

COMUNICATO STAMPA

UNIEURO S.P.A.: RISULTATI IN ACCELERAZIONE NEL 1° TRIMESTRE 2019/2020, TRAINATI DA ACQUISIZIONI, SHOP-IN-SHOP ED E-COMMERCE

- Ricavi a 495,3 milioni di Euro, +18,3% rispetto ai 418,6 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente
- Consolidamento degli ex-negozi Pistone, DPS e Galimberti, punti vendita Unieuro by Iper e online i principali contributori della crescita
- EBITDA Adjusted¹ a 3,2 milioni di Euro, più che raddoppiato rispetto agli 1,4 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente
- Assorbimento di cassa² per 39,7 milioni di Euro nel trimestre, alla luce delle normali dinamiche stagionali del settore

Forlì, 10 luglio 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Resoconto intermedio di gestione al 31 maggio 2019.

I dati economico-finanziari recepiscono per la prima volta l'adozione del nuovo principio contabile IFRS 16, entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2019. Per permetterne la piena comparabilità con il corrispondente periodo dell'esercizio precedente, la Società presenta e commenta i dati gestionali³, in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni.

Nel primo trimestre dell'esercizio 2019/20, come sempre non particolarmente significativo per via della stagionalità del business, Unieuro ha registrato risultati in crescita. I ricavi si sono attestati a 495,3 milioni di Euro, in aumento del 18,3% rispetto all'anno scorso, mentre l'EBITDA Adjusted¹ è più che raddoppiato a quota 3,2 milioni di Euro. Ad influenzare positivamente i risultati del periodo sono state le azioni di crescita intraprese, che hanno portato a un'espansione del network di negozi diretti ed indiretti e delle attività digitali di Unieuro.

¹ 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.

² Generazione/assorbimento di cassa misurato dall'Adjusted Levered Free Cash Flow, 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.

³ Per informazioni di dettaglio riguardanti gli impatti dell'IFRS16 sul conto economico e sullo stato patrimoniale si rimanda al paragrafo "Cambiamenti dei principi contabili" del presente comunicato e al Resoconto intermedio di gestione al 31 maggio 2019.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro, ha commentato: *“Il nuovo esercizio è partito nel migliore dei modi, registrando performance a doppia cifra in un periodo dell’anno pur stagionalmente poco significativo per vendite e redditività.”*

“Il grande successo commerciale della riapertura a marchio Unieuro dei negozi ex-Pistone, avvenuta in tempo record, ha fortemente contribuito al risultato e ci conferma ancora una volta come i motori del successo aziendale siano da ricercare nella bontà della nostra strategia di crescita e nella passione e impegno delle nostre persone.”

Ricavi del 1° trimestre 2019/20

Nel trimestre chiuso al 31 maggio 2019, Unieuro ha conseguito **Ricavi** pari a 495,3 milioni di Euro, in crescita del 18,3% rispetto ai 418,6 milioni dello stesso periodo dell’anno precedente.

L’incremento di 76,6 milioni di Euro, oltre che alla buona performance del business, in particolare online, è riconducibile alle azioni di crescita esterna ed interna intraprese dalla Società. Le acquisizioni realizzate hanno comportato una significativa espansione della rete di negozi, con 14 nuovi punti vendita ex-DPS ed ex-Galimberti inaugurati nel secondo semestre 2018/19 e 12 ex-Pistone aperti nel mese di marzo 2019. La partnership siglata con Finiper, che ha segnato lo sbarco di Unieuro nella grande distribuzione organizzata, ha inoltre portato all’apertura di ulteriori 18 shop-in-shop in altrettanti ipermercati, rispetto ai due negozi-pilota operativi nel primo trimestre 2018/19.

L’evoluzione dei Ricavi **like-for-like**⁴ ha registrato una crescita del 3,6%. Escludendo dal perimetro di analisi i punti vendita limitrofi ai nuovi negozi nel frattempo inaugurati e pertanto non rientranti nel *like-for-like*, l’indicatore ha segnato una crescita ancor più forte e pari al 4,7%.

