

## UNIEURO S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA I RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI DELL'ESERCIZIO 2023/24<sup>i</sup>

- **Nel terzo trimestre 2023/24, EBIT Adjusted<sup>1</sup> di 10,9 milioni di euro, in crescita del 31,5%** rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio, mostrando una significativa accelerazione rispetto ai trimestri precedenti, grazie all'attenta politica di gestione dei margini e al rilevante piano di razionalizzazione dei costi finalizzato a preservare la redditività, nonostante una riduzione dei ricavi del 7,8%. Significativa, ad esempio, la contrazione dell'11%<sup>2</sup> registrata dal mercato dell'elettronica di consumo in occasione della settimana del Black Friday.
- **Nei primi nove mesi dell'esercizio 2023/24**
  - **Ricavi: 1.926,5 milioni di euro** rispetto a 2.048,6 milioni del periodo corrispondente del precedente esercizio, in relazione al contesto macroeconomico e alla contrazione registrata da alcune categorie di prodotto che avevano visto anni di crescita record.
  - **EBIT Adjusted: 15,5 milioni di euro** rispetto a 21,2 milioni nel corrispondente periodo 2022/23, per effetto del consistente miglioramento realizzato nel terzo trimestre, che consente di compensare parzialmente l'andamento dei primi tre mesi dell'esercizio.
  - **Cassa netta<sup>3</sup>: 104,0 milioni di euro** rispetto a 124,4 milioni di inizio esercizio, dopo il pagamento di dividendi per 9,8 milioni e l'esborso di 4,5 milioni relativo alla sottoscrizione del contratto per l'acquisizione di Covercare.
- **Outlook 2023/24:** a conclusione della stagione natalizia, ricavi attesi nel range 2,65-2,70 miliardi di euro; confermate le guidance di Ebit Adjusted nell'intorno di 35 milioni di euro e di cassa netta nel range di 20-40 milioni a fine esercizio, a seguito del closing dell'acquisizione di Covercare.

Forlì, 12 gennaio 2024 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (Euronext STAR Milan: UNIR), il leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, riunitosi oggi sotto la presidenza di Stefano Meloni, ha esaminato e approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2023.

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, Amministratore Delegato di Unieuro, dichiara:

*“In un mercato ancora condizionato dal rallentamento della domanda e dalla pressione promozionale, siamo soddisfatti del consistente miglioramento dei risultati del terzo trimestre, a dimostrazione dell'efficacia di tutte le azioni messe in atto.*

*Siamo sempre più determinati nel realizzare gli obiettivi del nostro Piano Strategico: continuare ad offrire ai nostri clienti la miglior esperienza di acquisto del mercato e accelerare la crescita nei servizi e nella redditività, grazie anche alla recente acquisizione di Covercare.”*

<sup>i</sup> In applicazione del principio contabile IFRS 5, gli indicatori economici, patrimoniali e i flussi di cassa del trimestre e dei nove mesi chiusi al 30 novembre 2023 non includono il contributo di Monclick S.r.l. in liquidazione; pertanto, ove previsto, si è provveduto a riesporre i dati comparativi del precedente periodo. Per ulteriori dettagli, si rimanda al Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2023.

Nel terzo trimestre dell'esercizio 2023/24 **il mercato dell'elettronica di consumo ha registrato un'ulteriore flessione**, dopo avere subito gli effetti del contesto macroeconomico - caratterizzato dall'incremento del costo della vita - e della contrazione della domanda di alcune categorie di prodotto connessa alla crescita record degli anni precedenti. In particolare, nella settimana del Black Friday (dal 20 al 26 novembre 2023), il controvalore del mercato è risultato in riduzione dell'11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Analogamente le settimane precedenti sono state in flessione, determinando un mese di novembre, tradizionalmente molto importante per il settore, che non risolveva il trend dell'anno in corso del mercato della tecnologia di consumo.

Unieuro ha rivisto la durata della campagna promozionale rispetto all'anno precedente e mantenuto un **focus sulle categorie di prodotto strategiche e sui canali di vendita a maggiore marginalità**. La campagna promozionale "Black Friday Bello Bello" ha proposto alla clientela un susseguirsi di panieri di prodotti scontati con vendite, nella settimana finale, trainate dal segmento entertainment. Nel corso del trimestre, la Società ha dato seguito all'importante **piano di razionalizzazione dei costi a tutti i livelli delle leve operative**.

