

COMUNICATO STAMPA

UNIEURO S.P.A.: DIVIDENDO IN CRESCITA A 1,07 EURO GRAZIE AGLI ECCELLENTI RISULTATI DELL'ESERCIZIO 2018/19

- **Conquistata la leadership di settore¹ grazie a ricavi in crescita a 2,1 miliardi di Euro, +12,3% rispetto all'esercizio precedente**
- **Le piattaforme di e-commerce di Unieuro ai vertici del canale a maggior tasso di sviluppo. NPS del canale diretto² in crescita a +42.5**
- **EBITDA Adjusted³ a 73,6 milioni di Euro, +6,7% rispetto ai 68,9 milioni dell'esercizio precedente**
- **Risultato netto Adjusted⁴ a 42,7 milioni di Euro, +8,3% rispetto all'esercizio precedente**
- **Adjusted Levered Free Cash Flow⁵ a 68,7 milioni di Euro, in ulteriore crescita rispetto alla già buona generazione di cassa dello scorso esercizio, pari a 66,7 milioni**
- **Posizione finanziaria netta record: positiva per 20,5 milioni di Euro (da negativa per 4,5 milioni il 28 febbraio 2018), nonostante investimenti, dividendi e acquisizioni**
- **Proposto dividendo di 1,07 Euro per azione, in crescita del 7% rispetto ai due esercizi precedenti. Dall'IPO, distribuiti agli azionisti 61,4 milioni di Euro**
- **Convocazione dell'Assemblea Ordinaria degli Azionisti per il 18 giugno 2019**

Forlì, 8 maggio 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, riunitosi in

¹ Fonti: Annual Report 2017/18 di Ceconomy AG, comunicato stampa Euronics Italia del 19/02/19, stime di mercato e della Società.

² Il Net Promoter Score (NPS) misura la soddisfazione del cliente e la crescita del business. Può variare in un intervallo compreso tra -100 (se ogni cliente è un Detrattore) e +100 (se ogni cliente è un Promotore). Il dato riguarda i soli canali Retail e Online. Nell'esercizio 2016/17, l'indicatore si era attestato a +40.

³ L'EBITDA Adjusted è dato dall'EBITDA rettificato: (i) degli oneri/(proventi) non ricorrenti e (ii) degli effetti derivanti dalla rettifica dei ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza, quale conseguenza del cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta.

⁴ Il Risultato Netto Adjusted è calcolato come Risultato Netto aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nell'EBITDA Adjusted, (ii) delle rettifiche degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti, (iii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti e (iv) dell'impatto fiscale teorico di tali adjustments.

⁵ L'Adjusted Levered Free Cash Flow è definito come flusso di cassa consolidato generato/assorbito dall'attività operativa al netto dell'attività di investimento rettificata per investimenti non ricorrenti e degli altri flussi operativi non ricorrenti, e comprensivo delle rettifiche per oneri (proventi) non ricorrenti, della loro componente non monetaria e del relativo impatto fiscale.

data odierna, ha esaminato e approvato il bilancio consolidato e il progetto di bilancio al 28 febbraio 2019, predisposti in accordo con gli International Financial Reporting Standards.

Nell'esercizio 2018/19, Unieuro ha raggiunto traguardi storici: conquistata la leadership di mercato¹ grazie a ricavi per 2,1 miliardi di Euro, in crescita del 12,3%, la Società ha registrato nuovi record anche a livello di redditività, con l'Ebitda Adjusted³ che si è attestato a 73,6 milioni di Euro (+6,7%) e il Risultato Netto Adjusted⁴ che ha toccato i 42,7 milioni (+8,3%). La generazione di cassa, ancora una volta robusta, si è attestata a 68,7⁵ milioni di euro e ha consentito a Unieuro di registrare una posizione finanziaria netta positiva pari a 20,5 milioni di Euro al 28 febbraio 2019. Il tutto, mantenendo prioritaria la qualità del servizio al cliente, come testimoniato dal Net Promoter Score² che è salito raggiungendo quota 42,5, un risultato di estrema soddisfazione.

Alla luce delle eccellenti performance conseguite e della Politica dei Dividendi in vigore, il Consiglio di Amministrazione ha così deliberato di proporre all'Assemblea dei Soci un dividendo di 1,07 Euro per azione, in crescita del 7% rispetto all'Euro per azione distribuito in ciascuno dei due esercizi precedenti e corrispondente a un rendimento cedolare pari al 7,7%⁶, ancora una volta tra i più alti tra le società quotate alla Borsa di Milano.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro, ha dichiarato: *“I brillanti risultati approvati oggi ci riempiono di gioia e orgoglio, perché sono la prova tangibile della correttezza della nostra strategia, della solidità del nostro modello di business e della bontà del nostro operato.”*

“Abbiamo raggiunto l'agognata leadership di mercato e cresciamo a grande velocità nell'e-commerce, il segmento a più rapido sviluppo, tagliando importanti traguardi. È ora giunto il momento di celebrarli con tutti i nostri azionisti, a beneficio dei quali abbiamo proposto un dividendo generoso e in ulteriore crescita rispetto al passato, grazie a una redditività senza pari nel mercato di riferimento.”