Ricavi per canale di vendita

⁴ 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*.

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi consolidati)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni Q1	
	31 maggio 2019	%	31 maggio 2018	%	€m	%
<i>Retail</i>	347,2	70,1%	290,4	69,4%	56,7	19,5%
<i>Online</i>	50,7	10,2%	43,9	10,5%	6,8	15,4%
<i>Indiretto</i>	59,9	12,1%	41,7	10,0%	18,2	43,5%
<i>B2B</i>	29,0	5,9%	37,0	8,8%	(8,0)	(21,6%)
<i>Travel</i>	8,5	1,7%	5,6	1,3%	3,0	53,3%
Totale ricavi per canale	495,3	100,0%	418,6	100,0%	76,6	18,3%

Il **canale Retail** (70,1% dei ricavi totali) - composto da 237 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie – ha messo a segno una crescita del 19,5%, a 347,2 milioni di Euro, rispetto ai 290,4 milioni dello stesso trimestre dell’anno precedente, principalmente per effetto dell’incremento della rete di negozi diretti rispetto al 31 maggio 2018, che ha beneficiato del consolidamento degli ex-negozi Pistone e del contributo incrementale delle acquisizioni e delle nuove aperture portate a compimento negli ultimi dodici mesi.

Il **canale Online** ha generato 50,7 milioni di Euro di ricavi, registrando una crescita del 15,4% rispetto ai 43,9 milioni dello stesso periodo dell’anno precedente. Alla base della performance, ancora una volta a doppia cifra, c’è la strategia omnicanale di Unieuro, che attribuisce al punto vendita fisico il ruolo di pick-up point a beneficio dei clienti web. L’innovazione continua legata al continuo rilascio di nuove funzionalità e miglioramenti della piattaforma, l’attenzione ai contenuti e l’efficacia delle campagne di comunicazione digitali hanno ulteriormente rafforzato il vantaggio competitivo.

Il **canale Indiretto** (12,1% dei ricavi totali) – che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati e i ricavi prodotti nel segmento della Grande Distribuzione Organizzata attraverso partnership con primari operatori di settore, per un totale di 277 punti vendita – ha registrato ricavi pari a 59,9 milioni di Euro, in crescita del 43,5% rispetto ai 41,7 milioni del precedente esercizio. La crescita è stata trainata dal segmento GDO, con l’apertura degli shop-in-shop “Unieuro by Iper” all’interno degli ipermercati “Iper, La grande i”, nell’ambito della partnership ufficializzata lo scorso 10 gennaio 2019.

Il **canale Business-to-Business** (5,9% 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 29,0 milioni di Euro, in calo del 21,6% rispetto al primo trimestre del precedente esercizio alla luce delle mutate condizioni del contesto di mercato.

Infine il **canale Travel** – composto da 12 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane – ha registrato una crescita del 53,3% a 8,5 milioni di Euro, soprattutto grazie al contributo del punto vendita ex-DPS/Trony ubicato presso la stazione metropolitana di Milano San Babila, aperto ad ottobre 2018.

Ricavi per categoria merceologica

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi consolidati)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni Q1	
	31 maggio 2019		31 maggio 2018		€m	%
		%		%		
Grey	243,0	49,1%	205,6	49,1%	37,4	18,2%
White	130,6	26,4%	103,9	24,8%	26,6	25,6%
Brown	80,0	16,2%	74,6	17,8%	5,4	7,2%
Altri prodotti	19,5	3,9%	16,3	3,9%	3,3	20,3%
Servizi	22,2	4,5%	18,2	4,4%	3,9	21,6%
Totale ricavi consolidati per categoria	495,3	100,0%	418,6	100,0%	76,6	18,3%

La **categoria Grey** - ovvero telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha mantenuto inalterata al 49,1% l'incidenza sui ricavi totali, generando un fatturato di 243 milioni di Euro, in aumento del 18,2% rispetto ai 205,6 milioni del primo trimestre dell'esercizio precedente grazie al positivo andamento del segmento Telefonia, che ha beneficiato dello spostamento di mix verso l'alto di gamma, oltre che del positivo andamento delle vendite di PC portatili.

