

COMUNICATO STAMPA

UNIEURO S.P.A.: OTTIMI RISULTATI NEI PRIMI NOVE MESI DELL'ESERCIZIO 2018/19, TRAINATI DA AZIONI DI CRESCITA E BLACK FRIDAY

- Ricavi record a 1.527,3 milioni di Euro, +15,0% rispetto ai 1.328,4 milioni dei primi nove mesi 2017/18
- EBITDA Adjusted¹ a 43,7 milioni di Euro, +9,9% rispetto ai 39,7 milioni dei primi nove mesi 2017/18
- Risultato netto Adjusted² a 21,0 milioni di Euro, +9,2% rispetto ai 19,2 milioni dei primi nove mesi 2017/18
- Eccezionale generazione di cassa anche grazie al successo della campagna Black Friday: Adjusted levered free cash flow³ a 55,1 milioni di Euro e posizione finanziaria netta positiva per 13,0 milioni
- Ottimismo sui risultati dell'intero esercizio alla luce del confortante andamento del business nel mese di dicembre

Forlì, 10 gennaio 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Unieuro S.p.A. (MTA: UNIR), il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici per numero di punti vendita in Italia, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 novembre 2018.

I primi nove mesi dell'esercizio 2018/19 di Unieuro si sono chiusi con risultati molto positivi. Grazie alle azioni di crescita interna ed esterna intraprese, i ricavi hanno raggiunto nel periodo nuovi livelli record, registrando una crescita del 15% sopra quota 1,5 miliardi di Euro, mentre l'EBITDA Adjusted¹ e il Risultato Netto Adjusted² sono cresciuti rispettivamente a 43,7 milioni di Euro (+9,9%) e a 21,0 milioni (+9,2%). La generazione di cassa, temporaneamente favorita dai forti incassi del Black Friday, si è tradotta in un Adjusted levered free cash flow³ di 55,1 milioni di Euro, permettendo alla Società di chiudere novembre con un avanzo netto di cassa pari a 13,0 milioni di Euro.

¹ 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.

² 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.

³ 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.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro, ha dichiarato: *“In un panorama retail europeo dominato dall’incertezza e costellato da situazioni di crisi, Unieuro ha chiuso i primi nove mesi dell’esercizio con ricavi e flussi di cassa a livelli record e utili in crescita, evidenziando così la bontà del proprio modello di business e l’efficacia delle azioni di sviluppo intraprese, tra cui lo sbarco strategico nella Grande Distribuzione Organizzata”.*

“L’ottimismo e la concretezza sono alla base della nostra azione manageriale e, pur adottando un approccio orientato alla prudenza, riteniamo che l’esercizio che si chiuderà a febbraio porterà ancora soddisfazioni ai nostri azionisti. I robusti risultati commerciali del mese di dicembre, ancorché registrati a valle del Black Friday più forte di sempre, ci confortano e ci permettono di guardare con serenità all’immediato futuro.”

Ricavi al 30 novembre 2018⁴

Nel periodo marzo-novembre 2018, Unieuro ha conseguito Ricavi⁴ pari a 1.527,3 milioni di Euro, in crescita del 15,0% rispetto ai 1.328,4 milioni dello stesso periodo dell’anno precedente, registrando un incremento di 198,9 milioni di Euro.

La dinamica dei ricavi ha beneficiato, oltre che delle azioni di crescita esterna ed interna, dell’accresciuta importanza nel mercato italiano della ricorrenza commerciale del Black Friday, che ha comportato un ulteriore aumento del volume d’affari dell’intero settore nel mese di novembre. Grazie al “Black Roc Friday”, la campagna promozionale dedicata al Black Friday più lunga nella storia di Unieuro, tra il 12 e il 26 novembre 2018 la Società ha registrato ricavi in significativa crescita rispetto al corrispondente periodo del 2017, raggiungendo livelli record su tutti i canali di vendita, sia fisici sia digitali.

