

CNOVA N.V. Activité du 2nd trimestre 2018

AMSTERDAM – le 12 juillet 2018, 07h45 CEST — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV; ISIN : NL0010949392) (“Cnova”) publie aujourd’hui les chiffres clés non audités de son activité, relatifs au trimestre clos le 30 juin 2018.

- **GMV : 760 millions d’euros, en croissance de 14,3 %¹**
 - Accélération de la croissance organique : +9,0 % vs +6,1 % au T1 2018
 - Impact de la stratégie multicanal : +5,3 pts²
 - Revenus de monétisation en croissance de 29 %
- **Succès commercial des corners Cdiscount dans les hypermarchés Géant**
 - Contribution des corners à la croissance organique du GMV : +0,9 pt
 - Parc de corners étendu à la quasi-intégralité des hypermarchés Géant d’ici fin 2018
- **Accroissement continu de la marketplace et de son écosystème**
 - Quote-part GMV de la marketplace : 36 % (+123 pb)
 - Quote-part GMV du Fulfillment by Cdiscount : +8,2 pts vs juin 2017
- **Forte croissance du programme fidélité, au cœur de la stratégie marketing**
 - Quote-part GMV de Cdiscount à Volonté (« CDAV ») : 35 % (+282 pb)
 - Lancement du CDAV Pass : programme fidélité enrichi d’offres exclusives
- **Lancement de nouveaux services**
 - Cdiscount Voyages et Cdiscount Assistance
- **Succès de campagnes marketing audacieuses**
 - Campagne Coupe du Monde 2018 : 4,7 millions de vues pour la vidéo virale « Le Cri »
 - Publication 2018 la plus commentée parmi les e-commerçants sur les réseaux sociaux
- **Innovations logistiques**
 - Livraison à la demande sur un créneau de 30 minutes à Paris
 - Géolocalisation en temps réel de la livraison des gros produits généralisée
- **Elargissement de la livraison à d’autres pays**
 - Cdiscount livre désormais ses produits en Allemagne, Belgique, Espagne et Italie

Emmanuel Grenier, DG de Cnova, a commenté :

« Ce second trimestre a été marqué par une accélération de la croissance organique ainsi que par la croissance rapide des revenus issus de la monétisation.

Nous avons aussi lancé des initiatives qui soutiendront notre développement sur les prochains trimestres : la livraison à l’international, deux nouveaux services pour nos clients (voyage et assistance) et l’enrichissement de notre programme de fidélité Cdiscount à Volonté, qui est le pilier essentiel de notre stratégie marketing.

Les investissements continus en logistique, notamment avec la livraison à la demande sur un créneau de 30 minutes à Paris, unique en France, continuent d’améliorer l’expérience client. »

¹ Le GMV (gross merchandise volume) comprend, toutes taxes comprises, les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d’affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées) et inclut le volume d’affaires des services qui ont contribué à la croissance pour +1,2 pt au 2nd trimestre 2018 et +0,01 pt au 2nd trimestre 2017

² Ventes non-alimentaires des hypermarchés Géants sur les catégories biens techniques et maison hors ventes réalisées dans les corners

Principaux indicateurs du 2nd trimestre 2018

Le **volume d'affaires (GMV)** a atteint 760 millions d'euros au 2nd trimestre 2018, en hausse de 14,3 % par rapport à la même période en 2017. La croissance organique de +9,0 % s'est accélérée comparativement au trimestre précédent (+6,1 % au 1^{er} trimestre), incluant une contribution des corners Géant de 0,9 point. Les revenus des ventes multicanal avec le Groupe Casino, liés principalement à l'accord passé avec Géant en juin 2017, ont contribué à 5,3 points de croissance de GMV supplémentaire. Au total, le GMV a bénéficié de l'impact positif des French Days (un événement commercial qui a rassemblé de nombreux e-commerçants français pendant 5 jours fin avril) et de la Coupe du Monde 2018, qui a soutenu la forte croissance du magasin Image et Son sur l'ensemble du trimestre.