“Eppure, il meglio deve ancora arrivare. L'esercizio in corso segnerà il definitivo salto di qualità di Unieuro e ci aspettiamo di coronarlo con risultati ancora migliori, rafforzando sempre più la credibilità tenacemente costruita presso tutti i nostri stakeholder”.

Ricavi al 28 febbraio 2019⁷

⁶ Rendimento cedolare calcolato sul prezzo di chiusura del titolo Unieuro del 7 maggio 2019.

⁷ Dal 1° marzo 2018, Unieuro ha applicato l'IFRS 15 retroattivamente con effetto cumulativo alla data di prima applicazione (ossia, il 1° marzo 2018). Pertanto, le informazioni relative al periodo di confronto non sono state rideterminate, ovvero sono presentate secondo lo IAS 18, lo IAS 11 e le relative interpretazioni.

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

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

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

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

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like**⁸ - ovvero la comparazione delle vendite con quelle dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo - è positiva e pari al **+4,9%**. Escludendo dal perimetro di analisi i punti vendita limitrofi ai nuovi negozi nel frattempo inaugurati e pertanto non rientranti nel like-for-like, le vendite like-for-like registrano una crescita ancor più forte e pari al 6,9%.

Ricavi per canale di vendita

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

⁸ A partire dal primo semestre 2018/19, le modalità di calcolo dei ricavi like-for-like sono state rimodulate sulla base della metodologia adottata dai principali player del mercato di riferimento, con l'obiettivo di fornire una migliore rappresentazione dell'andamento gestionale a parità di perimetro. La crescita dei Ricavi like-for-like è ora calcolata includendo: (i) i negozi retail e travel operativi da almeno un intero esercizio alla data di chiusura del periodo di riferimento, al netto dei punti vendita interessati da una significativa discontinuità operativa (es. chiusure temporanee e refurbishment di importanti dimensioni) e (ii) l'intero canale online. La precedente metodologia di calcolo dei Ricavi like-for-like non includeva totalmente il canale online.

Il canale Retail (70,2% dei ricavi totali) - che al 28 febbraio 2019 era composto da 225 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha consuntivato un incremento dell'11,3% delle proprie vendite a 1.477,8 milioni di Euro, principalmente per effetto dell'aumento del parco negozi (+11 punti vendita rispetto al 28 febbraio 2018) e della buona performance della rete di vendita a parità di perimetro, trainata in particolar modo da smartphones, TV e dal comparto aspirazione.

Il canale Online, per la prima volta secondo contributore ai ricavi totali di Unieuro con una quota dell'11,6%, ha generato 245 milioni di Euro di ricavi (+32,5%) registrando una crescita di 60,1 milioni rispetto all'esercizio precedente. Al netto dell'apporto della controllata Monclick S.r.l., il cui fatturato di canale è stato pari a 46,3 milioni di Euro, la crescita organica delle attività digitali di Unieuro è stata pari al 30,8%, a doppia cifra per il quarto anno consecutivo. Le ragioni del successo, sia in valore assoluto sia in termini di quota di mercato, sono da ricercarsi nella strategia omnicanale della Società, che attribuisce al punto vendita fisico il prezioso ruolo di pick-up point a beneficio dei clienti web. L'innovazione continua legata all'incessante rilascio di nuove funzionalità e miglioramenti della piattaforma, l'attenzione ai contenuti e l'efficacia delle campagne di comunicazione digitali hanno ulteriormente rafforzato il vantaggio competitivo di Unieuro.

Il canale Indiretto⁹ (11% dei ricavi totali) - precedentemente denominato Wholesale e che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati e i ricavi prodotti nel segmento della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) attraverso partnership con primari operatori di settore, per un totale di 275 punti vendita - ha registrato ricavi pari a 231 milioni di Euro, in crescita del 10,5% rispetto ai 209 milioni del precedente esercizio. La crescita è stata trainata dal segmento GDO, con l'apertura dei primi 14 shop-in-shop Unieuro by Iper negli ipermercati *Iper*, *La grande i* nell'ambito della partnership ufficializzata lo scorso 10 gennaio 2019.

Il canale Business-to-Business⁹ (5,6% dei ricavi totali) - che si rivolge a clienti professionali, anche esteri, che operano in settori diversi da quelli di Unieuro, quali catene di hotel e banche, nonché a operatori che hanno la necessità di acquistare prodotti elettronici da distribuire ai loro clienti abituali o ai dipendenti in occasione di raccolte punti, concorsi a premio o di piani di incentivazione (cosiddetto segmento B2B2C) - ha registrato vendite per 117,1 milioni di Euro, in calo dell'8,8% rispetto al precedente esercizio alla luce delle mutate condizioni del contesto competitivo, a partire dall'ultimo trimestre dell'esercizio. L'apporto della controllata Monclick è stato pari a 13,1 milioni di Euro.

