



# SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1944-11-2019	Data/Ora Ricezione 15 Marzo 2019 14:26:16	MTA - Star
--	---	------------

Societa' : UNIEURO

Identificativo : 115170

Informazione  
Regolamentata

Nome utilizzatore : UNIEURON04 - Moretti

Tipologia : 1.1

Data/Ora Ricezione : 15 Marzo 2019 14:26:16

Data/Ora Inizio : 15 Marzo 2019 14:26:17

Diffusione presunta

Oggetto : Unieuro S.p.A.: Ricavi preliminari 2018/19  
pari a 2,1 miliardi di Euro. Unieuro è il  
nuovo leader di mercato

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.



## COMUNICATO STAMPA

### RICAVI PRELIMINARI 2018/19 PARI A 2,1 MILIARDI DI EURO

#### UNIEURO E' IL NUOVO LEADER DELLA DISTRIBUZIONE DI ELETTRONICA DI CONSUMO ED ELETTRODOMESTICI IN ITALIA

- Ricavi preliminari in crescita del 12,3% a 2.104,5 milioni di Euro, trainati da acquisizioni, crescita organica, GDO ed e-commerce
- Ricavi Online al nuovo record di 245 milioni di Euro, l'11,6% del totale
- Canale Indiretto +10,5% sospinto dalla partnership con Finiper
- Ebitda Adjusted<sup>1</sup> atteso in ulteriore crescita rispetto ai 68,9 milioni di Euro dello scorso esercizio. Dividendo in linea con le aspettative del mercato

Forlì, 15 marzo 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, si è riunito in data odierna ed ha esaminato i ricavi consolidati preliminari e alcuni risultati preliminari dell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2019, non sottoposti a revisione legale.

Alla luce di ricavi attestatisi a 2,1 miliardi di Euro, per la prima volta nella sua storia Unieuro è leader di mercato<sup>2</sup>, non più soltanto in termini di numero di punti vendita e redditività, ma anche per volume d'affari.

Una leadership destinata a rafforzarsi ancor di più nell'esercizio in corso, con il consolidamento degli ex-negozi Pistone, l'entrata a regime degli shop-in-shop Unieuro by Iper e il contributo incrementale delle acquisizioni e nuove aperture portate a compimento negli ultimi dodici mesi.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro, ha commentato: *“Quando nel 2005 prese il via il nostro cammino di crescita, l'azienda fatturava circa 300 milioni di Euro con una ventina di negozi e una manciata di affiliati. In quattordici anni, grazie a decine di aperture, innumerevoli acquisizioni e senza mai chiedere risorse agli azionisti, abbiamo tagliato un*

---

<sup>1</sup> L'Adjusted EBITDA 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> Fonti: Annual Report 2017/18 di Ceconomy AG, comunicato stampa Euronics Italia del 19/02/19, stime di mercato e della Società.



*traguardo storico e guadagnato la leadership di mercato anche in termini di ricavi”.*

*“Siamo estremamente orgogliosi di aver conquistato una vetta che in tempi non lontani sembrava irraggiungibile e ci apprestiamo a celebrarlo nel migliore dei modi: presentando agli azionisti risultati reddituali in ulteriore crescita e proponendo loro un dividendo in linea con le loro aspettative”.*

Sotto il profilo della marginalità, Unieuro prevede che i maggiori ricavi uniti alla continua attenzione posta alla struttura dei costi consentiranno il raggiungimento di un livello di Ebitda Adjusted<sup>1</sup> in crescita rispetto ai 68,9 milioni di Euro realizzati nell’esercizio precedente.

I dati consuntivi definitivi verranno approvati dal Consiglio di Amministrazione previsto in data 8 maggio 2019, unitamente alle deliberazioni in materia di dividendo.

### **Ricavi preliminari al 28 febbraio 2019<sup>3</sup>**

Nell’esercizio 2018/19, Unieuro ha conseguito Ricavi pari a 2.104,5 milioni di Euro, in crescita del 12,3% rispetto ai 1.873,8 milioni dell’esercizio precedente, registrando un incremento di 230,7 milioni di Euro.

La dinamica dei ricavi ha beneficiato sia delle azioni di crescita esterna ed interna, sia dell’andamento favorevole del secondo semestre dell’esercizio, contraddistinto dall’ottima performance del Black Friday e da una stagione natalizia significativamente positiva.

Il contributo delle acquisizioni realizzate nell’esercizio in esame e nel precedente hanno prodotto un impatto positivo pari a 132,6 milioni di Euro, grazie al diverso perimetro di business conseguente all’apertura di 8 negozi ex-Cerioni/Euronics tra dicembre 2017 e gennaio 2018 e all’inaugurazione di 14 nuovi punti vendita a partire dal mese di settembre 2018, frutto dell’acquisto dei rami d’azienda ex-DPS/Trony ed ex-Galimberti/Euronics.

