

## CNOVA N.V.

### Activité de l'exercice 2019

AMSTERDAM, le 15 janvier 2020, 07h45 — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV; ISIN : NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les chiffres clés non audités de son activité relatifs au trimestre et à l'exercice clos le 31 décembre 2019.

- **GMV : 3,9 milliards d'euros, +9,1 % de croissance organique<sup>1</sup>**
  - Portée par la marketplace (+3,9 pts), les services B2C (+3,4 pts) et les corners Géant (+2,4 pts)
- **Marketplace de produits : 1,3 milliard d'euros, bonne dynamique de croissance (+12,1 %)**
  - Augmentation de la quote-part dans le GMV 2019 : 38,1 % (+3,7 pts)<sup>2</sup>
  - *Fulfillment by Cdiscount* : croissance record de +63 %, 31,2 % de quote-part marketplace (+10 pts)
- **Marketplace de services : GMV x3,4 vs 2018**
  - Voyage : GMV x10, lancement d'une marketplace de 15k séjours, partenariat avec Disneyland Paris
  - Fort développement de Cdiscount Energie avec +86 % de GMV
  - Lancement de 3 nouveaux services
- **Expansion de la plateforme internationale**
  - +85 % de croissance du GMV au 4<sup>ème</sup> trimestre par rapport à l'an dernier
  - 25 pays européens livrés, 47 sites connectés (+44 vs fin 2018)
  - Lancement de l'IMN, alliance de 4 marketplaces européennes permettant de mutualiser les vendeurs
- **Croissance du trafic et des clients, portée par le mobile et la fidélité**
  - n°2 en trafic : plus de 20 millions de Visiteurs Uniques Mensuels ; 70% du trafic sur mobile
  - 9,2 millions de clients actifs, avec une part du mobile croissante : 50% des ventes (+5,5 pts)
  - Plus de 2 millions de membres *Cdiscount à Volonté* : quote-part dans le GMV de 35,8 % (+1,7 pt)
- **Progression de la rentabilité attendue en ligne avec l'objectif annuel**

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« En 2019, Cnova a maintenu une croissance du GMV supérieure à 9 %, portée par 3 piliers majeurs : la croissance soutenue de notre activité de marketplace tout au long de l'année, le succès de nos services B2C, notamment du Voyage, et l'expansion internationale.

En premier lieu, la marketplace, qui reste un levier majeur de rentabilité, continue de croître à deux chiffres, soutenue par l'expansion de l'assortiment éligible à la livraison express de nos vendeurs, de quelques dizaines de milliers à plus d'un million à la fin de l'année. Au-delà de la forte croissance du service de *Fulfillment by Cdiscount*, le lancement du programme *Express Seller* permet désormais à nos meilleurs vendeurs d'accéder aux clients CDAV. Ces succès ont permis en parallèle le bon développement de notre programme de fidélité CDAV.

En second et troisième lieux, nous avons accéléré le développement hors de notre périmètre historique grâce au succès de notre activité Voyage, tirée par son offre de séjours, et au dynamisme des ventes à l'international depuis leur lancement en 2018. Ces deux piliers seront des soutiens majeurs de la croissance de 2020.

Au-delà, l'investissement réalisé dans la marque a permis de renforcer notre position de leader français du e-commerce, accroissant significativement notre notoriété spontanée.

Enfin, nous avons continué à déployer notre stratégie de plateforme afin de valoriser nos actifs (clients, vendeurs, logistique et technologie), nous permettant ainsi d'améliorer significativement et durablement notre rentabilité. »

<sup>1</sup> Les variations organiques incluent les services et ventes en corners mais excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion de +3,1 pts sur la croissance du GMV) (ii) 1001Pneus pour les 3 premiers trimestres de 2019 (-1,0 pt)

<sup>2</sup> La quote-part de la marketplace dans le GMV a été ajustée pour prendre en compte les bons de réduction et garanties et exclure les frais de souscription à CDAV. La quote-part du GMV de l'année 2018 a en conséquence été ajustée de +0,1 pt à des fins de comparaison

