



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1944-33-2019	Data/Ora Ricezione 22 Ottobre 2019 14:41:17	MTA - Star
--	---	------------

Societa' : Unieuro S.p.A.

Identificativo : 123805

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : UNIEURON04 - Moretti

Tipologia : 1.2

Data/Ora Ricezione : 22 Ottobre 2019 14:41:17

Data/Ora Inizio : 22 Ottobre 2019 15:00:18

Diffusione presunta

Oggetto : Unieuro S.p.A.: Ricavi del 1° semestre per la prima volta oltre quota 1 miliardo di euro. Redditività in crescita a doppia cifra

Testo del comunicato

Vedi allegato.

COMUNICATO STAMPA

UNIEURO S.P.A.: RICAVI DEL PRIMO SEMESTRE PER LA PRIMA VOLTA OLTRE QUOTA 1 MILIARDO DI EURO

REDDITIVITA' IN CRESCITA A DOPPIA CIFRA

- Ricavi record a 1.059,5 milioni di Euro, +16,6% rispetto ai 908,5 milioni del primo semestre 2018/19
- Performance guidata dal consolidamento degli ex-negozi Pistone, DPS e Galimberti, dai punti vendita Unieuro by Iper e dalla crescita organica (+4%¹)
- EBITDA Adjusted² in crescita a 18 milioni di Euro, +15,6% rispetto ai 15,6 milioni del primo semestre 2018/19
- Risultato Netto Adjusted³ più che triplicato a 1,5 milioni di Euro
- Assorbimento di cassa⁴ per 22,7 milioni di Euro, in linea con il primo semestre 2018/19 e coerente con le normali dinamiche stagionali del settore

Forlì, 22 ottobre 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 la Relazione Finanziaria Semestrale al 31 agosto 2019.

I dati economico-finanziari recepiscono 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 gestionali⁵, in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative interpretazioni.

Nel primo semestre dell'esercizio 2019/20, Unieuro ha registrato un nuovo record di fatturato, per la prima volta superiore a 1 miliardo di euro, in aumento del 16,6%. I risultati reddituali hanno a loro volta registrato incrementi robusti, con l'Ebitda Adjusted² salito a 18 milioni di Euro (+15,6%) e il Risultato Netto Adjusted³ più che triplicato.

¹ Crescita dei Ricavi like-for-like, come successivamente definita in nota 6, calcolata escludendo dal perimetro di analisi i punti vendita limitrofi ai nuovi negozi nel frattempo inaugurati e pertanto non rientranti nel perimetro like-for-like.

² 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.

³ Il Risultato Netto Adjusted è calcolato come Risultato Netto aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'EBITDA Adjusted, (ii) delle rettifiche degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti, (iii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti e (iv) dell'impatto fiscale teorico di tali adjustments.

⁴ 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.

⁵ 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 alla Relazione Finanziaria Semestrale al 31 agosto 2019.

A trainare i risultati - pur in un periodo dell'anno non particolarmente significativo per via della stagionalità del settore, che concentra vendite e profitti nel secondo semestre - 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, nonché la buona performance del business corrente, come testimoniato dall'incremento del 3% registrato dai ricavi like-for-like⁶.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro, ha commentato: *“Si è chiuso un semestre ricco di soddisfazioni, che ci ha visti espanderci con determinazione sul mercato, guadagnare quote in tutti i canali e categorie e rafforzare una leadership sempre più forte e riconosciuta.”*

“Archiviata con rapidità ed efficacia l'integrazione dei negozi ex-Pistone, oggi fiore all'occhiello della nostra rete al Sud, siamo ora fortemente focalizzati sugli appuntamenti chiave del secondo semestre, a partire dal Black Friday, pur monitorando con grande attenzione le dinamiche di un mercato molto frammentato, che offre opportunità di crescita sempre nuove”.

Ricavi al 31 agosto 2019

Nel semestre in esame Unieuro ha conseguito **Ricavi** pari a 1.059,5 milioni di Euro, in crescita del 16,6% rispetto ai 908,5 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente.

L'incremento di 151 milioni di Euro, oltre che alla buona performance del business a parità di perimetro, in particolare dell'e-commerce, 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 semestre 2018/19.

