

UNIEURO S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA I RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO TRIMESTRE 2023/24

- **Ricavi pari a 589,3 milioni di Euro** (-3,7% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio), in un trimestre stagionalmente poco rappresentativo per il settore dell'elettronica di consumo che nello stesso periodo registra una contrazione del 4,6%¹
- **In linea con il trend già registrato nell'esercizio 2022/23, crescita di tutte le categorie merceologiche, in particolare White (+7,1%), Altri Prodotti (+27,1%) e Servizi (+7,5%), ad esclusione della categoria Brown**, in riduzione per effetto di vendite eccezionali di televisori e decoder nel primo trimestre 2022/23, dovute alla migrazione delle frequenze
- **Crescita dei ricavi della private label: +10,3%** rispetto al primo trimestre 2022/23
- **Sono in fase avanzata importanti iniziative sia sul fronte dell'aumento dei ricavi sia su quello del contenimento dei costi in linea con il Piano Strategico**
- **Net Promoter Score (NPS) in forte miglioramento a 58,2** rispetto a 51,9 registrato alla fine del precedente esercizio
- **EBIT Adjusted² negativo per 9,4 milioni di Euro, sostanzialmente in linea con le aspettative**, rispetto al pareggio del primo trimestre 2022/23, in un trimestre poco rappresentativo per la stagionalità del business
- **Cassa netta³ pari a 79,7 milioni di Euro in consistente crescita** rispetto a 24,7 milioni al 31 maggio 2022, per effetto di un'attenta gestione del circolante, e in riduzione rispetto a 124,4 milioni di inizio esercizio, in relazione all'effetto stagionale tipico del primo trimestre

Forlì, 12 luglio 2023 – 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 31 maggio 2023.

Giancarlo Nicosanti Monterastelli, Amministratore Delegato di Unieuro, dichiara:

“Operiamo in un contesto di mercato sfidante ma registriamo segnali positivi di crescita in quasi tutte le categorie di prodotti e risultati sostanzialmente in linea con le aspettative. A dimostrazione dell'efficacia della nostra strategia omnicanale, abbiamo conseguito un ulteriore importante riconoscimento da parte dei nostri clienti, che ci hanno premiato con un grado di soddisfazione (NPS) in crescita di oltre sei punti.

Il Gruppo ha un patrimonio tangibile e intangibile di grande rilevanza ed è totalmente focalizzato sulle prospettive di crescita reddituali derivanti da molteplici progetti di sviluppo. Continuiamo a valutare opportunità di crescita esterna che dovessero presentarsi sia nell'ambito della rete di distribuzione che dei servizi con l'obiettivo primario di aumentare i margini reddituali del Gruppo”.

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

Nel primo trimestre dell'esercizio 2023/24, periodo stagionalmente poco rappresentativo in relazione alla stagionalità del business, Unieuro ha registrato ricavi pari a 589,3 milioni di Euro, in riduzione del 3,7% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio, in un mercato in contrazione del 4,6%. Sono risultati in crescita i ricavi di quasi tutte le categorie merceologiche, tra cui il White e i Servizi. L'unico segmento in diminuzione è il segmento Brown, che aveva beneficiato – nel periodo di confronto – di ricavi non ricorrenti correlati allo switch off delle frequenze televisive. L'Ebit Adjusted, negativo per 9,4 milioni di Euro, risente dei minori volumi di vendita relativi al segmento Brown e di un mix brand/prodotto meno favorevole, oltre che di una maggiore incidenza del canale online.

Nell'ambito della linea strategica diretta a sviluppare la **private label**, nel corso del trimestre è stata ulteriormente ampliata la gamma dei prodotti a marchio Electroline, la linea di grandi e piccoli **elettrodomestici e trattamento d'aria**, con il lancio della brand page dedicata sul sito Unieuro.it nel mese di maggio. Nel trimestre in esame, i ricavi della private label sono stati pari a 21,6 milioni di euro, in crescita del 10,3% rispetto al corrispondente trimestre 2022/23.

