



COMUNICATO STAMPA

UNIEURO S.P.A.: APPROVATI I RISULTATI DEL 1° TRIMESTRE 2017/2018

RILEVATO IL MEGASTORE EX-TRONY A ROMA EUR

- Ricavi netti a 366,8 milioni di Euro, +1,2% rispetto ai 362,4 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente
- EBITDA adjusted a 0,6 milioni di Euro, in crescita rispetto agli 0,2 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 negativo per le fisiologiche dinamiche stagionali del settore, in miglioramento a -30,4 milioni di Euro rispetto ai -42,1 milioni del 1° trimestre dell'esercizio precedente
- Rilevato il megastore ex-Trony nel centro commerciale Euroma2. Previsti ricavi a regime per 20-25 milioni di Euro

Forlì, 29 giugno 2017 – 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 al 31 maggio 2017.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di **Unieuro**, ha dichiarato: *“In un trimestre poco significativo perché influenzato dalla stagionalità tipica del settore in cui operiamo, Unieuro ha dimostrato ancora una volta di potersi e sapersi migliorare, pur in un contesto di mercato in rallentamento dopo due anni di forte crescita.”*

“Gli ultimi mesi sono stati caratterizzati dal raggiungimento di traguardi importantissimi, in primis il successo dello sbarco in Borsa e l'acquisizione dei negozi ex-Andreoli, ma siamo solo all'inizio di un processo di consolidamento, che ci vedrà agire da indiscussi protagonisti.”

“A questo proposito,” – ha aggiunto Nicosanti Monterastelli – *“sono orgoglioso di annunciare l'imminente rafforzamento di Unieuro nella Capitale, grazie all'apertura di un nuovo flagship store nel quartiere Eur che ci consentirà di imprimere un'ulteriore accelerazione alla nostra strategia di crescita nelle grandi città italiane.”*

Ricavi netti del 1° trimestre 2017/2018

Nel primo trimestre dell'esercizio 2017/2018, chiuso al 31 maggio 2017, Unieuro ha conseguito **Ricavi netti** pari a 366,8 milioni di Euro, in crescita dell'1,2% rispetto ai 362,4 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente, con un incremento di 4,4 milioni di Euro legato principalmente alla crescita del canale online e alla buona performance della rete di negozi di proprietà.

La **crescita like-for-like** - ovvero la performance dei negozi aperti da almeno 26 mesi al 31 maggio 2017 e comprensiva sia delle vendite retail sia del *click&collect* - si è attestata al +0,5%, beneficiando tra l'altro del successo della strategia omnicanale e dei continui investimenti in formazione della forza vendita.

Ricavi per canale di vendita

	Trimestre chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2017	%	31 maggio 2016	%	2017 vs 2016	%
<i>Retail</i>	262,2	71,5%	258,5	71,3%	3,6	1,4%
<i>Wholesale</i>	47,2	12,9%	50,6	14,0%	(3,4)	(6,7%)
<i>Online</i>	30,0	8,2%	20,0	5,5%	10,0	49,8%
<i>B2B</i>	22,0	6,0%	30,6	8,4%	(8,6)	(28,0%)
<i>Travel</i>	5,4	1,5%	2,7	0,7%	2,8	103,3%
Totale ricavi per canale	366,8	100,0%	362,4	100,0%	4,4	1,2%

Il canale Retail (71,5% dei ricavi totali) - che è composto da 172 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha visto un incremento dell'1,4% delle proprie vendite a 262,2 milioni di Euro, grazie sia alle nuove aperture avvenute nel periodo in esame sia alla crescita organica dei negozi esistenti.

Il canale Wholesale (12,9% delle vendite complessive) - composto da 276 punti vendita di Affiliati, contraddistinti da metrature ridotte e dislocati in aree caratterizzate da un ristretto bacino d'utenza - ha registrato ricavi pari a 47,2 milioni di Euro in calo di 3,4 milioni rispetto ai 50,6 milioni di Euro del periodo precedente, principalmente a seguito dell'ottimizzazione e razionalizzazione delle scorte operata dagli Affiliati in accordo con la Società.