Le GMV de **la marketplace** a crû de 10,7 %, portant sa quote-part dans le GMV à 36,0 % au 2nd trimestre 2018, en accélération de 123 points de base comparée à la même période en 2017.

Le chiffre d'affaires s'est élevé à 445 millions d'euros au 2nd trimestre 2018, en croissance de 14,0 % comparé à 2017, bénéficiant notamment d'une progression de 29,4 % des revenus issus de la monétisation. La croissance organique s'est élevée à 6,4 % tandis que les ventes multicanal avec le Groupe Casino ont contribué à hauteur de 7,5 points à la croissance publiée du chiffre d'affaires.

Le **trafic** de Cdiscount a totalisé 212 millions de visites au 2nd trimestre 2018, **porté par le mobile** (particulièrement par l'application), en croissance de 12,4 % et qui représente ainsi 64,0 % du trafic. Selon Médiamétrie, Cdiscount a conforté son statut de numéro 2 en termes de visiteurs uniques mensuels (« VUM ») à la fois sur ordinateur et sur mobile et, pour la première fois en avril, le nombre de VUM sur mobile a dépassé celui sur ordinateur.

Au cours du 2nd trimestre 2018, Cdiscount a consolidé son leadership sur les **réseaux sociaux** grâce à une **expérience ludique**. S'appuyant sur la Coupe du Monde 2018, la campagne marketing "Le Cri" est devenue virale et a totalisé 4,7 millions de vues. Dans le cadre des **soldes d'été**, Cdiscount a partagé la publication la plus commentée sur les réseaux sociaux parmi les e-commerçants en 2018.

Intégrée à la stratégie marketing de Cdiscount et fidèle à son ADN audacieux, la campagne promotionnelle « Le Casse du Siècle » a remporté le *Brand Experience Award 2018*, grâce à ses résultats impressionnants : 1,7+ millions de vues pour la vidéo et 687 000 vues sur Facebook Live.

Points clés sur l'activité

Offre de services : enrichissement du programme de fidélité et progression dynamique des nouveaux services

- Le programme de fidélité de Cdiscount, **Cdiscount à Volonté** ("CDAV"), est le pilier essentiel de la stratégie marketing et continue d'attirer de plus en plus de clients grâce à de nouveaux services et offres dédiés. Les clients CDAV représentent désormais 34,8 % du GMV (+ 282 pb). Après le lancement d'une offre presse en accès illimité au 1^{er} trimestre 2018, le programme CDAV a été enrichi du « **Pass à volonté** » (des offres exclusives de partenaires commerciaux), qui permet aux membres de profiter notamment de 5% de réduction sur leurs courses dans les hypermarchés Géant et les supermarchés Casino en utilisant l'application de paiement Casino Max.
- La hausse du prix annuel de l'abonnement CDAV de 19€ à 29€ en mars 2018 n'a pas eu d'impact négatif sur la base d'abonnés.

Les services offerts aux clients ont connu une progression dynamique : **Cdiscount Energie** a vu son parc d'abonnés augmenter de 47 % au 2nd trimestre 2018 tandis que **Cdiscount Voyages**, lancé mi-mai 2018, a réalisé un démarrage prometteur. De plus, **Cdiscount Assistance**, qui offre une réparation rapide en cas de panne électrique ou de dégâts des eaux, a été lancée le 21 juin.

Stratégie multicanal : relais de croissance et accélération des ouvertures de corners

- Les ventes des biens techniques et de la catégorie Maison dans les hypermarchés Géant et les supermarchés Casino, catégories dont Cdiscount a la charge, ont généré un **chiffre d'affaires de 35 millions d'euros**³ au 2nd trimestre 2018.
- **10 nouveaux corners Cdiscount ont été ouverts** dans des hypermarchés Géant, après le succès des 11 premiers corners ouverts depuis le second semestre 2017. Ces corners participent au développement de la notoriété de la marque Cdiscount, notamment sur la catégorie stratégique de la Maison. Le parc devrait être étendu à la quasi-intégralité des hypermarchés Géants d'ici la fin de l'année.

