

CNOVA N.V.

Activité du 3^{ème} trimestre 2017

AMSTERDAM, le 12 octobre 2017, 07:45 (heure d'été d'Europe centrale) — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova » ou la « Société ») publie aujourd'hui les chiffres clés non audités de son activité du 3^{ème} trimestre 2017 ainsi qu'un point d'étape sur son plan stratégique.

- **GMV : 842 millions d'euros (+15 % en base comparable¹)**
 - Quote-part de la marketplace : 31,2 % (-217 pb)
- **Chiffre d'affaires : croissance record à 539 millions d'euros (+18 % en base comparable¹)**
- **Gains soutenus de part de marché en juillet et août**
 - Gains de part de marché de 1,9 point en juillet et 1,0 point en août (Gfk)
- **Trafic : 222 millions de visites (+16 %)**
 - Quote-part mobile : 60 % (+558 pb)
- **Clients actifs : 8,6 millions (+8 %)**
 - Abonnés CDAV : +66 % en glissement annuel
- **Commandes : 6,2 millions (+9 %)**
 - Quote-part CDAV : 29 % (+781 pb)
- **Cdiscount est numéro 1 en France en visibilité et engagement sur les réseaux sociaux²**
- **Progrès rapides du plan d'accélération de la croissance**

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Cnova a réalisé une excellente croissance du chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre. Notre trafic et GMV ont continué de croître à deux chiffres et nous avons gagné des parts de marché significatives ce trimestre selon Gfk.

Cette dynamique est le résultat de notre plan stratégique d'accélération de la croissance, élaboré pour accroître notre assortiment produit et renforcer notre offre de livraison et savoir-faire technologique. Lancé au 1^{er} semestre 2017, nous pouvons affirmer que ce plan est déjà bien avancé.

Le nombre de nos références en propre a presque triplé par rapport à la fin de l'année 2016 et le nombre de références marketplace a augmenté de plus de 50%.

Nous avons également renforcé notre offre de livraison grâce à l'ouverture en septembre d'un nouvel entrepôt de 60 000 m² en région parisienne.

Nous avons continué à innover dans le domaine de la logistique grâce au lancement d'un incubateur de start-ups dédié à la logistique et au transport et à notre partenariat avec Chronopost pour l'extension de la livraison le dimanche.

Nous avons enrichi notre offre de services financiers avec le lancement du prêt court-terme « Coup de pouce » destiné aux particuliers.

Après la refonte de nos sites et application, nous développons désormais de nouvelles fonctionnalités sur mobile et PC afin de proposer une expérience client plus personnalisée avec une page d'accueil et des recommandations d'achat sur mesure, la géolocalisation, la commande vocale et la réalité augmentée.

A l'approche du 4^{ème} trimestre 2017 et de 2018, Cdiscount continuera de renforcer son positionnement multispécialiste grâce à l'extension de son offre produit, une expérience client sur mesure et une offre de services à forte valeur ajoutée. »

¹ Les données ont été retraitées ainsi pour les rendre comparables : i) exclusion des données des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco du fait de leur vente ou fermeture en 2016, ii) exclusion des données B2B suite à la réduction volontaire de ces ventes initiée au 3^{ème} trimestre 2016, iii) retraitement de l'impact calendaire lié au démarrage des soldes d'été 2017 une semaine plus tard qu'en 2016 (impact de respectivement +1,0 pt et +1,1 pt sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires) et iv) exclusion des ventes réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du groupe Casino en France, suite à l'accord multicanal effectif depuis le 19 juin 2017 (impact de +8,9 pts et +12,2 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires).

² Selon une étude de Brandwatch Analytics publiée en septembre, réalisée sur le nombre de commentaires, *share*, discussions sur les réseaux sociaux (visibilité) et l'efficacité à communiquer et répondre (engagement) des principaux e-commerçants en France.

Principaux indicateurs du 3^{ème} trimestre 2017

Le **volume d'affaires (GMV)** a atteint 842 millions d'euros au 3^{ème} trimestre 2017, en hausse de 14,9 % en comparable par rapport à 2016. La performance commerciale du 3^{ème} trimestre a notamment bénéficié de soldes d'été historiques avec une croissance du GMV de 16 % par rapport à l'an passé.

La **quote-part mobile** dans le GMV a continué de croître pour atteindre 39,5% au 3^{ème} trimestre, soit une croissance de 814 points de base par rapport à 2016.

La quote-part de la **marketplace** dans le GMV s'est élevée à 31,2 % au 3^{ème} trimestre 2017. La marketplace a renoué ces dernières semaines avec des taux de croissance élevés avec une quote-part de GMV de 32% en septembre. Le nombre de références sur la marketplace a augmenté de plus de 50 % par rapport à septembre 2016 et la quote-part de GMV de la marketplace faisant appel au service de « *fulfillment* » a progressé de 7 % en septembre 2016 à 16 % en septembre 2017.

