

## UNIEURO S.P.A.: RICAVI PRELIMINARI DELL'ESERCIZIO 2022/23

- **Ricavi preliminari pari a 2,88 miliardi di Euro, in linea con la guidance (2,95 miliardi nel FY 2021/22)**
- **Crescita di tutte le categorie merceologiche, ad esclusione della categoria Brown, con un incremento a doppia cifra dei servizi e dei prodotti a marchio esclusivo**
- **Ricavi della categoria Brown in riduzione per effetto di vendite eccezionali di televisori e decoder nel precedente esercizio, indotte dalla migrazione delle frequenze**
- **CAGR dei Ricavi pari a 5,7% dal periodo pre-Covid 2019/20**
- **Confermate le guidance reddituali e finanziarie per l'esercizio 2022/23**
- **Prevedibile la conferma della politica di distribuzione dei dividendi**

Forlì, 22 marzo 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, si è riunito in data odierna sotto la presidenza di Stefano Meloni e ha esaminato i ricavi preliminari dell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023, non ancora sottoposti a revisione legale.

Dopo un 2021 caratterizzato da numeri record, il settore della tecnologia di consumo ha registrato una flessione. Il confronto con il periodo precedente risulta penalizzato, in particolare, dal livello straordinario delle vendite della categoria Brown interessata, nel 2021, dal rinnovo dei televisori, in vista dello switch off delle frequenze, e dall'introduzione del Bonus TV da parte del Governo.

L'esercizio 2022/23 di Unieuro si è chiuso con ricavi pari a 2.884,3 milioni di Euro, che confermano ancora una volta la posizione di leader di mercato. I ricavi sono risultati in riduzione del 2,2% rispetto all'esercizio 2021/22, a fronte del citato calo della categoria Brown, solo parzialmente compensato dalla crescita di tutte le restanti categorie merceologiche. In coerenza con le linee strategiche del Gruppo, risultano, in particolare, in consistente sviluppo i ricavi dei servizi e dei prodotti a marchio esclusivo, che registrano, rispettivamente, crescite del 14,2% e del 35,4%, superando questi ultimi la soglia dei 100 milioni di Euro.

I ricavi dell'esercizio sono in linea con la guidance e consentono di confermare le previsioni reddituali e finanziarie per l'esercizio appena chiuso di un EBIT Adjusted di circa 35 milioni di Euro e di una Cassa netta in un range di 110-130 milioni di Euro alla fine di febbraio 2023.

Seppur in un contesto macroeconomico che rimane incerto, risulta prevedibile ad oggi la distribuzione di un dividendo in linea con la policy in vigore.

*“In un contesto di mercato sfidante, i ricavi conseguiti nell'esercizio 2022/23 risultano in linea con le aspettative e permettono di confermare, ancora una volta, la solidità della nostra strategia omnicanale.”*

*A conclusione di questo esercizio, desidero ringraziare i nostri clienti per aver continuato a scegliere la nostra rete di negozi e le nostre piattaforme digitali e i nostri dipendenti per la loro straordinaria dedizione. Infine, un ringraziamento, per la fiducia accordataci, ai nostri azionisti, che contiamo di continuare a remunerare, nonostante lo scenario macroeconomico incerto.”*

**Giancarlo Nicosanti Monterastelli**, Amministratore Delegato di Unieuro.

I ricavi definitivi, i risultati del bilancio consolidato e del progetto di bilancio chiuso al 28 febbraio 2023 verranno sottoposti all'approvazione del Consiglio di Amministrazione in data 9 maggio 2023, unitamente alla proposta di destinazione del risultato d'esercizio, e saranno tempestivamente comunicati al mercato.

### **Ricavi preliminari dell'esercizio 2022/23**

Nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023, Unieuro ha conseguito ricavi pari a 2.884,3 milioni di Euro, rispetto a 2.949,7 milioni consuntivati nell'esercizio precedente.

L'evoluzione dei **Ricavi like-for-like<sup>1</sup>** - ovvero la comparazione delle vendite con quelle del precedente esercizio sulla base di un perimetro di attività omogeneo – si è attestata a -3,2%.

Nel confronto con i dati pre-pandemia consuntivati nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2019, i ricavi hanno registrato un CAGR del 5,7%.

### **Ricavi per categoria merceologica<sup>2</sup>**

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Esercizio chiuso al			Variazioni		
	28 febbraio 2023	%	28 febbraio 2022	%	Δ	%
Grey	1.371,5	47,6%	1.355,2	45,9%	16,3	1,2%
White	796,1	27,6%	755,8	25,6%	40,3	5,3%
Brown	427,2	14,8%	576,2	19,5%	(149,0)	(25,9%)
Altri prodotti	138,2	4,8%	130,1	4,4%	8,1	6,2%
Servizi	151,3	5,2%	132,5	4,5%	18,8	14,2%
<b>Totale ricavi consolidati per categoria</b>	<b>2.884,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.949,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>(65,4)</b>	<b>(2,2%)</b>

La categoria **Grey** (47,6% dei ricavi totali) - ovvero telefonia, tablet, information technology, accessori per la telefonia, macchine fotografiche, nonché tutti i prodotti tecnologici indossabili – ha generato un fatturato di 1.371,5 milioni di Euro, in aumento dell'1,2% rispetto al FY 2021/22.

La performance positiva è stata trainata dai comparti di telefonia, media tablet e accessori grazie alla ricerca di un upgrade tecnologico da parte dei consumatori, nonostante limitate disponibilità riscontrate su alcune referenze di smartphone negli ultimi mesi dell'esercizio. Tale crescita ha compensato l'assestamento dei consumi del segmento IT, che aveva beneficiato dell'impennata di acquisti legati agli effetti della pandemia sul lavoro agile e sulla didattica a distanza.