In occasione della drammatica **alluvione** che ha colpito la Romagna nel mese di maggio 2023, Unieuro ha voluto esprimere la vicinanza e offrire un aiuto concreto alla popolazione del proprio territorio. Nelle prime ore dell'emergenza, ha donato 1.000 powerbank e torce al Comune di Forlì, per poi, nei giorni successivi, consentire ai consumatori locali di acquistare - presso tutti i punti vendita delle zone colpite - elettrodomestici e altri prodotti irrimediabilmente danneggiati dall'alluvione con una promozione straordinaria, che ha avuto un impatto negativo sulla marginalità per circa 3 milioni di Euro. La Società ha provveduto a devolvere, a nome degli Organi Sociali, oltre 33 mila Euro a favore della Protezione Civile e ha offerto un supporto ai dipendenti con diverse iniziative, tra cui l'anticipo della quattordicesima mensilità e la possibilità di anticipare il TFR.

Ricavi del 1° trimestre 2023/24

Nel trimestre chiuso al 31 maggio 2023, Unieuro ha conseguito ricavi pari a 589,3 milioni di Euro, rispetto a 611,9 milioni del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente. La variazione è attribuibile al citato confronto con vendite straordinarie del segmento Brown nel primo trimestre 2022/23. Risultano in aumento i ricavi del canale online che raggiungono il 20,2% del totale a dimostrazione dell'efficacia delle sinergie fra i canali.

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like⁴** - ovvero la comparazione delle vendite con quelle del corrispondente periodo del precedente esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – si è attestata a -4,0%.

Ricavi per categoria merceologica⁵

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2023	%	31 maggio 2022	%	Δ	%
Grey	284,3	48,2%	279,7	45,7%	4,6	1,6%
White	172,2	29,2%	160,8	26,3%	11,4	7,1%
Brown	63,6	10,8%	111,7	18,3%	(48,1)	(43,1%)
Altri prodotti	32,7	5,6%	25,8	4,2%	7,0	27,1%
Servizi	36,5	6,2%	34,0	5,5%	2,5	7,5%
Totale ricavi consolidati per categoria	589,3	100,0%	611,9	100,0%	(22,6)	(3,7%)

La categoria **Grey** (48,2% dei ricavi totali) - costituita da telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha generato ricavi di 284,3 milioni di Euro, in crescita dell'1,6% rispetto al primo trimestre del precedente esercizio. La performance è stata trainata dal comparto della telefonia, parzialmente compensata da minori vendite del segmento di information technology, che registra un assestamento dei consumi dovuto alle vendite straordinarie nel periodo della pandemia sospinte da smart working ed e-learning.

La categoria **White** (29,2% dei ricavi totali) - composta da 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 172,2 milioni di Euro, in aumento del 7,1% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio. L'incremento è attribuibile alle maggiori vendite di grandi elettrodomestici, parzialmente compensate dal comparto home comfort, che aveva beneficiato nel periodo di confronto dell'incentivo fiscale governativo finalizzato alla riduzione dei consumi energetici degli edifici esistenti.

La categoria **Brown** (10,8% dei ricavi) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria - ha registrato ricavi di 63,6 milioni di Euro rispetto a 111,7 milioni del primo trimestre dell'esercizio precedente. La diminuzione dei ricavi della categoria è attribuibile alla citata straordinaria performance che il comparto TV ha conseguito nel periodo di confronto, grazie allo switch-off delle frequenze televisive e al bonus TV governativo.

La categoria **Altri prodotti** (5,6% 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 pari a 32,7 milioni di Euro, in progresso del 27,1% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio grazie al buon andamento delle vendite del comparto entertainment.

La categoria **Servizi** (6,2% dei ricavi totali) ha registrato ricavi per 36,5 milioni di Euro, in crescita del 7,5% rispetto al corrispondente periodo del precedente esercizio. La performance positiva è riconducibile principalmente al servizio di estensione delle garanzie, parzialmente compensata dalla riduzione dei servizi di installazione connessa alle citate minori vendite del comparto home comfort.