Infine, il **canale Travel** (1,6% dei ricavi totali) - composto da 12 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e

⁹ Ai fini di una migliore rappresentazione si è proceduto a riclassificare dal canale Indiretto al canale B2B le forniture di merci verso un cliente continuativo che opera sul mercato dell'elettronica di consumo senza l'utilizzo del brand Unieuro

metropolitane - ha registrato ricavi in crescita del 42,6% a 33,6 milioni di Euro grazie anche all'inaugurazione del punto vendita ex-DPS/Trony ubicato presso la stazione metropolitana di Milano San Babila e aperto nel mese di ottobre 2018.

Ricavi per categoria merceologica¹⁰

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

La categoria **Grey** - ovvero macchine fotografiche, videocamere, smartphone, tablet, computer e portatili, monitor, stampanti, accessori per la telefonia nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili - ha mantenuto inalterata al 47,2% l'incidenza sui ricavi totali, generando un fatturato pari a 992,9 milioni di Euro, in aumento del 12,3% rispetto agli 884 milioni dell'esercizio precedente grazie al positivo andamento del segmento Telefonia, che ha beneficiato dello spostamento di mix verso l'alto di gamma e delle buone performance di alcuni nuovi modelli, oltre che del positivo andamento delle vendite di wearables e accessori, in particolare gli auricolari.

La categoria **White** - che rappresenta il 26,1% delle vendite ed è composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, bollitori, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 548,5 milioni di Euro, in crescita dell'11,2% rispetto ai 493,3 milioni dell'anno precedente, grazie al successo del comparto aspirazione e all'incremento della penetrazione di asciugatrici e lavastoviglie.

La categoria **Brown** (17,5% dei ricavi totali) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto, nonché di sistemi di memoria - ha conseguito nel periodo in esame una crescita dei ricavi a quota 367,9 milioni di Euro

¹⁰ La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione adottata dai principali esperti del settore si segnala pertanto che la classificazione dei ricavi per categoria viene periodicamente rivista al fine di garantire la comparabilità dei dati del Gruppo con quelli di mercato.

(+12,9% rispetto ai 326 milioni all'anno precedente), beneficiando del crescente successo dei televisori di fascia alta, in particolare ultraHD e OLED, del buon andamento del comparto audio e dell'effetto traino dei Mondiali di calcio 2018.

La categoria **Altri prodotti** (5,3% dei ricavi totali), che include sia le vendite del settore entertainment, sia di altri prodotti non compresi nel mercato dell'elettronica di consumo come gli hoverboard o le biciclette, ha registrato ricavi per 110,6 milioni di Euro, in crescita del 6,7% rispetto allo scorso esercizio grazie soprattutto alla buona performance delle console di gioco, che ha compensato la contrazione delle vendite di prodotti legati alla mobilità elettrica.

Infine, la categoria **Servizi** (4,0% dei ricavi totali) ha registrato la miglior crescita in assoluto, incrementando i ricavi del 26,6% a 84,5 milioni di Euro grazie all'espansione della rete di vendita e al continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela. Ottime performance per estensioni di garanzia e credito al consumo.

EBITDA Adjusted³

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi consolidati)</i>	Esercizio chiuso al						Variazioni	
	28 febbraio 2019			28 febbraio 2018			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi consolidati	2.104,5			1.873,8			230,7	12,3%
Ricavi consolidati delle vendite	2.104,5			1.873,8			230,7	12,3%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.635,7)	(77,7%)	0,0	(1.456,4)	(77,7%)	2,8	(179,3)	12,3%
Costi per Affitti	(71,0)	(3,4%)	0,5	(63,4)	(3,4%)	0,7	(7,6)	12,0%
Costi di Marketing	(48,8)	(2,3%)	1,2	(48,2)	(2,6%)	2,2	(0,7)	1,4%
Costi di Logistica	(52,5)	(2,5%)	1,5	(41,5)	(2,2%)	1,3	(11,0)	26,5%
Altri costi	(60,3)	(2,9%)	3,8	(50,5)	(2,7%)	7,3	(9,8)	19,5%
Costi del Personale	(166,7)	(7,9%)	3,2	(150,4)	(8,0%)	5,9	(16,3)	10,9%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,7)	(0,2%)	(1,6)	(2,5)	(0,1%)	(0,3)	(1,3)	51,8%
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	7,9	0,4%	7,9	8,0	0,4%	8,0	(0,1)	(1,0%)
Consolidated Adjusted EBITDA	73,6	3,5%	16,4	68,9	3,7%	27,9	4,6	6,7%

Nel corso dell'esercizio 2018/19, i maggiori ricavi uniti alla continua attenzione posta alla struttura dei costi hanno portato l'**EBITDA Adjusted**³ di Unieuro a crescere del 6,7% a 73,6 milioni di Euro (pari al 3,5% dei ricavi), rispetto ai 68,9 milioni dell'esercizio precedente.