L'evoluzione dei Ricavi **like-for-like**⁶ ha registrato una crescita del 3%. 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 un incremento ancor più forte e pari al +4%.

⁶ 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*.

Ricavi per canale di vendita

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 agosto 2019	%	31 agosto 2018	%	Δ	%
<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>						
<i>Retail</i>	755,9	71,3%	640,6	70,5%	115,2	18,0%
<i>Online⁷</i>	112,2	10,6%	97,6	10,7%	14,6	15,0%
<i>Indiretto</i>	119,1	11,2%	95,1	10,5%	23,9	25,1%
<i>B2B⁷</i>	53,9	5,1%	62,4	6,9%	(8,6)	(13,7%)
<i>Travel</i>	18,6	1,8%	12,7	1,4%	5,8	45,8%
Totale ricavi per canale	1.059,5	100,0%	908,5	100,0%	151,0	16,6%

Il **canale Retail** (71,3% 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 18%, a 755,9 milioni di Euro, rispetto ai 640,6 milioni dello stesso semestre dell’anno precedente, principalmente per effetto dell’incremento della rete di negozi diretti rispetto al 31 agosto 2018, che ha beneficiato del consolidamento dei negozi ex-Pistone e del contributo incrementale delle acquisizioni e delle nuove aperture portate a compimento negli ultimi dodici mesi. Positiva anche la performance della rete a parità di perimetro.

Il **canale Online** (10,6% dei ricavi) ha generato 112,2 milioni di Euro di ricavi, registrando una crescita del 15% rispetto ai 97,6 milioni⁷ 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 legata al continuo rilascio di nuove funzionalità e miglioramenti della piattaforma, l’attenzione ai contenuti e l’efficacia delle campagne di comunicazione digitali hanno contribuito ancora una volta a sostenere la crescita.

Il **canale Indiretto** (11,2% 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 267 punti vendita – ha registrato ricavi pari a 119,1 milioni di Euro, in crescita del 25,1% rispetto ai 95,1 milioni del primo semestre 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”, che ha ampiamento compensato il minor apporto della rete di affiliati, oggetto di razionalizzazione nel corso degli ultimi dodici mesi.

Il **canale Business-to-Business** (5,1% dei ricavi totali) – che si rivolge a clienti professionali, anche esteri, che operano in settori diversi da quelli di Unieuro, quali catene

⁷ Ai fini di una migliore rappresentazione, si è proceduto a riclassificare le forniture di merci di tipo business dal canale Online al canale B2B.

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 53,9 milioni di Euro, in calo del 13,7% rispetto ai 62,4 milioni⁷ del primo semestre del precedente esercizio, per effetto dei mutamenti intervenuti nelle strategie di canalizzazione delle vendite da parte di alcuni fornitori.

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 45,8% a 18,6 milioni di Euro, soprattutto grazie al contributo incrementale del punto vendita di Milano San Babila, aperto ad ottobre 2018 nell'omonima stazione della metropolitana, nonché alla buona performance del negozio torinese all'interno della stazione di Porta Nuova.

Ricavi per categoria merceologica

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 agosto 2019		31 agosto 2018		Δ	%
	31 agosto 2019	%	31 agosto 2018	%		
<i>Grey</i>	502,4	47,4%	437,7	48,2%	64,7	14,8%
<i>White</i>	306,3	28,9%	239,2	26,3%	67,1	28,0%
<i>Brown</i>	158,4	14,9%	154,3	17,0%	4,0	2,6%
Altri prodotti	44,2	4,2%	38,4	4,2%	5,9	15,3%
Servizi	48,2	4,6%	38,9	4,3%	9,3	24,0%
Totale ricavi per categoria	1.059,5	100,0%	908,5	100,0%	151,0	16,6%

La **categoria Grey** - ovvero telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha registrato un'incidenza del 47,4% sui ricavi totali, generando un fatturato di 502,4 milioni di Euro, in aumento del 14,8% rispetto ai 437,7 milioni del primo semestre 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 PC portatili.