Marketplace : croissance, qualité, et services à valeur ajoutée au centre des priorités

- La marketplace a confirmé son **regain de dynamisme** et atteint une quote-part de GMV de 36,0 % (+ 123 pb).
- La marketplace a atteint **d'excellents standards de qualité** tant pour les **clients** (avec un taux de réclamation structurellement inférieur à 1 %) que pour les **vendeurs**.
- Le service **Fulfillment by Cdiscount** poursuit son développement avec 36 % de références éligibles supplémentaires en un an et gagne 8,2 points de quote-part de GMV par rapport à juin 2017. Il contribue également à la qualité de service délivrée aux clients et vendeurs.

Forte croissance des revenus de monétisation

- **Les revenus liés à la monétisation** se sont élevés à 15 millions d'euros au 2nd trimestre 2018 (+29,4 % sur un an) et sont un pilier essentiel de la stratégie de croissance rentable de Cdiscount. Ces revenus B2B intègrent, en sus des services à valeur ajoutée de la marketplace (Packs Premiums, transport, service de change), une régie publicitaire tirant profit de l'exploitation des données, des commissions sur les services B2C collectées auprès de tiers (Cdiscount Voyages, Cdiscount Energie, ...) et des services financiers (carte de crédit, location longue durée).

Lancement de la livraison internationale

- Cdiscount **livre maintenant ses petits produits**, soit environ 200 000 références, en **Allemagne, Belgique, Espagne et Italie** (une nouvelle base client de 200 millions de personnes). La Belgique et l'Espagne peuvent être livrées en 48 heures et l'Italie et l'Allemagne en 72 heures.
- Cet automne, l'ensemble des 250 000 produits stockés par Cdiscount seront aussi commercialisés sur plusieurs marketplaces locales dans ces pays.
- Par ailleurs, Cdiscount s'est associé à ColisExpat pour permettre à ses clients de faire expédier leurs commandes dans le monde entier à des tarifs préférentiels.

Des innovations logistiques et de livraison

- **La géolocalisation en temps réel** lors de la livraison des produits volumineux est maintenant disponible pour 97 % des commandes.
- Lancement de la **livraison à la demande** en juin 2018 à Paris, qui permet aux clients d'activer la livraison sur un créneau de 30 minutes de leur choix à compter du lendemain de la commande. Cdiscount est la seule société à proposer ce service de livraison innovant en France.

³ Excluant les ventes réalisées dans les corners

- Cdiscount a renforcé sa position **d'expert de la livraison rapide** avec l'ouverture d'un nouvel entrepôt de 80 000 m² pour les petits produits à Moissy, près de Paris, portant la capacité totale de stockage à plus de 533 000 m² fin juin 2018.
- **Exotec Solutions**, le système de préparation de commandes totalement automatisé reposant sur une flotte de robots 3-D, s'avère être un succès dans l'entrepôt de Cestas et a remporté plusieurs récompenses fin 2017 et début 2018. Cette solution sera déployée dans l'entrepôt de Réau, près de Paris, avec une flotte de 50 robots dans les mois à venir.

Un engagement fort sur notre politique RSE

- La CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) a délivré le **label « Gouvernance »** à Cdiscount, attestant de la qualité de ses procédures et de l'utilisation des données personnelles collectées.
- Avec 3W Regie, Cdiscount devient le **premier e-commerçant** à recevoir le **label « Digital Ad Trust »**, qui récompense les sites web possédant des pratiques publicitaires responsables concernant le respect de la marque, la fraude, l'expérience client et l'utilisation des données personnelles.
- Cdiscount est le **deuxième créateur d'emplois** du secteur privé de la région de Bordeaux⁴.
- Cdiscount a engagé plusieurs initiatives en faveur de **l'éducation et de la formation** :
 - MasterClass IT : création d'un programme de développement informatique alternant cours théoriques et expérience professionnelle pour 20 étudiants.
 - Partenariats avec des collèges près de Bordeaux afin de sensibiliser au développement informatique et à une utilisation responsable des réseaux sociaux.