Queste azioni hanno consentito di raggiungere una redditività operativa in crescita del 31,5% rispetto al trimestre comparabile 2022/23, a fronte di una riduzione dei ricavi del 7,8%.

Nei primi nove mesi 2023/24, l'Ebit Adjusted è stato di 15,5 milioni di euro rispetto a 21,2 milioni nel periodo comparabile del precedente esercizio, nonostante la riduzione del fatturato del 6,0%.

La Cassa netta è di 104,0 milioni di euro rispetto a 124,4 milioni di inizio esercizio, dopo l'erogazione dei dividendi per 9,8 milioni nel mese di giugno e l'esborso di 4,5 milioni in relazione alla sottoscrizione del contratto per l'acquisizione di Covercare nel mese di ottobre.

## PIANO STRATEGICO "BEYOND OMNI-JOURNEY"

Nel corso del terzo trimestre 2023/24, importanti iniziative sono state realizzate in esecuzione del Piano 2024-2028 "Beyond Omni-Journey", con riferimento sia all'ambito del pilastro strategico "Beyond Trade" sia all'ottimizzazione di costi operativi.

### Closing dell'acquisizione di Covercare

In data 4 dicembre 2023, Unieuro ha comunicato il closing dell'acquisizione dell'intero capitale sociale di Covercare S.p.A., player di riferimento in Italia nel mercato dei servizi di riparazione di telefoni cellulari, di altri dispositivi portatili e di elettrodomestici, oltre che nell'installazione di climatizzatori e caldaie e nei servizi di Assistenza per la Casa. Facendo seguito alla determinazione della posizione finanziaria netta provvisoria, il prezzo è di 72,5 milioni di euro, inclusa la cassa di 12,5 milioni di euro, che sarà oggetto di aggiustamento in funzione della cassa effettiva. In aggiunta, è previsto il pagamento di un importo fino a 10 milioni di euro, a titolo di *earn-out*, entro il 30 giugno 2026.

### **Partnership strategica con Kasanova**

In data 4 ottobre 2023, la Società ha comunicato la sottoscrizione di un accordo con Kasanova, primo player italiano nella vendita di casalinghi e articoli per la casa, che prevede la creazione di una rete di shop in shop Kasanova all'interno dei punti vendita Unieuro. L'operazione consente di rafforzare ed ampliare la proposta commerciale nel segmento *homeware*.

### **Accordo con Google Italy**

In data 4 ottobre 2023, Unieuro ha comunicato un accordo di collaborazione con Google Italy che prevede la commercializzazione dei nuovi dispositivi dell'ecosistema Pixel dal 12 ottobre 2023 nei punti vendita Unieuro e sul portale [www.unieuro.it](http://www.unieuro.it), supportata da un imponente piano di comunicazione omnicanale.

### **Private Label**

Nel corso del trimestre, tra le iniziative nell'ambito della private label, è stato completamente rinnovato l'assortimento degli accessori della telefonia, agendo anche sul packaging con l'adozione di cartoncino in FSC. La Società ha lavorato inoltre al prossimo lancio della nuova linea di prodotti tecnologici con il nuovo marchio IOPLÉE.

### **Copertura prezzo dell'energia elettrica**

In data 4 ottobre 2023, Unieuro ha comunicato la sottoscrizione di un CFD (*Contract For Differences*) sul prezzo dell'energia elettrica della durata di tre anni, a decorrere dal 1° ottobre 2023, su un quantitativo di almeno 36 GWh/anno, corrispondente a circa il 60% del fabbisogno energetico annuale. L'accordo consente di ridurre l'esposizione alla volatilità dei prezzi di mercato, in un periodo di alta volatilità delle tariffe e di persistenti tensioni geopolitiche globali.

### **Liquidazione di Monclick**

In data 24 ottobre 2023, nell'ambito di un processo di razionalizzazione della struttura societaria, l'assemblea degli azionisti di Monclick S.r.l., società controllata al 100%, ha approvato la liquidazione della società e nominato il liquidatore. Nei primi nove mesi dell'esercizio 2023/24 il Risultato ante imposte delle attività operative cessate è di negativi 20,1 milioni di euro e accoglie il risultato del periodo della controllata in liquidazione, gli effetti della valutazione al fair value delle attività e i costi connessi alla procedura.

