

CNOVA N.V. Activité de l'exercice 2017

AMSTERDAM, le 12 janvier 2018, 07:45 — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova » ou la « Société ») publie aujourd'hui les chiffres clés non audités de son activité relatifs au trimestre et à l'exercice clos le 31 décembre 2017 ainsi qu'un point d'étape sur son plan stratégique.

- **GMV : 3,4 milliards d'euros (+10 % en base comparable¹)**
 - Quote-part mobile : 38,1 % (+737 pb)
 - Quote-part de la marketplace : 32,0 % (+56 pb)
- **Chiffre d'affaires : 2,1 milliards d'euros (+9 % en base comparable¹)**
- **Gains continus de part de marché depuis avril 2017²**
- **Trafic : 946 millions de visites (+12 %)**
 - Quote-part mobile : 59,5 % (+645 pb)
- **Clients actifs : 8,6 millions (+6 %)**
 - Abonnés CDAV : +48 % en glissement annuel
- **Commandes : 27 millions (+8 %)**
 - Quote-part CDAV : 30 % (+1 109 pb)

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Après une excellente performance du chiffre d'affaires au 3^{ème} trimestre, Cnova a terminé l'année 2017 avec un Black Friday record en termes de trafic et de ventes. L'année 2017 a été marquée par notre plan stratégique lancé au 2^{ème} trimestre dont la pertinence est illustrée par la croissance à deux chiffres du volume d'affaires, les gains continus de part de marché depuis avril et l'augmentation de la satisfaction de nos clients³. Ce plan nous a ainsi permis de renforcer notre position de leader français du e-commerce. Sa mise en œuvre a cependant demandé des investissements significatifs qui pèsent temporairement sur nos performances financières, avec toutefois une amélioration progressive tout au long de l'année 2017.

D'abord, nous souhaitons rendre accessible à tous et au meilleur prix les meilleurs produits et services. Ainsi, le nombre de produits éligibles à la livraison express gratuite de notre programme de fidélité Cdiscount à Volonté a triplé en un an tandis que le nombre de références marketplace a augmenté de plus de 80 %. Nous avons aussi lancé avec succès de nouveaux services innovants pour nos clients comme notre crédit instantané « Coup de pouce » et notre offre d'électricité la moins chère du marché, Cdiscount Energie.

Ensuite, nous avons fortement amélioré l'expérience client tout au long du parcours. Déjà « pendant l'achat » avec la refonte complète du site mobile et de l'application, qui est maintenant l'une des mieux notées du marché avec 4,5/5. Mais aussi « après achat » avec une offre unique de livraison le jour-même désormais déployée à Paris, Lyon et Lille.

Enfin, nous accélérons le développement de la monétisation à travers la création d'un écosystème complet destiné à nos vendeurs marketplace : accélération du service de Fulfillment-by-Cdiscount, des offres de publicité ciblée, des services financiers et de transport.

Nous abordons 2018 avec la volonté d'accélérer l'exécution de notre plan stratégique dans le but d'offrir la meilleure expérience on- et offline à nos clients, tout en renforçant la monétisation et notre dynamique d'innovation. »

¹ Les données comparables sont établies en éliminant : i) les données des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco du fait de leur vente ou fermeture en 2016, ii) les données B2B suite à la réduction volontaire de ces ventes initiée au 3^{ème} trimestre 2016, iii) l'impact calendaire de l'année bissextile en 2016 (impact de respectivement -0,4 pt et -0,3 pt sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires) et iv) les 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 +4.3 pts et +5.8 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires).

² Part de marché GfK sur les biens techniques.

³ Mesure interne mensuelle de la satisfaction client par le Net Promoter Score (NPS).

Principaux indicateurs de l'année 2017

Le **volume d'affaires (GMV)** a atteint 3,4 milliards d'euros en 2017, en hausse de 9,6 % en comparable par rapport à 2016. Le GMV publié a augmenté de 13,2 % versus 2016. Après une croissance modeste du GMV au 1^{er} trimestre, la performance commerciale de Cdiscount a bénéficié des résultats du plan stratégique initié au 2nd trimestre avec une croissance historique des ventes au 3^{ème} trimestre et un *Black Friday* record en novembre.