⁴ Palmarès 2018 de La Tribune des entreprises qui recrutent le plus dans la région de Bordeaux

Activité du 2nd trimestre

Cnova N.V.	2 nd trimestre ⁽¹⁾		Variation	
	2018	2017	Publiée ⁽¹⁾⁽²⁾	Organique ⁽³⁾
GMV⁽⁴⁾⁽⁵⁾ (en millions d'euros)	759,8	664,9	+14,3 %	+9,0 %
Quote-part de la marketplace	36,0 %	34,8 %	+123 pb	
Quote-part du mobile	43,3 %	37,3 %	+601 pb	
Quote-part de CDAV	34,8 %	32,0 %	+282 pb	
Chiffre d'affaires⁽⁵⁾ (en millions d'euros)	444,6	390,2	+14,0 %	+6,4 %
Trafic (visites en millions)	212,4	203,3	+4,5 %	
Quote-part du mobile	64,0 %	59,5 %	+450 pb	
Clients actifs⁽⁶⁾ (en millions)	8,7	8,4	+3,4 %	
Commandes⁽⁷⁾ (en millions)	5,8	5,7	+2,2 %	
Quote-part de CDAV	35,3 %	29,5 %	+576 pb	
Unités vendues (en millions)	11,0	11,1	-0,3 %	

- 1) Les données de Cnova NV ne sont pas auditées.
- 2) Les données publiées incluent l'ensemble des ventes de Cdiscount, y compris les ventes de produits techniques réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino, suite à l'accord multicanal effectif depuis le 19 juin 2017.
- 3) Les variations organiques excluent les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino sur les biens techniques et catégorie maison (impact de -5,3 pts et -7,5 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires), mais intègrent les ventes réalisées dans les corners.
- 4) Le GMV (gross merchandise volume) comprend, toutes taxes comprises, les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées) et inclut le volume d'affaires des services qui ont contribué à la croissance pour +1,2 pt au 2nd trimestre 2018 et +0,01 pt au 2nd trimestre 2017
- 5) Suite à l'entrée en vigueur de la nouvelle norme comptable sur les revenus, IFRS 15, le GMV et chiffre d'affaires de l'année 2017 ont été retraités de respectivement -24 millions d'euros et -20 millions d'euros afin de présenter des données comparables.
- 6) Clients actifs à fin juin ayant effectué au moins un achat sur les sites et l'application Cdiscount au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.
- 7) Nombre total de commandes passées avant annulation due à la détection de fraudes et/ou à l'absence de paiement par les clients.

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., un des leaders de la vente en ligne en France, offre à ses 8,7 millions de clients actifs des produits qu'ils peuvent acheter sur son site marchand à la pointe de l'innovation : Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients une offre de produits à des prix très attractifs, plusieurs options de livraison rapides et commodes, ainsi que des solutions de paiement pratiques. Cnova N.V. fait partie du Groupe Casino, groupe de distribution mondial. Les communiqués de Cnova N.V. sont disponibles à l'adresse www.cnova.com. Les informations disponibles ou accessibles depuis les sites mentionnés ci-dessus ne font pas partie de ce communiqué de presse.

Le présent communiqué de presse contient des informations réglementées (gereguleerde informatie) au sens de la loi de supervision néerlandaise sur les marchés financiers (Wet op het financieel toezicht) qui doivent être rendues publiques conformément aux législations néerlandaise et française. Ce communiqué de presse est émis uniquement à des fins d'informations.

Contact Relations Investisseurs :

investor@cnovagroup.com

Tel: +31 20 301 22 40

Contact Presse :

directiondelacommunication@cdiscount.com

Tel: +33 5 56 30 07 14