Ricavi per canale di vendita

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Periodo chiuso al				Variazioni	
	31 maggio 2023	%	31 maggio 2022	%	Δ	%
Retail	392,4	66,6%	421,3	68,9%	(28,9)	(6,9%)
Online	118,9	20,2%	111,1	18,2%	7,8	7,1%
Indiretto	53,4	9,1%	55,1	9,0%	(1,7)	(3,0%)
B2B	24,6	4,2%	24,4	4,0%	0,2	0,6%
Totale ricavi consolidati per canale	589,3	100,0%	611,9	100,0%	(22,6)	(3,7%)

Il **canale Retail** (66,6% dei ricavi totali) - che al 31 maggio 2023 era composto da 276 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 - ha registrato ricavi per 392,4 milioni di Euro, in diminuzione del 6,9% rispetto allo stesso trimestre dell'esercizio precedente per effetto delle citate minori vendite di televisori. Escludendo il fatturato di tale comparto, i ricavi del canale Retail avrebbero registrato una crescita del 2,9%.

Il **canale Online** (20,2% dei ricavi totali) – che comprende la piattaforma unieuro.it e il digital pure player Monclick – ha generato ricavi di 118,9 milioni Euro, in crescita del 7,1% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio comparativo. La performance positiva conferma l'efficacia della strategia di Unieuro volta a garantire al cliente un'esperienza totalmente integrata tra offline e online.

Il **canale Indiretto** (9,1% dei ricavi totali) – che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati per un totale di 257 punti vendita al 31 maggio 2023 – ha consuntivato ricavi per 53,4 milioni di Euro, in diminuzione del 3,0% rispetto al trimestre comparativo. La performance del canale ha risentito del calo dei volumi del comparto Brown sopramenzionato, parzialmente compensato dalle maggiori vendite del comparto telefonia e dei grandi elettrodomestici.

Il **canale B2B** (4,2% 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 24,6 milioni di Euro, sostanzialmente in linea con il trimestre comparativo.

Redditività operativa

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 maggio 2023			31 maggio 2022			Δ	%
	Valori adjusted	%	Rettifiche	Valori adjusted	%	Rettifiche		
Ricavi	589,3			611,9			(22,6)	(3,7%)
Ricavi delle vendite	589,3			611,9			(22,6)	(3,7%)
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(469,3)	(79,6%)	2,9	(480,5)	(78,5%)	-	11,2	(2,3%)
Costi di Marketing	(9,2)	(1,6%)	-	(9,3)	(1,5%)	-	0,1	(0,8%)
Costi di Logistica	(19,2)	(3,3%)	0,1	(19,2)	(3,1%)	-	-	0,1%
Altri costi	(23,2)	(3,9%)	0,1	(27,4)	(4,5%)	0,2	4,2	(15,2%)
Costi del Personale	(51,1)	(8,7%)	0,1	(49,7)	(8,1%)	0,1	(1,4)	2,8%
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(0,7)	(0,1%)	-	(1,5)	(0,2%)	0,6	0,8	(53,3%)
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	0,4	0,1%	0,4	1,3	0,2%	1,3	(0,8)	(65,4%)
EBITDA Adjusted	17,0	2,9%	3,7	25,6	4,2%	2,1	(8,6)	(33,6%)
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(26,4)	(4,5%)	-	(25,6)	(4,2%)	-	(0,8)	3,0%
EBIT Adjusted	(9,4)	(1,6%)	3,7	0,0	0,0%	2,1	(9,4)	(100,0%)

Nel primo trimestre dell'esercizio 2023/24 il **Gross Profit** è stato pari a 120,4 milioni di Euro, in diminuzione rispetto a 132,7 milioni di euro del primo trimestre 2022/23. L'**EBIT Adjusted** è negativo per 9,4 milioni di Euro rispetto al pareggio del primo trimestre 2022/23. Nel confronto con il corrispondente periodo del precedente esercizio, la redditività operativa ha risentito principalmente dall'effetto combinato dei minori volumi di vendita e di un mix brand/prodotto meno favorevole, oltre che del maggior peso delle vendite del canale online.

I **Costi del Personale** registrano un aumento di 1,4 milioni di Euro rispetto al primo trimestre del precedente esercizio. L'incidenza sui ricavi consolidati passa da 8,1% nel trimestre chiuso al 31 maggio 2022 a 8,7% nel periodo in esame, principalmente per effetto della riduzione degli FTE non proporzionale all'andamento consuntivato nei ricavi di vendita.