La categoria **White** (27,6% dei ricavi totali) - composta dagli elettrodomestici di grandi dimensioni (MDA) quali lavatrici, asciugatrici, frigoriferi o congelatori e fornelli, dai piccoli elettrodomestici (SDA) come aspirapolveri, robot da cucina, macchine per il caffè, oltreché dal segmento climatizzazione - ha generato un fatturato di 796,1 milioni di Euro, in crescita del 5,3% rispetto all'esercizio precedente. L'incremento è correlato, in particolare, al comparto Home Comfort grazie alle vendite di condizionatori che hanno beneficiato di una estate molto calda, oltre che del bonus governativo per i prodotti con pompa di calore. Positiva è stata anche la performance del comparto MDA e del piccolo elettrodomestico.

La categoria **Brown** (14,8% dei ricavi) - comprensiva di televisori e relativi accessori, dispositivi audio, dispositivi per smart TV, accessori auto e sistemi di memoria - ha registrato ricavi pari a 427,2 milioni di Euro, segnando una riduzione del 25,9% rispetto al precedente esercizio, che aveva beneficiato di vendite straordinarie indotte dallo switch-off delle frequenze televisive e dall'introduzione del Bonus TV. Nell'esercizio in esame si registra, inoltre, uno spostamento della domanda verso i prodotti entry level e un aumento delle attività promozionali sui prodotti premium.

La categoria **Altri prodotti** (4,8% dei ricavi totali) – che include sia le vendite del settore entertainment, sia di altri prodotti non compresi nel mercato della tecnologia di consumo come gli hoverboard o le biciclette – ha registrato ricavi pari a 138,2 milioni di Euro, in miglioramento del 6,2% rispetto all'esercizio precedente. La crescita è guidata dal buon andamento delle vendite di console e videogiochi, che hanno beneficiato della maggiore disponibilità di prodotto sul mercato nell'ultima parte dell'esercizio, e del comparto della mobilità elettrica.

La categoria **Servizi** (5,2% dei ricavi totali) ha registrato ricavi per 151,3 milioni di Euro, in crescita del 14,2% rispetto all'esercizio 2021/22, grazie all'incremento del fatturato dei servizi connessi al comparto climatizzazione, oltreché al buon andamento dei servizi relativi al credito al consumo.

### Ricavi per canale di vendita

(in milioni di Euro e in percentuale sui ricavi)	Esercizio chiuso al			Variazioni		
	28 febbraio 2023	%	28 febbraio 2022	%	Δ	%
Retail <sup>3</sup>	1.966,2	68,2%	2.038,0	69,1%	(71,8)	(3,5%)
Online	567,3	19,7%	532,8	18,1%	34,5	6,5%
Indiretto	243,7	8,4%	280,5	9,5%	(36,7)	(13,1%)
B2B	107,1	3,7%	98,5	3,3%	8,6	8,7%
<b>Totale ricavi consolidati per canale</b>	<b>2.884,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.949,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>(65,4)</b>	<b>(2,2%)</b>

Il **canale Retail** (68,2% dei ricavi totali) – che al 28 febbraio 2023 era composto da 278 punti vendita diretti, inclusi gli shop-in-shop Unieuro by Iper e i punti vendita ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane (ex

canale Travel) – ha registrato vendite pari a 1.966,2 milioni di Euro, in diminuzione del 3,5% rispetto al FY 2021/22. Le vendite dell'esercizio hanno risentito del confronto con i ricavi straordinari realizzati nello scorso esercizio per effetto della transizione tecnologica del comparto TV, che ha più che compensato il beneficio derivante dalle nuove aperture.

**Il canale Online** (19,7% dei ricavi totali) – che comprende la piattaforma unieuro.it e il digital pure player Monclick – ha generato ricavi per Euro 567,3 milioni, in crescita del 6,5% rispetto all'esercizio precedente. La performance positiva conferma l'efficacia del processo di innovazione delle piattaforme e delle sinergie fra canali con i punti vendita fisici che fungono da pick-up point a beneficio dei clienti web, nonostante il confronto con le vendite non ricorrenti della categoria Brown nel corso dell'esercizio 2021/22.

**Il canale Indiretto** (8,4% dei ricavi totali) – che comprende il fatturato realizzato verso la rete di negozi affiliati per un totale di 255 punti vendita al 28 febbraio 2023 – ha consuntivato ricavi per 243,7 milioni di Euro, in contrazione del 13,1% rispetto al precedente esercizio, in cui aveva beneficiato delle maggiori vendite della categoria Brown, in particolare nella seconda parte dell'esercizio 2021/22.

**Il canale B2B** (3,7% 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 107,1 milioni di Euro, in aumento dell'8,7% rispetto al precedente esercizio, grazie a un ampliamento distributivo.

\*\*\*

*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 contiene 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 e 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, 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 preliminari pari a 2,9 miliardi di Euro nell'esercizio chiuso al 28 febbraio 2023.

**Contatti / Contacts:****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)**Corporate Media Relations****iCorporate**

Elisa Piacentino

+39 366 9134595

[unieuro@icorporate.it](mailto:unieuro@icorporate.it)

---

<sup>1</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>2</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>3</sup> A partire dal primo trimestre chiuso al 31 maggio 2022, i punti vendita diretti ubicati presso alcuni dei principali snodi di trasporto pubblico quali aeroporti, stazioni ferroviarie e metropolitane – Ex canale Travel – sono stati riclassificati ed inclusi nel canale Retail.

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