La **categoria White** - che rappresenta il 26,4% 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 130,6 milioni di Euro, in crescita del 25,6% rispetto ai 103,9 milioni dell'anno precedente, grazie al successo del comparto aspirazione e all'incremento della penetrazione di asciugatrici e lavastoviglie. La strategia di focalizzazione sulle categorie alto marginanti portata avanti da Unieuro, ha consentito un'ottima performance nella categoria confermando la leadership di mercato.

La **categoria Brown** (16,2% dei ricavi) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria - ha consuntivato un incremento dei ricavi consolidati pari al 7,2%, arrivando a 80 milioni di Euro. Pur sottoperformando la crescita dei ricavi totali, la categoria ha beneficiato del

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 gli hoverboard o le biciclette - registra un incremento dei ricavi consolidati pari a 19,5 milioni di Euro (+20,3%).

Infine, la **categoria Servizi** (4,5% dei ricavi totali) ha osservato una crescita del 21,6% a 22,2 milioni di Euro, grazie all'espansione della rete di vendita e al continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, in particolare del servizio di estensioni di garanzia e delle provvigioni per la sottoscrizione da parte della clientela di nuovi contratti di credito al consumo.

EBITDA Adjusted¹

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 maggio 2019			31 maggio 2018			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi	495,3			418,6			76,6	18,3%
Ricavi delle vendite	495,3			418,6			76,6	18,3%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(386,2)	(78,0%)	0,0	(324,0)	(77,4%)	0,0	(62,3)	19,2%
Costi per Affitti	(19,4)	(3,9%)	0,4	(17,8)	(4,3%)	0,1	(1,6)	8,8%
Costi di Marketing	(12,4)	(2,5%)	1,1	(11,7)	(2,8%)	0,1	(0,6)	5,5%
Costi di Logistica	(13,7)	(2,8%)	0,7	(10,7)	(2,6%)	0,1	(3,0)	28,0%
Altri costi	(15,4)	(3,1%)	1,5	(13,7)	(3,3%)	0,6	(1,7)	12,8%
Costi del Personale	(46,1)	(9,3%)	0,6	(40,4)	(9,7%)	1,2	(5,7)	14,1%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(0,7)	(0,1%)	(0,0)	(0,5)	(0,1%)	(0,1)	(0,2)	43,7%
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	1,9	0,4%	1,9	1,5	0,4%	1,5	0,4	26,1%
Consolidated Adjusted EBITDA	3,2	0,7%	6,3	1,4	0,3%	3,4	1,9	136,8%

Nel corso del primo trimestre 2019/20, l'**EBITDA Adjusted¹** di Unieuro è più che

raddoppiato, attestandosi a 3,2 milioni di Euro rispetto agli 1,4 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. L'Adjusted EBITDA margin⁵ è pari allo 0,7%, anch'esso in forte progresso rispetto al precedente 0,3%, sebbene la redditività del periodo in esame sia in generale poco significativa perché influenzata dai fenomeni di stagionalità tipici del mercato dell'elettronica di consumo. Notoriamente, il settore registra infatti 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.

Ad influenzare positivamente la redditività del trimestre sono state le azioni di crescita intraprese, che hanno portato a un'espansione del network di negozi diretti ed indiretti e delle attività digitali di Unieuro. Nel dettaglio, la forte performance a livello di ricavi e la maggior leva operativa hanno consentito una riduzione dell'incidenza dei costi relativi al personale, agli affitti e al marketing, nonché quella degli Altri costi (utenze, manutenzioni, costi generali di vendita), più che compensando la dinamica del gross margin e l'incremento dei costi di logistica, imputabile principalmente all'aumento dei volumi venduti e al sempre maggior peso delle consegne a domicilio relative agli ordini online.

Risultato netto Adjusted⁶

Gli effetti della stagionalità del business si riflettono anche sul **Risultato Netto Adjusted** che nel primo trimestre 2019/20 è stato negativo per 3,9 milioni di Euro (-4,9 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio), con un'incidenza sui ricavi pari al -0,8% (-1,2% nel primo trimestre chiuso al 31 maggio 2018). Tale miglioramento è prevalentemente riconducibile all'incremento dell'EBITDA Adjusted e al risparmio sugli oneri finanziari netti parzialmente compensati dall'incremento degli ammortamenti.