**Principaux indicateurs du 4<sup>ème</sup> trimestre et de l'année 2019**

<i>GMV</i>	<b>T4 19</b>	<b>2019</b>
<b>Croissance organique</b>	+6,5 %	+9,1 %

**Le volume d'affaires organique** (gross merchandise volume) a augmenté de +9,1 % en 2019, dont +6,5 % au 4<sup>ème</sup> trimestre. En vision annuelle, les principaux contributeurs à la croissance du GMV ont été : la marketplace (contribution de +3,9 pts), les services B2C tels que le Voyage ou l'Énergie (+3,4 pts) et les corners Géant (+2,4 pts). Le 4<sup>ème</sup> trimestre a été marqué par un Black Friday record qui a généré près de 73 millions d'euros en une journée (+27 % vs 2018) avec d'excellentes performances du voyage et de l'énergie, mais également par un marché du jeu-vidéo sans sorties majeures, ce qui a significativement impacté nos performances annuelles et trimestrielles (-3,4 pts d'impact négatif sur la croissance au 4<sup>ème</sup> trimestre et -1,6 pt sur l'année).

<i>Marketplace</i>	<b>T4 19</b>	<b>2019</b>
<b>QP marketplace du GMV total<sup>3</sup></b>	37,3 %	38,1 %
<b>Evol. QP marketplace du GMV total</b>	+4,5 pts	+3,7 pts
<b>Evol. QP FFM du GMV de la marketplace</b>	+12,6 pts	+9,8 pts

**La marketplace de produits** a accéléré en 2019 et représente l'un des principaux facteurs d'accroissement de la rentabilité de Cdiscount. La quote-part du GMV de la marketplace a atteint 38,1 % en 2019, soit +3,7 points sur l'année (37,3 % au T4 19, +4,5 pts). Le GMV généré par les produits opérés en Fulfillment By Cdiscount a connu une très forte croissance de +63 % et sa quote-part du GMV a crû de +9,8 points par rapport à l'an dernier, pour atteindre 31 %. Le service Fulfillment By Cdiscount est un élément clé de la qualité de la marketplace et de la satisfaction client et contribue au développement de CDAV en augmentant le nombre de références disponibles dans le programme de fidélité.

<i>Chiffre d'affaires</i>	<b>T4 19</b>	<b>2019</b>
<b>Croissance organique</b>	+0,1 %	+3,5 %

**Le chiffre d'affaires** s'est élevé à 2,2 milliards d'euros en 2019, une croissance organique de +3,5 % par rapport à 2018, portée par les commissions marketplace, la forte croissance des ventes de voyages et les corners Géant. Le ralentissement de la croissance du chiffre d'affaires traduit l'accélération en 2019 du transfert vers un modèle de plateforme rentable et l'accroissement des revenus tirés de commissions, tandis que le GMV connaît toujours un taux de croissance élevé.

<i>Trafic</i>	<b>T4 19</b>	<b>2019</b>
<b>Croissance du trafic mobile</b>	+9.2 %	+15.9 %
<b>Quote-part mobile du trafic</b>	+5,2 pts	+6,2 pts
<b>Quote-part mobile du GMV</b>	+6,5 pts	+5,5 pts

**Le trafic** de Cdiscount a totalisé 1,0 milliard de visites en 2019. Le trafic mobile a crû de 16 %, représentant 71 % du trafic total (+6,2 points) et 49,5 % du GMV (+5,5 points). En termes de Visiteurs Uniques Mensuels (VUM), Cdiscount a confirmé sa place de n°2 sur l'année avec environ 20 millions de VUM ; la croissance de +25 % sur le mobile est la 2<sup>ème</sup> croissance la plus élevée parmi les 9 plus gros acteurs en France<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> La quote-part de la marketplace dans le GMV a été ajustée pour prendre en compte les bons de réduction et garanties et exclure les frais de souscription à CDAV. La quote-part du GMV de l'année 2018 a en conséquence été ajustée de +0,1 pt à des fins de comparaison (T4 2018 : -0.1 pt)

