



# Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 novembre 2020



# 1. Premessa

Il Gruppo Unieuro (di seguito anche il “Gruppo” o “Gruppo Unieuro”) nasce a seguito dell’acquisizione da parte di Unieuro S.p.A. dell’intero capitale sociale di Monclick S.r.l., consolidata a partire dal 1° giugno 2017, e del capitale sociale di Carini Retail S.r.l. consolidata a partire dal 1 marzo 2019 e successivamente fusa in Unieuro S.p.A. con effetti civili a partire dal 1 settembre 2020.

La società Unieuro S.p.A. (di seguito anche la “Società” o “Unieuro” o “UE”) è una società di diritto italiano con sede a Forlì in Via V.G. Schiaparelli 31, fondata alla fine degli anni 30 del secolo scorso da Vittorio Silvestrini. Unieuro è oggi il *leader* nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia e opera come distributore omnicanale integrato in quattro principali segmenti di prodotto: *Grey* (telefonia, informatica e foto), *White* (grandi e piccoli elettrodomestici), *Brown* (elettronica di consumo e media storage), Altri prodotti (*console*, videogiochi, biciclette), offrendo in parallelo una vasta gamma di servizi quali consegna e installazione, estensione di garanzia e finanziamento al consumo.

La società Monclick S.r.l. (di seguito anche “Monclick” o “MK”) controllata al 100% da Unieuro, è una società di diritto italiano con sede a Vimercate in Via Energy Park 22, vende *online* prodotti di informatica, elettronica, telefonia ed elettrodomestici in Italia attraverso il sito [www.monclick.it](http://www.monclick.it), offrendo un catalogo di oltre 70.000 articoli e garantendo un’esperienza d’acquisto completa, che si perfeziona con la consegna ed installazione a domicilio del prodotto scelto. Opera inoltre nel segmento denominato B2B2C, la cui clientela è rappresentata da operatori che hanno la necessità di acquistare prodotti elettronici da distribuire ai propri clienti abituali o ai dipendenti in occasione di raccolte punti, concorsi a premio o di piani di incentivazione.

Unieuro e Carini Retail S.r.l. con socio unico (di seguito anche “Carini” o “Carini Retail”), in esecuzione delle deliberazioni assunte in data 18 marzo 2020, rispettivamente dal Consiglio d’Amministrazione di Unieuro e dall’Assemblea straordinaria di Carini Retail, hanno stipulato in data 5 agosto 2020 l’atto di fusione relativo alla fusione per incorporazione della controllata Carini Retail nella controllante Unieuro (la “Fusione”). Gli effetti civilistici della Fusione decorrono a far data dal giorno 1° settembre 2020, mentre gli effetti contabili e fiscali decorrono dal primo giorno dell’esercizio sociale nel corso del quale si è perfezionata la Fusione ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 2504-bis comma 2 del c.c. (1° marzo 2020). La Fusione non ha comportato alcun aumento di capitale sociale della incorporante Unieuro, detenendo quest’ultima l’intero capitale sociale della incorporata Carini Retail.

La missione del Gruppo è accompagnare il cliente in tutte le fasi del suo percorso di acquisto mettendolo al centro di un ecosistema integrato di offerta di prodotti e servizi che vede nell’accessibilità, prossimità e vicinanza i pilastri del proprio approccio strategico.

Dall’aprile 2017, le azioni Unieuro sono quotate al segmento STAR della Borsa di Milano, la Società è a tutti gli effetti una public company, sulla base delle informazioni ad oggi disponibili, i maggiori azionisti di Unieuro, sono Alfa S.r.l. (Dixons Carphone plc) con il 7,2%, le società di gestione del risparmio Amundi Asset Management e Mediolanum Gestione Fondi, rispettivamente con il 6,8% e il 5,2%, alcuni azionisti riconducibili alla famiglia Silvestrini che complessivamente possiedono il 6,4% e infine alcuni top manager di Unieuro che detengono il 2,5%<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Fonti: Consob; verbale dell’Assemblea degli Azionisti del 17 dicembre 2020.

## 2. Nota metodologica

Nel prosieguo della presente Resoconto Intermedio di Gestione sono riportate informazioni relative ai ricavi consolidati, alla redditività consolidata, ai flussi di cassa e alla situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo Unieuro al 30 novembre 2020 comparate con i dati del precedente periodo intermedio chiuso al 30 novembre 2019 per la parte relativa ai risultati economici e dei flussi di cassa e con i dati dell'ultimo bilancio approvato al 29 febbraio 2020 per la situazione patrimoniale e finanziaria.

Salvo ove diversamente indicato, tutti i valori sono espressi in milioni di Euro. Le somme e le percentuali sono state calcolate su valori in migliaia di Euro e, pertanto, le eventuali differenze rinvenibili in alcune tabelle sono dovute agli arrotondamenti.

Si premette che, a distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si è conclusa la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, in coerenza con le prassi che sono andate via via consolidandosi tra i retailer quotati sui mercati internazionali, Unieuro commenta pertanto le grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, focalizzandosi sull'*EBIT Adjusted* e sul *Risultato netto Adjusted*. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "Consolidated Adjusted Free Cash Flow" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16. Si rinvia al paragrafo "9. Impatti IFRS 16" per la sintesi degli impatti derivanti dall'applicazione dell'IFRS 16 al 30 novembre 2020.

Il presente Resoconto Intermedio di Gestione è stato predisposto secondo quanto indicato dall'art. 82 ter del Regolamento Emittenti adottato con delibera nr.11971 del 14 maggio 1999, introdotto in base a quanto previsto dall'art. 154-ter, commi 5 e 6 del Testo Unico della Finanza ("TUF"). Pertanto non sono adottate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34 "Bilanci intermedi").

La pubblicazione del Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2020 è regolata dalle disposizioni del Regolamento di Borsa e, in particolare, l'art.2.2.3, comma 3 del Regolamento di Borsa.

I principi contabili utilizzati dal Gruppo sono rappresentati dagli International Financial Reporting Standards adottati dalla Unione Europea ("IFRS") ed in applicazione D.Lgs 38/2005 e dalle altre disposizioni CONSOB in materia di bilancio. I criteri contabili e i principi di consolidamento adottati sono omogenei a quelli utilizzati in sede di Bilancio Consolidato del Gruppo al 29 febbraio 2020, ai quali si rimanda, ad eccezione delle modifiche introdotto allo IFRS 16.

Il 28 maggio 2020 lo IASB ha emesso le modifiche allo IFRS 16 "*Leases Covid 19-Related Rent Concessions*" introducendo un espediente pratico al capitolo "Modifiche del leasing" che permette al locatario di non considerare le eventuali concessioni sul pagamento dei canoni ricevute dal 1° gennaio 2020 e derivanti dagli effetti del Covid-19 come una modifica del contratto originario. Sulla base di tali modifiche, le suddette concessioni si possono contabilizzare come canoni variabili positivi senza passare attraverso una modifica contrattuale. In data 12 ottobre 2020 l'espediente

pratico ha concluso il processo di adozione in Unione Europea ed è stato pubblicato sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea.

### 3. Principali indicatori finanziari e operativi

Allo scopo di facilitare la comprensione dell'andamento economico e finanziario del Gruppo sono stati individuati alcuni Indicatori Alternativi di Performance ("IAP"). Per una corretta interpretazione di tali IAP si evidenzia quanto segue: (i) tali indicatori sono costruiti esclusivamente a partire da dati storici del Gruppo e non sono indicativi dell'andamento futuro, (ii) gli IAP non sono previsti dagli IFRS e, pur essendo derivati dal Bilancio Consolidato, non sono assoggettati a revisione contabile, (iii) gli IAP non devono essere considerati sostitutivi degli indicatori previsti dai principi contabili di riferimento (IFRS), (iv) la lettura di detti IAP deve essere effettuata unitamente alle informazioni finanziarie del Gruppo tratte dal Resoconto Intermedio di Gestione; (v) le definizioni e i criteri adottati per la determinazione degli indicatori utilizzati dal Gruppo, in quanto non rivenienti dai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenei con quelli adottati da altre società o gruppi e, pertanto, potrebbero non essere comparabili con quelli eventualmente presentati da tali soggetti, e (vi) gli IAP utilizzati dal Gruppo risultano elaborati in continuità e omogeneità di definizione e rappresentazione per tutti i periodi per i quali sono incluse informazioni finanziarie nel Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2020.

Gli IAP rappresentati (*Consolidated Adjusted EBITDA*, *Consolidated Adjusted EBIT*, *Consolidated Adjusted EBIT Margin*, Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted*, Capitale circolante netto, *Consolidated Adjusted Free Cash Flow* e (Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17) non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS e, pertanto, come sopra esposto, non devono essere considerate misure alternative a quelle fornite dagli schemi di Bilancio Consolidato del Gruppo per la valutazione dell'andamento economico delle stesse e della relativa posizione finanziaria.

Sono riportati taluni indicatori definiti "*Adjusted*", al fine di rappresentare l'andamento gestionale e finanziario del Gruppo, al netto di eventi non ricorrenti, di eventi non caratteristici e di eventi legati a operazioni straordinarie, così come identificati dal Gruppo. Gli indicatori *Adjusted* riportati riguardano: *Consolidated Adjusted EBITDA*, *Consolidated Adjusted EBIT*, *Consolidated Adjusted EBIT Margin*, Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted* e *Consolidated Adjusted Free Cash Flow* e (Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17. Tali indicatori riflettono le principali grandezze economiche e finanziarie depurate da proventi ed oneri non ricorrenti non strettamente correlabili all'attività e alla gestione caratteristica e all'effetto derivante dal cambiamento del modello di *business* per i servizi di estensione di garanzia (come meglio descritto nel seguito nello IAP "*Consolidated Adjusted EBIT*") e permettono quindi un'analisi della *performance* del Gruppo in modo più omogeneo nei periodi rappresentati nel Resoconto Intermedio di Gestione.

## Principali indicatori finanziari e operativi<sup>2-3</sup>

(in milioni di Euro)	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019
<b>Indicatori economici</b>		
Ricavi Consolidati	1.889,8	1.759,5
<i>Consolidated Adjusted EBIT<sup>4</sup></i>	63,6	32,2
<i>Consolidated Adjusted EBIT margin<sup>5</sup></i>	3,4%	1,8%
Risultato del Periodo Consolidato <i>Adjusted<sup>6</sup></i>	49,6	19,3
Risultato del Periodo Consolidato	40,4	8,7
<b>Flussi di cassa</b>		
<i>Consolidated Adjusted Free Cash Flow<sup>7</sup></i>	125,6	57,3
Investimenti pagati nell'esercizio	(33,1)	(30,4)

<sup>2</sup> Gli indicatori *Adjusted* non sono identificati come misura contabile nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non devono essere considerati misura alternativa per la valutazione dei risultati del Gruppo. Poiché la composizione di tali indicatori non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato del Gruppo potrebbe non essere omogeneo sia con quello adottato da altre società sia con quello che potrebbe essere adottato in futuro del Gruppo, o da esso realizzato, e quindi non comparabile.