La **categoria White** - 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 306,3 milioni di Euro, in crescita del 28% rispetto ai 239,2 milioni del primo semestre dell'anno precedente, con un'incidenza in significativo aumento al 28,9% dei ricavi (+2,6 punti percentuali). Oltre al consolidamento dei negozi ex-Pistone, storicamente forti nella vendita di elettrodomestici, l'ottima performance è riconducibile al successo del comparto aspirazione e all'incremento di vendite di condizionatori, agevolato

da una favorevole stagione estiva.

La **categoria Brown** (14,9% dei ricavi) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria - ha registrato ricavi totali per 158,4 milioni di Euro, +2,6% rispetto al livello di 154,3 milioni del primo semestre 2018/19, che aveva beneficiato del traino rappresentato dai Mondiali di calcio. Il periodo in corso ha peraltro risentito di minori vendite sul canale B2B.

La categoria **Altri prodotti** (stabile al 4,2% 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 consolidati pari a 44,2 milioni di Euro (+15,3%), trainati dagli accessori cottura e tavola e dal crescente successo del comparto valigeria.

Infine, la **categoria Servizi** (4,6% dei ricavi totali) ha osservato una crescita del 24% a 48,2 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 Adjusted²

	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 agosto 2019			31 agosto 2018			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>								
Ricavi	1.059,5			908,5			151,0	16,6%
Ricavi delle vendite	1.059,5			908,5			151,0	16,6%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(826,2)	(78,0%)	0,0	(704,0)	(77,5%)	0,0	(122,2)	17,3%
Costi per Affitti	(38,5)	(3,6%)	0,3	(35,1)	(3,9%)	0,1	(3,4)	9,6%
Costi di Marketing	(25,8)	(2,4%)	1,3	(23,6)	(2,6%)	0,2	(2,2)	9,4%
Costi di Logistica	(30,7)	(2,9%)	0,9	(23,3)	(2,6%)	0,4	(7,4)	31,5%
Altri costi	(32,0)	(3,0%)	1,7	(28,6)	(3,1%)	2,3	(3,4)	11,9%
Costi del Personale	(90,3)	(8,5%)	0,8	(79,7)	(8,8%)	1,5	(10,6)	13,3%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(2,0)	(0,2%)	(0,1)	(1,5)	(0,2%)	(0,1)	(0,4)	29,1%
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	3,9	0,4%	3,9	3,1	0,3%	3,1	0,8	27,0%
Adjusted EBITDA²	18,0	1,7%	8,9	15,6	1,7%	7,4	2,4	15,6%

Nel corso del primo semestre 2019/20, l'**EBITDA Adjusted²** di Unieuro è cresciuto del 15,6% attestandosi a 18 milioni di Euro, rispetto ai 15,6 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza stabile all'1,7% dei ricavi.

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.

L'incremento registrato dall'Ebitda Adjusted² è riconducibile alle azioni di crescita intraprese da Unieuro, che hanno portato a un'espansione del network di negozi diretti ed indiretti e delle attività digitali. Nel dettaglio, la buona 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. Questi ultimi registrano un aumento strutturale legato all'aumento dei volumi venduti, soprattutto di grandi elettrodomestici, ed al crescente peso delle consegne a domicilio, oltre agli effetti temporanei della messa a regime della nuova piattaforma logistica secondaria di Carini.

Risultato netto Adjusted³

	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 agosto 2019			31 agosto 2018				
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche	Δ	%
<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>								
Adjusted EBITDA²	18,0	1,7%	8,9	15,6	1,7%	7,4	2,4	15,6%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(14,6)	(1,4%)	0,0	(12,3)	(1,4%)	0,3	(2,2)	18,1%
Proventi e oneri finanziari	(1,8)	(0,2%)	0,0	(2,2)	(0,2%)	(1,5)	0,4	(17,8%)
Imposte sul reddito	(0,1)	0,0%	(0,8)	(0,7)	(0,1%)	(0,6)	0,6	(87,3%)
Risultato del Periodo Adjusted³	1,5	0,1%	8,1	0,4	0,0%	5,6	1,1	277,7%

Il Risultato netto Adjusted³ di Unieuro nel primo semestre dell'esercizio in corso è stato pari a 1,5 milioni di Euro, più che triplicato rispetto agli 0,4 milioni conseguiti nello stesso periodo del 2018/19. Tale miglioramento è riconducibile all'incremento dell'EBITDA Adjusted², alle minori imposte del periodo e al risparmio sugli oneri finanziari netti. Per contro, gli ammortamenti hanno registrato un incremento derivante, tra l'altro, dalle acquisizioni e dagli investimenti negli hub logistici di Piacenza e Carini.

