

CNOVA N.V.

Activité du 3^{ème} trimestre 2020

AMSTERDAM, le 29 Octobre 2020, 18h00 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 2020.

- **GMV stable (+0,2 %¹) avec une forte croissance des leviers de rentabilité**
 - Amélioration de la marge des ventes en propres, via l'évolution vers des catégories mieux margées
 - Marketplace : forte croissance des volumes, hausse de la quote-part du GMV et accélération des revenus
 - Croissance dynamique du marketing digital, au cœur du développement de la monétisation
- **Amélioration de la marge des ventes directes, orientées vers des catégories mieux margées**
 - +16 % sur le GMV de ces catégories : Maison et Déco, Brico et Jardin, Sport, Beauté, Alimentation
- **Marketplace : activité en croissance de +9 %, avec une accélération de +17 % des revenus**
 - +9 % de croissance et forte progression de la quote-part marketplace dans le GMV, à 45,0 % (+5,9 pts)
 - Revenus en accélération : 41 M€ au T3 2020 (+17 %) et 163 M€ sur les 12 derniers mois (+13 %)²
 - Fulfillment by Cdiscount : 36 % de quote-part du GMV de la marketplace, soit +2,3 points
- **Forte croissance du marketing digital : +30 %³**
- **Ventes internationales en croissance rapide : +79 %**
 - 157 sites connectés (+69 vs T2 2020),
 - 27 pays européens livrés (+2 vs T2 2020)
- **Des priorités stratégiques claires et ambitieuses pour poursuivre l'amélioration de la rentabilité**
 - Expansion rapide de la marketplace et des revenus associés
 - Accélération du marketing digital
 - Nouveaux développements du B2B, soutenus par d'importants investissements technologiques

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté:

Au cours de ce trimestre, nous avons concentré nos efforts sur trois axes : une expérience client de premier ordre, la hausse de la rentabilité et le dynamisme de notre activité à l'international.

Rendre nos clients toujours plus fidèles reste une de nos priorités. Elle se traduit en premier lieu par l'accélération des ventes sur les catégories à forte récurrence, comme la Beauté, le Bricolage et le Sport, qui augmentent la fréquence d'achat et dont la demande en forte croissance. En second lieu, nous avons développé un ensemble de mesures pour améliorer encore la qualité de l'expérience client, en réduisant à des niveaux records nos délais de livraison et en mettant en place une politique de « oui au client », qui permet de donner une réponse positive et immédiate aux réclamations. Ces mesures ont permis de gagner 4 pts de NPS sur le trimestre.

Concernant la rentabilité, notre développement repose sur trois piliers : l'évolution du mix vers les catégories les mieux margées, la marketplace et le marketing digital. La part de la marketplace dans nos ventes continue d'augmenter fortement, avec une forte hausse des revenus associés. Quant au marketing digital, il

¹ Croissance organique. Les variations organiques incluent les services et ventes en corners mais excluent les ventes de biens techniques et de matériel pour la maison réalisées dans les hyper et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion de +1,0 pts sur la croissance du GMV).

² Incluent les commissions marketplace minorées des remises clients, les frais d'abonnement à la marketplace ainsi que les services aux vendeurs (marketing, financier, ...)

³ Incluent les revenus des services marketing vendus aux fournisseurs et les services marketing vendus aux vendeurs marketplace (ces-derniers étant aussi inclus dans le total des revenus marketplace)

s'est accéléré grâce notamment au succès de notre nouvelle plateforme propriétaire, Cdiscount Ads Retail Solution, qui sera enrichie de nouvelles fonctionnalités dans les trimestres à venir.

Enfin, notre expansion internationale affiche une forte croissance, en s'appuyant sur l'élargissement du catalogue de produits et, bientôt, sur l'offre de nos vendeurs et notre technologie.

Dans un environnement européen en pleine évolution, marqué par toujours plus de digitalisation et de livraison à domicile, notre positionnement montre toute sa pertinence pour relever les défis à venir et attirer de plus en plus de clients sur notre site. En parallèle, l'accélération de notre stratégie vers un modèle de plateforme a déjà permis une amélioration significative de la rentabilité, tout en renforçant les fondations de notre création de valeur future.

Principaux indicateurs du 3^{ème} trimestre 2020

| GMV | T3 2020 |
|-----------------------------|---------|
| Croissance organique totale | +0,2 % |
| Croissance Marketplace | +8,8 % |
| Croissance Internationale | +78,8 % |

Le volume d'affaires organique (GMV) était stable au 3^{ème} trimestre 2020.

- En premier lieu, Cnova a confirmé ses orientations stratégiques avec l'évolution de son mix produit vers des catégories mieux margées et à forte récurrence, focalisée sur 5 verticales prioritaires : Maison et Décoration, Bricolage et Jardin, Sport, Beauté et Alimentation, et Informatique. Cette évolution se traduit par l'augmentation de la fréquence d'achat et des marges, même si elle entraîne une baisse du prix moyen des articles vendus.
- En second lieu, Cnova a fait face à deux facteurs conjoncturels qui ont pesé sur l'activité du T3. D'une part, les mesures liées au COVID-19 en France et à l'étranger ont fortement impacté Cdiscount Voyages et d'autre part, les soldes d'été ont été réduites de 2 semaines. Ajoutés à la baisse d'activité des corners Cdiscount dans les hypermarchés Géant, en lien notamment avec l'évolution du parc, l'impact total de ces effets est évalué à -4 points sur la croissance du GMV⁴.

| Marketplace | T3 2020 |
|---------------------------------|----------|
| QP marketplace du GMV total | 45,0 % |
| Evolution de la QP marketplace | +5,9 pts |
| QP FFM du GMV de la marketplace | +2,3 pts |

La marketplace de produits voit ses indicateurs clés à nouveau bien orientés au 3^{ème} trimestre 2020. La quote-part du GMV de la marketplace a atteint 45,0 %, soit une hausse de +5,9 points par rapport à l'an dernier. Le GMV généré par les produits opérés en Fulfillment by Cdiscount a connu une forte croissance de +16 % et sa quote-part dans le GMV de la marketplace a crû de +2,3 points.