## **RICAVI DEI PRIMI NOVE MESI 2023/24**

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2023/2024, Unieuro ha conseguito ricavi di 1.926,5 milioni di euro, rispetto a 2.048,6 milioni consuntivati nel corrispondente periodo dell'esercizio precedente (-6,0%). La decrescita dei ricavi, in termini di categoria merceologica, è sostanzialmente attribuibile al segmento Brown, che risente della contrazione della domanda collegata alla forte crescita registrata negli anni precedenti spinta dagli incentivi fiscali e dallo switch off delle frequenze televisive.

L'evoluzione dei Ricavi like-for-like<sup>4</sup> - ovvero la comparazione delle vendite con quelle del corrispondente periodo dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo - si è attestata a -7,0%.

Nel terzo trimestre 2023/24 i ricavi sono stati di 727,0 milioni di euro, in riduzione del 7,8% rispetto a 788,5 milioni del corrispondente periodo del precedente esercizio.

### **Unieuro S.p.A.**

Sede legale e amministrativa: Palazzo Hercolani  
via Piero Maroncelli, 10 - 47121 Forlì (FC)

unieurospa.com | unieuro.it  
linkedin.com/company/unieuro

### Ricavi per canale di vendita

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2023	%	30 novembre 2022	%	Δ	%
Retail	1.343,1	69,7%	1.436,2	70,1%	(93,1)	(6,5%)
Online	318,0	16,5%	352,5	17,2%	(34,5)	(9,8%)
Indiretto	179,4	9,3%	175,7	8,6%	3,6	2,1%
B2B	86,0	4,5%	84,3	4,1%	1,7	2,1%
<b>Totale ricavi per canale</b>	<b>1.926,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.048,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>(122,2)</b>	<b>(6,0%)</b>

Il **canale Retail** (69,7% dei ricavi totali) - che al 30 novembre 2023 era composto da 272 punti vendita diretti, inclusi gli shop-in-shop Unieuro by Iper e i punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane (ex canale Travel) - ha registrato ricavi di 1.343,1 milioni di euro, in riduzione del 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. La variazione del canale riflette il trend del mercato dell'elettronica di consumo che sconta gli effetti della contrazione della domanda relativa alla categoria Brown e Information Technology, parzialmente compensata dalla performance positiva dei comparti *entertainment*, grandi elettrodomestici e telecom.

Il **canale Online** (16,5% dei ricavi totali) - che include le vendite realizzate attraverso la piattaforma unieuro.it - ha generato ricavi per 318,0 milioni di euro, registrando una riduzione del 9,8% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. La variazione del canale, rispetto al periodo comparativo, è principalmente attribuibile alle categorie Brown e Grey, compensata dalla crescita dei grandi elettrodomestici e dell'*entertainment*.

Il **canale Indiretto** (9,3% dei ricavi totali) - che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati per un totale di 254 punti vendita al 30 novembre 2023 - ha consuntivato ricavi per 179,4 milioni di euro, in crescita del 2,1% rispetto ai primi nove mesi del precedente esercizio, attribuibile principalmente al beneficio incrementale delle nuove aperture e degli interventi di rinnovamento della rete di affiliati. In particolare, il terzo trimestre dell'esercizio registra una crescita di fatturato in tutte le categorie merceologiche che ha più che compensato il calo registrato nel segmento Consumer Electronics.

Il **canale B2B** (4,5% 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 ricavi per 86,0 milioni di euro, in aumento del 2,1% rispetto al periodo comparativo dell'esercizio precedente, grazie alla maggiore disponibilità di prodotto.