Investimenti

Gli investimenti del semestre sono ammontati a 30,5 milioni di Euro, comprensivi di capex e acquisizioni.

I **capex** sono ammontati a 13,1 milioni di Euro (rispetto ai 17,2 milioni⁸ del primo semestre 2018/19), di cui 9,3 milioni di natura ordinaria, principalmente riconducibili agli interventi sulla rete di negozi diretti e agli investimenti in information technology, e 3,8 milioni non ricorrenti e relativi all'integrazione dei negozi siciliani.

L'attività di crescita esterna mediante **acquisizioni** ha impattato a livello patrimoniale per 17,4 milioni di Euro⁹ 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., con un esborso rateizzato e al momento limitato a 6 milioni di Euro.

Posizione finanziaria netta

Al 31 agosto 2019 la posizione finanziaria netta di Unieuro prima dell'applicazione del principio contabile IFRS 16 è negativa per 49,5 milioni di Euro (positiva per 20,5 milioni al 28 febbraio 2019), influenzata dalla distribuzione del dividendo nel mese di giugno 2019 (21,4 milioni di Euro), dalle già descritte dinamiche stagionali del business che determinano nella prima parte dell'anno un significativo assorbimento di cassa, nonché dagli investimenti ordinari e straordinari sopra descritti.

E' significativo notare come, pur a fronte dell'acquisizione dei negozi ex-Pistone e di un maggior monte dividendi, l'indebitamento finanziario netto sia comunque migliorato rispetto al 31 agosto 2018, quando si era attestato a 55,3 milioni di Euro.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow**, 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 22,7 milioni di Euro nel semestre in esame, sostanzialmente stabili rispetto ai 22,4 milioni dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Cambiamenti dei principi contabili

Dal 1° gennaio 2019 è in vigore il nuovo principio contabile IFRS 16, che introduce un unico modello di contabilizzazione dei leasing, delle locazioni e degli affitti nel bilancio dei locatari secondo cui il locatario rileva un'attività che rappresenta il diritto d'utilizzo del bene

⁸ Rispetto al comunicato stampa del 14 novembre 2018, relativo ai risultati del primo semestre 2018/19, i dati sono stati qui riesposti in base al criterio patrimoniale (Capex iscritti tra le Attività di Stato Patrimoniale) e non più di cassa (Capex pagati).

⁹ Al netto di Passività identificabili per 1,9 milioni di Euro.

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.

I principali effetti dell'applicazione dell'IFRS 16⁵ sui risultati del primo semestre 2019/20 di Unieuro sono:

- Ebitda: aumento di 33,1 milioni di Euro per via del diverso trattamento contabile dei canoni di affitto;
- Risultato netto: decremento di 2,5 milioni di Euro, come conseguenza dei maggiori ammortamenti derivanti dall'iscrizione di maggiori Attività non correnti (Diritti d'uso); dei maggiori Oneri finanziari calcolati sulle nuove passività di natura finanziaria iscritte (Passività per leasing); nonché del relativo impatto fiscale;
- Indebitamento finanziario netto: aumento di 454,6 milioni di Euro, riconducibile principalmente all'iscrizione delle Passività per leasing.

Il nuovo principio contabile non ha avuto alcun impatto sul saldo finale dei flussi di cassa della Società.

Eventi di rilievo del periodo

Il perfezionamento dell'operazione Pistone

Il 1° marzo 2019 Unieuro ha perfezionato l'acquisizione del 100% del capitale sociale di Carini Retail S.r.l., società già di proprietà di Pistone S.p.A. e titolare di un ramo d'azienda costituito da 12 punti vendita in Sicilia.

L'integrazione è partita immediatamente e ha comportato la progressiva adozione dell'insegna Unieuro da parte dei nuovi punti vendita, il cui completamento è stato celebrato da un'impattante campagna di comunicazione a livello locale.