<sup>4</sup> Dernière étude Médiamétrie (Septembre 2019)

CDAV	T4 19	2019
Croissance du nombre d'abonnés <sup>5</sup>	+10 %	
Quote-part CDAV du GMV	+0,7 pts	+1,7 pts

**Cdiscount à Volonté** ("CDAV") a vu son parc d'abonnés croître de +10 % et atteindre 35,8 % du GMV en 2019. Plus de 2 millions de membres ont désormais accès à plus de 1,2 millions de références en livraison express, x3 par rapport à l'an dernier.

### Points clés sur l'activité

#### Accélération de la marketplace de produits

- La marketplace a gagné **+3,7 points de quote-part du GMV total** pour atteindre 38,1 % en 2019.
- Le nombre de références disponibles a augmenté de +34 % pour atteindre 64 millions à la fin de l'année.
- **L'expansion du nombre de références marketplace éligibles à la livraison express** étant un facteur clé de croissance, de satisfaction client et de développement de CDAV, elle a été une priorité tout au long de l'année 2019.
  - **Le Fulfillment by Cdiscount** a poursuivi sa forte croissance avec une augmentation du GMV de +63 %, représentant désormais près d'un tiers du GMV de la marketplace, +10 points comparé à l'an dernier.
  - Un nouveau service marketplace a été lancé en 2019, **Express Seller**, permettant aux vendeurs en capacité de proposer la livraison express d'accéder aux clients et aux offres CDAV. Cette option a permis d'ajouter plus de 850k références à l'offre de livraison express en 2019.
- **Les revenus des services à valeur ajoutée pour les vendeurs marketplace** ont connu une forte croissance de +56 %, portée par les Premium Packs et la solide performance de l'offre de services Marketing.

#### Services B2C : forte croissance et élargissement de l'offre

- **Cdiscount Voyages** a significativement contribué à la croissance de Cdiscount pour sa première année complète d'activité, avec une croissance de +49 % entre les deux semestres et un GMV sur l'année complète 10 fois supérieur à 2018. Cette réussite a été assurée par le lancement mi-mai d'une marketplace de séjours, qui compte déjà plus de 15 000 offres, en particulier un partenariat très fructueux avec Disneyland Paris et de nombreux tour-opérateurs majeurs.
- **Cdiscount Energie** a montré de solides performances avec +86 % de GMV en 2019, soutenu par une augmentation de +63 % de son parc d'abonnés. En outre, une nouvelle offre de distribution de gaz a été lancée en décembre et connaît un démarrage prometteur.
- **Cdiscount Billetterie** a également connu de bonnes performances pour sa première année complète d'activité, grâce à de solides partenariats tels que Billettereduced, Ticketmaster et Funbooker, permettant d'élargir l'offre. L'activité s'est accélérée tout au long de l'année avec un pic au 4<sup>ème</sup> trimestre, dont le GMV a été 3,4x supérieur au trimestre précédent.
- **Cdiscount Mobile** a atteint un record en 2019, terminant avec 2 fois plus d'abonnés que l'année précédente.
- **Cdiscount Immobilier** a été lancé en novembre 2019, une plateforme de 20k logements neufs en vente.

<sup>5</sup> Parc d'abonnés au 31/12/2019

### Progression du programme de fidélité CDAV

- **Le programme de fidélité CDAV** est un facteur clé de croissance pour Cdiscount, représentant autour de 36 % du GMV en 2019, +1,7 pt comparé à l'année précédente. Il a connu cette année une croissance de +10 % pour dépasser les 2 millions de membres. Les efforts ont été principalement concentrés sur l'expansion des produits éligibles CDAV, qui comptent désormais plus de 1,2 millions de références, soutenus par les options de livraison rapide proposées aux vendeurs marketplace : le *Fulfillment by Cdiscount* et le programme *Express Seller* lancé au 3<sup>ème</sup> trimestre.