Le **chiffre d'affaires** a atteint 539 millions d'euros au 3^{ème} trimestre 2017, soit un taux de croissance record de 18,4 % en comparable par rapport à 2016. L'extension de l'assortiment produit et l'enrichissement de l'offre de livraison ont notamment contribué à cette croissance. La croissance du chiffre d'affaires a été tirée par la très bonne performance des magasins informatique (+24 % de croissance des ventes directes, portée par l'élargissement et la montée en gamme de l'offre), électroménager (+18 %) et high-tech (+18 %). Le renforcement des magasins à forte récurrence tels que l'animalerie, la puériculture et le bio a aussi eu un impact positif. Les catégories maison et produits électroménagers ont représenté 48 % des ventes directes, tandis que les produits high-tech et l'informatique ont contribué à hauteur de 35 %.

Cdiscount a renforcé sa part de marché sur les biens techniques (high-tech, informatique et électroménager) avec des gains en juillet et août de respectivement 1,9 point et 1,0 point en valeur et 3,5 points et 2,0 points en volume par rapport à l'année dernière (source : Gfk).

Le **trafic** du site Cdiscount.com a augmenté de 15,6 % au 3^{ème} trimestre 2017 par rapport à 2016 pour atteindre 222 millions de visites.

La **quote-part mobile** du trafic a augmenté de 558 points de base par rapport à l'an passé à 59,8 % au 3^{ème} trimestre 2017.

Le nombre de **clients actifs** s'est élevé à 8,6 millions au 30 septembre 2017 (+8,3 % par rapport au 30 septembre 2016). Le nombre d'abonnés au programme de fidélité **Cdiscount à Volonté (CDAV)** a continué de fortement augmenter avec un taux de croissance de +66 % par rapport à septembre 2016.

Cdiscount a continué à renforcer sa présence sur les **réseaux sociaux** grâce à un fort engagement (*like, share, commentaires*) et un délai de réponse parmi les meilleurs. Selon une étude publiée par Brandwatch Analytics en septembre, Cdiscount est **premier** parmi les principaux e-commerçants en France en termes de visibilité et d'engagement sur les réseaux sociaux.

Le nombre de **commandes** a atteint 6,2 millions au 3^{ème} trimestre 2017, soit une hausse de 9,2 % par rapport à 2016. Les abonnés CDAV ont représenté 29,2 % des commandes du 3^{ème} trimestre 2017 contre 21,4 % en 2016.

Le **nombre d'unités vendues** a augmenté de 11,1 millions au 3^{ème} trimestre 2016 à 11,9 millions au 3^{ème} trimestre 2017, soit une hausse de 7,1 %.

Point à date sur le plan stratégique

Le plan stratégique d'accélération de la croissance (extension de l'assortiment produit, renforcement de la stratégie multicanal et des services de livraison et nouvelles avancées technologiques) lancé au 1^{er} semestre 2017 a enregistré des progrès rapides.

Extension de l'assortiment produit

- Le plan d'extension de l'assortiment produit (dont l'objectif est de multiplier par presque quatre le nombre de références en propre éligibles au programme CDAV et d'augmenter de 50 % le nombre de références de la

marketplace) est en très bonne voie. A fin septembre, le nombre de références en propre a ainsi presque triplé et le nombre de références marketplace a déjà augmenté de 50 % par rapport à fin 2016.

- Afin d'accompagner la croissance de son offre de produits, Cdiscount a ouvert un nouvel entrepôt de 60 000 m² début septembre à Réau, près de l'aéroport d'Orly.

Renforcement de la stratégie multicanal

Comme indiqué lors des résultats du 1^{er} semestre 2017, Cnova est désormais en charge de la gestion des stocks des catégories maison et biens techniques des hypermarchés Géant et des supermarchés intégrés Casino (DCF ci-après), en complément de ceux de Cdiscount, avec un retrait immédiat en magasin. Le chiffre d'affaires généré au 3^{ème} trimestre 2017 par les ventes dans les magasins DCF s'est élevé à 50 millions d'euros.

Les principales améliorations apportées à l'offre multicanal au 3^{ème} trimestre ont porté sur :

- L'élargissement du nombre de références disponibles en retrait immédiat en magasin de 1 500 en juillet à 5 000 références fin septembre.
- Le renforcement des synergies avec DCF à travers des promotions et opérations commerciales communes.
- La mise en avant de Cdiscount dans les magasins DCF : corners Cdiscount dans des hypermarchés Géant et supermarchés Casino, bornes interactives présentant le catalogue Cdiscount avec des recommandations clients et un service de conseil avant-vente.
- L'inauguration le 21 septembre d'un premier showroom au sein de l'hypermarché Géant de Fenouillet, près de Toulouse : 250 m² dédiés à l'univers maison de Cdiscount organisés autour de 4 ambiances différentes et présentant environ 600 références.