Investimenti

Gli investimenti del trimestre sono ammontati a 23,7 milioni di Euro, comprensivi di capex e acquisizioni.

I **capex** sono ammontati a 6,3 milioni di Euro (rispetto ai 6,7 milioni del primo trimestre 2018/19), di cui 2,9 milioni di natura ordinaria, principalmente riconducibili agli interventi sulla rete di negozi diretti e agli investimenti in information technology, e 3,4 milioni non ricorrenti e relativi all'integrazione dei negozi siciliani.

⁵ L'Adjusted EBITDA Margin è ottenuto come rapporto tra il *Consolidated Adjusted EBITDA* e i ricavi.

⁶ 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'attività di crescita esterna mediante **acquisizioni** ha impattato per 17,4 milioni di Euro e si è concretizzata nell'acquisto del 100% del capitale sociale di Carini Retail S.r.l., società titolare dei sopramenzionati 12 negozi siciliani appartenuti a Pistone S.p.A.. La quota effettivamente pagata è stata pari a 6 milioni, riconosciuti al venditore all'atto del perfezionamento del contratto in data 1° marzo 2019.

Posizione finanziaria netta

Al 31 maggio 2019 la posizione finanziaria netta di Unieuro è negativa per 39,1 milioni di Euro (positiva per 20,5 milioni al 28 febbraio 2019), influenzata 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. Consistente anche l'impatto degli investimenti, con particolare riferimento all'acquisto dei negozi ex-Pistone/Expert che hanno pesato per 17,4 milioni di Euro.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow²**, 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, ha assorbito 39,7 milioni di Euro nel trimestre in esame, in aumento del 6,5% rispetto ai 37,3 milioni dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Cambiamenti dei principi contabili

Il 1° gennaio 2019 è in vigore il nuovo principio contabile IFRS 16, che introduce un unico modello di contabilizzazione dei leasing nel bilancio dei locatari secondo cui il locatario rileva un'attività che rappresenta il diritto d'utilizzo del bene sottostante e una passività che riflette l'obbligazione per il pagamento dei canoni di locazione.

Per Unieuro, che ha adottato il principio a far data dal 1° marzo 2019, i contratti che ricadono nell'ambito di applicazione dello stesso riguardano principalmente l'affitto di negozi, sedi centrali, magazzini e autovetture.

Gli effetti dell'applicazione dell'IFRS 16 su Conto Economico, Stato Patrimoniale e Rendiconto Finanziario di Unieuro sono esplicitati nel Resoconto intermedio di gestione al 31 maggio 2019.

Il nuovo principio contabile non ha avuto alcun impatto sui flussi di cassa della Società.

* * *



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.

Unieuro è il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, forte di un approccio omnicanale che integra negozi diretti (circa 250), punti vendita affiliati (circa 270) e piattaforma digitale unieuro.it. L’azienda ha sede a Forlì, dispone di una piattaforma logistica centrale a Piacenza e conta su uno staff di circa 5.000 dipendenti. Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per 2,1 miliardi di Euro nell’esercizio chiuso al 28 febbraio 2019.

Sito web istituzionale: www.unieurospa.com

Linkedin: www.linkedin.com/company/unieuro

Investor Relations

Andrea Moretti

Investor Relations & Corporate
Communications Director

+39 335 5301205

+39 0543 776769

amoretti@unieuro.com

investor.relations@unieuro.com

Media Relations

iCorporate

Arturo Salerni
+39 335 1222631

Sonia Hason
+39 331 8394343

unieuro@icorporate.it

Tablelle riassuntive:

Conto Economico

(dati in milioni di Euro, senza considerare l'applicazione del principio contabile IFRS 16)