<sup>3</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "*Consolidated Adjusted Free Cash Flow*" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

<sup>4</sup> Il *Consolidated Adjusted EBIT* è dato dall'EBIT Consolidato rettificato (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti, (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 e (iii) degli ammortamenti non ricorrenti. Si rinvia al paragrafo 5.2 per ulteriori dettagli.

<sup>5</sup> Il *Consolidated Adjusted EBIT Margin* è ottenuto come rapporto tra il Consolidated Adjusted EBIT e i ricavi.

<sup>6</sup> Il Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted* è calcolato come Risultato del Periodo Consolidato aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nel *Consolidated Adjusted EBITDA*, (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.

<sup>7</sup> Il *Consolidated Adjusted Free Cash Flow*, indica il flusso di cassa consolidato generato/assorbito dall'attività operativa e dall'attività di investimento comprensivo degli oneri finanziari, pre-adozione IFRS 16. Il Consolidated Adjusted Free Cash Flow è rettificato dei flussi operativi e di investimento non ricorrenti, ed è comprensivo delle rettifiche per oneri (proventi) non ricorrenti, della loro componente non monetaria e del relativo impatto fiscale. Si rinvia al paragrafo 5.5 per ulteriori dettagli.

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020
<b>Indicatori patrimoniali</b>		
Capitale Circolante Netto	(330,9)	(258,7)
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta – Ex IAS 17 <sup>8</sup>	152,4	29,6
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta	(303,2)	(448,0)

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020
<b>Indicatori operativi dell'esercizio</b>		
Crescita <i>like-for-like</i> <sup>9</sup>	7,9%	6,5%
Punti vendita diretti (numero)	273	249
di cui <i>Pick Up Points</i> <sup>10</sup>	261	236
Punti vendita affiliati (numero)	250	261
di cui <i>Pick Up Points</i>	116	174
Totale Area punti vendita diretti (in metri quadri)	circa 388.000	circa 369.000
<i>Sales Density</i> <sup>11</sup> (Euro per metro quadro)	4.811	5.031
Dipendenti <i>Full Time Equivalents</i> <sup>12</sup> (numero)	4.718	4.414
Net Promoter Score <sup>13</sup>	46,3	46,3

<sup>8</sup> L'(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta – Ex IAS 17, indica l'(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta consolidata senza incorporare gli effetti legati all'applicazione dell'IFRS 16. Si rinvia al paragrafo 6 per ulteriori dettagli.

<sup>9</sup> Crescita dei ricavi *like-for-like*: modalità di comparazione delle vendite del periodo di nove mesi chiuso al 30 novembre 2020 con quelle periodo di nove mesi chiuso al 30 novembre 2019 sulla base di un perimetro di attività omogeneo, dato dai 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), nonché dall'intero canale online.

<sup>10</sup> Punti di ritiro fisici per gli ordini dei clienti del canale online.

<sup>11</sup> Indicatore ottenuto dal rapporto delle vendite annuali generate dai punti vendita diretti e la superficie complessiva dell'area destinata alla vendita del totale dei punti vendita diretti.

<sup>12</sup> Numero medio annuo di dipendenti equivalenti a tempo pieno.

<sup>13</sup> Il Net Promoter Score (NPS) misura l'esperienza dei clienti e prevede la crescita del business, può variare da -100 (se ogni cliente è un Detractor) a 100 (se ogni cliente è un Promotore).

## 4. Risultati economici e patrimoniali del Gruppo<sup>14</sup>

### 5.1 Ricavi consolidati

Nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2020, il Gruppo Unieuro ha conseguito Ricavi pari a Euro 1.889,8 milioni, in crescita del 7,4% rispetto ai Euro 1.759,5 milioni consuntivati al 30 novembre 2019, nonostante il pervasivo impatto della pandemia Covid-19 sull'economia italiana e sul business della Società.

In particolare, dopo un primo trimestre in significativo calo (ricavi a -13,4%) a causa dell'improvviso dilagare dell'emergenza e del primo lockdown, il secondo trimestre (+15,2%) e il terzo (+15,8%) hanno consentito un robusto recupero, grazie ai favorevoli trend di consumo innescati dalla pandemia e all'efficacia della strategia omnicanale di Unieuro, che ha attutito l'impatto sulla rete di negozi diretti delle nuove misure restrittive, tutt'ora in essere.

La buona performance del mese di novembre, che segue l'altrettanto positivo andamento di settembre e ottobre, è legata al successo della campagna promozionale denominata "Change Black Friday", il Black Friday della tecnologia "che cambia la vita", che ha preso avvio il 3 novembre per concludersi il 3 dicembre, segnando così un ulteriore record di durata nella storia di Unieuro.

La campagna è stata condotta con esito positivo pur in un contesto reso ancora una volta complesso dall'epidemia Covid-19, che ha impattato sull'accessibilità ai clienti della rete di negozi fisici, in particolare diretti. Ottima *performance* invece per i negozi affiliati, favoriti dalla prevalente localizzazione nei centri cittadini, solo marginalmente impattati dalle restrizioni. A beneficiare della situazione è stato di conseguenza il canale Online, con la piattaforma Unieuro.it che ha registrato un incremento del numero di ordini e che ha potuto avvalersi dei servizi omnicanale quali AUTOritiro e CLICCA&ritira per meglio gestire l'importante picco operativo.

Monclick ha a sua volta raggiunto nuovi record in termini di ordini e fatturato grazie alla campagna "Mon Black Friday", dal tema conduttore emozionale e legato all'amore per l'high-tech e per i prodotti tecnologici.

Nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2020, l'evoluzione dei Ricavi *like-for-like*<sup>15</sup> - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo - è estremamente positiva e pari al +7,9%. Escludendo dal perimetro di analisi i punti

<sup>14</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "Consolidated Adjusted Free Cash Flow" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

<sup>15</sup> Crescita dei ricavi *like-for-like*: modalità di comparazione delle vendite del periodo di nove mesi chiuso al 30 novembre 2020 con quelle periodo di nove mesi chiuso al 30 novembre 2019 sulla base di un perimetro di attività omogeneo, dato dai 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), nonché dall'intero canale online.



vendita preesistenti limitrofi ai nuovi negozi, le vendite *like-for-like* avrebbero registrato una crescita ancor più forte e pari al 10,0%.

### 5.1.1 Ricavi consolidati per canale

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2020	%	30 novembre 2019	%	Δ	%
<i>Retail</i>	1.194,7	63,2%	1.231,2	70,0%	(36,6)	(3,0%)
<i>Online</i>	367,4	19,4%	198,4	11,3%	169,0	85,2%
Indiretto	220,2	11,7%	200,3	11,4%	19,9	10,0%
<i>B2B</i>	91,1	4,8%	100,3	5,7%	(9,2)	(9,1%)
<i>Travel</i>	16,4	0,9%	29,2	1,7%	(12,9)	(44,0%)
<b>Totale ricavi consolidati per canale</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.759,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>130,4</b>	<b>7,4%</b>

Il canale *Retail* (63,2% dei ricavi totali) - che al 30 novembre 2020 era composto da 262 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha registrato un calo del 3,0%, e vendite pari a Euro 1.194,7 milioni, rispetto ai Euro 1.231,2 milioni registrati al 30 novembre 2019. Nel periodo settembre-novembre 2020 le vendite sono risultate in sensibile crescita (+15,8%) rispetto allo stesso periodo del 2019 anche grazie alla buona *performance* della campagna promozionale “*Change Black Friday*”. La campagna ha proposto alla clientela un susseguirsi di panieri di prodotti fortemente scontati, evolutisi e ampliatisi via via in vista del Gran Finale, ed è stata condotta con successo pur in un contesto reso ancora una volta complesso dall’epidemia Covid-19, che ha impattato sull’accessibilità ai clienti della rete di negozi fisici, in particolare diretti. Il successo del *Change Black Friday* unitamente all’allentamento delle restrizioni del periodo maggio - agosto ha contribuito a parzialmente compensare il forte calo registrato durante la prima ondata della pandemia.

Il canale *Online* (19,4% dei ricavi totali) ha messo a segno una crescita dell’85,2%, che ha sospinto i ricavi a Euro 367,4 milioni, rispetto ai Euro 198,4 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio. La *performance*, a tutti gli effetti eccezionale, è frutto della situazione di emergenza venutasi a creare, che ha portato la clientela a privilegiare l’*e-commerce* a discapito dei negozi fisici, nonché dell’immediata reazione di Unieuro, che ha fronteggiato le restrizioni rifocalizzando tatticamente le attività di *marketing*, sia *mainstream* sia digitali, sul canale *Online*. La doppia presenza sul web, garantita da due marchi noti e ben distinti quali Unieuro e Monclick, ha ulteriormente contribuito al successo registrato.

Il canale Indiretto (11,7% 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 250 punti vendita - ha registrato ricavi pari a Euro 220,2 milioni, in crescita del 10,0% rispetto ai Euro 200,3 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio. In generale, le caratteristiche distintive dei negozi affiliati - di dimensione medio-piccola e focalizzati sul servizio di prossimità - hanno consentito una significativa resilienza del business impattato solo marginalmente dalle restrizioni e il totale recupero dei mancati ricavi dalla prima ondata della pandemia già a partire dal secondo trimestre.

A ciò si aggiunge l'avvio nel mese di novembre della partnership con il Gruppo Partenope, che ha portato allo sbarco del marchio Unieuro nella città di Napoli e che ha parzialmente compensato il passaggio al Canale Retail degli ultimi 16 shop-in-shop Unieuro by Iper ancora gestiti in regime di affiliazione, completato nel mese di settembre.

Il canale *B2B* (4,8% 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 Euro 91,1 milioni, in calo del 9,1% rispetto ai Euro 100,3 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio. Si conferma quindi l'aleatorietà dei ricavi relativi a questo canale, caratterizzato da un approccio opportunistico e influenzato da una molteplicità di fattori esogeni.

Infine, il canale *Travel* (0,9% dei ricavi totali) - composto da 11 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane - ha registrato un decremento del 44,0% e vendite pari a Euro 16,4 milioni. La *performance* ha inevitabilmente risentito del crollo del traffico aereo generato dalla pandemia e della chiusura totale o parziale di alcuni aeroporti.

## 5.1.2 Ricavi consolidati per categoria

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2020	%	30 novembre 2019	%	Δ	%
<i>Grey</i>	925,9	49,0%	831,3	47,2%	94,6	11,4%
<i>White</i>	515,1	27,3%	500,9	28,5%	14,2	2,8%
<i>Brown</i>	279,9	14,8%	275,1	15,6%	4,7	1,7%
Altri prodotti	91,1	4,8%	77,0	4,4%	14,0	18,2%
Servizi	77,8	4,1%	75,2	4,3%	2,7	3,6%
<b>Totale ricavi consolidati per categoria</b>	<b>1.889,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.759,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>130,4</b>	<b>7,4%</b>

Attraverso i propri canali di distribuzione, il Gruppo offre alla clientela una vasta gamma di prodotti - in particolare elettrodomestici e beni elettronici di consumo - nonché servizi accessori. La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione dei prodotti 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.

