

Unieuro, crescita in doppia cifra

Ricavi e utili da record per il gruppo forlivese nel primo semestre dell'anno, sospinti da televisori e online

Unieuro continua a macinare profitti. Nel primo semestre dell'esercizio 2021/22, la società con sede a Forlì ha registrato ricavi e redditività in crescita a doppia cifra, nonostante il raffronto con il corrispondente periodo 2020/21 sia particolarmente sfidante: in risposta all'incertezza dei ricavi causata dal dilagare dell'epidemia, lo scorso anno il management aveva infatti adottato interventi dagli effetti benefici e irripetibili, sia sulla redditività sia sulla generazione di cassa.

I ricavi, pari a 1.268,2 milioni di euro, hanno segnato un nuovo record in un semestre stagionalmente debole per le vendite di



Giancarlo Nicosanti, amministratore delegato di Unieuro nella nuova sede della società in corso Diaz (Frasca)

goria 'Brown'.

Dal paragone con il primo semestre 2019/20, l'ultimo pre-Covid, emerge un incremento dei ricavi ancora maggiore e pari al 19,7% con performance fortemente positive per i tre canali principali - retail, indiretto e online, quest'ultimo in rialzo del 67,3% - e per tutte le categorie di prodotto.

«**Siamo** orgogliosi di presentare al mercato conti semestrali positivi sotto ogni punto di vista - dice l'ad Giancarlo Nicosanti -. Nonostante la visibilità sugli approvvigionamenti di merce sia oggi molto inferiore rispetto al passato, rimaniamo ottimisti anche sulla seconda parte dell'anno, che ci vedrà ancora una volta determinati nello sfruttare i vantaggi strategici, di scala e di leadership su cui fondiamo il successo di Unieuro».

L'AD NICOSANTI

«Siamo orgogliosi di questi risultati e siamo ottimisti anche per la seconda parte dell'anno»

elettronica ed elettrodomestici. La crescita del 17,5% sul primo semestre 2020/21 è stata trainata dalla rete fisica (+29,9% i negozi diretti, +10,3% gli affiliati), che tra marzo e maggio 2020 aveva subito gli effetti del primo lockdown, a fronte di un ca-

lo del 12,8% delle vendite online. A livello di merceologie, il boom delle vendite di televisori innescato dall'imminenza dello switch-off delle frequenze e dall'introduzione del bonus tv da parte del governo ha sospinto del 42,9% i ricavi della cate-