I **Costi di Logistica** sono invariati rispetto al primo trimestre dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi consolidati pari a 3,3% nel trimestre chiuso al 31 maggio 2023 (3,1% nel corrispondente periodo del precedente esercizio). Il trimestre è stato caratterizzato dall'incremento delle tariffe per i servizi di trasporto controbilanciato dai minori volumi di vendita.

La voce **Altri costi** diminuisce di 4,2 milioni di Euro rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi pari a 3,9% (4,5% nei primi tre mesi dell'esercizio 2022/23). L'andamento è principalmente imputabile a (i) riduzione del costo dell'energia elettrica dovuto al calo del prezzo medio di mercato della componente energia e a

minori consumi registrati grazie agli interventi di efficientamento energetico effettuati nel precedente esercizio e (ii) minori costi di installazione legati alla diminuzione dei volumi di vendita degli impianti di climatizzazione che erano stati favoriti dagli incentivi statali.

I **Costi di Marketing** del primo trimestre 2023/24 ammontano a 9,2 milioni di Euro e sono in linea con il corrispondente periodo dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi consolidati pari a 1,6% (1,5% nei primi tre mesi dell'esercizio 2022/23).

Gli **Ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni** ammontano a 26,4 milioni di Euro (25,6 milioni nel periodo chiuso al 31 maggio 2022). L'incremento della voce è attribuibile per circa 0,6 milioni agli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali e immateriali degli investimenti realizzati nel corso dei precedenti esercizi e per la restante parte all'ammortamento connesso alle attività per diritto d'uso.

Risultato prima delle imposte Adjusted⁶

<i>(in milioni e in percentuale sui ricavi)</i>	Periodo chiuso al						Variazioni	
	31 maggio 2023			31 maggio 2022			Δ	%
	Valori adjusted	% Rettifiche		Valori adjusted	% Rettifiche			
EBIT Adjusted	(9,4)	(1,6%)	3,7	0,0	0,0%	2,1	(9,4)	(100,0%)
Proventi e oneri finanziari	(2,5)	(0,4%)	0,0	(3,5)	(0,6%)	0,0	1,0	(27,2%)
Risultato prima delle imposte Adjusted	(11,9)	(2,0%)	3,7	(3,5)	(0,6%)	2,2	(8,4)	241,7%

I **Proventi e oneri finanziari** netti nel periodo chiuso al 31 maggio 2023 sono negativi per 2,5 milioni di Euro (-3,5 milioni nel corrispondente periodo chiuso al 31 maggio 2022). La riduzione degli oneri finanziari netti è principalmente legata all'iscrizione dei proventi finanziari per 0,4 milioni di Euro a seguito della liquidazione degli investimenti in titoli di Stato nel trimestre in esame.

Il **Risultato prima delle imposte Adjusted** è negativo per 11,9 milioni di Euro rispetto a un valore negativo per 3,5 milioni nel periodo chiuso al 31 maggio 2022, a seguito dell'andamento registrato dall'EBIT Adjusted e dagli oneri finanziari netti.

Investimenti

Gli investimenti del periodo ammontano a 5,7 milioni di Euro (13,4 milioni nel primo trimestre 2022/23) e sono principalmente riconducibili al rafforzamento dell'infrastruttura tecnologica, agli interventi di efficientamento energetico nei punti vendita e a progetti di information technology, tra cui l'adozione delle etichette elettroniche nei negozi diretti. Nel corso del trimestre la Società ha agito su vari fronti in preparazione dell'adeguamento al Decreto Legislativo n. 26 del 7 marzo 2023 in attuazione della Direttiva (UE) 2019/2161 (cosiddetta Direttiva Omnibus) in materia di annunci di riduzione dei prezzi. Il flusso di cassa del trimestre riflette il piano degli investimenti, che prevede la parte più significativa di investimenti nel secondo semestre dell'esercizio in corso.