### Ricavi per categoria merceologica<sup>5</sup>

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2023	%	30 novembre 2022	%	Δ	%
Grey	938,6	48,7%	973,4	47,5%	(34,9)	(3,6%)
White	568,7	29,5%	562,0	27,4%	6,7	1,2%
Brown	200,5	10,4%	311,8	15,2%	(111,3)	(35,7%)
Altri prodotti	104,1	5,4%	89,9	4,4%	14,3	15,9%
Servizi	114,5	5,9%	111,5	5,4%	3,0	2,7%
<b>Totale ricavi per categoria</b>	<b>1.926,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.048,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>(122,2)</b>	<b>(6,0%)</b>

La categoria **Grey** (48,7% dei ricavi totali), costituita da telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili, ha riportato un fatturato di 938,6 milioni di euro, in riduzione del 3,6% rispetto al periodo comparativo del precedente esercizio. La categoria continua a risentire dell'assestamento dei consumi del segmento Information Technology, per effetto della contrazione della domanda a seguito della pandemia, oltre che, dopo anni di crescita, di un lieve calo del comparto telefonia.

La categoria **White** (29,5% dei ricavi totali), rappresentata 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 568,7 milioni di euro, in crescita dell'1,2% rispetto al periodo comparativo. Le vendite nei primi nove mesi dell'esercizio sono state trainate dal buon andamento del comparto grandi elettrodomestici che ha compensato il calo registrato nel segmento del piccolo elettrodomestico e nel comparto *home comfort*.

La categoria **Brown** (10,4% dei ricavi), comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria, ha registrato ricavi per 200,5 milioni di euro, consuntivando una riduzione del 35,7% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio. La diminuzione dei ricavi della categoria è attribuibile alla riduzione della domanda del comparto TV, che aveva beneficiato di vendite straordinarie indotte dallo switch-off delle frequenze televisive nei precedenti due esercizi.

La categoria **Altri prodotti** (5,4% dei ricavi totali), che include sia le vendite del settore entertainment, sia quelle di altri prodotti non compresi nel mercato dell'elettronica di consumo come gli *hoverboard* o le biciclette, ha generato ricavi per 104,1 milioni di euro, in crescita del 15,9% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio. Il segmento *entertainment* registra, anche nel terzo trimestre dell'esercizio 2023/24, una forte crescita legata alla vendita delle gaming console.

La categoria **Servizi** (5,9% dei ricavi totali) ha registrato ricavi per 114,5 milioni di euro, in crescita del 2,7% rispetto ai primi nove mesi del precedente esercizio, grazie al buon andamento dei servizi di erogazione del credito al consumo che compensano il calo registrato nei servizi di installazione.

Nei primi nove mesi dell'esercizio, i ricavi della **private label**, trasversali a diverse categorie di prodotto, sono stati di 84,0 milioni di euro, in crescita del 10,1% rispetto al periodo corrispondente dell'esercizio 2022/23.

## Redditività operativa

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2023			30 novembre 2022			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi	1.926,5			2.048,6			(122,2)	(6,0%)
<b>Ricavi delle vendite</b>	<b>1.926,5</b>			<b>2.048,6</b>			<b>(122,2)</b>	<b>(6,0%)</b>
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.518,7)	(78,8%)	3,8	(1.611,1)	(78,6%)	-	92,4	(5,7%)
Costi di Marketing	(28,8)	(1,5%)	-	(34,0)	(1,7%)	0,2	5,2	(15,2%)
Costi di Logistica	(60,1)	(3,1%)	0,5	(62,8)	(3,1%)	0,1	2,7	(4,3%)
Altri costi	(71,8)	(3,7%)	2,5	(90,1)	(4,4%)	4,1	18,3	(20,3%)
Costi del Personale	(149,7)	(7,8%)	0,2	(150,8)	(7,4%)	0,5	1,1	(0,7%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,8)	(0,2%)	-	(4,9)	(0,2%)	0,6	1,1	(22,7%)
Ricavi per servizi di estensioni di garanzia al netto dei relativi costi futuri stimati per la prestazione del servizio di assistenza - cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta	1,7	0,1%	1,7	4,4	0,2%	4,4	(2,7)	(60,6%)
<b>EBITDA Adjusted</b>	<b>95,4</b>	<b>5,0%</b>	<b>8,7</b>	<b>99,4</b>	<b>4,9%</b>	<b>9,9</b>	<b>(4,0)</b>	<b>(4,0%)</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(80,0)	(4,2%)	-	(78,1)	(3,8%)	0,6	(1,8)	2,3%
<b>EBIT Adjusted</b>	<b>15,5</b>	<b>0,8%</b>	<b>8,7</b>	<b>21,2</b>	<b>1,0%</b>	<b>10,5</b>	<b>(5,7)</b>	<b>(26,9%)</b>

I primi nove mesi dell'esercizio 2023/24 presentano un **EBIT Adjusted** di 15,5 milioni di euro contro 21,2 milioni nel corrispondente periodo del precedente esercizio.

