

## CNOVA N.V.

### Activité du 3<sup>ème</sup> trimestre 2018

AMSTERDAM – le 12 octobre 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 septembre 2018.

- **Croissance organique du GMV : +9,3 %<sup>1</sup>**
  - Contribution du e-commerce : +7,2 pts, portée par la marketplace et les services B2C (+2,0 pts)
  - Contribution des corners Géant en hausse : +2,1 pts
- **Succès de la stratégie d’accélération de la croissance de la marketplace**
  - Croissance forte à 2 chiffres au T3 2018 : +19,5 %, meilleure performance depuis le T3 16
  - Quote-part GMV de la marketplace : 36,0 % (+527 pb), un nouveau niveau record
  - Quote-part GMV du Fulfillment by Cdiscount : +404 pb vs septembre 17
- **Progrès rapide des initiatives de monétisation**
  - 15 millions d’euros de revenus sur le trimestre, croissant au rythme rapide de +17 %
  - Le GMV des services de la marketplace a plus que doublé en un an
- **Une expérience mobile de haute qualité soutient la croissance et la satisfaction client**
  - Application parmi les mieux notées et 2<sup>ème</sup> site mobile e-commerce le plus rapide<sup>2</sup>
  - Croissance des VUM sur mobile : plus de 10 millions en juillet, en croissance de +12 % et dépassant le PC depuis avril 18
  - Quote-part du trafic au T3 2018 : 64,1 % (+271 pb)
- **Des services clients couvrant toujours plus de besoins**
  - Cdiscount Energie : le nombre de nouveaux abonnés a doublé sur le trimestre
  - Lancement de *Cdiscount Billeterie*
  - Extension de Cdiscount Voyages aux croisières et camping
- **Une expérience multicanal digitalisée unique en constante amélioration**
  - 35 corners (+14 vs juin 18), les catégories des corners enregistrent une croissance de +26 % sur un an
  - Ouverture d’un showroom Casino/Cdiscount 100 % digital sur les Champs-Élysées à Paris, ouvert 24/7
- **Succès de la livraison en Europe**
  - Extension du nombre de références disponibles
  - Elargissement de la livraison à 8 pays supplémentaires

Emmanuel Grenier, DG de Cnova, a commenté :

« Cnova a vu sa performance commerciale accélérer pendant le trimestre, en particulier grâce à sa marketplace, et son trafic redynamiser. Nous sommes impatients et déjà prêts pour les événements commerciaux clés du quatrième trimestre : la 2<sup>ème</sup> édition des French Days est une vraie réussite et nous venons juste de lancer un événement promotionnel unique sur l’ensemble du mois d’octobre célébrant l’anniversaire des 20 ans de Cdiscount.

Alors que nous avons atteint des standards de qualité élevés tout au long du parcours client, on- et off-line, sur PC et sur mobile, notre priorité est désormais de tendre vers une croissance profitable grâce aux initiatives suivantes : premièrement, des initiatives stratégiques visant à accélérer l’expansion de la marketplace qui a atteint des records au 3<sup>ème</sup> trimestre ; deuxièmement, de nouveaux services clients tels que la billetterie, le divertissement et les loisirs ; et troisièmement, la monétisation de notre trafic, de nos données et de nos actifs logistiques principalement par l’intermédiaire de notre régie publicitaire en croissance et de nos services logistiques comme le Fulfillment by Cdiscount et Cdiscount Transport. »

<sup>1</sup> La croissance organique exclut les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino, mais inclut les ventes réalisées dans les corners (impact total de l’exclusion de +3,2 pts sur la croissance du GMV).

<sup>2</sup> Dernière étude Fasterize pour les mois de juillet et août 2018

### Principaux indicateurs du 3<sup>ème</sup> trimestre 2018

Le **volume d'affaires (GMV) organique** a crû de 9,3 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018, comparé à la même période en 2017, dont une contribution de 2,1 points des corners Géant. En prenant en compte les revenus des ventes multicanal, liés principalement à l'accord passé avec Géant (Groupe Casino) en juin 2017, la croissance totale du GMV publié a été de 6,1 %, ce qui reflète la décroissance des ventes Géant en non-alimentaire, dont l'impact de la première consolidation est désormais terminé. La croissance du GMV est restée dynamique malgré des soldes d'été en recul en juillet pour l'ensemble du marché grâce à des performances solides sur les mois d'août et septembre, tirées par la très bonne dynamique de la marketplace, l'extension de la contribution des services B2C et le déploiement des corners en Géant.

Les **initiatives stratégiques visant à accélérer l'expansion de la marketplace**, mises en place cette année, ont abouti à une **performance record** au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 : le GMV de la marketplace a crû de 19,5 %, portant sa quote-part dans le GMV total à 36,0 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018, une accélération de 527 points de base comparée à la même période en 2017. Cette croissance élevée à deux chiffres a principalement été portée par la refonte de catégories stratégiques désormais priorisées sur la marketplace : le GMV marketplace de la Téléphonie, de la Maison et de l'Informatique ont tous connu une croissance très soutenue.

Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à 503 millions d'euros au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018, en baisse de 2,9 % comparé à la même période en 2017. Cette performance reflète la stratégie rentable d'accélération de la marketplace, mise en place cette année, et le transfert qui en résulte des ventes directes vers les ventes de la marketplace (ces dernières sont comptabilisées dans le chiffre d'affaires à hauteur des commissions reçues). Par ailleurs, le chiffre d'affaires a été impacté positivement par le dynamisme des ventes des corners qui compensent en grande partie la baisse des ventes non-alimentaires en Géant, pour lesquelles l'impact positif de la première consolidation est désormais terminé.

Le **trafic** de Cdiscount s'est élevé à 216 millions de visites au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 et a été **tiré par le mobile** (notamment par l'application) avec une croissance de +11,3 % par rapport à l'an dernier et une quote-part du trafic à 64,1 %. Selon les dernières études de Médiamétrie<sup>3</sup>, Cdiscount a consolidé son statut de n°2 en termes de visiteurs uniques mensuels (« VUM ») à la fois sur ordinateur et sur mobile, creusant l'écart avec le n°3 et se rapprochant du n°1. Les principales réussites de l'année jusqu'à maintenant sont : le nombre de téléchargements de l'application qui a augmenté de moitié en un an et l'accélération après la mise en place du Progressive Wep App.

Le programme de fidélité de Cdiscount, **Cdiscount à Volonté** ("CDAV"), continue d'être le pilier essentiel de la stratégie marketing et un puissant levier vecteur de **satisfaction client** et de **récence d'achat**. Après avoir enrichi son programme avec de nombreux services dédiés (ventes privées, offre presse en accès illimité, Cdiscount Famille, Pass à Volonté, 5% de réduction via l'application Casino Max, ...), Cdiscount se focalise désormais sur l'expansion de ses 288k produits éligibles à la livraison express CDAV<sup>4</sup>. A fin septembre, le nombre de références éligibles CDAV a augmenté de 17 % par rapport à l'an dernier. Ces efforts vont être maintenus au 4<sup>ème</sup> trimestre 2018 avec l'ajout des références marketplace de Cdiscount Transport à l'assortiment éligible à la livraison express.

Fidèle à la stratégie marketing de Cdiscount et son ADN impertinent, la **3<sup>ème</sup> édition du « Casse du Siècle »**, un événement promotionnel dans l'entrepôt Cdiscount de Cestas désormais diffusé en direct à la télévision et sur internet en streaming, soutenu par Fun Radio, M6 et des youtubeurs célèbres, a eu un succès remarquable et a rassemblé près de 4 millions de vues sur l'ensemble des réseaux sociaux.

<sup>3</sup> Etudes Médiamétrie de juin et juillet

<sup>4</sup> Références en propre et références en Fulfillment by Cdiscount

## Points clés sur l'activité

### Offre de services

- Lancement de la **vente de pièces détachées automobile** sur le site en septembre avec un parcours client sur-mesure adapté à cette catégorie.
- **Cdiscount Energie** a continué de s'étendre à un rythme accéléré avec un recrutement d'abonnés qui a doublé comparé au trimestre précédent. Cette offre reste la moins chère du marché avec le renouvellement en septembre de la réduction de 20% directement appliquée sur la facture.
- **Cdiscount Voyages** a confirmé son démarrage très prometteur avec une performance commerciale en accélération sur le 3<sup>ème</sup> trimestre 2018. Le programme a été enrichi de nouvelles offres telles que les croisières, le camping et les séjours ski.
- **Cdiscount Billeterie** a été lancé mi-septembre et offre des billets à prix réduits pour des concerts, du théâtre, des parcs d'attractions, des événements sportifs et culturels et d'autres loisirs (escape game, lazer games, ...).

### Initiatives sur la monétisation

- **Les revenus de la monétisation** se sont élevés à 15 millions d'euros au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 (+ 17 % par rapport à l'année dernière) et sont un autre pilier essentiel de la stratégie de croissance rentable de Cdiscount :
  - **La régie publicitaire** : la coopération entre 3W et relevanC s'est renforcée avec une nouvelle proposition de valeur commune. Cdiscount a aussi accéléré le déploiement de la plateforme digitale permettant aux fournisseurs de Cdiscount et aux vendeurs marketplace d'enchérir et d'acheter des espaces publicitaires sur le site internet de Cdiscount
  - **Les services B2B2C rémunérés à la commission** (en hausse de +38 %) tels que Cdiscount Voyages, Cdiscount Energie et Cdiscount Assistance.
  - **Les services financiers** (x2,1 en un an) : l'un des principaux moteurs est le nombre de crédits accordés, qui a augmenté de +33 % depuis le début de l'année avec plus de 88 000 nouvelles cartes de crédit.