La categoria *Grey* (49,0% dei ricavi totali) - ovvero telefonia, *tablet*, *information technology*, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili - ha generato un fatturato di Euro 925,9 milioni, in aumento dell'11,4% rispetto ai Euro 831,3 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente grazie al perdurare dei positivi trend d'acquisto legati a *smart working*, *e-learning* e comunicazione, enfatizzati dal contesto emergenziale sperimentato nel periodo. Nel terzo trimestre il Grey si è pertanto imposto tra le categorie a più

elevata crescita grazie a ricavi in rialzo del 19,5%, con l'informatica e gli accessori a guidare le vendite.

La categoria *White* (27,3% dei ricavi totali) - che è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, *robot* da cucina, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di Euro 515,1 milioni, in crescita del 2,8% rispetto ai Euro 500,9 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Nel periodo la categoria è cresciuta grazie ai positivi risultati dei prodotti legati alla cura della casa, con particolare riferimento ai segmenti aspirazione e preparazione dei cibi.

La categoria *Brown* (14,8% 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 Euro 279,9 milioni, +1,7% rispetto al livello di Euro 275,1 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. La forte *performance* del terzo trimestre (+18,2%), in ulteriore miglioramento rispetto al secondo, ha compensato la debolezza registrata nella prima parte dell'esercizio anche alla luce della cancellazione di eventi sportivi imposta dal Covid-19.

La categoria Altri prodotti (4,8% 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 Euro 91,1 milioni, in crescita del 18,2%. Il segmento *entertainment*, comprendente console e videogiochi, ha trainato le vendite in una fase caratterizzata dalla ricerca del massimo *comfort* casalingo. Forte anche il fatturato generato dai prodotti di mobilità elettrica, alla luce degli incentivi e delle regole di distanziamento sociale imposte.

La categoria Servizi (4,1% dei ricavi totali) ha osservato una crescita del 3,6% a Euro 77,8 milioni: il positivo andamento del terzo trimestre (+13,5%) ha controbilanciato la debolezza registrata nei primi sei mesi dell'esercizio, giovandosi anche del continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, in particolare del servizio di estensioni di garanzia.

## 5.2 Redditività operativa consolidata<sup>16</sup>

Gli schemi di conto economico presenti nel prosieguo della presente Relazione sull'andamento della Gestione sono stati riclassificati secondo modalità di presentazione ritenute dal *management* utili a rappresentare l'andamento della redditività operativa del Gruppo Unieuro nel corso del periodo. Al fine di dare maggiore rappresentatività alle voci di costo e di ricavo mostrate, in tale conto economico sono stati riclassificati per natura (i) i proventi e oneri non ricorrenti e (ii) gli effetti derivanti dalla rettifica dei ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi

<sup>16</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "*Consolidated Adjusted Free Cash Flow*" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

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.

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2020			30 novembre 2019			Δ	%
	Valori adjusted	% Rettifiche		Valori adjusted	% Rettifiche			
Ricavi	1.889,8			1.759,5			130,4	7,4%
<b>Ricavi delle vendite</b>	<b>1.889,8</b>			<b>1.759,5</b>			<b>130,4</b>	<b>7,4%</b>
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.482,4)	(78,4%)	0,0	(1.379,8)	(78,4%)	0,0	(102,6)	7,4%
Costi di Marketing	(37,5)	(2,0%)	0,3	(40,1)	(2,3%)	1,3	2,6	(6,5%)
Costi di Logistica	(62,8)	(3,3%)	0,2	(49,2)	(2,8%)	0,9	(13,6)	27,7%
Altri costi	(50,3)	(2,7%)	5,7	(56,1)	(3,2%)	1,6	5,8	(10,4%)
Costi del Personale	(123,4)	(6,5%)	0,3	(137,9)	(7,8%)	0,9	14,5	(10,5%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(4,9)	(0,3%)	0,0	(4,6)	(0,3%)	(0,1)	(0,3)	5,9%
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	3,5	0,2%	3,5	6,7	0,4%	6,7	(3,2)	(47,3%)
<b>Consolidated Adjusted EBITDA<sup>17</sup></b>	<b>132,1</b>	<b>7,0%</b>	<b>10,1</b>	<b>98,5</b>	<b>5,6%</b>	<b>11,4</b>	<b>33,6</b>	<b>34,1%</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(68,6)	(3,6%)	-	(66,4)	(3,8%)	0,3	(2,2)	3,3%
<b>Consolidated Adjusted EBIT</b>	<b>63,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>10,1</b>	<b>32,2</b>	<b>1,8%</b>	<b>11,7</b>	<b>31,4</b>	<b>97,7%</b>

Il Consolidated Adjusted EBIT nel corso del semestre è incrementato di Euro 31,4 milioni, attestandosi a Euro 63,6 milioni (Euro 32,2 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio). L'Adjusted EBIT margin si è attestato al 3,4%.

La crescita dei volumi di vendita, unitamente alle azioni adottate dal management per fronteggiare l'emergenza Covid-19<sup>18</sup>, hanno consentito di chiudere il terzo trimestre con un nuovo record di ricavi, una redditività in forte crescita e una struttura finanziaria più che mai solida, compensando gli effetti della pandemia registrati nel primo trimestre e a partire dal 6 di novembre a seguito delle misure restrittive imposte, che hanno comportato limitazioni alle attività commerciali e alla libera circolazione delle persone.

<sup>17</sup> Il Consolidated Adjusted EBITDA è dato dall'EBITDA Consolidato 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>18</sup> Cfr. Resoconto Intermedio di Gestione al 31 maggio 2020 e Relazione Finanziaria Semestrale al 31 agosto 2020.

Oltre agli interventi non ripetibili sulla base costi, che hanno seguito l'evoluzione del fatturato del primo trimestre, la performance è stata favorita dalla dinamica del gross margin: grazie al miglioramento di 0,7 punti percentuali registrato nel terzo trimestre, nei nove mesi il gross margin è infatti risalito al 21,7% rispetto al 22% del corrispondente periodo dello scorso esercizio recuperando così buona parte della diluizione subita nella prima parte dell'anno a causa dello sfavorevole mix di canale e di prodotto indotto dalla pandemia.

I costi di Marketing subiscono un decremento del 6,5% rispetto al 30 novembre 2019. Il decremento è principalmente imputabile alla scelta dell'azienda di focalizzarsi maggiormente sulla *digital consumption*, effettuando un progressivo taglio della carta e della distribuzione dei volantini e reinvestendo parzialmente il risparmio così ottenuto per rafforzare la visibilità della sua versione digitale. L'incidenza sui ricavi consolidati si è ridotta nel periodo al 2,0% (2,3% nel corrispondente periodo del precedente esercizio).

I costi di logistica registrano un incremento di circa Euro 13,6 milioni. L'andamento è principalmente imputabile al boom delle vendite *online* e - in tale ambito - al sempre maggior peso delle consegne a domicilio, anche per effetto dell'incremento registrato nelle richieste di servizi di consegna non standard (consegna su appuntamento, consegna al piano, etc.) e dalle campagne promozionali che prevedono la spedizione gratuita. L'incidenza sui ricavi consolidati è aumentata al 3,3% nei primi nove mesi 2020 (2,8% nel corrispondente periodo del precedente esercizio).

La voce Altri costi cala di Euro 5,8 milioni rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi consolidati scesa al 2,7% (3,2% nei primi nove mesi 2019). L'andamento è principalmente imputabile all'applicazione dell'emendamento al principio contabile IFRS 16 pubblicato dallo IASB in data 28 maggio 2020 e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea in data 12 ottobre 2020. L'espedito pratico relativo alle concessioni "*Leases Covid 19-Related Rent Concessions*" permette al locatario di non considerare le eventuali concessioni sul pagamento dei canoni ricevute dal 1° gennaio 2020 e derivanti dagli effetti del Covid-19 come una modifica del contratto originario. Le suddette concessioni sottoscritte entro la data di riferimento del Resoconto Intermedio di Gestione pari ad Euro 9,8 milioni, sono state contabilizzate come canoni variabili positivi con impatto a conto economico. Calano nel periodo anche i costi operativi essenzialmente riferibili a utenze, canoni di manutenzione conseguenti alla ridotta operatività dei negozi, compensati dall'incremento del costo connesso agli incassi con strumenti di pagamento elettronico (carte, Paypal etc.) e dei costi per il call center per effetto della crescita dei volumi di fatturato nel canale *online*. In aumento anche i costi per la pulizia e sanificazione dei punti vendita in risposta alla pandemia.

I costi del personale registrano una diminuzione di Euro 14,5 milioni da ricondurre all'effetto delle azioni avviate dal management nella prima parte dell'anno per mitigare gli impatti della pandemia e relative principalmente all'utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni in Deroga, allo smaltimento ferie e permessi, al mancato rinnovo dei contratti a termine scaduti e alla riduzione spontanea dei compensi del management. L'incidenza sui ricavi consolidati si è ridotta al 6,5% al 30 novembre 2020 (7,8% nel corrispondente periodo del precedente esercizio), nonostante l'aumento della forza lavoro determinato dall'internalizzazione degli shop-in-shop Unieuro by Iper.

La voce Altri proventi e oneri diversi di gestione incrementa di Euro 0,3 milioni. L'incidenza sui ricavi consolidati (0,30%) è in linea con il corrispondente periodo del precedente esercizio. La voce include principalmente costi per oneri connessi all'esercizio di impresa quali la tassa smaltimento rifiuti.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano ad Euro 68,6 milioni (Euro 66,4 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2019). L'incidenza sui ricavi consolidati si è ridotta al 3,6% al 30 novembre 2020 (3,8% nel corrispondente periodo del precedente esercizio), nonostante la svalutazione di alcuni asset materiali a seguito della decisione di trasferire la sede centrale di Forlì.

Si riporta di seguito la riconciliazione tra il *Consolidated Adjusted EBIT* e il Risultato Operativo Netto consolidato.

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2020	%	30 novembre 2019	%	Δ	%
<i>Consolidated Adjusted EBIT</i> <sup>19</sup>	63,6	3,4%	32,2	1,8%	31,4	97,7%
Oneri/ (proventi) non ricorrenti	(6,5)	(0,3%)	(4,7)	(0,3%)	(1,9)	39,9%
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 <sup>20</sup>	(3,5)	(0,2%)	(6,7)	(0,4%)	3,2	(47,3%)
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni non ricorrenti	0,0	0,0%	(0,3)	(0,0%)	0,3	(100,0%)
<b>Risultato Operativo netto</b>	<b>53,5</b>	<b>2,8%</b>	<b>20,5</b>	<b>1,2%</b>	<b>33,0</b>	<b>161,0%</b>

<sup>19</sup> Vedere nota riportata nella sezione "Principali indicatori finanziari e operativi".