In particolare, l'incidenza sui ricavi del costo di acquisto delle merci (comprensivo della variazione delle rimanenze) è rimasta invariata, denotando un Gross Margin stabile grazie all'attenta politica commerciale implementata da Unieuro, pur in un contesto di mercato ancora una volta molto competitivo.

La dinamica dei costi relativi al personale e agli affitti, saliti rispettivamente del 10,9% a 166,7 milioni di Euro e del 12% a 71 milioni, è stata influenzata dall'espansione della rete dei negozi, così come la voce Altri Costi (+19,5% a 60,3 milioni) che include, tra l'altro, utenze, canoni di manutenzione e spese generali di vendita. I costi di marketing sono stati pari a 48,8 milioni di Euro (+1,4%, con un'incidenza sui ricavi in discesa di 0,30 punti percentuali), mentre i costi di logistica si sono incrementati di 11 milioni di Euro a quota 52,5 milioni principalmente per via dell'aumento dei volumi di merce venduti.

Risultato netto Adjusted⁴

	Esercizio chiuso al						Variazioni	
	28 febbraio 2019			28 febbraio 2018			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>								
Consolidated Adjusted EBITDA	73,6	3,5%	16,4	68,9	3,7%	27,9	4,6	6,7%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(27,2)	(1,3%)	0,3	(21,7)	(1,2%)	0,0	(5,5)	25,4%
Proventi e oneri finanziari	(4,2)	(0,2%)	(1,5)	(4,5)	(0,2%)	3,1	0,3	(7,5%)
Imposte sul reddito	0,5	0,0%	(1,4)	(3,3)	(0,2%)	(2,6)	3,8	(116,6%)
Risultato dell'Esercizio consolidato Adjusted	42,7	2,0%	(2,6)	39,4	2,1%	0,5	3,3	8,3%

Il **Risultato netto Adjusted**⁴ di Unieuro nell'esercizio 2018/19 è stato pari a 42,7 milioni di Euro (corrispondente al 2% dei ricavi), rispetto ai 39,4 milioni conseguiti nell'esercizio 2017/18.

Tale positivo andamento è riconducibile all'incremento dell'EBITDA Adjusted³ e alla dinamica delle imposte sul reddito, nonché al risparmio sugli oneri finanziari netti, a fronte dell'incremento degli ammortamenti e delle svalutazioni.

Investimenti

Gli investimenti nell'esercizio 2018/19 sono ammontati a 44,1 milioni di Euro, comprensivi di capex e acquisizioni.

I **capex** sono ammontati a 38,2 milioni di Euro (rispetto ai 37,3 milioni dell'esercizio 2017/18), di cui 22,5 milioni di natura ordinaria. Questi ultimi sono riconducibili agli interventi sulla rete di negozi diretti - che hanno portato a 3 nuove aperture, 5 chiusure, 4 refurbishment e 3 relocation - nonché agli investimenti in information technology. I capex di natura non ricorrente, pari a 15,7 milioni di Euro, si riferiscono invece alla realizzazione del nuovo hub logistico di Piacenza, oltre che al rilancio dei negozi acquisiti.

L'attività di crescita esterna mediante **acquisizioni** ha assorbito 5,9 milioni di Euro, interamente pagati nel periodo e relativi all'acquisto dei rami di azienda di DPS/Trony e di Galimberti/Euronics.

Posizione finanziaria netta

La dinamica finanziaria di Unieuro nell'esercizio 2018/19 è stata ancora una volta eccellente, consentendo di finanziare la crescita, di distribuire dividendi per 20 milioni di Euro e di generare un significativo avanzo, che si è riflesso in una **Posizione Finanziaria Netta** per la prima volta positiva alla fine dell'esercizio e pari a 20,5 milioni di Euro, rispetto all'indebitamento finanziario netto di 4,5 milioni registrato al 28 febbraio 2018.

L'**Adjusted Levered Free Cash Flow**⁵, l'indicatore che la Società ritiene più appropriato per misurare la generazione di cassa, si è attestato a 68,7 milioni di Euro, in aumento del 3% rispetto al livello da record già registrato nell'esercizio precedente, pari a 66,7 milioni.

La positiva generazione di cassa è legata al buon andamento dei ricavi e del Capitale Circolante Netto e ha beneficiato sia delle azioni di crescita esterna ed interna, sia dell'andamento favorevole del secondo semestre dell'esercizio, contraddistinto dall'ottima performance del Black Friday e da una stagione natalizia significativamente positiva.

Dipendenti

Al 28 febbraio 2019, Unieuro impiegava un totale di 4.708 persone, rispetto alle 4.575 al 28 febbraio 2018.

L'incremento, pari a 133 unità, è riconducibile all'espansione della rete di negozi diretti, cresciuta a seguito delle acquisizioni e delle nuove aperture realizzate nell'esercizio, al netto delle chiusure di punti vendita.