La **quote-part mobile** dans le GMV a continué de croître pour atteindre 38,1 % en 2017, soit une croissance de 737 points de base par rapport à 2016.

La quote-part de la **marketplace** dans le GMV s'est élevée à 32,0 % en 2017 contre 31,4 % en 2016. Le nombre de références sur la marketplace a augmenté de plus de 80 % en un an. La quote-part de GMV de la marketplace faisant appel au service de « *fulfillment* » a ainsi plus que doublé en un an, atteignant 19 % fin 2017.

Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à 2,1 milliards d'euros en 2017, en croissance de 9,3 % en comparable par rapport à 2016 (+14,4 % en publié). Les catégories maison et produits électroménagers ont représenté 45 % des ventes directes, tandis que les produits high-tech (audiovisuel et smartphones) et l'informatique ont contribué à hauteur de 35 %.

La part de marché de Cdiscount sur les biens techniques (high-tech, informatique et électroménager) a augmenté de façon continue depuis le mois d'avril, affichant des gains en octobre et novembre de respectivement 1,5 point et 1,4 point en valeur et 1,7 point en volume par rapport à 2016 (source : Gfk).

Le **trafic** du site Cdiscount.com a augmenté de 12,4 % en 2017 par rapport à 2016 pour atteindre 946 millions de visites. La **quote-part mobile** du trafic a augmenté de 645 points de base par rapport à l'an passé, s'élevant à 59,5 % en 2017.

Le nombre de **clients actifs** s'est élevé à 8,6 millions, en hausse de 6,0 % par rapport à décembre 2016. Le nombre d'abonnés au programme de fidélité **Cdiscount à Volonté** (CDAV) a continué de fortement augmenter avec un taux de croissance de 48 % par rapport à décembre 2016.

Cdiscount a confirmé son leadership en termes de **visibilité** et d'**engagement** sur les **réseaux sociaux** parmi les principaux e-commerçants en France. Selon une étude publiée en novembre par NukeSuite, Cdiscount est leader sur Facebook France en nombre d'interactions (*like*, *share*, commentaires). La force de Cdiscount sur les réseaux sociaux s'est vérifiée lors du Black Friday avec un total de 223,000 interactions, de loin la meilleure performance parmi les principales enseignes retail en France⁴.

Le nombre de **commandes** a atteint 26,8 millions en 2017, soit une hausse de 8,3 % par rapport à 2016. Les abonnés CDAV ont représenté 29,7 % des commandes en 2017 contre 18,6 % en 2016, leur fréquence d'achat étant trois fois supérieure à celle des autres clients actifs.

Le **nombre d'unités vendues** a augmenté de 6,9 % pour atteindre 52,8 millions en 2017.

Point à date sur le plan stratégique d'accélération de la croissance

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

Extension de l'assortiment produit

- Au cours de l'année 2017, Cdiscount a déjà multiplié par trois le nombre de ses références éligibles au programme CDAV (avec un objectif de multiplier par quatre d'ici le T1 2018) tandis que le nombre de références marketplace a augmenté de plus de 80 %, bien au-delà de l'objectif initial de 50 %.
- La croissance de l'offre s'est accompagnée d'une extension de la surface des entrepôts. Celle-ci a augmenté d'environ 70 % en un an pour atteindre 530 000 m² à fin décembre 2017, répartis sur 10 sites logistiques.

⁴ Selon une étude publiée par Sprinkl'r le 27 novembre, sur la base du nombre de mentions associées au Black Friday sur les réseaux sociaux, sites d'information, blogs et forums en français.

Renforcement de la stratégie multicanal

Cdiscount est désormais en charge de la gestion des catégories biens techniques et meubles des hypermarchés Géant et des supermarchés intégrés Casino (ci-après DCF), avec un retrait immédiat en magasin proposé sur près de 5 000 références. Le chiffre d'affaires généré en 2017 par les ventes dans les magasins DCF s'est élevé à 108 millions d'euros.