<sup>20</sup> L'aggiustamento si riferisce al risconto dei ricavi per servizi di estensione di garanzia già incassati, al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza. Dall'esercizio chiuso al 29 febbraio 2012 per i prodotti White venduti da Unieuro, dall'esercizio chiuso al 28 febbraio 2015 per tutti i servizi di estensione di garanzia venduti da Unieuro S.r.l. (nel seguito "Ex Unieuro") (esclusa la telefonia e le periferiche), dall'esercizio di acquisizione per tutti i servizi di estensione di garanzia venduti da punti vendita acquisiti dai rami di azienda Ex Andreoli S.p.A., Ex Cerioni S.p.A., Ex DPS S.r.l., Ex Galimberti S.p.A. e Ex Pistone S.p.A. (esclusa la telefonia e le periferiche), Unieuro ha modificato il modello di business relativo alla gestione di servizi di estensione di garanzia, internalizzando la gestione dei servizi venduti dalla Ex Unieuro e da Unieuro che in precedenza erano affidati a soggetti terzi e estendendo tale modello ai punti vendita acquisiti dai rami di azienda Ex Andreoli S.p.A., Ex Cerioni S.p.A., Ex DPS S.r.l., Ex Galimberti S.p.A. e Ex Pistone S.p.A. (il "Cambiamento del Modello di Business"). Per effetto del Cambiamento del Modello di Business, al momento della vendita dei servizi di estensione di garanzia, Unieuro sospende il ricavo, al fine di rilevarlo lungo la durata dell'impegno contrattuale, che decorre a partire dalla scadenza della garanzia di legge di due anni. Pertanto, Unieuro inizia progressivamente a registrare i ricavi delle vendite dei servizi di estensione di garanzia dopo due anni (termine della garanzia legale sui prodotti) dalla stipula dei relativi contratti e dall'incasso dei corrispettivi, che generalmente è contestuale. Il ricavo viene quindi iscritto pro-quota lungo la durata dell'impegno contrattuale (storicamente, a seconda del prodotto di riferimento, per un periodo compreso tra uno e quattro anni). Per effetto di tale Cambiamento del Modello di Business, i conti economici non esprimono completamente i ricavi e il margine propri del business descritto nella presente nota. Infatti, nei conti economici dei periodi chiusi al 30 novembre 2020 e al 30 novembre 2019 sono rilevati solo in parte i ricavi delle vendite realizzate a partire dal Cambiamento del Modello di Business, perché Unieuro inizierà progressivamente a registrare i ricavi delle vendite dei servizi di estensione di garanzia (già incassati dalla stessa) a partire dal termine della garanzia legale di due anni. L'aggiustamento si propone quindi di rappresentare, in ciascun periodo di riferimento, la stima del margine derivante dalla vendita dei servizi di estensione di garanzia già venduti (ed incassati) a partire dal Cambiamento del Modello di Business come se Unieuro avesse sempre operato secondo l'attuale modello di business. In particolare, la stima del margine è rappresentata dai ricavi, che erano stati sospesi nei risconti passivi al fine di essere differiti agli esercizi nei quali ricorreranno le condizioni per il loro riconoscimento, al netto dei costi futuri per la prestazione del servizio di estensione di garanzia, ipotizzati da Unieuro sulla base di informazioni storiche circa la natura, la frequenza e il costo degli interventi di assistenza. L'aggiustamento andrà progressivamente ad esaurirsi nei conti economici dei prossimi esercizi sino ad azzerarsi quando il nuovo modello di business sarà entrato

Gli oneri/(proventi) non ricorrenti del Consolidated Adjusted EBITDA aumentano di Euro 1,9 milioni rispetto al precedente periodo chiuso al 30 novembre 2019 e sono dettagliatamente esplicitati nel successivo paragrafo 5.3.

L'aggiustamento legato al cambiamento del modello di *business* per i servizi di assistenza in gestione diretta si è decrementato di Euro 3,2 milioni rispetto al precedente periodo chiuso al 30 novembre 2019 per effetto della progressiva entrata a regime del modello di business sui negozi e del minor volume di contratti sottoscritti nel periodo.

### 5.3 Proventi e oneri non ricorrenti

Gli oneri/(proventi) non ricorrenti del Consolidated Adjusted EBITDA sono riportati di seguito:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019	Δ	%
Costi di pre-apertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita <sup>21</sup>	1,1	1,4	(0,3)	(22,6%)
<i>Mergers&amp;Acquisition</i>	0,1	2,9	(2,8)	(98,1%)
Altri oneri non ricorrenti	5,4	0,4	5,0	1.115,2%
<b>Totale</b>	<b>6,5</b>	<b>4,7</b>	<b>(1,9)</b>	<b>(39,9%)</b>

Gli oneri e proventi non ricorrenti registrano un incremento di Euro 1,9 milioni rispetto al corrispondente periodo chiuso al 30 novembre 2019.

I costi relativi alla voce Costi di pre-apertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita sono pari a Euro 1,1 milioni (Euro 1,4 milioni nel corrispondente periodo chiuso al 30 novembre 2019). Tale voce include i costi per il personale, di vigilanza, per viaggi e trasferte, per interventi di manutenzione e di marketing sostenuti nell'ambito di: i) aperture dei punti vendita (nei mesi immediatamente precedenti e immediatamente successivi all'apertura degli stessi) e ii) chiusure di punti vendita.

La voce relativa ai costi *Mergers&Acquisition* è pari ad Euro 0,1 milioni (Euro 2,9 milioni nel corrispondente periodo chiuso al 30 novembre 2019). Tali costi principalmente riferiti a notai e consulenze sono connessi alla fusione tra Carini e Unieuro avente effetti civili a decorrere dal 1 settembre 2020; nello scorso esercizio la voce accoglieva principalmente i costi relativi all'operazione di acquisizione dei negozi ex-Pistone S.p.A..

Gli Altri oneri e proventi non ricorrenti sono pari a Euro 5,4 milioni (Euro 0,4 milioni nel corrispondente periodo chiuso al 30 novembre 2019). Questi costi sono relativi principalmente a

a regime, ovvero, per ogni categoria di prodotto, quando sarà decorso il periodo iniziato il primo giorno della garanzia legale di due anni e che terminerà l'ultimo giorno del servizio di estensione di garanzia.

<sup>21</sup> I costi di "preapertura, riposizionamento e chiusura dei punti vendita" includono i costi di vigilanza, per viaggi e trasferte, per interventi di manutenzione e di marketing sostenuti nell'ambito di i) ristrutturazioni per ridimensionamento e riposizionamento dei punti vendita, ii) apertura dei punti vendita (nei mesi immediatamente precedenti e successivi all'apertura) e iii) chiusura dei punti vendita.

stanziamenti per fornitori e sub-fornitori di servizi per i quali sono pervenute richieste in ambito gius-lavoristico da parte di terzi che ritengono Unieuro responsabile in solido.

## 5.4 Risultato netto<sup>22</sup>

Di seguito si riporta il conto economico riclassificato dal *Consolidated Adjusted EBIT* fino al Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted*.

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2020			30 novembre 2019			Δ	%
	Valori adjusted	% Rettifiche		Valori adjusted	% Rettifiche			
<b>Consolidated Adjusted EBIT</b>	<b>63,6</b>	<b>3,4%</b>	<b>10,1</b>	<b>32,2</b>	<b>1,8%</b>	<b>11,7</b>	<b>31,4</b>	<b>97,7%</b>
Proventi e oneri finanziari	(10,1)	(0,5%)	-	(9,8)	(0,6%)	0,0	(0,2)	2,5%
Imposte sul reddito <sup>23</sup>	(3,8)	(0,2%)	(0,9)	(3,0)	(0,2%)	(1,0)	(0,9)	29,4%
<b>Risultato del Periodo consolidato Adjusted</b>	<b>49,6</b>	<b>2,6%</b>	<b>9,2</b>	<b>19,3</b>	<b>1,1%</b>	<b>10,7</b>	<b>30,3</b>	<b>156,6%</b>

Gli oneri finanziari netti nel periodo chiuso al 30 novembre 2020 ammontano ad Euro 10,1 milioni (Euro 9,8 milioni nel precedente periodo chiuso al 30 novembre 2019). La variazione del periodo è imputabile agli oneri finanziari relativi alla rettifica IFRS 16 pari a Euro 7,3 milioni (Euro 7,1 milioni al 30 novembre 2019).

Le imposte sul reddito, al netto dell'effetto fiscale teorico per oneri/(proventi) non ricorrenti e del cambiamento del modello di *business* nel periodo chiuso al 30 novembre 2020 ammontano a negativi Euro 3,8 milioni (Euro 3,0 milioni negativi nel corrispondente periodo del precedente esercizio chiuso al 30 novembre 2019). Si segnala che le perdite fiscali IRES ancora disponibili risultanti dalla stima delle imposte effettuata in sede di predisposizione del modello Unico 2020 con riferimento ad Unieuro sono pari ad Euro 353,6 milioni mentre con riferimento a Monclick sono pari ad Euro 6,3 milioni. Queste perdite fiscali garantiranno un sostanziale beneficio nel pagamento delle imposte negli esercizi futuri.

Il Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted* è pari a Euro 49,6 milioni (Euro 19,3 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio chiuso al 30 novembre 2019): il positivo

<sup>22</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "*Consolidated Adjusted Free Cash Flow*" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

<sup>23</sup> Gli impatti fiscali delle rettifiche sono stati determinati utilizzando l'aliquota fiscale teorica ritenuta appropriata pari al 8,7% sia al 30 novembre 2020 che al 30 novembre 2019 che incorpora IRES al 4,8% (ottenuto abbattendo dell'80% il reddito IRES imponibile, grazie alla possibilità di utilizzo di perdite pregresse) e IRAP al 3,9%.



andamento è riconducibile all'incremento dell'EBIT *Adjusted*, solo parzialmente compensato dall'incremento degli oneri finanziari netti e delle imposte sul reddito.

Di seguito si riporta la riconciliazione tra Risultato del Periodo Consolidato *Adjusted* e Risultato del Periodo Consolidato.

<i>(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2020	%	30 novembre 2019	%	Δ	%
<b>Risultato del Periodo consolidato Adjusted</b>	<b>49,6</b>	<b>2,6%</b>	<b>19,3</b>	<b>1,1%</b>	<b>30,3</b>	<b>156,6%</b>
Oneri/Proventi non ricorrenti	(6,5)	(0,3%)	(4,7)	(0,3%)	(1,9)	39,9%
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	(3,5)	(0,2%)	(6,7)	(0,4%)	3,2	(47,3%)
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni non ricorrenti	-	0,0%	(0,3)	0,0%	0,3	100,0%
Oneri/ (proventi) finanziari non ricorrenti	-	0,0%	(0,0)	0,0%	0,0	(100,0%)
Effetto fiscale teorico delle imposte per oneri/(proventi) non ricorrenti oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti, ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni non ricorrenti e cambiamento del modello di <i>business</i>	0,9	0,0%	1,0	0,1%	(0,1)	(13,7%)
<b>Risultato del Periodo consolidato</b>	<b>40,4</b>	<b>2,1%</b>	<b>8,7</b>	<b>0,5%</b>	<b>31,8</b>	<b>366,8%</b>

## 5.5 Flussi di cassa

### 5.5.1 Consolidated Adjusted Free Cash Flow <sup>24-25</sup>

Il *Consolidated Adjusted Free Cash Flow* è ritenuto dal Gruppo l'indicatore più appropriato per misurare la generazione di cassa del periodo. La composizione dell'indicatore è riportata nella tabella sottostante.