Enrichissement de l'offre de livraison

- Livraison le jour-même : Cdiscount propose désormais la livraison le jour-même sur Paris sur ses petits produits (< 30 kgs), en complément de l'offre déjà existante sur les gros produits (> 30 kgs). Cdiscount est ainsi le seul acteur en France à proposer la livraison le jour-même à Paris sur l'ensemble de ses produits. L'offre de livraison le jour-même sera étendue à 5 nouvelles agglomérations françaises dans les prochains mois.
- Livraison le dimanche : après avoir testé en exclusivité pendant un an la livraison le dimanche sur Paris avec Chronopost, Cdiscount sera le premier à proposer ce service sur 15 agglomérations françaises d'ici la fin de l'année.
- Livraison express des gros produits sur rendez-vous (sur un créneau de 2 à 4 heures) désormais disponible sur les 12 plus grandes villes françaises.
- Amélioration du délai d'expédition d'un jour pour les clients non-CDAV.
- Innovation : Cdiscount a lancé un incubateur « The Warehouse » qui ouvrira en octobre avec une sélection de cinq start-ups pour accompagner sa transformation vers une *supply chain* 4.0. Les principaux sujets de réflexion concernent l'accélération de l'automatisation des entrepôts, la réduction des facteurs de pénibilité pour les opérateurs, une plus grande flexibilité dans la livraison et l'ajout de services supplémentaires pour le client.
- Automatisation : mise en place d'une seconde machine 3D pour l'emballage des colis, permettant une optimisation de la productivité des entrepôts.

Avancées technologiques

- Personnalisation de la page d'accueil et des offres sur les sites mobile et PC et l'application à partir de l'historique de navigation et de la géolocalisation.
- Développement de la réalité augmentée sur l'application mobile qui permet de visualiser virtuellement les produits en taille réelle.
- Ajout de la commande vocale sur l'application.

Développement de nouvelles sources de revenus

- Accélération du service de *Fulfillment-by-Cdiscount* (FBC) : la quote-part dans le GMV et le nombre de références ont respectivement plus que doublé et triplé en un an tandis que le nombre de vendeurs a augmenté de 60%.
- Lancement du prêt court-terme immédiat « Coup de pouce » pour les particuliers (<90 jours et jusqu'à 2 500€) avec de solides premiers résultats.

Activité du 3^{ème} trimestre 2017

Cnova N.V.	3 ^{ème} trimestre ⁽¹⁾		Variation	
	2017	2016	Publié ⁽¹⁾	Comparable ⁽²⁾
GMV⁽³⁾ (en millions d'euros)	841,6	680,6	+23,6 %	+14,9%
Quote-part de la marketplace	31,2 %	33,4 %		-217 pb
Quote-part de CDAV	32,2 %	24,0 %		+816 pb
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	538,5	413,9	+30,1 %	+18,4 %
Trafic (visites en millions)	222,3	192,4		+15,6 %
Quote-part mobile	59,8 %	54,2 %		+558 pb
Clients actifs⁽⁴⁾ (en millions)	8,6	7,9		+8,3 %
Commandes⁽⁵⁾ (en millions)	6,2	5,7		+9,2 %
Quote-part de CDAV	29,2 %	21,4 %		+781 pb
Unités vendues (en millions)	11,9	11,1		+7,1 %

- 1) Les données de Cnova NV ne sont pas auditées et ont été ajustées pour toutes les périodes afin de prendre en compte : i) le rapprochement de Cnova Brazil avec Via Varejo, réalisé le 31 octobre 2016, ii) la vente ou la fermeture des sites internationaux de Cdiscount, et iii) la vente du site MonShowroom. Conformément à IFRS5, ces activités sont présentées en activités abandonnées à partir du 1^{er} janvier 2016.
- 2) Les données ont été retraitées ainsi pour les rendre comparables : i) exclusion des données des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco du fait de leur vente ou fermeture en 2016, ii) exclusion des données B2B suite à la réduction volontaire de ces ventes initiée au 3^{ème} trimestre 2016, iii) retraitement de l'impact calendaire lié au démarrage des soldes d'été 2017 une semaine plus tard qu'en 2016 (impact de respectivement +1,0 pt et +1,1 pt sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires) et iv) exclusion des ventes réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du groupe Casino en France, suite à l'accord multicanal effectif depuis le 19 juin 2017 (impact de +8,9 pts et +12,2 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires).
- 3) Le GMV comprend les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées), toutes taxes comprises.
- 4) Clients actifs à fin septembre ayant effectué au moins un achat sur les sites Cdiscount.com au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.
- 5) 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 8,6 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 plus de 30 millions de références 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@cnova.com

Tél : +31 20 301 22 40

Contact Presse :audrey.donazzolo@cdiscount.com

Tél : +33 5 56 30 07 14