De nombreuses initiatives ont permis d'enrichir l'offre multicanal au cours du second semestre 2017 :

- Après l'ouverture réussie en septembre d'un premier corner Cdiscount de 300 m² au sein du Géant Fenouillet (Toulouse), trois nouveaux corners ont ouvert en décembre dans des hypermarchés Géant à Amiens, Nîmes et Quimper. Ces corners permettent aux consommateurs de découvrir les produits Cdiscount avec plus de 600 références organisées autour d'un showroom présentant l'offre maison et des espaces dédiés aux produits techniques et aux meilleures offres du moment.
- Développement de bornes digitales en magasin présentant le catalogue Cdiscount avec plus de 68 000 références disponibles, accompagnées de recommandations clients et fiches produits détaillées et de vendeurs spécialisés en magasin pour guider les clients dans leurs achats.
- Le renforcement des synergies avec DCF à travers des promotions et opérations commerciales communes, notamment des offres attractives et exclusives lors du Black Friday.

Enrichissement de l'offre de livraison et innovations logistiques

- Livraison le jour-même : Cdiscount est le seul acteur à proposer la livraison le jour-même sur les gros produits (>30 kgs) et petits produits (<30 kgs) en Île-de-France et à Lyon et sur les petits produits à Lille. D'autres grandes villes seront également desservies courant 2018.
- Livraison le dimanche : après avoir testé en exclusivité pendant un an la livraison le dimanche sur Paris avec Chronopost, Cdiscount a étendu ce service en fin d'année 2017 aux 14 principales agglomérations françaises.
- Livraison en temps réel géolocalisée : Cdiscount propose pour la première fois en France un service de livraison géolocalisée sur les commandes de gros produits, grâce à son partenariat exclusif avec Bringg. Cette solution de livraison inédite permet aux clients de prévoir plus précisément l'heure de livraison et s'accompagne d'une application afin de contacter et noter le livreur. Ce service, disponible pour le moment en régions parisienne, bordelaise et lyonnaise sera étendu à l'ensemble du territoire français en 2018.
- Automatisation : Cdiscount s'est associée à Exotec Solutions pour développer au sein de son entrepôt de Cestas une technologie de pointe unique de préparation des commandes, Skypod, s'appuyant sur des robots programmés pour aller chercher des produits situés sur des racks allant jusqu'à 10 mètres de haut et les apporter aux opérateurs. Cette solution permettra d'améliorer significativement la productivité en entrepôt et de diviser par quatre la surface de stockage.
- Innovation : Cdiscount a lancé un incubateur « The Warehouse » et, à l'issue du premier tour, a sélectionné quatre start-ups : NoMagi.AI (algorithmes d'apprentissage automatique des machines), ez-Wheel (roues électriques autonomes), ShopRunBack (automatisation des retours) et Citodi (optimisation des tournées de livraison). Ces start-ups bénéficient d'un espace de 500 m² au sein d'un entrepôt de Cdiscount. Cet incubateur sera déployé en 2018 vers de nouveaux champs d'innovation logistique.

Avancées technologiques et expérience client

- Personnalisation : Accélération de la personnalisation sur les sites et l'application tout au long du parcours client grâce à une page d'accueil et des messages personnalisés, des offres et des recommandations produits ciblées à partir du comportement d'achat et de la géolocalisation.
- Expérience ludique : des nouveaux jeux chaque semaine attirant 10 000 joueurs par jour.
- Performance des sites et de l'application : déploiement de la technologie React. Le site mobile de Cdiscount est désormais numéro 2 en vitesse de chargement⁵ parmi les principaux sites de e-commerce en France et

⁵ Données Fasterize.

l'application Cdiscount est l'une des mieux notées du marché sur l'Apple Store avec 4,5/5 sur la base de 46 000 avis.

- Vocal et chatbot : Développement des *chatbots* avec un premier test sur le vin et deux applications Google Home sur les deals du jour et le suivi de commande.
- Moyens de paiement : lancement de Paylib et Lydia ciblant une clientèle plus jeune.

Développement de nouvelles sources de revenus

- Services : lancement réussi de nouveaux services B2C avec le crédit instantané « Coup de pouce » et une offre alternative d'électricité la moins chère du marché, Cdiscount Energie.
- Fulfillment : accélération du service de *Fulfillment-by-Cdiscount* (FBC), la quote-part dans le GMV et le nombre de références ont presque doublé par rapport à décembre 2016.
- Développement de services pour les vendeurs marketplace avec un écosystème complet de services à valeur ajoutée qui renforceront la rentabilité : packs premiums offrant une visibilité accrue aux vendeurs, offres de publicité ciblée, statistiques sur les ventes et services financiers et de transport.