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019	Δ	%
Risultato Operativo Lordo Consolidato	122,0	87,1	34,9	40,0%
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa <sup>26</sup>	78,0	37,6	40,4	107,6%
Imposte Pagate	(0,9)	(2,2)	1,3	(57,0%)
Interessi	(9,1)	(9,1)	(0,0)	0,0%
Altre variazioni	0,5	0,9	(0,4)	(43,6%)
<b>Flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa<sup>27</sup></b>	<b>190,5</b>	<b>114,3</b>	<b>76,2</b>	<b>66,6%</b>
Investimenti <sup>28</sup>	(24,8)	(19,3)	(5,5)	28,4%
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(8,3)	(11,0)	2,7	(24,7%)
Rettifica per investimenti non ricorrenti	8,3	14,5	(6,1)	(42,5%)
Oneri/(proventi) non ricorrenti	6,5	5,0	1,6	32,1%
Rettifica per componenti non monetarie degli (oneri)/proventi non ricorrenti	(5,6)	(0,6)	(5,0)	774,4%
Altri flussi di cassa non ricorrenti	1,1	(2,5)	3,6	(142,6%)
Effetto fiscale teorico delle poste sopra menzionate <sup>29</sup>	(0,1)	(0,4)	0,3	(78,7%)
<i>Leasing IFRS 16<sup>30</sup></i>	(41,9)	(42,5)	0,6	(1,4%)
<b><i>Consolidated Adjusted free cash flow</i></b>	<b>125,6</b>	<b>57,3</b>	<b>68,3</b>	<b>119,3%</b>

<sup>24</sup> Vedere nota riportata nella sezione "Principali indicatori finanziari e operativi".

<sup>25</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "*Consolidated Adjusted Free Cash Flow*" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

<sup>26</sup> La voce "Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa" si riferisce alla liquidità generata/(assorbita) dalla variazione del capitale circolante e delle altre poste patrimoniali non correnti, quali Altre Attività/Altre Passività e Fondi Rischi.

<sup>27</sup> La voce "Flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa" si riferisce alla liquidità generata dall'attività operativa in senso lato, al netto degli esborsi per interessi e imposte e depurata dagli effetti non monetari dei movimenti patrimoniali considerati nella voce "Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa".

<sup>28</sup> La voce ai fini di una migliore rappresentazione accoglie la quota pagata nel periodo degli investimenti netti.

Il flusso di cassa netto consolidato generato/(assorbito) dall'attività operativa è positivo per Euro 190,5 milioni (positivo per Euro 114,3 milioni al 30 novembre 2019). La generazione di cassa è legata al buon andamento della redditività operativa del Gruppo e all'attenta gestione del circolante, merito dei buoni risultati di vendita, del successo del *Black Friday* e delle azioni non ripetibili adottate dal management per fronteggiare l'epidemia. Si segnala come la campagna promozionale del *Black Friday* avrà significativi impatti sui pagamenti dell'ultimo trimestre dell'esercizio.

Gli investimenti pagati ammontano a Euro 24,8 milioni (Euro 19,3 milioni al 30 novembre 2019), e sono principalmente riconducibili a: (i) interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, *refurbishment* sulla rete di negozi esistenti e investimenti sulla nuova sede centrale (ii) costi sostenuti per l'adozione di un nuovo ERP, più adeguato alle dimensioni aziendali e funzionale al futuro sviluppo omnicanale del Gruppo (iii) l'acquisto di nuovi *hardware, software*, licenze e sviluppi sugli applicativi in ottica di miglioramento dell'infrastruttura, digitalizzazione dei negozi e avvio di funzionalità avanzate per la piattaforma *online*, con l'obiettivo di rendere l'esperienza omnicanale di ciascun cliente sempre più funzionale e piacevole.

Gli investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda per Euro 8,3 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2020 (Euro 11,0 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio) si riferiscono alla quota pagata del corrispettivo d'acquisto nell'ambito dell'operazione di acquisizione ex-Pistone S.p.A., ex-Cerioni e Monclick. Tali investimenti sono qualificati come di natura non ricorrente e pertanto rettificati nella determinazione dell'indicatore Consolidated Adjusted Free Cash Flow. La rettifica per investimenti non ricorrenti include inoltre eventuali investimenti pagati nel periodo e sostenuti per l'allestimento dei punti vendita acquisiti.

Gli oneri e proventi non ricorrenti sono pari a Euro 6,5 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2020 (Euro 5,0 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio), di questi Euro 5,6 milioni non hanno ancora avuto manifestazione finanziaria alla chiusura del periodo.

Gli altri flussi di cassa operativi non ricorrenti, pari a Euro 1,1 milioni, fanno riferimento a rettifiche per componenti non ricorrenti effettuate nel precedente esercizio chiuso al 29 febbraio 2020 che hanno avuto manifestazione finanziaria nel periodo. Al 30 novembre 2019 la voce accoglieva il rimborso assicurativo per danni diretti ottenuto in relazione all'incendio del negozio di Oderzo, risalente al febbraio 2017.

<sup>29</sup> L'aliquota fiscale teorica ritenuta appropriata dal management è dell'8,7% sia al 30 novembre 2020 che al 30 novembre 2019, e incorpora IRES al 4,8% (ottenuto abbattendo dell'80% il reddito IRES imponibile, grazie alla possibilità di utilizzo di perdite pregresse) e un'aliquota IRAP al 3,9%.

<sup>30</sup> La voce include i flussi di cassa riferiti sia ai leasing pagati che ai leasing scaduti nel periodo.

Di seguito si riportano le principali variazioni registrate nell'indebitamento finanziario netto del Gruppo nel periodo chiuso al 30 novembre 2020 e nel periodo chiuso al 30 novembre 2019:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019	Δ	%
Risultato Operativo	122,0	87,1	34,9	40,0%
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	78,0	37,6	40,4	107,6%
Imposte Pagate	(0,9)	(2,2)	1,3	(57,0%)
Interessi Pagati	(9,1)	(9,1)	(0,0)	0,0%
Altre variazioni	0,5	0,9	(0,4)	(43,6%)
<b>Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa</b>	<b>190,5</b>	<b>114,3</b>	<b>76,2</b>	<b>66,6%</b>
Investimenti	(24,8)	(19,3)	(5,5)	28,4%
Investimenti per aggregazione di impresa e rami d'azienda	(8,3)	(11,0)	2,7	(24,7%)
Distribuzione dividendi	-	(21,4)	21,4	(100,0)%
Debiti acquisizione rami di azienda	8,3	(8,2)	16,5	(201,4%)
Leasing IFRS 16 <sup>31</sup>	(41,9)	(42,5)	0,6	(1,4%)
Altre variazioni	(0,8)	(0,9)	0,0	(0,1%)
<b>Variazione dell'indebitamento finanziario netto</b>	<b>122,9</b>	<b>11,0</b>	<b>111,9</b>	<b>1.020,6%</b>

<sup>31</sup> La voce include i flussi di cassa riferiti sia ai leasing pagati che ai leasing scaduti nel periodo.

## 5. Situazione Patrimoniale e Finanziaria<sup>32</sup>

Si riporta nel seguito il dettaglio della composizione del Capitale circolante netto del Gruppo e del Capitale investito netto del Gruppo al 30 novembre 2020 e al 29 febbraio 2020:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020
Crediti Commerciali	101,3	51,3
Rimanenze	424,9	369,8
Debiti Commerciali	(614,7)	(479,6)
<b>Capitale circolante operativo netto</b>	<b>(88,4)</b>	<b>(58,5)</b>
Altre poste del capitale circolante	(242,5)	(200,2)
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>(330,9)</b>	<b>(258,7)</b>
Attività per diritto d'uso	454,9	478,3
Attività e (Passività) non correnti	316,5	324,6
<b>Capitale investito netto</b>	<b>440,6</b>	<b>544,2</b>
(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17	152,4	29,6
Leasing IFRS 16	(455,6)	(477,6)
<b>(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta</b>	<b>(303,2)</b>	<b>(448,0)</b>
Patrimonio Netto	(137,4)	(96,2)
<b>Totale Patrimonio netto e Passività finanziarie</b>	<b>(440,6)</b>	<b>(544,2)</b>

Il Capitale Circolante Operativo Netto del Gruppo al 30 novembre 2020 è negativo per Euro 88,4 milioni (negativo per Euro 58,5 milioni al 29 febbraio 2020). L'andamento registrato è imputabile al successo del Black Friday e agli effetti preparatori della stagione natalizia, che ha comportato una crescita dei debiti verso fornitori e delle rimanenze. La variazione dei crediti commerciali è imputabile principalmente ad un incremento dei crediti verso la pubblica amministrazione per effetto dell'aumento dei volumi.

Il Capitale Investito Netto del Gruppo è pari a Euro 440,6 milioni al 30 novembre 2020, in riduzione per Euro 103,6 milioni rispetto al 29 febbraio 2020. La variazione è principalmente imputabile a: (i) decremento del Capitale Circolante Netto del Gruppo per Euro 72,1 milioni e (ii) decremento dell'attivo netto non corrente per Euro 31,5 milioni. Gli investimenti al 30 novembre 2020 sono pari a Euro 18,4 milioni (Euro 20,8 milioni al 30 novembre 2019) e sono riconducibili a costi capitalizzati sostenuti per interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, investimenti sulla nuova sede centrale e costi sostenuti per l'acquisto di nuovi hardware, software, licenze e sviluppi sugli

<sup>32</sup> A distanza di un anno dalla prima adozione dell'IFRS 16, si conclude la fase transitoria durante la quale la comunicazione finanziaria di Unieuro si è basata su dati rettificati e in continuità con il precedente principio contabile IAS 17 e le relative Interpretazioni. Dal 1° marzo 2020, Unieuro commenterà pertanto le sole grandezze economiche post-applicazione del suddetto principio contabile, rideterminando i dati comparativi e focalizzandosi sull'EBIT Adjusted e sul Risultato netto Adjusted. L'indebitamento finanziario netto "(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17" e il flusso di cassa "Consolidated Adjusted Free Cash Flow" oggetto di comunicazione continueranno invece a non incorporare la componente legata all'applicazione dell'IFRS 16.

applicativi in ottica di miglioramento dell'infrastruttura tecnologica, inclusi dei costi relativi al progetto - tutt'ora in corso di implementazione - volto all'adozione di un nuovo ERP.

Il Patrimonio netto è pari a Euro 137,4 milioni al 30 novembre 2020 (Euro 96,2 milioni al 29 febbraio 2020), con un incremento principalmente determinato dalla rilevazione del risultato positivo dell'esercizio e in minima parte dalla contabilizzazione della riserva per pagamenti basati su azioni riferibili al *Long Term Incentive Plan (2017-2020)*<sup>33</sup> riservato ad alcuni manager e dipendenti.