Il **gross profit** registra una variazione negativa di 32,4 milioni di euro rispetto al periodo chiuso al 30 novembre 2022, con un'incidenza sui ricavi del 21,3% (21,6% nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2022) riconducibile principalmente alla riduzione dei volumi di vendita e ad un mix di brand/prodotto meno favorevole. Il gross profit del terzo trimestre registra un'incidenza sui ricavi in miglioramento dell'1,0% rispetto al terzo trimestre dell'esercizio precedente, nonostante la flessione dei volumi, grazie al focus sulle categorie di prodotto strategiche e sui canali di vendita a maggiore marginalità.

I **costi di Marketing** risultano in diminuzione di 5,2 milioni di euro, con un'incidenza sui ricavi dell'1,5% (1,7% nel periodo chiuso al 30 novembre 2022), grazie ad un'attenta gestione dei costi e a un differente mix delle iniziative di marketing.

I **costi di Logistica** registrano un decremento di 2,7 milioni di euro rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, in relazione ai minori volumi di vendita, con un'incidenza sui ricavi del 3,1%, invariata rispetto al periodo chiuso al 30 novembre 2022.

La voce **Altri costi** si riduce di 18,3 milioni di euro rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi del 3,7% (4,4% nei primi nove mesi dell'esercizio 2022/23). In continuità con i trimestri precedenti, si registra una significativa riduzione del costo dell'energia elettrica dovuta al calo del prezzo medio di mercato della componente energia e, in misura minore, alla riduzione dei consumi registrati grazie agli

### Unieuro S.p.A.

Sede legale e amministrativa: Palazzo Hercolani  
via Piero Maroncelli, 10 - 47121 Forlì (FC)

unieurospa.com | unieuro.it  
linkedin.com/company/unieuro



interventi di efficientamento energetico e ai minori costi di installazione legati alla diminuzione dei volumi di vendita degli impianti di climatizzazione.

I **costi del personale** registrano una riduzione di 1,1 milioni di euro, principalmente riconducibile ad un'ottimizzazione del personale della rete vendita. L'incidenza sui ricavi è del 7,8% nel periodo chiuso al 30 novembre 2022 (7,4% nel corrispondente periodo del precedente esercizio).

Gli **ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni** ammontano a 80,0 milioni di euro, in crescita di 1,8 milioni rispetto ai nove mesi chiusi al 30 novembre 2022, principalmente attribuibile agli ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali per effetto degli investimenti in *information technology* realizzati nel corso dei precedenti esercizi.

### **Risultato prima delle imposte Adjusted<sup>6</sup>**

(in milioni e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al							
	30 novembre 2023			30 novembre 2022				
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche	Δ	%
<b>EBIT Adjusted</b>	<b>15,5</b>	<b>0,8%</b>	<b>8,7</b>	<b>21,2</b>	<b>1,0%</b>	<b>10,5</b>	<b>(5,7)</b>	<b>(26,9%)</b>
Proventi e oneri finanziari	(8,0)	(0,4%)	-	(9,6)	(0,5%)	0,1	1,6	(16,8%)
<b>Risultato prima delle imposte Adjusted</b>	<b>7,5</b>	<b>0,4%</b>	<b>8,7</b>	<b>11,6</b>	<b>0,6%</b>	<b>10,5</b>	<b>(4,1)</b>	<b>(35,1%)</b>

Il **Risultato prima delle imposte Adjusted** è stato di 7,5 milioni di euro (11,6 milioni nel periodo chiuso al 30 novembre 2022). La variazione è riconducibile all'andamento registrato dall'EBIT Adjusted.

### **Investimenti**

Gli **investimenti** pagati nel periodo chiuso al 30 novembre 2023 ammontano a 29,3 milioni di euro (33,9 milioni nei nove mesi chiusi al 30 novembre 2022) e sono principalmente riconducibili a interventi per lo sviluppo della rete di negozi diretti e a investimenti in *information technology*, tra cui l'adozione delle etichette elettroniche.