A ciò si è sommato il contributo delle acquisizioni, che ha impattato sul perimetro di attività alla luce dell’apertura di 8 negozi ex-Cerioni/Euronics tra dicembre 2017 e gennaio 2018 e dell’inaugurazione di 13 nuovi punti vendita a partire dal mese di settembre 2018, frutto dell’acquisto dei rami d’azienda ex-DPS/Trony ed ex-Galimberti/Euronics.

Un contributo positivo è giunto infine dal forte balzo dei ricavi online, nonché dai nuovi progetti in fase di esecuzione nel canale GDO, che hanno condotto ad un aumento del numero di punti vendita affiliati.

⁴ Dal 1° marzo 2018, Unieuro ha applicato l’IFRS 15 retroattivamente con effetto cumulativo alla data di prima applicazione (ossia, il 1° marzo 2018). Pertanto, le informazioni relative al periodo di confronto non sono state rideterminate, ovvero sono presentate secondo lo IAS 18, lo IAS 11 e le relative interpretazioni. Per maggiori dettagli, si rimanda alla nota 2.5.1 “Cambiamenti dei principi contabili” del Bilancio Consolidato Semestrale Abbreviato approvato in data 14 novembre 2018.

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like**⁵ - ovvero la comparazione delle vendite dei primi nove mesi 2018/19 con quelle dell'analogo periodo dello scorso esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – è positiva e pari al **+5,1%**. 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 **7,6%**.

Si segnala che 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.

Ricavi⁴ per canale di vendita

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2018	%	30 novembre 2017 ⁶	%	Δ	%
Retail	1.064,2	69,7%	930,8	70,1%	133,4	14,3%
Online	173,2	11,3%	128,7	9,7%	44,5	34,6%
Indiretto ⁷	170,5	11,2%	154,9	11,7%	15,6	10,1%
☒	95,7	6,3%	96,4	7,3%	(0,7)	(0,7%)
Travel	23,8	1,6%	17,6	1,3%	6,2	34,9%
Totale ricavi per canale	1.527,3	100,0%	1.328,4	100,0%	198,9	15,0%

Il canale Retail (69,7% dei ricavi totali) - che al 30 novembre 2018 era composto da 226 punti vendita diretti dislocati in aree ritenute commercialmente strategiche e caratterizzati da diverse dimensioni in termini di superficie - ha consuntivato un incremento del 14,3% delle proprie vendite a 1.064,2 milioni di Euro, principalmente per effetto dell'aumento del parco negozi (+18 punti vendita rispetto al 30 novembre 2017) e delle maggiori vendite realizzate sulla rete preesistente, che ha tra l'altro beneficiato di un aumento del traffico.

⁵ 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. Si segnala che la precedente metodologia di calcolo dei Ricavi like-for-like non includeva totalmente il canale online.

⁶ 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.

⁷ Il Canale Indiretto, precedentemente denominato Wholesale, 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.

Il canale Online (11,3% dei ricavi totali) ha generato 173,2 milioni di Euro di ricavi (+34,6%) registrando una crescita di 44,5 milioni rispetto ai primi 9 mesi dell'esercizio precedente. La positiva performance è attribuibile al successo delle iniziative commerciali, tra cui spicca il Black Roc Friday, nonché ai buoni risultati della strategia di crescita sulle categorie di prodotto alto marginanti, in particolare grandi elettrodomestici e televisori, e al costante rilascio di nuove funzionalità e miglioramenti della piattaforma unieuro.it - finalizzati anche ad aumentare il presidio dell'importante segmento *mobile* - indispensabili per fidelizzare i clienti e attrarne al contempo di nuovi. Contribuisce inoltre positivamente ai ricavi Online la controllata Monclick S.r.l., che ha apportato nei nove mesi ricavi per 34,0 milioni di Euro, al netto dei quali la crescita organica delle attività web di Unieuro è stata pari al 30,5%.