Di seguito si riporta il dettaglio della composizione dell'indebitamento finanziario netto al 30 novembre 2020 e al 29 febbraio 2020 secondo quanto previsto dalla Comunicazione Consob n. 6064293 del 28 luglio 2006 e in conformità con le raccomandazioni di ESMA 2013/319:

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020	Δ	%
(A) Cassa	232,9	96,7	136,2	140,8%
(B) Altre disponibilità liquide	0,0	0,0	0,0	0,0%
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	0,0	0,0	0,0	0,0%
<b>(D) Liquidità (A)+(B)+(C)</b>	<b>232,9</b>	<b>96,7</b>	<b>136,2</b>	<b>140,8%</b>
- di cui soggette a pegno	0,0	0,0	0,0	0,0%
<b>(E) Crediti finanziari correnti</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0%</b>
(F) Debiti bancari correnti	(10,1)	(0,0)	(10,1)	193.861,5%
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(9,6)	(9,5)	(0,1)	0,8%
(H) Altri debiti finanziari correnti	(62,1)	(68,0)	5,9	(8,7%)
<b>(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)</b>	<b>(81,8)</b>	<b>(77,5)</b>	<b>(4,3)</b>	<b>5,5%</b>
- di cui garantito	0,0	0,0	0,0	0,0%
- di cui non garantito	(81,8)	(77,5)	(4,3)	5,5%
<b>(J) Indebitamento finanziario corrente netto (I)+(E)+(D)</b>	<b>151,1</b>	<b>19,3</b>	<b>131,8</b>	<b>682,9%</b>
(K) Debiti bancari non correnti	(43,9)	(31,6)	(12,3)	38,9%
(L) Obbligazioni emesse	0,0	0,0	0,0	0,0%
(M) Altri debiti finanziari non correnti	(410,4)	(435,6)	25,2	(5,8%)
<b>(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)</b>	<b>(454,3)</b>	<b>(467,2)</b>	<b>12,9</b>	<b>(2,8%)</b>
- di cui garantito	0,0	0,0	0,0	0,0%
- di cui non garantito	(454,3)	(467,2)	12,9	(2,8%)
<b>(O) (Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta(J)+(N)</b>	<b>(303,2)</b>	<b>(448,0)</b>	<b>144,9</b>	<b>(32,3%)</b>

<sup>33</sup> In data 6 febbraio 2017 l'Assemblea Straordinaria di Unieuro ha deliberato l'adozione di un piano di *stock option* (il "*Long Term Incentive Plan*", "LTIP") riservato agli Amministratori esecutivi, ai collaboratori e ai dipendenti, dirigenti e non (i "Destinatari"). Il *Long Term Incentive Plan* prevede l'assegnazione di azioni ordinarie rinvenienti da un aumento di capitale con esclusione del diritto di opzione, ai sensi dell'art. 2441, commi 5 e 8, cod. civ., deliberato dall'Assemblea nella medesima data. In data 29 giugno 2017 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il regolamento del piano ("Regolamento") nel quale ha determinato i termini e le condizioni di attuazione del Long Term Incentive Plan. La sottoscrizione e conseguente accettazione del Long Term Incentive Plan da parte dei Destinatari è avvenuta nel mese di ottobre 2017 con effetti decorrenti dal 29 giugno 2017.

Di seguito si riporta il dettaglio della composizione dell'indebitamento finanziario netto Ex - IAS 17 al 30 novembre 2020 e al 29 febbraio 2020

<i>(in milioni di Euro)</i>	Periodo chiuso al		Variazioni	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020	Δ	%
<b>(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta</b>	<b>(303,2)</b>	<b>(448,0)</b>	<b>144,9</b>	<b>(32,3%)</b>
Crediti finanziari correnti	(1,4)	(1,4)	(0,0)	1,1%
Crediti finanziari non correnti - IFRS 16	(7,9)	(8,9)	1,1	(11,9%)
Altri debiti finanziari correnti - IFRS 16	59,1	57,1	2,0	3,5%
Altri debiti finanziari non correnti - IFRS 16	405,9	430,9	(25,1)	(5,8%)
<b>(Indebitamento finanziario netto) / Cassa netta - Ex IAS 17</b>	<b>152,4</b>	<b>29,6</b>	<b>122,9</b>	<b>415,1%</b>

La Cassa netta - IAS 17 si è incrementata di Euro 122,9 milioni rispetto al 29 febbraio 2020 generando una situazione di cassa positiva per Euro 152,4 milioni al 30 novembre 2020.

Alla base della dinamica di cassa c'è principalmente l'effetto combinato di: (i) generazione di cassa derivante dall'attività operativa inclusiva dei flussi per leasing IFRS 16 per Euro 148,5 milioni e (ii) investimenti per Euro 24,8 milioni riconducibili in particolare a costi sostenuti per interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti, al *refurbishment* sulla rete di negozi esistenti, investimenti sulla nuova sede centrale e a costi sostenuti per l'acquisto di nuovi hardware, *software*, licenze e sviluppi sugli applicativi in ottica di miglioramento dell'infrastruttura tecnologica.

## 6. Impatti IFRS 16

Di seguito si riporta l'impatto dell'IFRS 16 sui principali indicatori economico finanziari del Gruppo al 30 novembre 2020<sup>34</sup>:

		30 novembre 2020 (Ex -IAS 17)		30 novembre 2020 (IFRS 16)
<b><u>EBITDA ADJ</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>riduzione dei costi operativi (canoni di locazione pagati su negozi, sedi, magazzini e autovetture), al netto dei proventi derivanti dai contratti di sublocazione dei negozi</li> </ul>	81,7	+50,4	132,1
<b><u>EBIT ADJ</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>incremento degli ammortamenti sulle attività per diritto d'uso</li> </ul>	59,0	+4,6	63,6
<b><u>PROFIT BEFORE TAXES ADJ</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>incremento degli oneri finanziari netti per interessi connessi alle passività per diritti d'uso</li> </ul>	56,2	(2,7)	53,5
<b><u>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rilevazione delle passività per diritti d'uso (altri debiti finanziari correnti e non correnti), al netto dei crediti finanziari non correnti relativi ai contratti di sublocazione</li> </ul>	152,4	(455,6)	(303,2)

<sup>34</sup> In milioni di Euro.



## 7. Epidemia Coronavirus

L'epidemia di Coronavirus (o "Covid-19") ha avuto il suo primo epicentro a Wuhan, in Cina, ed è stata segnalata per la prima volta dalle autorità nazionali cinesi all'Organizzazione Mondiale della Sanità ("OMS") il 30 dicembre 2019. In data 30 gennaio 2020, l'OMS ha dichiarato l'epidemia da Covid-19 un'emergenza sanitaria globale e le misure adottate da molti governi nazionali sono seguite a questo annuncio.

Nella seconda metà di febbraio 2020, i primi sporadici casi conclamati di Covid-19 in Italia hanno dato inizio ad una seconda fase dell'epidemia, con una rapida *escalation* della sua diffusione in ambito europeo.

L'OMS ha successivamente dichiarato, in data 11 marzo 2020, che l'emergenza sanitaria legata al Coronavirus ha assunto la connotazione di pandemia riscontrando la crescente diffusione del virus in Europa, la rapida ascesa negli Stati Uniti, nonché il diffondersi dei primi focolai in America Latina e Africa.

Per contenere gli effetti del contagio le Autorità italiane hanno adottato delle misure di contenimento sempre più stringenti, prima a livello locale e poi nazionale. Per il Gruppo, il susseguirsi di ordinanze regionali e decreti nazionali ha comportato fin dall'inizio dell'emergenza la necessità di adeguarsi alle misure via via prescritte.

A partire dalla fine di febbraio 2020 la Società ha dotato il personale di sede di strumenti IT idonei al lavoro da remoto e successivamente raccomandato a tutto il personale di sede l'adozione di tale modalità di lavoro.

In data 14 marzo 2020, Unieuro in ossequio all'esigenza di proteggere la salute di clienti e dei propri collaboratori, ha comunicato la chiusura dell'intera rete di negozi diretti.

A partire dal 30 marzo 2020 la Società ha avviato la riapertura di un numero significativo di punti vendita diretti al fine di garantire alla clientela gli acquisti più urgenti o di necessità come previsto dal DPCM dell'11 marzo 2020 e successive modifiche.

Parallelamente, Unieuro ha adottato una serie di misure per proteggere, oltre clienti e dipendenti, anche la solidità e la redditività aziendale, agendo in particolare sulle seguenti aree:

### *Ricavi*

Gli interventi hanno riguardato principalmente il potenziamento del canale Online in attesa del ritorno alla piena operatività dei canali fisici. Il traffico in store è infatti calato drasticamente per via delle limitazioni alla circolazione delle persone e delle norme sul distanziamento sociale, che hanno penalizzato soprattutto i negozi situati fuori dai centri urbani, nei grandi centri commerciali e nei parchi commerciali.

La strategia di Unieuro, da sempre orientata alla prossimità al cliente e non focalizzata su specifici format di negozio, ha consentito di limitare l'impatto di questi macrotrend e ha contribuito al lento ma costante miglioramento dei ricavi del Canale Retail. Per contro, l'e-commerce ha tratto grande

beneficio dalla situazione, consentendo agli operatori che si erano posizionati per tempo sul canale digitale di compensare almeno parzialmente il calo del fatturato nei negozi fisici.

### *Struttura dei costi*

Costo del personale: nell'immediato sono state avviate delle azioni volte allo smaltimento ferie e permessi pregressi. Successivamente all'attivazione delle misure messe in atto dal Governo è stata avviata la Cassa Integrazione Guadagni in Deroga. L'intero Management aziendale ha inoltre rinunciato ad una parte della propria retribuzione come gesto di solidarietà nei confronti della popolazione aziendale.

Canoni di locazione: grazie al fruttuoso dialogo con i proprietari dei negozi, l'impatto economico e finanziario delle locazioni è stato attutito per compensare i minori ricavi realizzati durante il periodo di lockdown.

Costi operativi: gli acquisti di beni e servizi non ritenuti strettamente necessari sono stati ridotti al minimo, tanto a livello dei punti vendita, quanto a livello corporate.

### *Investimenti e acquisizioni*

Le attività di investimento dilazionabili, con particolare riferimento a quelle relative alla rete di negozi, sono state temporaneamente sospese e riprogrammate.

### *Situazione finanziaria*

Sono state attuate misure atte a preservare e rafforzare la solidità dell'azienda, tra cui delle negoziazioni con i principali partner commerciali al fine di ottimizzare i flussi di cassa derivanti dal capitale circolante operativo del Gruppo e la mancata erogazione del dividendo in deroga alla politica dei dividendi attualmente in essere.

A partire dal mese di maggio, con la fine del lockdown e con il consolidarsi di trend di consumo favorevoli alle categorie merceologiche gestite da Unieuro, il Gruppo ha assistito ad un inaspettato recupero di ricavi e redditività. Mese dopo mese, il traffico nei negozi diretti (ad esclusione del canale Travel) è andato aumentando fino a ritornare ai livelli del corrispondente periodo 2019, mentre il trend di crescita del canale Online - pur calante - ha continuato a risentire del boom dei mesi precedenti.

In un tale contesto, già con la chiusura del primo semestre Unieuro ha recuperato integralmente i minori ricavi registrati nei mesi più difficili dell'epidemia, con una marginalità e una generazione di cassa particolarmente forti anche grazie alle azioni manageriali intraprese nel frattempo e dagli effetti talvolta irripetibili.

A partire dal mese di ottobre, dopo un'estate di relativa tranquillità, il contesto epidemiologico in Italia è andato rapidamente aggravandosi. Il repentino aumento dei contagi ha riguardato soprattutto alcune regioni, tra cui Lombardia e Piemonte, spinte ad adottare provvedimenti

restrittivi tra cui la chiusura dei centri commerciali nei fine settimana. L'ulteriore peggioramento della situazione ha spinto il Governo, in data 4 novembre, ad emanare un decreto che ha imposto nuove limitazioni alle attività commerciali e alla libera circolazione delle persone. Tali misure, inizialmente valide dal 6 novembre al 3 dicembre 2020, sono state poi prorogate in due successive occasioni fino al 15 gennaio 2021, finendo per interessare così l'intera stagione di picco.