### **Posizione Finanziaria Netta**

Al 30 novembre 2023, Unieuro ha registrato una posizione di **Cassa netta** di 104,0 milioni di euro, al netto del dividendo erogato nel mese di giugno (9,8 milioni) e dell'esborso di 4,5 milioni di euro a seguito della sottoscrizione del contratto di acquisizione di Covercare, rispetto a 124,4 milioni al 28 febbraio 2023.

Il **Free Cash Flow Adjusted<sup>7</sup>** è stato di 3,6 milioni di euro nei nove mesi dell'esercizio in corso, in riduzione rispetto a 29,6 milioni principalmente per effetto dei minori flussi generati dalla gestione operativa.

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La persistenza di un difficile scenario macroeconomico e dei suoi effetti sul potere di acquisto delle famiglie hanno condizionato la campagna promozionale del Black Friday e la stagione natalizia. In questo contesto, i ricavi per l'esercizio in corso sono ora attesi in un range di 2,65-2,70 miliardi di euro. Grazie alle iniziative in corso dirette a preservare la marginalità del Gruppo, è confermato l'EBIT Adjusted nell'intorno di 35 milioni di euro, così come la Cassa netta in un range di 20-40 milioni a fine esercizio.

Le guidance includono la neoacquisita Covercare, consolidata dalla data del closing del 4 dicembre 2023.

Unieuro resta totalmente focalizzata sull'esecuzione del Piano Strategico "Beyond Omni-Journey" diretto a consolidare la propria leadership, attraverso il rafforzamento del posizionamento distintivo omnicanale, l'arricchimento continuo della *customer experience* e lo sviluppo del "Beyond Trade", chiave per assicurare nel tempo la crescita della redditività e la creazione di valore a beneficio di tutti gli Stakeholder.

\* \* \*

*Per la trasmissione e lo stoccaggio delle Informazioni Regolamentate Unieuro S.p.A. si avvale del sistema di diffusione EMARKET SDIR e del meccanismo di stoccaggio EMARKET Storage disponibile all'indirizzo [www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com), gestiti da Teleborsa S.r.l. - con sede Piazza di Priscilla, 4 - Roma - a seguito dell'autorizzazione e delle delibere CONSOB n. 22517 e 22518 del 23 novembre 2022.*

\* \* \*

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Marco Deotto dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. N. 58 del 1998, che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

\* \* \*

*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.*

\* \* \*

### **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 280), punti vendita affiliati (circa 260) e piattaforma digitale [unieuro.it](http://unieuro.it). L'azienda ha sede a Forlì, dispone di una piattaforma logistica centrale a Piacenza e conta su uno staff di circa 5.700 dipendenti. Quotata sull'Euronext STAR Milan dal 2017, Unieuro ha registrato ricavi per 2,9 miliardi di euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023.*

### **Contatti:**

#### **Investor Relations**

##### **Gianna La Rana**

Investor Relations Director

+39 347 9004856

[glarana@unieuro.com](mailto:glarana@unieuro.com)

[investor.relations@unieuro.com](mailto:investor.relations@unieuro.com)

#### **Media Relations**

##### **Moccagatta Associati**

+39 02 8645.1695 / 02 8645.1419

[segreteria@moccagatta.it](mailto:segreteria@moccagatta.it)

### **Unieuro S.p.A.**

Sede legale e amministrativa: Palazzo Hercolani  
via Piero Maroncelli, 10 - 47121 Forlì (FC)

[unieurospa.com](http://unieurospa.com) | [unieuro.it](http://unieuro.it)  
[linkedin.com/company/unieuro](https://www.linkedin.com/company/unieuro)



## Table riassuntive<sup>8</sup>

### Conto Economico

(dati in milioni di Euro)