Posizione Finanziaria Netta

Al 31 maggio 2023, Unieuro ha registrato una posizione di **Cassa netta** pari a 79,7 milioni di Euro rispetto 24,7 milioni al 31 maggio 2022 e a 124,4 milioni di inizio esercizio. L'andamento della cassa del primo trimestre dell'esercizio è influenzato dalla tipica stagionalità del business, che determina nella prima parte dell'esercizio un significativo assorbimento di capitale. La variazione del flusso di cassa, pari a positivi 60,0 milioni di Euro, riflette l'andamento della gestione operativa che è stato più che compensato dalla generazione di cassa del capitale circolante per effetto di un'attenta gestione del circolante.

Outlook

Unieuro resta focalizzata sull'**esecuzione del Piano Strategico "Beyond Omni-Journey"** diretto a rafforzare il posizionamento distintivo omnicanale e basato sui pilastri dello sviluppo dell'offerta del "Trade Omnicanale" e dell'espansione "Beyond Trade", attraverso un ambizioso piano di trasformazione.

A decorrere dalla data di efficacia del 1° luglio 2023, il Gruppo si è prontamente adeguato al Decreto Legislativo n. 26 del 7 marzo 2023 in attuazione della Direttiva (UE) 2019/2161 (cosiddetta **Direttiva Omnibus**) in materia di annunci di riduzione dei prezzi sui canali online e offline e monitorerà gli effetti conseguenti sul consumatore.

Il Gruppo conferma allo stato le guidance comunicate al mercato, ed in particolare per l'esercizio 2023/24:

- **Ricavi** pari a circa 2,9 miliardi di Euro
- **L'EBIT Adjusted** in un range di 35-38 milioni di Euro
- **Cassa Netta** in un range di 110-130 milioni di Euro al 28 febbraio 2024.

Unieuro resta impegnata nella valutazione di opportunità di **crescita esterna** derivanti da possibili acquisizioni e partnership.

* * *

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, 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.

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

unieurospa.com | unieuro.it
linkedin.com/company/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 280), punti vendita affiliati (circa 260) e piattaforma digitale unieuro.it, oltre al digital pure player Monclick. 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 pari a 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.cominvestor.relations@unieuro.com**Media Relations****Moccagatta Associati**

+39 02 8645.1695 / 02 8645.1419

segreteria@moccagatta.it

Table riassuntive⁷**Conto Economico**

(dati in milioni di Euro)

	Q1 FY24				Q1 FY23				% Var. (Adjusted)
	Adjusted	%	Reported	%	Adjusted	%	Reported	%	
Ricavi	589,3	100,0%	589,3	100,0%	611,9	100,0%	611,9	100,0%	(3,7%)
Acquisto merci e Variazione delle rimanenze	(468,9)	(79,6%)	(472,2)	(80,1%)	(479,2)	(78,3%)	(480,5)	(78,5%)	(2,2%)
Margine lordo	120,4	20,4%	117,1	19,9%	132,7	21,7%	131,4	21,5%	(9,2%)
Costi del personale	(51,1)	(8,7%)	(51,2)	(8,7%)	(49,7)	(8,1%)	(49,8)	(8,1%)	2,8%
Costi di logistica	(19,2)	(3,3%)	(19,4)	(3,3%)	(19,2)	(3,1%)	(19,2)	(3,1%)	0,1%
Costi di marketing	(9,2)	(1,6%)	(9,2)	(1,6%)	(9,3)	(1,5%)	(9,3)	(1,5%)	(0,8%)
Altri costi	(23,2)	(3,9%)	(23,3)	(4,0%)	(27,4)	(4,5%)	(27,6)	(4,5%)	(15,2%)
Altri proventi e oneri diversi di gestione	(0,7)	(0,1%)	(0,7)	(0,1%)	(1,5)	(0,2%)	(2,0)	(0,3%)	(53,3%)
Risultato operativo lordo (EBITDA)	17,0	2,9%	13,3	2,3%	25,6	4,2%	23,5	3,8%	(33,7%)
Ammortamenti e svalutazioni	(26,4)	(4,5%)	(26,4)	(4,5%)	(25,6)	(4,2%)	(25,6)	(4,2%)	3,0%
Risultato operativo netto (EBIT)	(9,4)	(1,6%)	(13,1)	(2,2%)	(0,0)	(0,0%)	(2,1)	(0,3%)	(100,0%)
Oneri/proventi finanziari	(2,5)	(0,4%)	(2,5)	(0,4%)	(3,5)	(0,6%)	(3,5)	(0,6%)	(27,2%)
Risultato ante imposte	(11,9)	(2,0%)	(15,6)	(2,7%)	(3,5)	(0,6%)	(5,6)	(0,9%)	(241,7%)

