale *Wholesale*** (10% delle vendite complessive) - composto da 267 punti vendita di Affiliati, contraddistinti da metrature ridotte e dislocati in aree caratterizzate da un ristretto bacino d'utenza - ha registrato ricavi pari a 41,7 milioni di Euro in calo di 5,5 milioni rispetto ai 47,2 milioni di Euro del periodo precedente, anche a seguito della continua e fisiologica azione di razionalizzazione del network che ha comportato un calo di 9 unità del numero di punti vendita rispetto al primo trimestre del precedente esercizio, a cui si è sommato il preventivato impatto dei nuovi negozi diretti sulla rete Wholesale.

**Il canale *Online*** (11,1% dei ricavi totali) ha generato 46,4 milioni di Euro di ricavi (+54,7%) registrando una crescita di 16,4 milioni rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente. La performance positiva è attribuibile al successo della piattaforma digitale unieuro.it, che ha generato ricavi in crescita del 20,3%. Positivo anche il contributo della controllata Monclick S.r.l., non presente nel primo trimestre 2017/18, che è valso 10,3 milioni di Euro. Monclick è uno dei principali pure player italiani specializzato nell'elettronica di consumo e negli elettrodomestici.

**Il canale *Business-to-Business*** (8,2% 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 34,5 milioni di Euro di ricavi in forte aumento rispetto ai 22 milioni di Euro del 1° trimestre 2017/18 (+12,5 milioni). La crescita, pari al 56,8%, è stata generata sia a parità di perimetro (+29%) sia grazie al contributo di Monclick, che è stato pari a 6,1 milioni di Euro.

Infine, il **canale *Travel*** (1,3% dei ricavi totali) - composto da 11 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti e stazioni ferroviarie - ha registrato ricavi pari a 5,6 milioni di Euro con una crescita di circa 0,2 milioni di Euro, pari al 3,7%.

### Ricavi per categoria merceologica

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi consolidati)	Periodo chiuso al				Variazioni Q1	
	31 maggio 2018		31 maggio 2017		€m	%
		%		%		
Grey	205,6	49,1%	175,3	47,8%	30,3	17,3%
White	103,9	24,8%	100,0	27,3%	3,9	3,9%
Brown	74,6	17,8%	61,2	16,7%	13,4	21,9%
Servizi	18,2	4,4%	13,3	3,6%	4,9	36,8%
Altri prodotti	16,3	3,9%	17,0	4,6%	(0,7)	(4,1%)
<b>Totale ricavi consolidati per categoria</b>	<b>418,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>366,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>51,8</b>	<b>14,1%</b>

La categoria **Grey** (49,1% dei ricavi totali) - ovvero macchine fotografiche, videocamere, smartphone, tablet, computer e portatili, monitor, stampanti, accessori per la telefonia nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili - ha generato ricavi per 205,6 milioni di Euro, in aumento del 17,3% rispetto ai 175,3 milioni dell'anno precedente grazie ai benefici derivanti da uno spostamento di mix verso il top di gamma e dalle buone performance di alcuni nuovi modelli.

La categoria **White** - che rappresenta il 24,8% delle vendite ed è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, bollitori, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 103,9 milioni di Euro registrando una crescita del 3,9% nonostante l'anticipazione al mese di febbraio 2018 di un'importante promozione dedicata al segmento.

La categoria **Brown** (17,8% dei ricavi totali) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi per smart-TV e accessori auto, nonché di sistemi di memoria come CD/DVD o chiavette USB - ha conseguito nel primo trimestre dell'esercizio in corso una robusta crescita del fatturato, arrivato a 74,6 milioni di Euro (+21,9% rispetto ai 61,2 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente). La categoria ha beneficiato dell'imminenza dei Mondiali di calcio, unitamente al crescente successo dei televisori di fascia alta, in particolare ultraHD e OLED.

La categoria **Altri prodotti** (3,9% dei ricavi totali), che include sia le vendite del settore entertainment, sia di altri prodotti non compresi nel mercato dell'elettronica di consumo come la mobilità elettrica, ha registrato ricavi per 16,3 milioni di Euro, in calo del 4,1%, imputabile ancora una volta al differente calendario promozionale.

Buona performance infine per la categoria **Servizi** (4,4% dei ricavi totali), che ha visto una crescita del 36,8% a 18,2 milioni di Euro grazie al continuo focus della Società sull'erogazione di servizi ad alto valore aggiunto alla propria clientela, in particolare del servizio di estensione di garanzia e di nuovi contratti di credito al consumo.

### **EBITDA Adjusted<sup>1</sup>**

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi consolidati)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni Q1	
	31 maggio 2018		31 maggio 2017		€m	%
		%		%		
Risultato Operativo Netto Consolidato	(8,1)	(1,9%)	(10,6)	(2,9%)	2,5	(23,5%)
Ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni	6,1	1,5%	4,7	1,3%	1,4	30,2%
Oneri/ (proventi) non ricorrenti	1,8	0,4%	5,1	1,4%	(3,3)	(63,9%)
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	1,5	0,4%	1,4	0,4%	0,1	7,1%
<b>Consolidated Adjusted EBITDA</b>	<b>1,4</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,7</b>	<b>116,1%</b>

Nel corso del primo trimestre 2018/2019, l'**EBITDA Adjusted<sup>1</sup>** di Unieuro è cresciuto di 0,7 milioni, attestandosi a 1,4 milioni di Euro. L'Adjusted EBITDA margin<sup>3</sup> è migliorato di 10 punti base.