Il canale Indiretto⁶ (11,2% delle vendite complessive) - precedentemente denominato Wholesale e che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati e i ricavi prodotti nel segmento della Grande Distribuzione Organizzata attraverso partnership con primari operatori di settore, per un totale di 274 punti vendita - ha registrato ricavi pari a 170,5 milioni di Euro, in crescita del 10,1% rispetto ai 154,9 milioni dei primi 9 mesi del precedente esercizio. I nuovi accordi di affiliazione sottoscritti nel periodo hanno comportato un aumento di 3 unità nel numero di punti vendita rispetto al 30 novembre 2017, a cui si è sommato l'effetto positivo della strategia commerciale adottata dal Gruppo.

Il canale Business-to-Business⁶ (6,3% 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 95,7 milioni di Euro, sostanzialmente in linea con lo stesso periodo del precedente esercizio. L'apporto della controllata Monclick è stato pari a 11,1 milioni di Euro.

Infine, il **canale Travel** (1,6% dei ricavi totali) - composto da 12 punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane - ha registrato ricavi in crescita del 34,9% a 23,8 milioni di Euro grazie anche all'inaugurazione del punto vendita ex-DPS/Trony ubicato presso la stazione metropolitana di Milano San Babila e inaugurato nel mese di ottobre 2018.

Ricavi⁴ per categoria merceologica⁸

	Periodo chiuso al				Variazioni	
	30 novembre 2018	%	30 novembre 2017 ⁸	%	Δ	%
Grey	728,8	47,7%	624,5	47,0%	104,3	16,7%
White	398,7	26,1%	362,9	27,3%	35,7	9,8%
Brown	267,0	17,5%	226,9	17,1%	40,1	17,7%
Altri prodotti	70,6	4,6%	65,7	4,9%	4,9	7,4%
Servizi	62,3	4,1%	48,3	3,6%	13,9	28,8%
Totale ricavi consolidati per categoria	1.527,3	100,0%	1.328,4	100,0%	198,9	15,0%

La categoria **Grey** (47,7% dei ricavi totali) - ovvero macchine fotografiche, videocamere, smartphone, tablet, computer e portatili, monitor, stampanti, accessori per la telefonia nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili - ha generato ricavi per 728,8 milioni di Euro, in aumento del 16,7% rispetto ai 624,5 milioni dei primi 9 mesi 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.

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 398,7 milioni di Euro, in crescita del 9,8% rispetto ai 362,9 milioni dell'anno precedente, grazie al successo della continua strategia di focalizzazione sulle categorie alto marginanti, in cui Unieuro ha confermato la propria leadership di mercato.

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 significativa crescita dei ricavi a quota 267,0 milioni di Euro (+17,7% rispetto ai 226,9 milioni dello stesso periodo dell'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.

⁸ 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.

La categoria **Altri prodotti** (4,6% 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 70,6 milioni di Euro, in crescita del 7,4% rispetto ai primi 9 mesi dello scorso esercizio grazie soprattutto alla buona performance delle console di gioco.

Infine, la categoria **Servizi** (4,1% dei ricavi totali) ha registrato la miglior crescita in assoluto, incrementando i ricavi del 28,8% a 62,3 milioni di Euro grazie all'espansione della rete di vendita e al continuo focus di Unieuro sull'erogazione di servizi alla propria clientela, con particolare riferimento alle estensioni di garanzia e al credito al consumo.

EBITDA Adjusted¹

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2018			30 novembre 2017			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche ⁹	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi	1.527,3			1.328,4			198,9	15,0%
Ricavi delle vendite	1.527,3			1.328,4			198,9	15,0%
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(1.191,5)	(78,0%)	0,0	(1.032,2)	(77,7%)	2,7	(159,3)	15,4%
Costi per Affitti	(52,8)	(3,5%)	0,9	(46,1)	(3,5%)	0,7	(6,7)	14,4%
Costi di Marketing	(37,0)	(2,4%)	1,1	(38,4)	(2,9%)	1,9	1,4	(3,7%)
Costi di Logistica	(38,7)	(2,5%)	1,5	(30,8)	(2,3%)	1,1	(7,9)	25,6%
Altri costi	(43,9)	(2,9%)	3,5	(36,3)	(2,7%)	6,8	(7,6)	20,9%
Costi del Personale	(122,6)	(8,0%)	2,4	(107,9)	(8,1%)	4,7	(14,7)	13,7%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(3,4)	(0,2%)	(0,1)	(1,9)	(0,1%)	(0,0)	(1,5)	81,8%
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	6,2	0,4%	6,2	4,9	0,4%	4,9	1,3	27,5%
Consolidated Adjusted EBITDA	43,7	2,9%	15,5	39,7	3,0%	22,6	4,0	9,9%