Eventi di rilievo del periodo

L'anticipazione della data di pagamento del dividendo

Il 26 marzo 2018, in concomitanza con l'approvazione dei ricavi preliminari dell'esercizio 2017/2018, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato l'anticipazione al mese di giugno 2018 della data di stacco del dividendo a valere sugli utili del bilancio chiuso al 28 febbraio 2018, nonché il versamento dello stesso in un'unica soluzione al fine di anticipare di quattro mesi la totale distribuzione della cedola ai Soci.

La nuova campagna di comunicazione

A quasi quattro anni di distanza dall'operazione di rebranding, che già aveva marcato una netta discontinuità rispetto ai tradizionali schemi del settore, Unieuro ha lanciato in aprile un nuovo format di comunicazione, contemporaneo e omnicanale, volto a valorizzare in maniera sempre più efficace i propri valori di marca.

Oltre un milione di download per l'App Unieuro

Sempre in aprile, l'app Unieuro ha registrato il milionesimo download, confermandosi tra le prime venti applicazioni di shopping più scaricate da Apple Store e Google Play in Italia. Lanciata nel novembre 2016, l'app è uno strumento cardine della strategia omnicanale dell'azienda poiché garantisce agli utenti un'esperienza di acquisto integrata e completa.

L'accordo di esclusiva per il marchio Ignis

Il 3 maggio Unieuro e Whirlpool Italia hanno annunciato un'importante partnership per la commercializzazione in esclusiva, in Italia, dei grandi elettrodomestici a marchio Ignis. L'accordo punta a rafforzare la leadership di Unieuro nella categoria White grazie ad una gamma prodotti dedicata ed in continuo sviluppo, nonché alla forza dello storico marchio Ignis, presente sul mercato italiano da oltre 70 anni.

L'Assemblea degli Azionisti 2018

Il 5 giugno 2018 l'Assemblea degli Azionisti di Unieuro ha approvato il Bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2018; deliberato la destinazione dell'utile di esercizio, la copertura delle cosiddette "riserve negative" e la distribuzione di un dividendo di 1 Euro per azione, per complessivi 20 milioni di Euro, successivamente pagato in data 13 giugno 2018; espresso voto favorevole sulla prima sezione della Relazione sulla remunerazione.

L'acquisizione di 8 negozi ex-DPS (Trony)

Il 24 luglio Unieuro ha annunciato l'acquisizione di un ramo d'azienda di DPS Group S.r.l. in fallimento, composto da 8 negozi ex-Trony - non operativi al momento dell'annuncio - situati nelle province di Milano (3), Imperia (2), Padova, Potenza e Taranto.

I negozi, che vantano una superficie complessiva di oltre 10 mila mq e ricavi potenziali a regime per almeno 50 milioni di Euro, sono stati selezionati fra 35 ex-punti vendita DPS in modo da garantire la miglior complementarietà con la già capillare rete di Unieuro, fornendo al contempo significative opportunità di sinergie e la possibilità di rafforzare il presidio della città di Milano.

Il controvalore dell'operazione è stato pari a 3,4 milioni di Euro, finanziati ricorrendo alla liquidità e alle linee di credito disponibili. I primi 7 punti vendita sono stati riaperti al pubblico tra metà settembre e i primi giorni di ottobre. In particolare, preceduta da un'impattante campagna pubblicitaria locale, il 6 ottobre è avvenuta la riapertura del punto vendita di Milano San Babila: uno spazio di 1.150 mq all'interno della stazione della metropolitana, destinato a rafforzare il presidio di Unieuro nella città meneghina e a rafforzare il canale Travel, alla luce dei milioni di passeggeri che ogni anno transitano per la centralissima location.

L'inaugurazione del nuovo hub logistico di Piacenza

Dopo aver completato con successo il trasferimento di persone e merci senza causare interruzioni dell'attività aziendale, il 12 ottobre il Management di Unieuro ha inaugurato a Piacenza in presenza del Sindaco e Presidente della Provincia la nuova piattaforma distributiva centrale da 104.000 mq, punto di partenza per una strategia logistica di ampio respiro, destinata ad avvicinare sempre più Unieuro al cliente finale.

Di proprietà di un fondo gestito da Generali Real Estate SpA SGR, il nuovo impianto - perno del business model distintivo di Unieuro - è oggetto di un contratto di locazione di lungo periodo e continuerà a concentrare le attività di recepimento, stoccaggio e spedizione di tutte le merci commercializzate da Unieuro attraverso ciascuno dei cinque canali di operatività. L'investimento totale di Unieuro, previsto pari a circa 11 milioni di Euro, è stato destinato in particolare all'automazione, all'impiantistica, ai sistemi di vigilanza e all'IT.

L'espansione a Nordest

Sempre il 12 ottobre Unieuro ha annunciato nuove azioni di rafforzamento selettivo della propria rete di negozi in Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia.