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

Stato Patrimoniale

(dati in milioni di Euro)

	Q1 FY24	FY23
Crediti commerciali	48,9	66,1
Rimanenze	498,3	446,0
Debiti commerciali	(598,2)	(597,3)
Capitale Circolante Operativo Netto	(51,0)	(85,2)
Attività e passività per imposte correnti	4,2	4,2
Attività correnti	26,1	22,5
Passività correnti	(283,9)	(280,3)
Fondi	(1,1)	(1,1)
Capitale Circolante Netto	(305,7)	(339,9)
Attività materiali e immateriali	121,7	126,3
Attività per diritto d'uso	409,5	422,7
Attività /passività per imposte differite	41,2	41,2
Avviamento	196,1	196,1
Altre attività e passività non correnti	1,8	1,3
Totale capitale investito	464,5	447,6
Indebitamento finanziario netto	79,7	124,4
Passività per leasing	(435,4)	(447,5)
Indebitamento finanziario netto (IFRS 16)	(355,7)	(323,1)
Patrimonio netto	(108,8)	(124,5)
Totale Patrimonio netto e Passività fin.	(464,5)	(447,6)

Rendiconto Finanziario

(dati in milioni di Euro)

	Q1 FY24	Q1 FY23	% Var.
Reddito operativo lordo rep. (EBITDA rep.)	13,3	23,5	(43,4%)
Imposte pagate	-	-	na
Interessi pagati	(2,7)	(3,4)	(20,8%)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione operativa	(32,4)	(102,8)	(68,5%)
Altre variazioni	0,2	1,1	(83,7%)
Flusso di cassa netto generato/(assorbito) dall'attività operativa	(21,6)	(81,6)	(73,5%)
Acquisto di attività materiali	(1,2)	(4,4)	(72,4%)
Acquisto di attività immateriali	(2,7)	(2,6)	6,1%
Variazione debiti per acquisto di immobilizzazioni	(1,7)	(6,4)	(73,5%)
Investimenti per aggregazioni di impresa e rami d'azienda	-	(0,1)	(100,0%)
Free Cash Flow	(27,3)	(95,1)	(71,3%)
Rettifiche non monetarie degli oneri/(proventi) non ricorrenti	3,3	0,9	277,3%
Investimenti non ricorrenti	-	0,1	(100,0%)
Altri flussi di cassa non correnti	-	-	na
Adjusted Free Cash Flow (IFRS 16)	(24,0)	(94,2)	(74,5%)
Locazioni IFRS16	(17,3)	(15,8)	9,9%
Adjusted Free Cash Flow	(41,3)	(109,9)	(62,4%)
Oneri/(proventi) monetari non ricorrenti	(3,3)	(0,9)	277,3%
Debiti per acquisizioni	-	(0,1)	(100,0%)
Dividendi	-	-	na
Piano di incentivazione a lungo termine	-	-	na
Altri flussi di cassa non correnti	(0,1)	(0,1)	(45,0%)
Δ Indebitamento finanziario netto	(44,7)	(111,0)	(59,7%)

¹ Fonte: GfK

² 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.

³ 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.

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ 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.

⁷ I Prospetti di Conto Economico, Stato Patrimoniale e Rendiconto finanziario riclassificati al 31 maggio 2023 non sono soggetti a revisione contabile.

Tutti i dati contenuti nel presente comunicato sono consolidati. Il perimetro di consolidamento include la Capogruppo Unieuro S.p.A., la controllata al 100% Monclick S.r.l. (consolidata a partire dal 1° giugno 2017).

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.