Principaux indicateurs du 4^{ème} trimestre 2017

Le **GMV** a atteint 1,1 milliards d'euros au 4^{ème} trimestre 2017, soit une hausse de 7,9 % en comparable par rapport à la même période en 2016 (+15,9 % en publié).

Le **chiffre d'affaires** a atteint 701 millions d'euros au 4^{ème} trimestre de 2017, en croissance de 9,2 % en comparable. Le chiffre d'affaires a augmenté de 20,1 % en publié par rapport au 4^{ème} trimestre 2016. Tous les magasins ont bénéficié de l'effet *Black Friday* en novembre (croissance du volume d'affaires de 80 % par rapport à 2016). Celui-ci a contribué au dynamisme du trafic : croissance record de près de 40 % lors de la journée du *Black Friday*.

Cdiscount a déployé début novembre une nouvelle **stratégie de marque** qui s'appuie sur la signature : « N'économisez pas votre plaisir ». S'appuyant sur les valeurs clés de Cdiscount, la proximité et l'audace, cette stratégie permettra de renforcer le lien émotionnel avec ses clients et d'affirmer sa position de leader français du e-commerce.

Annexe A - Activité de l'année 2017

Cnova N.V.	Année ⁽¹⁾		Variation	
	2017	2016	Publiée ⁽¹⁾	Comparable ⁽²⁾
GMV⁽³⁾ (en millions d'euros)	3 390,5	2 994,3	+13,2 %	+9,6 %
Quote-part de la marketplace	32,0 %	31,4 %		+56 pb
Quote-part mobile	38,1 %	30,8 %		+737 pb
Quote-part de CDAV	31,1 %	20,4 %		+1 063 pb
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	2 122.0	1 855,7	+14,4 %	+9,3 %
Trafic (visites en millions)	946.1	841,8		+12,4 %
Quote-part mobile	59,5 %	53,0 %		+645 pb
Clients actifs⁽⁴⁾ (en millions)	8,6	8,2		+6,0 %
Commandes⁽⁵⁾ (en millions)	26,8	24,7		+8,3 %
Quote-part de CDAV	29,7 %	18,6 %		+1 109 pb
Unités vendues (en millions)	52,8	49,4		+6,9 %

Annexe B - Activité du 4^{ème} trimestre 2017

Cnova N.V.	4 ^{ème} trimestre ⁽¹⁾		Variation	
	2017	2016	Publiée ⁽¹⁾	Comparable ⁽²⁾
GMV⁽³⁾ (en millions d'euros)	1 093,4	943,2	+15,9 %	+7,9 %
Quote-part de la marketplace	30,6 %	31,4 %		-78 pb
Quote-part mobile	39,2 %	34,5 %		+465 pb
Quote-part de CDAV	32,3 %	25,9 %		+647 pb
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	701,2	584,1	+20,1 %	+9,2 %
Trafic (visites en millions)	282,2	253,3		+11,4 %
Quote-part mobile	61,3 %	55,1 %		+629 pb
Clients actifs⁽⁴⁾ (en millions)	8,6	8,2		+6,0 %
Commandes⁽⁵⁾ (en millions)	8,4	8,2		+2,3 %
Quote-part de CDAV	31,4 %	25,4 %		+602 pb
Unités vendues (en millions)	17,3	17,1		+1,1 %

- 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 comparables sont établies en éliminant : i) les données des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco du fait de leur vente ou fermeture en 2016, ii) les données B2B suite à la réduction volontaire de ces ventes initiée au 3^{ème} trimestre 2016, iii) l'impact calendaire de l'année bissextile en 2016 (impact de respectivement -0,4 pt et -0,3 pt sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires) et iv) les 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 +4,3 pts et +5,8 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 décembre ayant effectué au moins un achat sur les sites et l'application Cdiscount 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 8,7 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 plus de 37 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@cnovagroup.com

Tél : +31 20 301 22 40

Contact Presse :audrey.donazzolo@cdiscount.com

Tél : +33 5 56 30 07 14