Il canale Online (8,2% dei ricavi totali) ha generato 30 milioni di Euro di ricavi (+49,8%) registrando una crescita di 10 milioni rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente,

innestata su un trend favorevole di mercato che ha ulteriormente beneficiato delle azioni strategiche poste in essere dalla Società, quali il restyling del sito internet e l'estensione della rete di pick-up point, oltre a specifiche iniziative di Customer Relationship Management (CRM), l'attenta gestione del retail mix in favore della categoria White e la personalizzazione dell'offerta commerciale che hanno incontrato il favore dei consumatori.

Il canale Business-to-Business (6% dei ricavi totali) - che si rivolge a clienti professionali, anche esteri, che operano in settori diversi da quelli di Unieuro 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 - ha registrato 22 milioni di Euro di ricavi in calo di 8,6 milioni rispetto ai 30,6 milioni di Euro del 1° trimestre chiuso al 31 maggio 2016, alla luce del ritardo nel lancio di smartphone top di gamma sul mercato e delle fisiologiche fluttuazioni tipiche del settore.

Infine, il **canale Travel** (1,5% dei ricavi totali) - composto da 10 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti e stazioni ferroviarie - ha registrato una crescita del 103,3% pari a circa 2,8 milioni di Euro, beneficiando sia della nuova apertura nell'aeroporto di Orio al Serio, sia dei ricavi del punto vendita ubicato nella stazione di Torino Porta Nuova, aperto negli ultimi mesi del precedente esercizio.

Ricavi per categoria merceologica

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo intermedio chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2017	%	31 maggio 16	%	2017 vs 2016	%
Grey	175,3	47,8%	179,7	49,6%	(4,4)	(2,4%)
White	100,0	27,3%	95,5	26,4%	4,5	4,7%
Brown	61,2	16,7%	61,3	16,9%	(0,1)	(0,1%)
Altri prodotti	17,0	4,6%	13,9	3,8%	3,0	21,7%
Servizi	13,3	3,6%	11,9	3,3%	1,4	11,8%
Totale ricavi per categoria	366,8	100,0%	362,4	100,0%	4,4	1,2%

La categoria **Grey** (47,8% 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 175,3 milioni di Euro, in calo del 2,4% rispetto ai 179,7 milioni dell'anno precedente a causa della minor performance del canale B2B.

La categoria **White** - che rappresenta il 27,3% delle vendite ed è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come forni a microonde,

aspirapolveri, bollitori, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 100,0 milioni di Euro registrando una crescita del 4,7% frutto della strategia di ampliamento dell'offerta merceologica sulla categoria.

La categoria **Brown** (16,7% 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 un fatturato di 61,2 milioni di Euro sostanzialmente in linea con l'anno precedente (61,3 milioni), in assenza di rilevanti innovazioni di prodotto nel mercato di riferimento.

Si registrano buone performance per la categoria **Altri prodotti** (4,6% dei ricavi totali), che include sia le vendite del settore entertainment sia di altri prodotti non compresi nel mercato dell'elettronica di consumo come ad esempio le biciclette o i casalinghi, e ha beneficiato delle innovazioni di prodotto sulla mobilità personale (hoverboard) registrando ricavi per **17 milioni di Euro (+21,7%)**.

Buona performance infine per la categoria **Servizi** (3,6% dei ricavi totali), che ha visto una **crescita dell'11,8% a 13,3 milioni di Euro** grazie al continuo focus della Società sull'erogazione di servizi ad alto valore aggiunto alla propria clientela.

EBITDA adjusted

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Q1 17/18	%	Q1 16/17	%	Variazioni	%
Risultato operativo lordo	(5,9)	(1,6%)	(3,5)	(1,0%)	(2,4)	68,5%
Oneri/ (proventi) non ricorrenti	5,1	1,4%	1,6	0,4%	3,5	222,4%
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	1,4	0,4%	2,2	0,6%	(0,7)	(33,8%)
Adjusted EBITDA	0,6	0,2%	0,2	0,1%	0,4	160,4%

Nel corso del primo trimestre 2017/2018, l'**EBITDA adjusted** di Unieuro si è attestato a 0,6 milioni di Euro, in crescita rispetto agli 0,2 milioni del primo trimestre dello scorso esercizio con una positiva variazione dell'Adjusted EBITDA Margin, incrementatosi allo 0,2%.