	Q1 19/20 no IFRS16	%	Q1 18/19	%
Ricavi	495.3		418.6	
Ricavi	495.3	--	418.6	-
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(386.3)	(78.0%)	(324.0)	(77.4%)
Costi per Affitti	(19.8)	(4.0%)	(17.9)	(4.3%)
Costi di Marketing	(13.5)	(2.7%)	(11.8)	(2.8%)
Costi di Logistica	(14.4)	(2.9%)	(10.8)	(2.6%)
Altri Costi	(16.9)	(3.4%)	(14.2)	(3.4%)
Costi del personale	(46.7)	(9.4%)	(41.7)	(10.0%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(0.7)	(0.1%)	(0.4)	(0.1%)
EBITDA Reported	(3.0)	(0.6%)	(2.0)	(0.5%)
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	4.3	0.9%	1.8	0.4%
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	1.9	0.4%	1.5	0.4%
EBITDA adjusted	3.2	0.7%	1.4	0.3%
Ammortamenti e Svalutazioni	(7.1)	(1.4%)	(6.1)	(1.5%)
Oneri/proventi finanziari	(0.7)	(0.2%)	(0.8)	(0.2%)
Risultato ante imposte Adjusted	(4.6)	(0.9%)	(5.6)	(1.3%)
Imposte sul reddito	1.2	0.2%	0.9	0.2%
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	(0.5)	(0.1%)	(0.3)	(0.1%)
Risultato netto Adjusted	(3.9)	(0.8%)	(4.9)	(1.2%)
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	(4.3)	(0.9%)	(1.8)	(0.4%)
<i>Ammortamenti e Svalutazioni non ricorrenti</i>	0.0	--	--	--
<i>Oneri/proventi finanziari non ricorrenti</i>	0.0	--	0.0	--
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	(1.9)	(0.4%)	(1.5)	(0.4%)
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	0.5	0.1%	0.3	0.1%
Risultato netto Reported	(9.7)	(2.0%)	(8.0)	(1.9%)

Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro, senza considerare l'applicazione del principio contabile IFRS 16)

	31 Mag. 2019 no IFRS16	28 Feb. 2019
Crediti Commerciali	37.0	41.3
Rimanenze	453.4	362.3
Debiti Commerciali	(526.3)	(468.5)
Capitale Circolante Operativo Netto	(35.9)	(64.8)
Attività per imposte correnti	2.0	2.1
Attività Correnti ⁽¹⁾	23.8	19.8
Passività Correnti ⁽²⁾	(190.8)	(190.3)
Fondi	(1.4)	(1.3)
Capitale Circolante Netto	(202.3)	(234.6)
Attività non correnti	115.0	113.3
Attività/passività per imposte differite	31.6	31.5
Aviamento	195.2	178.0
Altre attività e passività non correnti ⁽³⁾	(18.6)	(17.7)
Capitale Investito Netto	120.9	70.4
Indebitamento finanziario Netto	(39.1)	20.5
Patrimonio Netto	(81.8)	(90.9)
Totale Patrimonio netto e Passività finanziarie	(120.9)	(70.4)

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro, senza considerare l'applicazione del principio contabile IFRS 16)

	Q1 19/20 no IFRS16	Q1 18/19
EBITDA Reported	(3.0)	(2.0)
Imposte pagate	-	-
Interessi pagati	(0.4)	(0.4)
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	(32.0)	(30.7)
Altre variazioni	0.5	0.5
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	(34.9)	(32.6)
Acquisto di attività materiali	(5.3)	(5.4)
Acquisto di attività immateriali	(1.0)	(1.3)
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	(0.5)	0.0
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(6.5)	-
Levered Free Cash Flow	(48.3)	(39.3)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	2.1	0.6
Investimenti non ricorrenti	6.5	2.2
Altri flussi di cassa non ricorrenti	-	(0.8)
Adjusted Levered free cash flow	(39.7)	(37.3)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	(2.1)	0.2
Investimenti non ricorrenti	(6.5)	(2.2)
Distribuzione dividendi	-	-
Debiti acquisizione Monclick e rami di azienda	(10.9)	-
Altre variazioni	(0.5)	(0.5)
Indebitamento Finanziario netto	(59.6)	(39.8)