A esito della partecipazione alla procedura competitiva indetta dal Tribunale di Milano, Unieuro è risultata aggiudicataria di un ramo d'azienda di Galimberti S.p.A., in concordato preventivo, formato da 5 negozi precedentemente ad insegna Euronics con una superficie commerciale complessiva di circa 7000 mq.

Parallelamente, sono stati annunciati accordi distinti, siglati tra fine luglio e inizio agosto, con i proprietari di due immobili a Verona e Trieste, finalizzati all'apertura di altrettanti nuovi punti vendita in spazi occupati in passato da insegne concorrenti, rispettivamente Trony ed Euronics.

Il fatturato incrementale potenziale della totalità dei sette negozi acquisiti è pari, a regime, a circa 50 milioni di Euro, a fronte di un costo di acquisizione pari a 2,5 milioni.

I 5 punti vendita ex-Galimberti aggiudicati in asta sono stati riaperti il 15 novembre, il negozio di Verona il 23 novembre, mentre quello di Trieste l'8 dicembre.

Risultati eccezionali per il "Black Roc Friday"

A novembre 2018 Unieuro ha lanciato il "Black Roc Friday", la campagna promozionale dedicata al Black Friday più lunga nella storia della Società.

Nel corso del periodo compreso tra il 12 e il 26 novembre, Unieuro S.p.A. ha registrato ricavi in crescita del 50% rispetto al corrispondente periodo 2017, raggiungendo livelli

record su tutti i canali di vendita, sia fisici sia digitali. Nella giornata del Black Friday, in particolare, Unieuro ha registrato i ricavi giornalieri più alti di sempre, (+21% le vendite Retail rispetto al 24 novembre 2017) mentre la piattaforma unieuro.it ha toccato il record assoluto in termini di ordini giornalieri, saliti dell'80% anche grazie al crescente successo della App mobile.

L'integrazione con l'Assistente Google

A dicembre 2018 Unieuro ha annunciato lo sbarco sull'Assistente Google, il sistema di assistenza vocale per smartphone e tablet Android e IOS e speaker intelligenti Google Home e Google Home Mini. Grazie all'integrazione avviata, i clienti potranno ricevere indicazioni sul punto vendita più vicino, scoprire le ultime novità presenti nei negozi, selezionare le migliori offerte promozionali, oppure controllare lo stato dell'ordine effettuato sullo store online.

Partnership strategica con la catena "Iper, La grande i"

Il 10 gennaio 2019 Unieuro ha ufficializzato un accordo di partnership di grande rilevanza con il Gruppo Finiper. L'accordo dà prosecuzione alla positiva esperienza di un progetto pilota avviato a febbraio 2018 e porterà all'apertura di 20 shop-in-shop a marchio "Unieuro by Iper" all'interno degli ipermercati "Iper, La grande i" entro la fine del 2019.

I nuovi punti vendita, già 14 al 28 febbraio 2019, sono gestiti direttamente e in totale autonomia da Finiper in virtù di un contratto di affiliazione commerciale e vantano ciascuno una superficie indicativamente compresa tra 400 e 800 mq.

Grazie a questa partnership Unieuro ha esteso la propria azione di consolidamento del mercato anche al segmento della Grande Distribuzione Organizzata al fine di beneficiare dell'elevato traffico sviluppato dagli ipermercati, generando così volumi di acquisto più elevati e migliori condizioni di fornitura a vantaggio dell'offerta commerciale di tutti i canali di vendita. Gli shop-in-shop saranno inoltre abilitati al pick-and-pay dei prodotti acquistati sulla piattaforma unieuro.it, dando così ulteriore impulso alla strategia omnicanale della Società.

Aggiornata la Politica dei Dividendi

Alla luce della positiva accoglienza da parte del mercato del pagamento a giugno e in un'unica soluzione del dividendo relativo all'esercizio 2017/18, in data 10 gennaio 2019 il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato di adottare tale modalità anche per l'esercizio in corso e per quelli a venire.

Ricorrendo i requisiti di legge e di fatto per la distribuzione dei dividendi, così come previsti dalla Politica dei Dividendi deliberata in data 1° marzo 2017, il pagamento del dividendo avrà pertanto luogo indicativamente nel mese di giugno dell'esercizio successivo a quello di pertinenza.

La Politica dei Dividendi, come sopra modificata, rimane inalterata per tutto il resto, con particolare riferimento alla quantificazione della cedola, che continuerà a venire proposta in misura non inferiore al 50% del Risultato Netto Adjusted.

L'acquisizione di 12 negozi Pistone (Expert)

Il 15 gennaio 2019 Unieuro ha annunciato lo sbarco in Sicilia, una regione di cinque milioni di abitanti fino ad allora scarsamente presidiata, per mezzo dell'acquisizione del 100% del capitale sociale di una società di nuova costituzione titolare di 12 punti vendita in Sicilia appartenuti a Pistone S.p.A., uno dei maggiori soci del gruppo d'acquisto Expert operanti in Italia, con sede a Carini (Palermo).