La marginalità è peraltro influenzata dai fenomeni di stagionalità tipici del mercato dell'elettronica di consumo, che registra forti 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. Conseguentemente, l'EBITDA adjusted risulta più debole nella prima parte dell'esercizio, dunque non rappresentativo della performance dell'intero esercizio.

Risultato netto adjusted

Gli effetti della stagionalità del business si riflettono anche sul **Risultato netto adjusted**, che nel primo trimestre 2017/2018 chiuso al 31 maggio 2017 è stato negativo per 4,1 milioni di Euro, in lieve miglioramento rispetto ai -4,3 milioni dell'analogo periodo dello scorso anno, registrando un'incidenza sui ricavi del -1,1% (-1,2% nel primo trimestre 2016/17).

Il miglioramento è riconducibile al positivo contributo dell'EBITDA adjusted e alla minore incidenza degli oneri finanziari, parzialmente compensati da un incremento degli ammortamenti e dell'effetto fiscale comprensivo delle imposte del periodo e degli effetti fiscali teorici.

Indebitamento finanziario netto

Al 31 maggio 2017 l'indebitamento finanziario netto di Unieuro si è attestato a 46,1 milioni di Euro (era pari a 2 milioni al 28 febbraio 2017), 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.

Il trimestre in esame ha inoltre registrato l'esborso straordinario legato all'acquisizione dei negozi ex-Andreoli, pari a 9,4 milioni di Euro.

Alla luce di quanto esposto e del livello di indebitamento finanziario netto registrato al termine dell'analogo periodo dell'esercizio precedente (69,5 milioni di Euro al 31 maggio 2016), la dinamica dell'indebitamento finanziario netto è dunque in sostanziale miglioramento.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow** è infatti migliorato del 27,6%, passando dai -42,1 milioni di Euro del 1° trimestre 2016/17 ai -30,4 milioni del trimestre 2017/2018 appena concluso, anche grazie alla continua attenta gestione del Capitale Circolante Netto.

* * *

Altre delibere del Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato il regolamento del “Long Term Incentive Plan 2018-2025” , in esecuzione della delega conferita dall’Assemblea degli Azionisti in data 6 febbraio 2017 e in osservanza delle linee-guida dettate in quella occasione.

* * *

Rilevato il megastore ex-Trony nel centro commerciale Euroma2

Nel mese di giugno, Unieuro ha sottoscritto un accordo con la proprietà del centro commerciale Euroma2, situato in uno dei quartieri più importanti della Capitale, per la gestione di un punto vendita di circa 3.000 metri quadri.

Il negozio, attualmente non operativo, è stato per anni il più importante punto vendita a marchio Trony della città di Roma. Subentrando a un’insegna diretta concorrente in una location di assoluto rilievo, Unieuro rafforzerà la propria presenza sul mercato romano, già forte di 10 negozi tra cui il grande e moderno flagship store di Roma Muratella, il primo per fatturato dell’intero network Unieuro.

La Società prosegue così nella strategia pluriennale di consolidamento del mercato, che fa perno su un modello di business unico e caratterizzato dalla spiccata centralizzazione della logistica a Piacenza e delle funzioni centrali a Forlì, nonché dalla flessibilità operativa e gestionale derivante dall’assenza di un unico format distributivo.

I ricavi stimati a regime per il nuovo punto vendita, che darà lavoro a oltre 50 addetti e la cui apertura è prevista entro l’autunno 2017, sono nell’ordine dei 20-25 milioni di Euro.

* * *

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 S.p.A. - con una rete capillare di 458 punti vendita su tutto il territorio nazionale tra negozi diretti (182) ed affiliati (276) e la sua piattaforma digitale unieuro.it - è oggi il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici per numero di punti vendita in Italia. Unieuro ha sede a Forlì e dispone di un centro logistico accentrato a Piacenza, conta su uno staff di oltre 3.900 dipendenti e ricavi che, per l'esercizio conclusosi il 28 febbraio 2017, hanno superato 1,6 miliardi di euro.