L'apertura di ulteriori 5 Unieuro by Iper

Il 14 marzo 2019 sono stati inaugurati 5 nuovi shop-in-shop in altrettanti ipermercati "Iper, la Grande I", a cui si è aggiunta l'apertura del punto vendita di Rozzano l'11 aprile.

Il rinnovato focus sui servizi

Il 4 aprile 2019 è stato presentato "Casa Sicura Multiplan", l'innovativo servizio di assistenza aggiuntiva proposto in esclusiva da Unieuro. Attivando le card acquistate in negozio, i clienti potranno proteggere e salvaguardare i grandi elettrodomestici di casa con più di 24 mesi, quindi non più protetti da garanzia legale e convenzionale, anche se acquistati presso rivenditori terzi.

All'inizio di luglio, Unieuro ha inoltre lanciato l'“assistente digitale”, il servizio che prevede l'installazione e configurazione di dispositivi tecnologici a domicilio, con particolare riferimento alla domotica e all'Internet of Things. Grazie al successo riscontrato, a partire dall'11 ottobre il servizio – ribattezzato “Helpy” – è stato potenziato ed esteso a tutte le principali aree urbane italiane.

La nuova funzionalità “realtà aumentata” dell'App Unieuro

Con l'obiettivo di sviluppare un customer journey sempre più personalizzato, a fine aprile Unieuro ha annunciato una nuova e innovativa funzionalità sulla App: la realtà aumentata, che permette di simulare la presenza di grandi elettrodomestici e tv in uno specifico ambiente, così da poter scegliere facilmente le soluzioni che meglio si adattano allo stesso.

L'accordo con Enel X sui servizi di Demand Response

Unieuro ha siglato una partnership con Enel X per la fornitura di servizi di Demand Response su nove punti vendita. Il servizio garantisce una maggiore flessibilità e stabilità della rete elettrica, oltre a un uso più efficiente dell'infrastruttura energetica, consentendo a Unieuro una riduzione dei costi dell'energia e un approccio ai consumi maggiormente sostenibile.

L'Assemblea degli Azionisti 2019

Il 18 giugno 2019, l'Assemblea degli Azionisti di Unieuro, riunitasi a Forlì in sede ordinaria, in unica convocazione, ha approvato il Bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2019; deliberato la destinazione dell'utile di esercizio, ivi inclusa la distribuzione di un dividendo di 1,07 Euro per azione per complessivi 21,4 milioni di Euro; espresso voto favorevole sulla prima sezione della Relazione sulla Remunerazione; nominato infine il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale.

La conferma dell'Amministratore Delegato

Il nuovo Consiglio di Amministrazione di Unieuro, riunitosi in data 26 giugno 2019, ha nominato Giancarlo Nicosanti Monterastelli Amministratore Delegato della Società, in continuità con il precedente incarico, e ha nominato i componenti del Comitato Controllo Rischi, del Comitato Remunerazione e Nomine e del Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate.

Le nuove aperture

Il 28 giugno sono stati inaugurati i tre nuovi punti vendita diretti di Portogruaro (Venezia), Gela (Caltanissetta) e Misterbianco (Catania), questi ultimi nell'ambito del progetto di sviluppo dell'insegna in Sicilia, promosso a partire dall'acquisizione degli ex-negozi Pistone.

* * *



Conference Call

Si comunica che alle ore 16.00 (CET) di oggi, 22 ottobre 2019, si terrà una conference call durante la quale il management di Unieuro presenterà ad investitori e analisti finanziari i risultati del primo semestre 2019/20, chiuso al 31 agosto 2019.

Per parteciparvi sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

Italia: +39 02 805 88 11
UK: + 44 121 281 8003
USA: +1 718 7058794

I giornalisti potranno ascoltare la conference call componendo il numero: +39 02 8058827.

La presentazione potrà essere scaricata dalla sezione Investor Relations / Risultati e presentazioni del sito internet www.unieurospa.com poco prima dell'inizio della conference call.