Il forte balzo del business online e la partnership stipulata con Finiper, che ha segnato lo sbarco di Unieuro nella Grande Distribuzione Organizzata, hanno ulteriormente rafforzato la dinamica positiva dei ricavi.

---

<sup>3</sup> Dal 1° marzo 2018, Unieuro ha applicato l’IFRS 15 retroattivamente con effetto cumulativo alla data di prima applicazione (ossia, il 1° marzo 2018). Pertanto, le informazioni relative al periodo di confronto non sono state rideterminate, ovvero sono presentate secondo lo IAS 18, lo IAS 11 e le relative interpretazioni. Per maggiori dettagli, si rimanda alla nota 2.5.1 “Cambiamenti dei principi contabili” del Bilancio Consolidato Semestrale Abbreviato approvato in data 14 novembre 2018.

---

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 relativi ai ricavi dell’esercizio 2018/19 esposti nel presente comunicato sono preliminari. I dati annuali completi saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione di Unieuro previsto in data 8 maggio 2019.

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like**<sup>4</sup> - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – è positiva e pari al **+4,9%**. Escludendo dal perimetro di analisi i punti vendita limitrofi ai nuovi negozi nel frattempo inaugurati e pertanto non rientranti nel like-for-like, le vendite like-for-like registrano una crescita ancor più forte e pari al 6,9%.

### Ricavi per canale di vendita

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	28 febbraio 2019	%	28 febbraio 2018	%	2019 vs 2018	%
<i>Retail</i>	1.477,7	70,2%	1.327,9	70,9%	149,8	11,3%
<i>Online</i>	245,0	11,6%	185,0	9,9%	60,1	32,5%
<i>Indiretto</i>	231,0	11,0%	209,0	11,2%	22,0	10,5%
<i>B2B</i>	117,1	5,6%	128,4	6,9%	(11,3)	(8,8%)
<i>Travel</i>	33,6	1,6%	23,6	1,3%	10,0	42,6%
<b>Totale ricavi per canale</b>	<b>2.104,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.873,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>230,7</b>	<b>12,3%</b>

**Il canale Retail** (70,2% dei ricavi totali) - che al 28 febbraio 2019 era composto da 225 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha consuntivato un incremento dell'11,3% delle proprie vendite a 1.477,7 milioni di Euro, principalmente per effetto dell'aumento del parco negozi (+11 punti vendita rispetto al 28 febbraio 2018) e della buona performance della rete di vendita a parità di perimetro, trainata in particolar modo da smartphones, TV e dal comparto aspirazione.

**Il canale Online**, per la prima volta secondo contributore ai ricavi totali di Unieuro con una quota dell'11,6%, ha generato 245 milioni di Euro di ricavi (+32,5%) registrando una crescita di 60,1 milioni rispetto all'esercizio precedente. Al netto dell'apporto della controllata Monclick S.r.l., il cui fatturato di canale è stato pari a 46,3 milioni di Euro, la

<sup>4</sup> A partire dal primo semestre 2018/19, le modalità di calcolo dei ricavi like-for-like sono state rimodulate sulla base della metodologia adottata dai principali player del mercato di riferimento, con l'obiettivo di fornire una migliore rappresentazione dell'andamento gestionale a parità di perimetro. La crescita dei Ricavi like-for-like è ora 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. La precedente metodologia di calcolo dei Ricavi like-for-like non includeva totalmente il canale online.



crescita organica delle attività digitali di Unieuro è stata pari al 30,8%, a doppia cifra per il quarto anno consecutivo. Le ragioni del successo, sia in valore assoluto sia in termini di quota di mercato, sono da ricercarsi nella strategia omnicanale della Società, che attribuisce al punto vendita fisico il prezioso ruolo di pick-up point a beneficio dei clienti web. L'innovazione continua legata all'incessante 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 di Unieuro.

**Il canale Indiretto<sup>5</sup>** (11% dei ricavi totali) - precedentemente denominato Wholesale e 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 275 punti vendita - ha registrato ricavi pari a 231 milioni di Euro, in crescita del 10,5% rispetto ai 209 milioni del precedente esercizio. La crescita è stata trainata dal segmento GDO, con l'apertura dei primi 14 shop-in-shop Unieuro by Iper negli ipermercati *Iper*, *La grande i* nell'ambito della partnership ufficializzata lo scorso 10 gennaio 2019.