La redditività è stata influenzata dai fenomeni di stagionalità tipici del mercato dell'elettronica di consumo, che registra maggiori ricavi e costi di acquisto delle merci nella parte finale di ogni esercizio, mentre i costi operativi presentano un andamento più lineare data la presenza di una componente di costi fissi (personale, affitti e spese generali) che hanno una distribuzione uniforme nell'arco dell'esercizio.

### **Risultato netto Adjusted<sup>4</sup>**

Gli effetti della stagionalità del business si riflettono anche sul **Risultato Netto Adjusted<sup>3</sup>**, che nel primo trimestre 2018/2019 è stato negativo per 4,9 milioni di Euro, (-4,1 milioni di Euro nel primo trimestre del precedente esercizio) con un'incidenza sui ricavi del -1,2% (-1,1% nel primo trimestre chiuso al 31 maggio 2017).

<sup>3</sup> L'Adjusted EBITDA Margin è ottenuto come rapporto tra il Consolidated Adjusted EBITDA e i ricavi.

<sup>4</sup> Il Risultato Netto Adjusted è calcolato come Utile netto aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'Adjusted EBITDA e (ii) dell'impatto fiscale teorico di tali adjustments.

L'incremento dell'EBITDA Adjusted<sup>1</sup> e i risparmi sugli oneri finanziari frutto delle nuove linee di credito stipulate a dicembre 2017 hanno permesso di compensare almeno parzialmente l'incremento degli ammortamenti e la variazione temporanea delle imposte.

### **Investimenti**

Gli investimenti realizzati nel periodo ammontano a 6,7 milioni di Euro (7,3 milioni nel primo trimestre chiuso al 31 maggio 2017) e sono riconducibili per 4,5 milioni agli interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, al rinnovo di negozi esistenti e all'acquisto di hardware, software, licenze e sviluppi sugli applicativi preesistenti in ottica di digitalizzazione dei negozi e sviluppo di funzionalità avanzate per le piattaforme online, con l'obiettivo di rendere l'esperienza omnicanale di ciascun cliente sempre più funzionale e piacevole.

Gli investimenti non ricorrenti, pari a 2,2 milioni di Euro, si riferiscono alla realizzazione attualmente in corso del **nuovo hub logistico a Piacenza**, che consentirà di aumentare significativamente la capacità logistica rispetto a quella attuale. La presenza di un'unica piattaforma per il rifornimento di tutti i canali contraddistingue il modello di *business* di Unieuro e consente di evitare costi superflui e tempi morti, di limitare l'obsolescenza delle scorte e di ottimizzare la consegna dei prodotti, sia alla rete di negozi sia al singolo cliente web.

### **Indebitamento finanziario netto**

Al 31 maggio 2018 l'indebitamento finanziario netto di Unieuro si è attestato a 44,4 milioni di Euro (era pari a 4,5 milioni al 28 febbraio 2018), influenzato dalle già descritte dinamiche stagionali del business - che determinano nella prima parte dell'anno un significativo assorbimento di capitale, a fronte di un secondo semestre caratterizzato da una forte generazione di cassa - nonché dagli investimenti posti in essere.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow**<sup>2</sup> è passato dai 30,4 milioni di Euro assorbiti nel 1° trimestre 2017/18 ai 37,3 milioni del trimestre appena concluso, principalmente per via del diverso calendario delle promozioni che ha comportato una differente pianificazione del timing degli approvvigionamenti.

\* \* \*



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

Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha altresì approvato una versione aggiornata del Regolamento di Internal Dealing, il Regolamento per la gestione delle Informazioni Privilegiate e delle Informazioni Rilevanti, nonché il Regolamento interno per la tenuta del Registro delle persone che hanno accesso alla Informazioni Privilegiate e per la tenuta del Registro delle persone che hanno accesso alle Informazioni Rilevanti.