⁹ La voce rettifiche include sia i proventi/(oneri) non ricorrenti che l'aggiustamento per il cambiamento di modello di business delle garanzie, classificato alla voce "Cambiamento del modello di business per i servizi di assistenza in gestione diretta". L'aggiustamento si propone quindi di rappresentare, in ciascun esercizio 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 nelle altre passività correnti 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 dal Gruppo sulla base di informazioni storiche circa la natura, la frequenza e il costo degli interventi di assistenza.

Nel corso dei primi nove mesi 2018/2019, l'espansione del volume d'affari - sia sulla rete fisica, incrementatasi di 19 punti vendita, sia online - ha portato l'**EBITDA Adjusted**¹ di Unieuro a crescere del 9,9% attestandosi a 43,7 milioni di Euro (pari al 2,9% dei ricavi), rispetto ai 39,7 milioni del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

La redditività è stata influenzata dai fenomeni di stagionalità tipici del mercato dell'elettronica di consumo, in attesa dell'ultimo trimestre dell'anno, tradizionalmente il più forte in termini di marginalità.

Risultato netto Adjusted²

(in milioni e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al						Variazioni	
	30 novembre 2018			30 novembre 2017			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Consolidated Adjusted EBITDA	43,7	2,9%	15,5	39,7	3,0%	22,6	4,0	9,9%
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(18,6)	(1,2%)	0,3	(14,6)	(1,1%)	0,0	(4,0)	27,7%
Proventi e oneri finanziari	(3,2)	(0,2%)	(1,5)	(3,8)	(0,3%)	0,0	0,5	(14,4%)
Imposte sul reddito ¹⁰	(0,9)	(0,1%)	(1,3)	(2,2)	(0,2%)	(2,0)	1,3	(61,0%)
Risultato del periodo consolidato Adjusted	21,0	1,4%	13,0	19,2	1,4%	20,7	1,8	9,2%

Il **Risultato netto Adjusted**² di Unieuro nei primi nove mesi dell'esercizio in corso è stato pari a 21,0 milioni di Euro (corrispondente all'1,4% dei ricavi), rispetto ai 19,2 milioni conseguiti nello stesso periodo del 2017/18.

L'utile ha beneficiato dell'incremento della marginalità operativa espressa dall'EBITDA Adjusted¹, dei minori oneri finanziari netti e dei risparmi fiscali, parzialmente compensati dall'incremento degli ammortamenti conseguenti agli investimenti legati alle acquisizioni.

¹⁰ Gli impatti fiscali delle rettifiche sono stati determinati utilizzando l'aliquota fiscale teorica ritenuta appropriata pari al 8,7% 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%.

Investimenti

La quota pagata per investimenti nel corso dei primi nove mesi 2018/19 è ammontata a 29,2 milioni di Euro, comprensivi di capex e acquisizioni.

I **capex** pagati sono ammontati a 23,3 milioni di Euro, rispetto ai 30,8 milioni afferenti al corrispondente periodo dello scorso esercizio. Nel solo terzo trimestre sono stati pagati investimenti per 14,9 milioni di Euro.

I capex di natura ordinaria, pagati nei nove mesi per 16,7 milioni di Euro, sono riconducibili agli interventi per l'ampliamento e il rinnovo della rete di negozi diretti, che hanno portato a 3 nuove aperture, 3 chiusure e 4 refurbishment e 2 relocation nel corso del periodo. Sono inoltre stati acquistati nuovi sistemi hardware, software e licenze, anche alla luce dei necessari adeguamenti normativi in tema di privacy e corrispettivi telematici. Infine, sono stati sostenuti costi di sviluppo relativi agli applicativi preesistenti, in ottica di digitalizzazione dei negozi e miglioramento continuo delle piattaforme online.