* * *

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



Contatti:

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

Tabelle riassuntive:

Conto Economico

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

	H1 19/20 no IFRS16	%	H1 18/19	%
Ricavi	1,059.5		908.5	
Ricavi	1,059.5	--	908.5	-
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(826.2)	(78.0%)	(704.0)	(77.5%)
Costi per Affitti	(38.8)	(3.7%)	(35.2)	(3.9%)
Costi di Marketing	(27.1)	(2.6%)	(23.8)	(2.6%)
Costi di Logistica	(31.6)	(3.0%)	(23.7)	(2.6%)
Altri Costi	(33.7)	(3.2%)	(30.9)	(3.4%)
Costi del personale	(91.1)	(8.6%)	(81.3)	(8.9%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(1.9)	(0.2%)	(1.4)	(0.2%)
EBITDA Reported	9.1	0.9%	8.3	0.9%
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	5.0	0.5%	4.3	0.5%
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	3.9	0.4%	3.1	0.3%
EBITDA adjusted	18.0	1.7%	15.6	1.7%
Ammortamenti e Svalutazioni	(14.6)	(1.4%)	(12.3)	(1.4%)
Oneri/proventi finanziari	(1.8)	(0.2%)	(2.2)	(0.2%)
Risultato ante imposte Adjusted	1.6	0.2%	1.1	0.1%
Imposte sul reddito	0.7	0.1%	(0.1)	(0.0%)
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	(0.8)	(0.1%)	(0.6)	(0.1%)
Risultato netto Adjusted	1.5	0.1%	0.4	0.0%
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	(5.0)	(0.5%)	(4.3)	(0.5%)
<i>Ammortamenti e Svalutazioni non ricorrenti</i>	0.0	--	(0.3)	(0.0%)
<i>Oneri/proventi finanziari non ricorrenti</i>	0.0	--	1.5	0.2%
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	(3.9)	(0.4%)	(3.1)	(0.3%)
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	0.8	0.1%	0.6	0.1%
Risultato netto Reported	(6.6)	(0.6%)	(5.2)	(0.6%)

Stato Patrimoniale

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

	31 Ago. 2019 no IFRS16	28 Feb. 2019
Crediti Commerciali	52.2	41.3
Rimanenze	393.7	362.3
Debiti Commerciali	(476.8)	(468.5)
Capitale Circolante Operativo Netto	(30.8)	(64.8)
Attività per imposte correnti	2.1	2.1
Attività Correnti	19.3	19.8
Passività Correnti	(204.8)	(190.3)
Fondi	(1.0)	(1.3)
Capitale Circolante Netto	(215.2)	(234.6)
Attività non correnti	116.0	113.3
Attività/passività per imposte differite	32.7	31.5
Avviamento	195.3	178.0
Altre attività e passività non correnti	(17.0)	(17.7)
Capitale Investito Netto	111.9	70.4
Indebitamento finanziario Netto	(49.5)	20.5
Patrimonio Netto	(62.4)	(90.9)
Totale Patrimonio netto e Passività finanziarie	(111.9)	(70.4)

Rendiconto Finanziario

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

	H1 19/20 no IFRS16	H1 18/19
EBITDA Reported	9.1	8.3
Imposte pagate	-	(0.7)
Interessi pagati	(1.5)	(1.6)
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	(22.7)	(26.0)
Altre variazioni	0.3	0.3
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	(14.9)	(19.8)
Acquisto di attività materiali	(9.7)	(14.7)
Acquisto di attività immateriali	(3.3)	(2.5)
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	(0.8)	8.8
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(11.0)	(3.4)
Levered Free Cash Flow	(39.8)	(31.6)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	4.1	2.6
Investimenti non ricorrenti	14.5	7.4
Altri flussi di cassa non ricorrenti	(1.5)	(0.8)
Adjusted Levered free cash flow	(22.7)	(22.4)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	(2.6)	(1.8)
Investimenti non ricorrenti	(14.5)	(7.4)
Distribuzione dividendi	(21.4)	(20.0)
Debiti acquisizione Monclick e rami di azienda	(8.2)	-
Altre variazioni	(0.6)	0.8
Δ Indebitamento Finanziario netto	(69.9)	(50.8)

Fine Comunicato n.1944-33

Numero di Pagine: 16