Per informazioni:

Investor Relations

Italo Valenti

CFO & Investor Relations Officer
+39 0543 776769
investor.relations@unieuro.com

Andrea Moretti

Investor Relations Manager
+39 335 5301205
+39 0543 776769
amoretti@unieuro.com

Media Relations

iCorporate

Arturo Salerni
+39 335 1222631
Rita Arcuri
+39 333 2608159
unieuro@icorporate.it

Table riassuntive:

Conto Economico

(dati in milioni di Euro)

	Q1 17/18	%	Q1 16/17	%
Sales	366.8		362.4	
Sales	366.8		362.4	
Purchase of goods - Change in Inventory	(288.0)	(78.5%)	(285.0)	(78.6%)
Rental Costs	(14.5)	(4.0%)	(14.5)	(4.0%)
Marketing costs	(13.5)	(3.7%)	(14.2)	(3.9%)
Logistic costs	(8.0)	(2.2%)	(7.4)	(2.0%)
Other costs	(13.8)	(3.8%)	(11.7)	(3.2%)
Personnel costs	(33.9)	(9.2%)	(33.0)	(9.1%)
Other operating costs and income	(1.0)	(0.3%)	(0.1)	(0.0%)
EBITDA Reported	(5.9)	(1.6%)	(3.5)	(1.0%)
<i>Adjustments</i>	5.1	1.4%	1.6	0.4%
<i>Change in Business Model</i>	1.4	0.4%	2.2	0.6%
Adjusted EBITDA	0.6	0.2%	0.2	0.1%
D&A	(4.7)	(1.3%)	(4.4)	(1.2%)
Financial Income - Expenses	(1.2)	(0.3%)	(1.5)	(0.4%)
Profit before Tax	(11.9)	(3.2%)	(9.5)	(2.6%)
Taxes	1.8	0.5%	1.8	0.5%
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	(0.6)	(0.2%)	(0.3)	(0.1%)
Adjusted Net Income	(4.1)	(1.1%)	(4.3)	(1.2%)
<i>Adjustments</i>	(5.1)	(1.4%)	(1.6)	(0.4%)
<i>Change in Business Model</i>	(1.4)	(0.4%)	(2.2)	(0.6%)
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	0.6	0.2%	0.3	0.1%
Net Income Reported	(10.0)	(2.7%)	(7.7)	(2.1%)



Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	31 May 2017	28 Feb. 2017
Trade Receivables	37.0	35.2
Inventory	337.9	269.6
Trade Payables	(394.8)	(334.5)
Operating Working Capital	(19.9)	(29.8)
Current Tax Assets	11.5	8.0
Current Assets	18.3	13.9
Current Liabilities	(136.0)	(140.3)
Short Term Provisions	(1.7)	(1.4)
Net Working Capital	(127.6)	(149.7)
Tangible and Intangible Assets	75.3	72.6
Net Deferred Tax Assets and Liabilities	27.4	29.1
Goodwill	163.6	151.4
Other Long Term Assets and Liabilities	(16.8)	(16.5)
Total Invested Capital	121.8	86.9
Net Financial Debt	46.1	2.0
Equity	75.7	85.0
Total Sources	121.8	86.9

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro):

	Q1 17/18	Q1 16/17
EBITDA Reported	(5.9)	(3.5)
Taxes Paid	-	-
Interests Paid	(1.0)	(1.0)
Change in NWC	(21.0)	(34.3)
Change in Other Assets and Liabilities	0.7	0.6
Other items	0.7	0.6
Δ Other long term Assets/Liabilities	-	-
Operating Cash Flow Reported	(27.3)	(38.3)
Purchase of Tangible Assets	(5.8)	(4.2)
Purchase of Intangible Assets	(1.5)	(0.6)
Acquisitions	(9.4)	-
Levered Free Cash Flow	(44.0)	(43.1)
Other changes	(0.2)	(0.5)
Δ Net Financial Position	(44.2)	(43.6)

Fine Comunicato n.1944-38

Numero di Pagine: 12