Relativamente alla distribuzione al dettaglio di elettronica di consumo ed elettrodomestici, considerata attività essenziale, i decreti adottati dal Governo hanno comportato la chiusura di tutti i punti vendita all'interno di centri commerciali su tutto il territorio nazionale ma limitatamente alle giornate festive e prefestive.

Ciò si è tradotto, per Unieuro, nella chiusura di circa il 50% dei negozi diretti nei fine settimana e nei giorni festivi e prefestivi, laddove i negozi affiliati – favoriti dalla prevalente localizzazione nei centri cittadini – hanno nella stragrande maggioranza dei casi continuato ad operare con regolarità, sovraperformando il mercato. Il Canale Online è tornato a rappresentare il naturale approdo per la clientela, limitata negli spostamenti e nelle visite in negozio, tanto da registrare nel corso della campagna Change Black Friday (3 novembre – 3 dicembre) un'impennata del 63% nel numero di ordini.

Anche nel corso della stagione di picco, il business aziendale ha peraltro saputo trarre vantaggio (i) dal continuo interesse da parte dei consumatori per i prodotti commercializzati dal Gruppo, che abilitano il lavoro e lo studio da remoto, la comunicazione tra le persone, nonché il benessere casalingo; (ii) dalla molteplicità dei canali di vendita tramite i quali il Gruppo opera, che ha consentito di compensare gli impatti dei lockdown su alcuni di essi e (iii) dai servizi omnicanale lanciati da Unieuro nel corso dell'estate, con l'obiettivo di rendere più sicuro e rapido il processo d'acquisto in negozio in questo complesso momento storico.

Alla data del presente Resoconto Intermedio, la situazione dei canali di vendita è invariata rispetto a quanto comunicato nella Relazione Semestrale Abbreviata approvata il 12 novembre 2020.

## 8. Azioni proprie di Unieuro

Nel corso dell'esercizio Unieuro S.p.A. non ha acquistato o venduto azioni proprie, neanche per interposta persona.

## **9. Facoltà di derogare all'obbligo di pubblicare un documento informativo in ipotesi di operazioni non significative**

Si segnala che l'Emittente ha optato per l'adozione del regime in deroga all'articolo 70, comma 6 e art. 71 comma 1 del Regolamento Emittenti, ai sensi dell'articolo 70, comma 8 e dell'articolo 71 comma 1 bis del Regolamento Emittenti.

## 10. Attività di direzione e coordinamento

Unieuro S.p.A. non è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di società o enti e definisce in piena autonomia i propri indirizzi strategici generali ed operativi.

## 11. Eventi significativi del periodo e successivi alla chiusura del periodo

### Fatti di rilievo del periodo

#### *La chiusura temporanea della rete di vendita*

Il 14 marzo, a seguito dell'aggravarsi della situazione sanitaria e dell'estensione delle misure restrittive all'intero territorio nazionale, Unieuro ha chiuso al pubblico l'intera rete di negozi diretti al fine di proteggere la salute di clienti e collaboratori, sebbene non sussistessero obblighi normativi in tal senso.

Il successivo 30 marzo, nell'ambito di un nuovo pacchetto di misure di contenimento degli effetti dell'emergenza sanitaria, la Società ha avviato la riapertura di un numero variabile ma significativo di punti vendita diretti, al fine di garantire alla clientela gli acquisti più urgenti o di necessità.

#### *La copertura assicurativa*

Il 20 marzo Unieuro ha stipulato una copertura assicurativa in caso di contagio da Coronavirus per tutti i 5.000 dipendenti del gruppo, che ha previsto un'indennità in caso di ricovero causato da infezione Covid-19, un'indennità da convalescenza e un pacchetto di assistenza post degenza per gestire il recupero della salute.

#### *Il ricorso agli ammortizzatori sociali*

In data 30 marzo, alla luce della limitata operatività aziendale e al fine di contenere l'impatto economico-finanziario della crisi, Unieuro ha annunciato l'applicazione della Cassa Integrazione Guadagni in Deroga (CIGD), nei termini indicati dal Decreto "Cura Italia", alla quasi totalità dei dipendenti, per un massimo di nove settimane, anche non consecutive. Come gesto di solidarietà nei confronti della popolazione aziendale, l'Amministratore Delegato ha reso nota la rinuncia integrale e volontaria alla propria retribuzione per i mesi di aprile e maggio. Analogamente, l'intero Management aziendale ha deciso di decurtarsi lo stipendio, del 20% relativamente ai Chief e del 10% per gli altri dirigenti e direttori di funzione.

#### *La donazione di smartphone a ospedali e case di riposo*

Il 2 aprile, Unieuro ha reso nota l'intenzione di donare oltre 2.000 smartphone a beneficio dei malati e delle persone colpite dall'epidemia da Covid-19, impossibilitati a mantenere i contatti con i propri affetti. I primi 1.000 smartphone sono stati donati agli ospedali dell'Emilia Romagna, mentre gli altri sono stati destinati agli ospedali e alle case di cura per anziani della Lombardia. L'iniziativa ha testimoniato l'impegno concreto di Unieuro a sostegno della comunità in un momento di grave emergenza nazionale.

### *L'Assemblea degli Azionisti*

Il 12 giugno, l'Assemblea degli Azionisti di Unieuro, riunitasi in sede ordinaria e sede straordinaria, in unica convocazione, ha approvato il Bilancio d'esercizio al 29 febbraio 2020; deliberato la destinazione dell'utile di esercizio a riserva straordinaria, e quindi di non distribuire dividendi relativamente all'esercizio 2019/20; approvato la prima sezione della Relazione sulla Remunerazione ed espresso voto favorevole sulla seconda; confermato i tre amministratori precedentemente cooptati dal Consiglio di Amministrazione, tra cui il Presidente Stefano Meloni; modificato lo Statuto sociale al fine di recepire la nuova normativa in materia di equilibrio tra i generi nella composizione degli organi di amministrazione e controllo.

### *Il riavvio dell'espansione della rete*

L'11 giugno, l'inaugurazione del nuovo punto vendita di Milano Portello ha simbolicamente segnato la ripartenza del piano di espansione della rete di Unieuro, dopo aver superato la fase acuta dell'emergenza Covid. Così come i tre shop-in-shop diretti negli ipermercati Spazio Conad di Curno (Bergamo), Padova e Merate (Lecco), aperti nei mesi precedenti, il nuovo negozio milanese sottolinea la volontà di Unieuro di puntare sul segmento della Grande Distribuzione Organizzata: la location, adiacente all'Iper, La grande i di Piazza Portello, rientra infatti a tutti gli effetti nella partnership siglata a inizio 2019 con Finiper.

### *I nuovi servizi in chiave omnicanale*

In risposta alle nuove esigenze di sicurezza della clientela dettate dal contesto post-Covid, il 19 giugno Unieuro ha avviato un vasto e innovativo progetto omnicanale volto a ripensare la customer experience dei clienti, con l'obiettivo di supportare il drive-to-store sfruttando le opportunità di ingaggio generate dal canale e-commerce. La prima fase del progetto ha previsto il rilascio di due formule di servizio, "aTUpertU" e "CIAOfila", pensate per razionalizzare i flussi di clientela in negozio. Il progetto è stato successivamente potenziato attraverso il lancio di "AUTOritiro", un nuovo servizio volto a consentire al cliente il ritiro dei propri acquisti online presso il punto vendita, senza scendere dal veicolo.

### *L'incorporazione di Carini Retail*

Il 5 agosto, è stato stipulato l'atto di fusione per incorporazione della controllata Carini Retail S.r.l. nella controllante Unieuro S.p.A.. Gli effetti civilistici della fusione decorrono dal 1° settembre 2020, mentre gli effetti contabili e fiscali decorrono dal primo giorno dell'esercizio.

### *La partnership con Unicredit*

Il 16 settembre, Unieuro e Unicredit hanno reso noto l'avvio di una partnership finalizzata a rafforzare il programma di welfare aziendale della banca, a beneficio dei suoi oltre 38.000 dipendenti italiani che possono così avvalersi di forti sconti sui prodotti tecnologici commercializzati da Unieuro, con specifico focus sulle esigenze di smart working, adeguamento tecnologico della casa e mobilità sostenibile. Unieuro ha così la possibilità di accedere a una clientela di valore, generando traffico nei negozi e rafforzando l'importante canale del B2B2C, presidiato tramite Monclick.



### *Il rimborso del vaccino antinfluenzale*

Il 21 settembre Unieuro ha annunciato la decisione di rimborsare il costo del vaccino antinfluenzale a tutti i dipendenti che decidono spontaneamente di ricorrervi: un ulteriore concreto segnale d'attenzione alla salute dei propri dipendenti in tempi di Covid 19.

### *L'internalizzazione di tutti i punti vendita Unieuro by Iper*

Il 2 ottobre, Unieuro ha annunciato il passaggio a gestione diretta di 16 shop-in-shop Unieuro by Iper situati all'interno di altrettanti ipermercati "Iper, La grande i", precedentemente gestiti dal Gruppo Finiper in regime di affiliazione. L'operazione - che ha fatto seguito all'internalizzazione di altri 4 shop-in-shop precedentemente affiliati e all'apertura del negozio diretto di Milano Portello - ha fatto sì che tutti i 21 punti vendita Unieuro by Iper siano oggi parte integrante della rete diretta di Unieuro, che ha così superato i 270 punti vendita. Attraverso questa operazione Unieuro ha così rafforzato ulteriormente la propria presenza nel segmento della GDO.

### *La nuova sede*

In data 14 ottobre, Unieuro ha sottoscritto un contratto di locazione pluriennale per Palazzo Hercolani, antico edificio situato nel centro storico della città di Forlì, dove il Gruppo trasferirà la propria sede nel corso del 2021. Alla conclusione dei lavori di adeguamento e ammodernamento, anche alla luce dei grandi progetti attualmente in cantiere per rendere Unieuro all'avanguardia nello smart working, il palazzo offrirà agli oltre 250 dipendenti e agli ospiti un'esperienza di lavoro appagante, innovativa e confortevole, che faciliterà la collaborazione e la circolazione di idee e soluzioni a vantaggio dell'azienda e delle sue persone.

### *Lo sbarco del marchio Unieuro nella città di Napoli*

Il 19 ottobre, Unieuro e il Gruppo Partenope hanno siglato una partnership pluriennale in virtù del quale i cinque negozi del Gruppo Partenope, in precedenza operanti ad insegna di un gruppo d'acquisto concorrente, sono entrati a far parte della rete indiretta di Unieuro, adottandone il marchio e il format in vista dell'avvio della stagione di picco 2020. L'accordo ha consentito al marchio Unieuro di sbarcare in forze nella città di Napoli, in cui era ampiamente sottorappresentato.