I restanti 6,6 milioni di Euro di capex, di natura non ricorrente, si riferiscono per lo più alla realizzazione del nuovo hub logistico di Piacenza (4,1 milioni di Euro su un investimento complessivo previsto pari a circa 11 milioni), che è stato inaugurato il 12 ottobre e che ha portato al sostanziale raddoppio della capacità logistica di Unieuro, 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 Group S.r.l. in fallimento, costato 3,4 milioni, e di Galimberti S.p.A., costato 2,5 milioni. Nei primi nove mesi 2017/18, il controvalore delle acquisizioni si era attestato a 14,5 milioni di Euro e includeva la quota pagata dei corrispettivi d'acquisto di Monclick Srl e dei rami d'azienda di Andreoli S.p.A. e Cerioni S.p.A..

Indebitamento finanziario netto

Grazie alla dinamica finanziaria estremamente favorevole, al 30 novembre 2018 Unieuro ha registrato una situazione di **cassa netta positiva per 13,0 milioni di Euro** (rispetto a un indebitamento finanziario netto pari a 4,5 milioni al 28 febbraio 2018).

Più nel dettaglio, l'attività operativa ha generato nei nove mesi 66,5 milioni di Euro (erano stati 47,6 milioni nel corrispondente periodo dello scorso anno) che sono stati solo parzialmente controbilanciati dalla distribuzione del dividendo nel mese di giugno (20,0 milioni di Euro) e dagli investimenti sopra descritti (29,2 milioni in totale).

L'Adjusted Levered Free Cash Flow³, l'indicatore ritenuto da Unieuro più appropriato per misurare la generazione di cassa, si è attestato nei primi nove mesi dell'esercizio in corso a 55,1 milioni di Euro, rispetto ai 37,3 milioni generati nel corrispondente periodo del 2017/18.

Tra i fattori che hanno contribuito all'eccellente performance, va segnalato il buon andamento dei ricavi nel periodo del Black Friday che ha condotto ad un parziale sfasamento dei flussi di cassa in entrata (gli incassi dai clienti) rispetto a quelli in uscita (i pagamenti dilazionati ai fornitori), con questi ultimi che si manifesteranno nel quarto trimestre dell'esercizio.

* * *

Altre delibere del Consiglio di Amministrazione

Aggiornata la Politica dei Dividendi: pagamento del dividendo in un'unica soluzione

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, 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 dividendi¹¹, 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 Adjusted².

* * *

Per la trasmissione, lo stoccaggio e deposito delle Informazioni Regolamentate rese pubbliche Unieuro S.p.A. ha scelto di avvalersi delle piattaforme "eMarket SDIR" ed "eMarket STORAGE" gestite da Spafid Connect S.p.A., avente sede in Foro Buonaparte n. 10, Milano.

* * *

¹¹ Ai sensi della Politica dei Dividendi della Società la possibilità di distribuire dividendi dipende, inter alia, "dalla capacità di accumulare utili e riserve distribuibili, la quale a sua volta dipende da una serie di fattori non prevedibili ed in parte al di fuori del controllo della Società, quali l'andamento economico futuro di Unieuro, il verificarsi di sopravvenienze negative allo stato non prevedibili e l'andamento generale dell'economia e dei settori di mercato in cui la Società opera."



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

* * *

Unieuro S.p.A.

Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, Unieuro è oggi il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, grazie a una rete capillare di circa 500 negozi su tutto il territorio nazionale tra diretti (circa 230) ed affiliati (circa 270), alla piattaforma digitale unieuro.it e all'e-tailer Monclick. L'azienda ha sede a Forlì e dispone di un centro logistico accentrato a Piacenza, conta su uno staff di circa 4.600 dipendenti e ricavi che, per l'esercizio conclusosi il 28 febbraio 2018, hanno sfiorato quota 1,9 miliardi di euro.

www.unieurospa.com

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

Rita Arcuri

+39 333 2608159

unieuro@icorporate.it

Tabelle riassuntive:

Conto Economico

(dati in milioni di Euro)

	9M 18/19	%	9M 17/18	%
Sales	1,527.3		1,328.4	
Sales	1,527.3		1,328.4	
Purchase of goods - Change in Inventory	(1,191.5)	(78.0%)	(1,034.9)	(77.9%)
Rental Costs	(53.7)	(3.5%)	(46.8)	(3.5%)
Marketing costs	(38.1)	(2.5%)	(40.2)	(3.0%)
Logistic costs	(40.2)	(2.6%)	(31.9)	(2.4%)
Other costs	(47.4)	(3.1%)	(43.1)	(3.2%)
Personnel costs	(125.1)	(8.2%)	(112.5)	(8.5%)
Other operating costs and income	(3.3)	(0.2%)	(1.8)	(0.1%)
EBITDA Reported	28.2	1.8%	17.1	1.3%
<i>Adjustments</i>	9.3	0.6%	17.8	1.3%
<i>Change in Business Model</i>	6.2	0.4%	4.9	0.4%
Adjusted EBITDA	43.7	2.9%	39.7	3.0%
D&A	(18.6)	(1.2%)	(14.6)	(1.1%)
Financial Income - Expenses	(3.2)	(0.2%)	(3.8)	(0.3%)
Adjusted Profit before Tax	21.8	1.4%	21.4	1.6%
Taxes	0.5	0.0%	(0.2)	(0.0%)
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	(1.3)	(0.1%)	(2.0)	(0.1%)
Adjusted Net Income	21.0	1.4%	19.2	1.4%
<i>Adjustments</i>	(8.1)	(0.5%)	(17.8)	(1.3%)
<i>Change in Business Model</i>	(6.2)	(0.4%)	(4.9)	(0.4%)
<i>Fiscal impact of non-recurring items</i>	1.3	0.1%	2.0	0.1%
Net Income Reported	7.9	0.5%	(1.5)	(0.1%)

Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	30 Nov. 2018	28 Feb. 2018
Trade Receivables	71.1	39.6
Inventory	441.1	313.5
Trade Payables	(584.5)	(411.5)
Operating Working Capital	(72.3)	(58.4)
Current Tax Assets	2.5	3.1
Current Assets	20.7	16.2
Current Liabilities	(192.6)	(163.4)
Short Term Provisions	(2.7)	(3.0)
Net Working Capital	(244.4)	(205.4)
Tangible and Intangible Assets	112.4	99.9
Net Deferred Tax Assets and Liabilities	26.9	27.7
Goodwill	178.0	174.8
Other Long Term Assets and Liabilities	(16.5)	(15.2)
Total Invested Capital	56.4	81.7
Net financial Debt	13.0	(4.5)
Equity	(69.4)	(77.2)
Total Sources	(56.4)	(81.7)

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro):

	9M 18/19	9M 17/18
Reported EBITDA	28.2	17.1
Taxes Paid	(0.7)	-
Interests Paid	(2.1)	(5.3)
Change in NWC	40.4	35.0
Change in Other Assets and Liabilities	0.8	0.9
Reported Operating Cash Flow	66.5	47.6
Purchase of Tangible Assets	(19.2)	(21.8)
Purchase of Intangible Assets	(4.1)	(9.0)
Acquisitions	(5.9)	(14.5)
Monclick NFP 01.06.2017	-	0.2
Levered Free Cash Flow	37.3	2.5
Adjustments	5.3	13.0
Non recurring investments	12.6	21.7
Adjusted Levered Free Cash Flow	55.1	37.3
Adjustments	(5.3)	(13.0)
Non recurring investments	(12.6)	(21.7)
Dividend/Change in Shareholders Debt	(20.0)	(20.0)
Monclick Acquisition Debt	-	(11.7)
Other Changes	0.3	1.5
Δ Net Financial Position	17.5	(27.6)