	FY2024 YTD				FY2023 YTD				% Var. (Adjusted)
	Adjusted	%	Reported	%	Adjusted	%	Reported	%	
<b>Ricavi</b>	<b>1.926,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.926,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.048,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.048,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>(6,0%)</b>
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.516,9)	(78,7%)	(1.522,5)	(79,0%)	(1.606,7)	(78,4%)	(1.611,1)	(78,6%)	(5,6%)
<b>Margine lordo</b>	<b>409,6</b>	<b>21,3%</b>	<b>404,0</b>	<b>21,0%</b>	<b>442,0</b>	<b>21,6%</b>	<b>437,6</b>	<b>21,4%</b>	<b>(7,3%)</b>
Costi del personale	(149,7)	(7,8%)	(149,9)	(7,8%)	(150,8)	(7,4%)	(151,3)	(7,4%)	(0,7%)
Costi di logistica	(60,1)	(3,1%)	(60,6)	(3,1%)	(62,8)	(3,1%)	(62,9)	(3,1%)	(4,3%)
Costi di marketing	(28,8)	(1,5%)	(28,8)	(1,5%)	(34,0)	(1,7%)	(34,2)	(1,7%)	(15,2%)
Altri costi	(71,8)	(3,7%)	(74,3)	(3,9%)	(90,1)	(4,4%)	(94,2)	(4,6%)	(20,4%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,8)	(0,2%)	(3,8)	(0,2%)	(4,9)	(0,2%)	(5,5)	(0,3%)	(22,7%)
<b>Risultato operativo lordo (EBITDA)</b>	<b>95,5</b>	<b>5,0%</b>	<b>86,7</b>	<b>4,5%</b>	<b>99,4</b>	<b>4,9%</b>	<b>89,5</b>	<b>4,4%</b>	<b>(3,9%)</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(80,0)	(4,2%)	(80,0)	(4,2%)	(78,1)	(3,8%)	(78,7)	(3,8%)	2,3%
<b>Risultato operativo netto (EBIT)</b>	<b>15,5</b>	<b>0,8%</b>	<b>6,7</b>	<b>0,3%</b>	<b>21,2</b>	<b>1,0%</b>	<b>10,7</b>	<b>0,5%</b>	<b>(26,9%)</b>
Oneri/proventi finanziari	(8,0)	(0,4%)	(8,0)	(0,4%)	(9,6)	(0,5%)	(9,7)	(0,5%)	(16,8%)
<b>Risultato ante imposte delle attività continuative</b>	<b>7,5</b>	<b>0,4%</b>	<b>(1,2)</b>	<b>(0,1%)</b>	<b>11,6</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,1</b>	<b>0,1%</b>	<b>(35,1%)</b>
Risultato ante imposte delle attività operative cessate	0,0	0,0%	(20,1)	(1,0%)	0,0	0,0%	(2,6)	(0,1%)	na
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>7,5</b>	<b>0,4%</b>	<b>(21,4)</b>	<b>(1,1%)</b>	<b>11,6</b>	<b>0,6%</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(0,1%)</b>	<b>(35,1%)</b>

## Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	30 Nov. 2023	28 Feb. 2023
Crediti commerciali	76,2	66,1
Rimanenze	503,5	446,0
Debiti commerciali	(636,9)	(597,3)
<b>Capitale Circolante Operativo Netto</b>	<b>(57,3)</b>	<b>(85,2)</b>
Attività e passività per imposte correnti	4,7	4,2
Attività correnti	18,8	22,5
Passività correnti	(306,3)	(280,3)
Fondi	(2,0)	(1,1)
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(342,0)</b>	<b>(339,9)</b>
Attività materiali e immateriali	129,0	126,3
Attività per diritto d'uso	393,7	422,7
Attività /passività per imposte differite	41,2	41,2
Avviamento	188,9	196,1
Altre attività e passività non correnti	6,3	1,3
Totale capitale investito delle attività operative cessate	(6,3)	0,0
<b>Totale capitale investito</b>	<b>410,8</b>	<b>447,6</b>
Indebitamento finanziario netto	104,0	124,4
Passività per leasing	(419,4)	(447,5)
<b>Indebitamento finanziario netto (IFRS 16)</b>	<b>(315,4)</b>	<b>(323,1)</b>
<b>Indebitamento finanziario netto (IFRS 16) delle attività operative cessate</b>	<b>0,3</b>	<b>0,0</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>(95,7)</b>	<b>(124,5)</b>
<b>Totale Patrimonio netto e Passività fin.</b>	<b>(410,8)</b>	<b>(447,6)</b>

## Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro)