Con una superficie di vendita complessiva pari a oltre 25.000 mq, i 12 negozi sviluppano un fatturato di circa 140 milioni di Euro e vantano una redditività positiva e superiore alla media di mercato, anche grazie ad un format moderno e vincente e a location strategiche in alcuni dei più importanti centri commerciali siciliani.

Il prezzo pattuito per l'acquisto della partecipazione nella newco è stato pari a 17,4 milioni di Euro, di cui 6 milioni di Euro corrisposti al closing, 6 milioni a distanza di 12 mesi e 5,4 milioni dopo ulteriori 12 mesi. Parallelamente Unieuro ha annunciato l'intenzione di avvalersi della piattaforma logistica di Pistone S.p.A., anch'essa sita in Carini, con l'obiettivo di trasformarla nell'hub secondario della catena a diretto servizio della piattaforma centrale di Piacenza.

Eventi successivi alla chiusura dell'esercizio

Il perfezionamento dell'operazione Pistone

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

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

L'apertura di ulteriori 5 Unieuro by Iper

Il 14 marzo 2019 sono stati inaugurati 5 nuovi shop-in-shop in altrettanti ipermercati Iper, la Grande i. Il numero di punti vendita a marchio Unieuro by Iper ha così raggiunto le 19 unità.

L'App Unieuro si arricchisce grazie alla "realtà aumentata"

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

Proposta di destinazione degli utili e distribuzione del dividendo

Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha deliberato di sottoporre all'Assemblea degli Azionisti convocata il 18 giugno 2019 la destinazione dell'utile d'esercizio della



Capogruppo Unieuro S.p.A., pari a 28,2 milioni di Euro così come risultante dal bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2019, a riserva straordinaria disponibile e distribuibile per 6,8 milioni di Euro e a distribuzione di dividendi per complessivi 21,4 milioni.

Nel dettaglio il dividendo proposto ammonta a 1,07 Euro per azione ed esprime un payout del 50,1% del Risultato Netto Adjusted, in perfetta coerenza con la Politica dei Dividendi deliberata in data 1° marzo 2017 ed aggiornata lo scorso 10 gennaio 2019.

Il dividendo, che implica un rendimento cedolare⁶ molto significativo e pari al 7,7%, verrà posto in pagamento il 26 giugno 2019 (con data stacco cedola il 24 giugno 2019, in conformità al calendario di Borsa Italiana, e record date il 25 giugno 2019), in un'unica soluzione.

Convocazione dell'Assemblea Ordinaria

Il Consiglio di Amministrazione ha stabilito la convocazione dell'Assemblea Ordinaria degli Azionisti per il 18 giugno 2019 in unica convocazione, alle ore 14.30 a Forlì presso il Palazzo Orsi Mangelli, in Corso Diaz 43/45.

Oltre a quanto già sopra indicato, l'Assemblea sarà chiamata a deliberare in merito al bilancio d'esercizio al 28 febbraio 2019 e alla prima sezione della relazione sulla remunerazione, nonché a nominare il Consiglio di Amministrazione e il presidente dello stesso, previa determinazione del numero dei componenti e della durata in carica, oltre alla determinazione del relativo compenso e il Collegio Sindacale, ivi compreso il presidente, e il compenso spettante ai membri effettivi dello stesso per gli esercizi 2019/20, 2020/21 e 2021/22.

Evoluzione prevedibile della gestione

Per l'esercizio 2019/20 Unieuro si attende un mercato sostanzialmente stabile a valore, influenzato da fattori macroeconomici e da possibili evoluzioni normative. A fronte di un comparto online atteso ancora in crescita, sebbene a velocità normalizzata, lo scenario macroeconomico impatterà maggiormente il retail fisico.

Unieuro intende portare avanti la strategia di sviluppo fin qui perseguita con successo, con un approccio commerciale omnicanale efficace ma attento alla marginalità, un ancor maggior focus sui Servizi e un robusto piano di espansione selettiva e di contestuale razionalizzazione della rete. Parallelamente, la Società continuerà a monitorare il mercato e a valutare le opportunità di crescita esterna utili a raggiungere un sempre maggiore grado di capillarità ed efficienza distributiva.



* * *

Il presente comunicato potrebbe contenere elementi previsionali su eventi e risultati futuri di Unieuro che sono basati sulle attuali aspettative, stime e proiezioni circa il settore in cui Unieuro opera e sulle attuali opinioni del management. Tali elementi hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. Si evidenzia che i risultati effettivi potrebbero differire in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori tra cui: condizioni economiche globali, impatto della concorrenza, sviluppi politici, economici e regolatori in Italia.

* * *

Ad oggi non è stata ancora completata l'attività di revisione del progetto di bilancio dell'esercizio 2018/19 e del bilancio consolidato 2018/19 di Unieuro.

* * *

Unieuro S.p.A.