### *La recrudescenza dell'epidemia da Covid-19*

A partire dal mese di ottobre, dopo un'estate di relativa tranquillità, il contesto epidemiologico in Italia è andato rapidamente aggravandosi. Il repentino aumento dei contagi ha riguardato soprattutto alcune regioni, tra cui Lombardia e Piemonte, spinte ad adottare provvedimenti restrittivi tra cui la chiusura dei centri commerciali nei fine settimana. L'ulteriore peggioramento della situazione ha spinto il Governo, a partire dal 4 novembre, ad emanare una serie di decreti che hanno imposto nuove limitazioni alle attività commerciali e alla libera circolazione delle persone. Per Unieuro, le nuove norme hanno comportato la chiusura di circa la metà dei negozi diretti nei giorni festivi e prefestivi fino al 6 gennaio 2021.

### *La scadenza del contratto di Liquidity Provider*

In data 28 ottobre Unieuro ha comunicato la scadenza e la decisione di non rinnovare il contratto di Liquidity Provider conferito a Intermonte SIM in data 29 ottobre 2019 relativamente alle proprie azioni ordinarie. La decisione è maturata alla luce dell'ampliamento del flottante, che ha trasformato

Unieuro in una vera e propria public company, e del conseguente forte incremento dei volumi di scambio sul titolo.

### **Fatti di rilievo successivi alla chiusura del periodo**

#### *Il riconoscimento “Insegna dell’Anno 2020-2021”*

Il 27 novembre, Unieuro è stata insignita per il secondo anno consecutivo del prestigioso riconoscimento “Insegna dell’Anno” per la categoria Elettrodomestici & Elettronica, confermandosi ancora una volta l’insegna di riferimento e riaffermando il proprio primato in un settore molto frammentato e competitivo come quello dell’elettronica di consumo.

#### *Successo per la campagna “Change Black Friday”*

Iniziata il 3 novembre e conclusasi il 3 dicembre, la campagna promozionale denominata “Change Black Friday”, il Black Friday della tecnologia “che cambia la vita”, ha segnato un ulteriore record di durata nella storia di Unieuro e registrato buoni risultati di vendita nonostante le misure restrittive in essere che hanno penalizzato il Canale Retail. A beneficiare della situazione è stato di conseguenza il canale Online, con la piattaforma Unieuro.it che ha registrato un incremento del 63% del numero di ordini e un aumento a doppia cifra percentuale del valore medio degli stessi. Ottima performance anche per i negozi affiliati, solo marginalmente impattati dalle restrizioni, e per il Mon Black Friday di Monclick (13-30 novembre).

#### *Il premio “Key Award”*

Il 10 dicembre, la campagna “Addams’ Black Friday” realizzata nel 2019 da Unieuro è stata premiata con il prestigioso “Key Award”, istituito da Media Key e dedicato alla pubblicità su stampa, affissione, tv, cinema, radio, web ed eventi promozionali, per la migliore campagna pubblicitaria nella categoria ‘Finanza, Assicurazioni, Commercio e GDO.

#### *L’Assemblea degli Azionisti*

Il 17 dicembre, l’Assemblea degli Azionisti di Unieuro, riunitasi in sede ordinaria e sede straordinaria, in unica convocazione, ha approvato le modifiche e integrazioni alla prima sezione della Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti approvata dall’Assemblea degli azionisti del 12 giugno; approvato il nuovo piano di incentivazione denominato “Piano di Performance Shares 2020-2025”; approvato l’autorizzazione all’acquisto e alla disposizione di azioni proprie, anche a servizio del Piano, fino ad un massimo di 2.000.000 azioni ordinarie Unieuro per un periodo massimo di 18 mesi; approvato la delega ad aumentare il capitale sociale a servizio del Piano, fino ad un massimo di 900.000.

#### *Trasferimento della sede sociale*

Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha inoltre deliberato, ai sensi dell’articolo 2365, secondo comma del codice civile, il trasferimento della sede sociale da via Schiaparelli 31 a Palazzo Hercolani, in via Maroncelli 10, sempre in Forlì, senza la necessità di modifica dello Statuto sociale.

Il trasferimento avrà effetto con data da stabilirsi.

# PROSPETTI CONTABILI

## PROSPETTO DELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	29 febbraio 2020
Impianti, macchinari, attrezzature e altri beni	79.151	84.696
Avviamento	195.239	195.238
Attività immateriali a vita utile definita	29.450	27.247
Attività per diritto d'uso	454.895	478.286
Attività per imposte differite	40.579	38.617
Altre attività non correnti	10.830	11.931
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>810.144</b>	<b>836.015</b>
Rimanenze	424.940	369.788
Crediti commerciali	101.335	51.288
Attività per imposte correnti	-	-
Altre attività correnti	20.551	25.355
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	232.890	96.712
<b>Totale attività correnti</b>	<b>779.716</b>	<b>543.143</b>
<b>Totale attività</b>	<b>1.589.860</b>	<b>1.379.158</b>
Capitale sociale	4.000	4.000
Riserve	74.811	38.316
Utili/(Perdite) portati a nuovo	58.569	53.842
Utili/(Perdite) dei terzi	-	-
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>137.380</b>	<b>96.158</b>
Passività finanziarie	43.941	31.643
Benefici ai dipendenti	12.567	11.988
Altre passività finanziarie	418.245	444.532
Fondi	14.574	8.679
Passività per imposte differite	3.662	3.463
Altre passività non correnti	26	26
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>493.015</b>	<b>500.331</b>
Passività finanziarie	19.675	9.520
Altre passività finanziarie	63.535	69.419
Debiti commerciali	614.650	479.608
Passività per imposte correnti	3.950	1.449
Fondi	1.056	1.245
Altre passività correnti	256.599	221.428
<b>Totale passività correnti</b>	<b>959.465</b>	<b>782.669</b>
<b>Totale patrimonio netto e passività</b>	<b>1.589.860</b>	<b>1.379.158</b>

## PROSPETTO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019
Ricavi	1.889.836	1.759.459
Altri proventi	632	1.150
<b>TOTALE RICAVI E PROVENTI</b>	<b>1.890.468</b>	<b>1.760.609</b>
Acquisti di materiali e servizi esterni	(1.694.349)	(1.684.640)
Costi del personale	(123.700)	(138.828)
Variazione delle rimanenze	55.152	155.707
Altri costi e oneri operativi	(5.542)	(5.707)
<b>RISULTATO OPERATIVO LORDO</b>	<b>122.029</b>	<b>87.141</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(68.557)	(66.657)
<b>RISULTATO OPERATIVO NETTO</b>	<b>53.472</b>	<b>20.484</b>
Proventi finanziari	44	74
Oneri finanziari	(10.138)	(9.948)
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>43.378</b>	<b>10.610</b>
Imposte sul reddito	(2.964)	(1.953)
<b>UTILE/(PERDITA) DEL PERIODO</b>	<b>40.414</b>	<b>8.657</b>
Utile/(perdita) del periodo del gruppo	40.414	8.657
Utile/(perdita) del periodo di terzi	-	-
Risultato base per azione (in euro)	2,02	0,43
Risultato diluito per azione (in euro)	2,02	0,43

## PROSPETTO DI CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019
<b>UTILE/(PERDITA) DEL PERIODO CONSOLIDATO</b>	<b>40.414</b>	<b>8.657</b>
<i>Altre componenti di conto economico complessivo che sono o possono essere riclassificate nell'utile/(perdita) del periodo consolidato:</i>		
Utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ("cash flow hedge")	175	(46)
Imposte sul reddito	(42)	11
<b>Totale altre componenti di conto economico complessivo che sono o possono essere riclassificate nell'utile/(perdita) del periodo consolidato</b>	<b>133</b>	<b>(35)</b>
<i>Altre componenti di conto economico complessivo che non saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) del periodo consolidato:</i>		
Utile/(perdita) da rivalutazione piani a benefici definiti	246	(878)
Imposte sul reddito	(65)	247
<b>Totale altre componenti di conto economico complessivo che non saranno riclassificate nell'utile/(perdita) del periodo consolidato</b>	<b>181</b>	<b>(631)</b>
<b>Totale conto economico complessivo del periodo consolidato</b>	<b>40.728</b>	<b>7.991</b>

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO<sup>35</sup>

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al	
	30 novembre 2020	30 novembre 2019
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa</b>		
Utile/(perdita) consolidato del periodo consolidato	40.414	8.657
<i>Rettifiche per:</i>		
Imposte sul reddito	2.964	1.953
Oneri/(proventi) finanziari netti	10.094	9.874
Ammortamenti e svalutazioni di immobilizzazioni	68.557	66.657
Altre variazioni	494	876
	122.523	88.017
Variazioni di:		
- Rimanenze	(55.152)	(155.708)
- Crediti Commerciali	(50.047)	(39.692)
- Debiti Commerciali	141.501	193.235
- Altre variazioni delle attività e passività operative	41.665	39.718
Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	77.967	37.553
Imposte pagate	(945)	(2.198)
Interessi pagati	(9.070)	(9.070)
<b>Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa</b>	<b>190.475</b>	<b>114.302</b>
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività di investimento</b>		
Acquisti di impianti, macchinari, attrezzature e altri beni	(13.924)	(12.118)
Acquisti di attività immateriali	(10.902)	(7.211)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(8.318)	(11.040)
Apporto di cassa netta da acquisizione	-	10
<b>Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività di investimento</b>	<b>(33.144)</b>	<b>(30.359)</b>
<b>Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento</b>		
Aumento/(Diminuzione) passività finanziarie	21.606	1.607
Aumento/(Diminuzione) altre passività finanziarie	(811)	(1.271)
Aumento/(Diminuzione) altre passività finanziarie - Leasing IFRS 16	(41.948)	(42.540)
Distribuzione dividendi	-	(21.400)
<b>Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività di finanziamento</b>	<b>(21.153)</b>	<b>(63.604)</b>
<b>Incremento/(decremento) netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>	<b>136.178</b>	<b>20.339</b>
<b>DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALL'INIZIO DEL PERIODO</b>	<b>96.712</b>	<b>84.488</b>
<b>Incremento/(Decremento) netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti</b>	<b>136.178</b>	<b>20.339</b>
<b>DISPONIBILITÀ LIQUIDE E MEZZI EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO</b>	<b>232.890</b>	<b>104.827</b>

<sup>35</sup> Ai fini di una migliore rappresentazione si è proceduto a riclassificare i flussi di cassa relativi ai leasing IFRS 16 dalla voce "Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività di investimento" alla voce "Flusso di cassa generato/(assorbito) dall'attività di finanziamento".

# ATTESTAZIONE DEL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 NOVEMBRE 2020

I sottoscritti Giancarlo Nicosanti Monterastelli, in qualità di Amministratore Delegato, e Italo Valenti, in qualità di dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari del Gruppo Unieuro, tenuto conto anche di quanto previsto dall'art. 154- bis, commi 3 e 4, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58

Attestano

Che il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2020 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili della Società.

13 gennaio 2021

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**  
Amministratore Delegato

**Italo Valenti**  
Il Dirigente Preposto alla redazione  
dei Documenti Contabili e Societari





**Unieuro S.p.A.**  
Via Schiaparelli, 31  
47122 Forlì (FC)  
**[unieurospa.com](http://unieurospa.com)**