\* \* \*

*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 Italo Valenti 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.*

\* \* \*

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

*Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, Unieuro è oggi il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, grazie a una rete capillare di circa 500 negozi su tutto il territorio nazionale tra diretti (circa 230) ed affiliati (circa 270), alla piattaforma digitale unieuro.it e all'e-tailer Monclick. L'azienda ha sede a Forlì e dispone di un centro logistico accentrato a Piacenza, conta su uno staff di circa 4.600 dipendenti e ricavi che, per l'esercizio conclusosi il 28 febbraio 2018, hanno sfiorato quota 1,9 miliardi di euro.*

#### **Investor Relations**

##### **Andrea Moretti**

Investor Relations & Corporate  
Communications Director

+39 335 5301205  
+39 0543 776769

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

#### **Media Relations**

##### **iCorporate**

Arturo Salerni  
+39 335 1222631

Rita Arcuri  
+39 333 2608159

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

**Tablelle riassuntive:**

**Conto Economico**

(dati in milioni di Euro)

	Q1 18/19	%	Q1 17/18	%
Sales	418.6		366.8	
<b>Sales</b>	<b>418.6</b>		<b>366.8</b>	
Purchase of goods - Change in Inventory	(324.0)	(77.4%)	(288.0)	(78.5%)
Rental Costs	(17.9)	(4.3%)	(14.5)	(4.0%)
Marketing costs	(11.8)	(2.8%)	(13.5)	(3.7%)
Logistic costs	(10.8)	(2.6%)	(8.0)	(2.2%)
Other costs	(14.2)	(3.4%)	(13.8)	(3.8%)
Personnel costs	(41.7)	(10.0%)	(33.9)	(9.2%)
Other operating costs and income	(0.4)	(0.1%)	(1.0)	(0.3%)
<b>EBITDA Reported</b>	<b>(2.0)</b>	<b>(0.5%)</b>	<b>(5.9)</b>	<b>(1.6%)</b>
<i>Adjustments</i>	1.8	0.4%	5.1	1.4%
<i>Change in Business Model</i>	1.5	0.4%	1.4	0.4%
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>1.4</b>	<b>0.3%</b>	<b>0.6</b>	<b>0.2%</b>
D&A	(6.1)	(1.5%)	(4.7)	(1.3%)
Financial Income - Expenses	(0.8)	(0.2%)	(1.2)	(0.3%)
<b>Adjusted Profit before Tax</b>	<b>(5.6)</b>	<b>(1.3%)</b>	<b>(5.3)</b>	<b>(1.4%)</b>
Taxes	0.9	0.2%	1.8	0.5%
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	(0.3)	(0.1%)	(0.6)	(0.2%)
<b>Adjusted Net Income</b>	<b>(4.9)</b>	<b>(1.2%)</b>	<b>(4.1)</b>	<b>(1.1%)</b>
<i>Adjustments</i>	(1.8)	(0.4%)	(5.1)	(1.4%)
<i>Change in Business Model</i>	(1.5)	(0.4%)	(1.4)	(0.4%)
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	0.3	0.1%	0.6	0.2%
<b>Net Income Reported</b>	<b>(8.0)</b>	<b>(1.9%)</b>	<b>(10.0)</b>	<b>(2.7%)</b>



### **Stato Patrimoniale**

(dati in milioni di Euro)

	31 May 2018	28 Feb. 2018
Trade Receivables	43.2	39.6
Inventory	384.4	313.5
Trade Payables	(455.1)	(411.5)
<b>Operating Working Capital</b>	<b>(27.6)</b>	<b>(58.4)</b>
Current Tax Assets	4.8	3.1
Current Assets	25.5	16.2
Current Liabilities	(167.5)	(163.3)
Short Term Provisions	(2.9)	(2.9)
<b>Net Working Capital</b>	<b>(167.7)</b>	<b>(205.3)</b>
Tangible and Intangible Assets	100.4	99.9
Net Deferred Tax Assets and Liabilities	25.2	27.7
Goodwill	174.7	174.7
Other Long Term Assets and Liabilities	(14.8)	(15.2)
<b>Total Invested Capital</b>	<b>118.0</b>	<b>81.7</b>
<b>Net financial Debt</b>	<b>(44.4)</b>	<b>(4.5)</b>
<b>Equity</b>	<b>(73.6)</b>	<b>(77.2)</b>
<b>Total Sources</b>	<b>(118.0)</b>	<b>(81.7)</b>

### **Rendiconto Finanziario**

(dati in milioni di Euro):

	Q1 18/19	Q1 17/18
<b>Reported EBITDA</b>	<b>(2.0)</b>	<b>(5.9)</b>
Taxes Paid	-	-
Interests Paid	(0.4)	(1.0)
Change in NWC	(30.7)	(21.0)
Change in Other Assets and Liabilities	0.5	0.7
<b>Reported Operating Cash Flow</b>	<b>(32.6)</b>	<b>(27.3)</b>
Purchase of Tangible Assets	(5.4)	(5.8)
Purchase of Intangible Assets	(1.3)	(1.5)
Acquisitions	-	(9.4)
Monclick NFP 01.06.2017	-	-
<b>Levered Free Cash Flow</b>	<b>(39.3)</b>	<b>(44.0)</b>
Adjustments	(0.2)	4.2
Non recurring investments	2.2	9.4
<b>Adjusted Levered Free Cash Flow</b>	<b>(37.3)</b>	<b>(30.4)</b>
Adjustments	0.2	(4.2)
Non recurring investments	(2.2)	(9.4)
Debt to Shareholders (non cash effect)	-	-
Debt Acquisition Monclick (non cash effect)	-	-
Other Changes	(0.5)	(0.2)
<b>Δ Net Financial Position</b>	<b>(39.8)</b>	<b>(44.2)</b>