	9M FY24	9M FY23	% Var.
<b>Reddito operativo lordo rep. (EBITDA rep.)</b>	<b>86,7</b>	<b>87,3</b>	<b>(0,7%)</b>
Imposte pagate	-	-	na
Interessi pagati	(8,1)	(9,0)	(9,5%)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione operativa	(2,7)	25,0	(110,9%)
Altre variazioni	0,8	1,9	(58,2%)
<b>Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa</b>	<b>76,7</b>	<b>105,2</b>	<b>(27,2%)</b>
Acquisto di attività materiali	(19,4)	(16,5)	17,3%
Acquisto di attività immateriali	(10,0)	(11,4)	(12,6%)
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	0,1	(6,0)	(101,6%)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	(4,5)	(0,1)	4400,0%
<b>Free Cash Flow</b>	<b>42,9</b>	<b>71,2</b>	<b>(39,8%)</b>
Rettifiche non monetarie degli oneri/(proventi) non ricorrenti	6,1	2,5	142,8%
Investimenti non ricorrenti	4,5	1,8	150,0%
Altri flussi di cassa non correnti	-	-	na
<b>Adjusted Free Cash Flow (IFRS 16)</b>	<b>53,5</b>	<b>75,6</b>	<b>(29,1%)</b>
Locazioni IFRS16	(49,9)	(46,0)	8,6%
<b>Adjusted Free Cash Flow</b>	<b>3,6</b>	<b>29,6</b>	<b>(87,8%)</b>
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	(6,1)	(2,5)	142,8%
Debiti per acquisizioni	(4,5)	(1,8)	150,0%
Dividendi	(9,8)	(27,1)	(63,7%)
Piano di incentivazione a lungo termine	-	-	na
Altri flussi di cassa non correnti	0,1	(0,7)	(114,3%)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalle attività operative cessate	(3,6)	-	na
<b>Δ Indebitamento finanziario netto</b>	<b>(20,4)</b>	<b>(2,6)</b>	<b>692,6%</b>
<b>Δ Indebitamento finanziario netto delle attività operative cessate</b>	<b>0,3</b>	<b>-</b>	<b>na</b>

<sup>1</sup> L'**EBIT Adjusted** 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.

<sup>2</sup> Fonte GfK.

<sup>3</sup> L'**Indebitamento (Cassa) finanziario netto** (o **Posizione finanziaria netta**) è dato dalla differenza tra i debiti finanziari – al netto delle Passività per diritti d'uso (IFRS 16) - e le disponibilità liquide.

<sup>4</sup> La **crescita dei Ricavi like-for-like** è calcolata includendo: (i) i negozi retail e travel operativi da almeno un intero esercizio alla data di chiusura del periodo di riferimento, al netto dei punti vendita interessati da una significativa discontinuità operativa (es. chiusure temporanee e refurbishment di importanti dimensioni) e (ii) l'intero canale online.

<sup>5</sup> La segmentazione delle vendite per categoria merceologica è effettuata sulla base della classificazione adottata dai principali esperti del settore. Si segnala pertanto che la classificazione dei ricavi per categoria viene periodicamente rivista al fine di garantire la comparabilità dei dati di Unieuro con quelli di mercato.

<sup>6</sup> Il **Risultato prima delle imposte Adjusted** è calcolato come Risultato prima delle imposte Consolidato aggiustato (i) delle rettifiche incorporate nel Consolidated Adjusted EBITDA, (ii) delle rettifiche degli ammortamenti e svalutazioni non ricorrenti e (iii) delle rettifiche degli oneri/(proventi) finanziari non ricorrenti. Si segnala che in data 20 dicembre 2021, il Consiglio di Amministrazione di Unieuro ha approvato una modifica alla Politica di comunicazione delle informazioni finanziarie periodiche su base trimestrale in virtù della quale, a partire dalla stessa data, l'impatto delle imposte dirette è stato escluso dal calcolo delle grandezze economiche e finanziarie nei resoconti intermedi di gestione relativi al primo trimestre e ai primi nove mesi dell'esercizio.

<sup>7</sup> L'**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. L'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.

<sup>8</sup> I Prospetti di Conto Economico, Stato Patrimoniale e Rendiconto finanziario riclassificati al 30 novembre 2023 non sono soggetti a revisione contabile.

Tutti i dati contenuti nel presente comunicato sono consolidati.

I dati economico-finanziari recepiscono l'adozione del principio contabile IFRS 16, entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2019. La Società presenta e commenta tali grandezze, salvo ove diversamente indicato.

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.