**Il canale Business-to-Business<sup>5</sup>** (5,6% 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 per 117,1 milioni di Euro, in calo dell'8,8% rispetto al precedente esercizio alla luce delle mutate condizioni del contesto competitivo, a partire dall'ultimo trimestre dell'esercizio. L'apporto della controllata Monclick è stato pari a 13,1 milioni di Euro.

Infine, il **canale Travel** (1,6% dei ricavi totali) - composto da 12 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane - ha registrato ricavi in crescita del 42,6% a 33,6 milioni di Euro grazie anche all'inaugurazione del punto vendita ex-DPS/Trony ubicato presso la stazione metropolitana di Milano San Babila e aperto nel mese di ottobre 2018.

### **Ricavi per categoria merceologica<sup>6</sup>**

<sup>5</sup> Ai fini di una migliore rappresentazione si è proceduto a riclassificare dal canale Indiretto al canale B2B le forniture di merci verso un cliente continuativo che opera sul mercato dell'elettronica di consumo senza l'utilizzo del brand Unieuro

<sup>6</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 del Gruppo con quelli di mercato.

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	28 febbraio 2019	%	28 febbraio 2018	%	2019 vs 2018	%
<i>Grey</i>	992,8	47,2%	884,0	47,2%	108,8	12,3%
<i>White</i>	548,5	26,1%	493,3	26,3%	55,2	11,2%
<i>Brown</i>	367,9	17,5%	326,0	17,4%	41,9	12,9%
Altri prodotti	110,6	5,3%	103,7	5,5%	6,9	6,7%
Servizi	84,6	4,0%	66,8	3,6%	17,8	26,7%
<b>Totale ricavi per categoria</b>	<b>2.104,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.873,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>230,7</b>	<b>12,3%</b>

La categoria **Grey** - ovvero macchine fotografiche, videocamere, smartphone, tablet, computer e portatili, monitor, stampanti, accessori per la telefonia nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha mantenuto inalterata al 47,2% l'incidenza sui ricavi totali, generando un fatturato pari a 992,8 milioni di Euro, in aumento del 12,3% rispetto agli 884 milioni dell'esercizio precedente grazie al positivo andamento del segmento Telefonia, che ha beneficiato dello spostamento di mix verso l'alto di gamma e delle buone performance di alcuni nuovi modelli, oltre che del positivo andamento delle vendite di wearables e accessori, in particolare gli auricolari.

La categoria **White** - che rappresenta il 26,1% 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 548,5 milioni di Euro, in crescita dell'11,2% rispetto ai 493,3 milioni dell'anno precedente, grazie al successo del comparto aspirazione e all'incremento della penetrazione di asciugatrici e lavastoviglie.

La categoria **Brown** (17,5% dei ricavi totali) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto, nonché di sistemi di memoria - ha conseguito nel periodo in esame una crescita dei ricavi a quota 367,9 milioni di Euro (+12,9% rispetto ai 326 milioni all'anno precedente), beneficiando del crescente successo dei televisori di fascia alta, in particolare ultraHD e OLED, del buon andamento del comparto audio e dell'effetto traino dei Mondiali di calcio 2018.

La categoria **Altri prodotti** (5,3% 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 per 110,6 milioni di Euro, in crescita del 6,7% rispetto allo scorso esercizio grazie soprattutto alla buona performance delle console di gioco, che ha compensato la contrazione delle vendite di prodotti legati alla mobilità elettrica.

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 relativi ai ricavi dell'esercizio 2018/19 esposti nel presente comunicato sono preliminari. I dati annuali completi saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione di Unieuro previsto in data 8 maggio 2019.



Infine, la categoria **Servizi** (4,0% dei ricavi totali) ha registrato la miglior crescita in assoluto, incrementando i ricavi del 26,7% a 84,6 milioni di Euro grazie all'espansione della rete di vendita e al continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela. Ottime performance per estensioni di garanzia e credito al consumo.

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

Sempre in data odierna, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha altresì approvato la Politica Anticorruzione e la Politica sul cosiddetto "Whistleblowing", nonché una versione aggiornata del Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 e del Codice Etico 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](http://www.unieurospa.com)*

*LinkedIn: [www.linkedin.com/company/unieuro](http://www.linkedin.com/company/unieuro)*

---

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 relativi ai ricavi dell'esercizio 2018/19 esposti nel presente comunicato sono preliminari. I dati annuali completi saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione di Unieuro previsto in data 8 maggio 2019.



**Contatti:**

**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

Sonia Hason

+39 331 8394343

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

---

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 relativi ai ricavi dell'esercizio 2018/19 esposti nel presente comunicato sono preliminari. I dati annuali completi saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione di Unieuro previsto in data 8 maggio 2019.



Fine Comunicato n.1944-11

Numero di Pagine: 9