### Stratégie multicanal

- **14 nouveaux corners Cdiscount ont ouvert** dans les hypermarchés Géant, capitalisant sur le succès des 21 premiers corners lancés depuis le 2<sup>ème</sup> semestre 2017, ce qui porte le réseau à 35 à fin septembre.
- **Ouverture d'un showroom Casino/Cdiscount sur les Champs-Élysées à Paris** début octobre, présentant une expérience client innovante, 100 % digitale et connectée, ouvert 24h/24 et 7j/7 : 3 étages avec un point relais exclusif, une cave à vin Cdiscount et un corner Cdiscount réduit, focalisé sur la catégorie Maison.

### Innovations sur la livraison

- Une agilité augmentée de la capacité logistique des gros produits avec **la construction en cours d'un nouvel entrepôt de 60 000 m<sup>2</sup>** près d'Andrézieux, dans la région de Lyon, qui devrait ouvrir au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019.
- **The Warehouse**, l'incubateur logistique de Cdiscount, après avoir soutenu avec succès 6 start-ups dont Exotec qui a remporté de multiples prix, vient d'entamer son second tour de sélection qui se terminera le 26 octobre. Autre preuve du succès de ce programme, la start-up **NoMagic.AI** a lancé la production d'un bras robotisé et automatisé de préparation de commandes.

**Succès de la livraison en Europe avec l'extension à de nouvelles références et de nouveaux pays**

- **La livraison de petits produits** en Belgique, Allemagne, Italie et Espagne, a été étendue à certaines références de la marketplace (500 vendeurs à date).
- **La livraison à de nouveaux pays** (Pologne, Hongrie, République Tchèque, Slovénie, Slovaquie, Estonie, Lituanie et Lettonie) est désormais disponible via **7 marketplaces locales**.
- Développement de **la livraison de vin**, qui s'étend hors de France vers la Belgique et bientôt l'Italie, l'Allemagne et l'Espagne.
- **Le programme fidélité CDAV** est désormais accessible pour les clients belges.

**Services à valeur-ajoutée à destination des vendeurs marketplace**

- Le service de **Fulfillment by Cdiscount** continue d'être adopté par un nombre grandissant de vendeurs de la marketplace, gagnant 4,0 points en quote-part de la GMV marketplace sur le mois de septembre comparée à l'année précédente, pour atteindre 20,1 %.
- **Le GMV des services aux vendeurs marketplace** a plus que doublé en un an, avec 3 priorités : Cdiscount Transport, Cdiscount Marketing et Cdiscount Fintech (prêts & services de change). Cette réussite s'est principalement appuyée sur le succès des **Packs Premium** (des offres groupées comprenant plusieurs services à valeur ajoutée).

## Activité du troisième trimestre

Cnova N.V.	Troisième trimestre <sup>(1)</sup>		Variation	
	2018	2017	Publiée <sup>(1)(2)</sup>	Organique <sup>(3)</sup>
<b>GMV<sup>(4)(5)</sup></b> (en millions d'euros)	<b>871,7</b>	<b>821,8</b>	+6,1 %	+9,3 %
Quote-part de la marketplace	36,0 %	30,7 %	+527 pb	
Quote-part du mobile	45,3 %	39,8 %	+551 pb	
Quote-part de CDAV	32,8 %	31,4 %	+146 pb	
<b>Chiffre d'affaires<sup>(5)</sup></b> (en millions d'euros)	<b>503,0</b>	<b>517,8</b>	-2,9 %	+0,5 %
<b>Trafic</b> (visites en millions)	<b>216,0</b>	<b>202,6</b>	+6,6 %	
Quote-part du mobile	64,1 %	61,4 %	+271 pb	
<b>Clients actifs<sup>(6)</sup></b> (en millions)	<b>8,8</b>	<b>8,6</b>	+2,5 %	
<b>Commandes<sup>(7)</sup></b> (en millions)	<b>6,4</b>	<b>6,2</b>	+3,9 %	
Quote-part de CDAV	33,4 %	30,6 %	+276 pb	
<b>Unités vendues</b> (en millions)	<b>12,0</b>	<b>11,9</b>	+1,2 %	

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, mais incluent des ventes réalisées dans les corners (impact total de l'exclusion de +3,2 pts et +3,4 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires).

4) Le GMV (gross merchant 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 +2,0 pts au 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 et +0,01 pt au 3<sup>ème</sup> 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 septembre 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 8,8 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, des options de livraison rapides et commodes, ainsi que des solutions de paiement pratiques et innovantes. 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](http://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](mailto:investor@cnovagroup.com)

Tel: +31 20 301 22 40

#### Contact Presse:

[directiondelacommunication@cdiscout.com](mailto:directiondelacommunication@cdiscout.com)

Tel: +33 5 56 30 07 14