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

Sito web istituzionale: www.unieurospa.com

LinkedIn: www.linkedin.com/company/unieuro

Contatti:

Investor Relations

Andrea Moretti

Investor Relations & Corporate
Communications Director

+39 335 5301205

+39 0543 776769

amoretti@unieuro.com

investor.relations@unieuro.com

Media Relations

iCorporate

Arturo Salerni
+39 335 1222631

Sonia Hason
+39 331 8394343

unieuro@icorporate.it

Tablelle riassuntive:

Conto Economico

(dati in milioni di Euro)

	FY 18/19	%	FY 17/18	%
Ricavi	2,104.5		1,873.8	
Ricavi	2,104.5	--	1,873.8	-
Acquisto merci - Variazione delle rimanenze	(1,635.7)	(77.7%)	(1,459.2)	(77.9%)
Costi per Affitti	(71.5)	(3.4%)	(64.1)	(3.4%)
Costi di Marketing	(50.0)	(2.4%)	(50.4)	(2.7%)
Costi di Logistica	(54.0)	(2.6%)	(42.8)	(2.3%)
Altri Costi	(64.1)	(3.0%)	(57.8)	(3.1%)
Costi del personale	(169.9)	(8.1%)	(156.3)	(8.3%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(2.1)	(0.1%)	(2.1)	(0.1%)
EBITDA Reported	57.2	2.7%	41.0	2.2%
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	8.4	0.4%	19.9	1.1%
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	7.9	0.4%	8.0	0.4%
EBITDA adjusted	73.6	3.5%	68.9	3.7%
Ammortamenti e Svalutazioni	(27.2)	(1.3%)	(21.7)	(1.2%)
Oneri/proventi finanziari	(4.2)	(0.2%)	(4.5)	(0.2%)
Risultato ante imposte Adjusted	42.2	2.0%	42.7	2.3%
Imposte sul reddito	1.9	0.1%	(0.7)	(0.0%)
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	(1.4)	(0.1%)	(2.6)	(0.1%)
Risultato netto Adjusted	42.7	2.0%	39.4	2.1%
<i>Oneri/proventi non ricorrenti</i>	(8.4)	(0.4%)	(19.9)	(1.1%)
<i>Ammortamenti e Svalutazioni non ricorrenti</i>	(0.3)	(0.0%)	--	--
<i>Oneri/proventi finanziari non ricorrenti</i>	1.5	0.1%	(3.1)	(0.2%)
<i>Cambiamento del modello di Business</i>	(7.9)	(0.4%)	(8.0)	(0.4%)
<i>Effetto fiscale teorico per oneri/proventi non ricorrenti</i>	1.4	0.1%	2.6	0.1%
Risultato netto Adjusted	28.9	1.4%	11.0	0.6%

Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	28 Feb. 2019	28 Feb. 2018
Crediti Commerciali	41.3	39.6
Rimanenze	362.3	313.5
Debiti Commerciali	(468.5)	(411.5)
Capitale Circolante Operativo Netto	(64.8)	(58.4)
Attività per imposte correnti	2.1	3.1
Attività Correnti	19.8	16.2
Passività Correnti	(190.3)	(163.4)
Fondi	(1.3)	(3.0)
Capitale Circolante Netto	(234.6)	(205.4)
Attività non correnti	113.3	99.9
Attività/passività per imposte differite	31.5	27.7
Aviamento	178.0	174.8
Altre attività e passività non correnti	(17.7)	(15.2)
Capitale Investito Netto	70.4	81.7
Indebitamento finanziario Netto	20.5	(4.5)
Patrimonio Netto	(90.9)	(77.2)
Totale Patrimonio netto e Passività finanziarie	(70.4)	(81.7)

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro):

	FY 18/19	FY 17/18
EBITDA Reported	57.2	41.0
Imposte pagate	(0.7)	-
Interessi pagati	(3.2)	(8.8)
Flussi di cassa generato/(assorbito) dall'attività operativa	27.8	51.6
Altre variazioni	1.3	1.4
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	82.3	85.2
Acquisto di attività materiali	(30.2)	(28.4)
Acquisto di attività immateriali	(8.0)	(8.8)
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	6.0	(5.6)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(5.6)	(14.5)
Apporto cassa da acquisizione	-	0.2
Levered Free Cash Flow	44.6	28.1
Oneri/proventi non ricorrenti	8.0	16.8
Investimenti non ricorrenti	17.0	25.8
Altri flussi di cassa non ricorrenti	(0.8)	(4.0)
Adjusted Levered free cash flow	68.7	66.7
Oneri/proventi non ricorrenti	(7.2)	(12.8)
Investimenti non ricorrenti	(17.0)	(25.8)
Distribuzione dividendi	(20.0)	(20.0)
Debiti acquisizione Monclick e rami di azienda	-	(11.6)
Altre variazioni	0.4	1.0
Indebitamento Finanziario netto	25.0	(2.5)