### Renforcement de la marque

- Les efforts menés pour renforcer la marque Cdiscount ont conduit à un gain de **+7 pts de notoriété spontanée** au cours de l'année, réduisant ainsi l'écart avec le numéro 1 en France<sup>6</sup>.
- 2019 a été marqué par une campagne TV de 17 jours en partenariat avec Disney sur le film Aladdin en mai vue par 29 millions de personnes, faisant suite à une autre importante campagne média pour Cdiscount Voyages en avril. Par ailleurs, une publicité avec Lenovo a été diffusée sur TV (et replay) pendant 2 semaines sur 15 chaînes, accélérant les ventes de PC de novembre.
- Le renforcement de la marque associé à une stratégie d'acquisition en ligne optimisée ont soutenu la croissance du nombre de Visiteurs Uniques Mensuels (+25 % sur mobile) et la consolidation de la **place de numéro 2** selon les études Médiamétrie.

### Stratégie multicanal

- Cdiscount a continué de développer des **synergies avec le Groupe Casino**, avec l'ouverture de 5 corners dans des magasins Franprix en région parisienne. Franprix propose désormais en magasins des promotions mensuelles sur une sélection de produits non-alimentaires et vins de Cdiscount.
- **La Nouvelle Cave**, concept innovant de cave à vin sur 130m<sup>2</sup> à Paris, a été ouverte en décembre 2019 et combine proximité et technologie via des conseils à la fois humains et digitalisés. En plus de 650k références disponibles en magasin, 7 000 références Cdiscount sont disponibles via des tablettes. Ce magasin est une co-entreprise entre Cdiscount et Groupe Casino.

### Accélération de la plateforme internationale soutenue par de nouvelles initiatives

- 47 sites sont directement connectés à fin décembre 2019, +44 par rapport à fin 2018, livrant 25 pays, avec plus de 670k produits publiés.
- Pour leur première année complète d'activité, les ventes internationales ont montré des performances prometteuses avec une forte accélération au cours de l'année et avec un GMV au 4<sup>ème</sup> trimestre en croissance de +85 % par rapport à l'année précédente.
- La création de l'**International Marketplace Network (IMN)**, une alliance révolutionnaire de 4 marketplaces leaders en Europe (Cdiscount, real.de, eMAG et ePrice), permet d'adresser un marché de plus de 230 millions de clients. L'IMN propose aux vendeurs une interface Européenne unique et simplifiée, et contribuera à augmenter significativement le nombre de références disponibles pour les clients Cdiscount grâce au potentiel doublement du nombre de vendeurs inscrits sur sa marketplace. La technologie de l'IMN a été développée par Beezup, une startup acquise par Cdiscount en 2018. Des centaines de vendeurs ont déjà rejoint l'alliance.

<sup>6</sup> Source : dernière étude Respondi

### Engagement dans l'innovation responsable sur la logistique

- **Agrikolis**, un partenariat exclusif de Cdiscount de points-relais dans des fermes, a étendu son réseau de 28 fermes supplémentaires au 4<sup>ème</sup> trimestre, pour atteindre 83 points de retrait en fin d'année et est amené à s'étendre encore davantage en 2020. En plus d'améliorer la couverture des zones isolées, Agrikolis assure un revenu complémentaire pour les agriculteurs et contribue fortement à la hausse de la satisfaction client en favorisant des liens sociaux authentiques.
- 80 charriots assistés ont été déployés dans les entrepôts de Cdiscount, fabriqués par **EzWheel**, une startup faisant partie de The Warehouse, l'incubateur logistique de Cdiscount, au même titre qu'Agrikolis. Les roues électriques autonomes d'EzWheel permettent aux employés de pousser les chariots sans le moindre effort, contribuant significativement à réduire la pénibilité au travail.
- Cdiscount est le premier acteur en France à déployer la nouvelle génération de **machine d'emballage 3D**, dont la cadence est doublée par rapport à la génération précédente. Elle porte à 5 le nombre de machines d'emballage 3D utilisées par Cdiscount. 80 % des colis légers ont été emballés sans vide en 2019.
- La Logistique de Cdiscount a remporté le **prix du magazine LSA** dans la catégorie « développement de la responsabilité environnementale distributeurs » et la 2<sup>nd</sup>e place du trophée RSE de la FEVAD, pour sa démarche globale de réduction carbone et les optimisations de sa supply chain.

Activité du 4<sup>ème</sup> trimestre

Cnova N.V.	4 <sup>ème</sup> trimestre <sup>(1)</sup>		Variation	
	2019	2018	Publiée <sup>(1)(2)</sup>	Organique <sup>(3)</sup>
<b>GMV<sup>(4)</sup> (€ millions)</b>	<b>1 201,6</b>	<b>1 160,3</b>	+3,6 %	+6,5 %
Quote-part de la marketplace <sup>(5)</sup>	37,3 %	32,8 %	+4,5 pts	
Quote-part du mobile	52,4 %	45,9 %	+6,5 pts	
Quote-part de CDAV	35,6 %	34,9 %	+0,7 pts	
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	<b>677,2</b>	<b>702,5</b>	-3,6 %	+0,1 %
<b>Trafic (visites en millions)</b>	<b>285,1</b>	<b>281,2</b>	+1,4 %	
Quote-part du mobile	72,1 %	66,9 %	+5,2 pts	
<b>Clients actifs<sup>(6)</sup> (en millions)</b>	<b>9,2</b>	<b>8,9</b>	+3,1 %	
<b>Commandes<sup>(7)</sup> (en millions)</b>	<b>7,8</b>	<b>8,1</b>	-4,7 %	

## Activité de l'année 2019

Cnova N.V.	Année <sup>(1)</sup>		Variation	
	2019	2018	Publiée <sup>(1)(2)</sup>	Organique <sup>(3)</sup>
<b>GMV<sup>(4)</sup> (€ millions)</b>	<b>3 899,2</b>	<b>3 645,7</b>	+7,0 %	+9,1 %
Quote-part de la marketplace <sup>(5)</sup>	38,1 %	34,4 %	+3,7 pts	
Quote-part du mobile	49,5 %	44,0 %	+5,5 pts	
Quote-part de CDAV	35,8 %	34,1 %	+1,7 pts	
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	<b>2 194,9</b>	<b>2 174,3</b>	+0,9 %	+3,5 %
<b>Trafic (visites en millions)</b>	<b>1 021,2</b>	<b>964,4</b>	+5,9 %	
Quote-part du mobile	71,3 %	65,1 %	+6,2 pts	
<b>Clients actifs<sup>(6)</sup> (en millions)</b>	<b>9,2</b>	<b>8,9</b>	+3,1 %	
<b>Commandes<sup>(7)</sup> (en millions)</b>	<b>26,6</b>	<b>26,9</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
- 3) Les variations organiques excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion en 2019 de +3,1 pts and +4,0 pts, respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires; au T4 19 : +2,9 pts and +3,7 pts, respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires), and (ii) les 9 premiers mois de 1001Pneus acquis au début du T4 2018 (impact total de l'exclusion en 2019 : -1,0 pt and -1,4 pt sur la croissance du GMV et du chiffre d'affaires ; inclus dans la croissance organique du T4 19) mais prennent en compte les ventes réalisées en corners et les services
- 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
- 5) La quote-part de la marketplace dans le GMV a été ajustée pour prendre en compte les bons de réduction et garanties et exclure les frais de souscription à CDAV. La quote-part du GMV l'année 2018 a en conséquence été ajustée de +0,1 pt à des fins de comparaison et celle du T4 2018 de -0,1 pt
- 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 9.2 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, des solutions de paiement pratiques et innovantes ainsi que des services de voyage, de divertissement et d'énergie. 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.*

\*\*\*

**Cnova Relations Investisseurs:**[investor@cnovagroup.com](mailto:investor@cnovagroup.com)**Contact Media:**[directiondelacommunication@cdiscout.com](mailto:directiondelacommunication@cdiscout.com)

Tel : +33 5 56 30 07 14