⁴ L'impact des soldes d'été a été calculé en comparant les semaines équivalentes en 2019 et 2020, soit du 26/06 au 06/08 en 2019 et du 15/07 au 25/08 en 2020

| Trafic | T3 2020 |
|---|---------|
| Visiteurs Uniques Mensuels ⁵ | +10 % |

Cdiscount reste numéro 2 en France en termes de **trafic** en moyenne ce trimestre avec plus de 22 millions de Visiteurs Uniques Mensuels sur son site, soit une croissance totale de +10 % dont +15 % sur mobile. Cela représente un total de 253 millions de visites au 3^{ème} trimestre 2020.

| Clients | T3 2020 |
|---|---------|
| Evolution du nombre de clients total | +3,7 % |
| Croissance de la base d'abonnés CDAV ⁶ | +8,9 % |

Les clients ont connu une croissance de +3,7 % ce trimestre, portée par le dynamisme des clients fidèles, avec des niveaux de NPS records.

Le programme de fidélité de Cdiscount, **Cdiscount à Volonté** ("CDAV") a poursuivi son développement (+8,9 % d'abonnés) grâce à une forte croissance de +36 % du nombre de références éligibles à la livraison express, un nouveau programme de cagnottage et un service client dédié.

Autres points clés de l'activité

Evolution du mix produit vers des produits récurrents développant la fidélité clients ainsi que la rentabilité

- Les catégories à **forte récurrence d'achat** (Maison & Décoration, Bricolage & Jardin, Sport, Beauté, Alimentation) ont affiché une forte hausse de **+16 %** ce trimestre, Cnova s'étant positionné pour répondre à la croissance rapide de la demande pour ces produits, avec par ailleurs l'objectif d'augmenter la fréquence d'achat et la fidélité. Cette évolution stratégique vise également à **générer plus de rentabilité**, ces catégories ayant une marge plus élevée que les produits techniques.
- Pour accompagner cette évolution du mix produit, Cnova a étendu la livraison gratuite à domicile, désormais disponible pour les paniers supérieurs à 25 € pour les clients non CDAV et 10 € pour les clients CDAV.

La marketplace est le premier moteur de la rentabilité, avec une croissance à deux chiffres de ses revenus

- Le GMV de la marketplace est en hausse de **+9 %** ce trimestre, et voit sa quote-part du GMV total augmenter de **+5,9 points** pour atteindre **45,0 %**.
- Parallèlement, la génération de revenus de la marketplace s'est accélérée ce trimestre avec une hausse de **+17 %** pour atteindre **41 millions d'euros** sur le trimestre et **163 millions d'euros** sur les 12 derniers mois (+13%), contribuant significativement à l'amélioration globale de la rentabilité de Cnova.
- **L'expansion du nombre de références éligibles à la livraison express** est un facteur clé de croissance, de satisfaction client et de développement de CDAV. Elle est par ailleurs déterminante pour accompagner la réorientation du mix produit de Cnova vers des produits à forte récurrence. Les références éligibles à CDAV ont atteint **1,6 millions⁷**, soit une croissance de **+36 %**, et incluent

⁵ Selon les dernières études Mediametrie (Juillet et Août 2020)

⁶ Parc d'abonnés au 31/09/2020

⁷ A fin septembre 2020

notamment 122k références en Fulfillment by Cdiscount, 1,3 millions références de vendeurs Cdiscount Express⁸ et 113k références détenues en propre.

- **Le Fulfillment by Cdiscount** a connu une forte augmentation de **+16 %** de son GMV, soit une hausse de **+2,3 points** de sa quote-part du GMV marketplace, ainsi qu'un élargissement de l'assortiment de **+70 %**.
- **Le programme Express Seller** a gagné **+3,1 points** de quote-part du GMV marketplace, soutenu par une extension de **+40 %** de son offre.

Un marketing digital dynamique porté par Cdiscount Ads Retail Solution

- **Le marketing digital** a progressé de **+30 %** au 3^{ème} trimestre 2020 par rapport à l'année dernière, contribuant significativement à améliorer la rentabilité globale de notre modèle économique.
- Il a été soutenu par la solution propriétaire de Cnova lancée le trimestre dernier, **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)**, une plateforme d'enchères en gestion autonome ouverte aux vendeurs marketplace et aux fournisseurs pour promouvoir leurs produits dans le moteur de recherche. Cette plateforme a déjà conduit à un **triplement** des revenus de Search (lorsqu'un vendeur paie pour remonter son produit dans les résultats du moteur de recherche de Cdiscount). En outre, Cnova a continué à développer des fonctionnalités complémentaires de marketing digital pour renforcer son offre, comme le lancement de la gestion de campagnes Google Shopping pour les fournisseurs et les vendeurs marketplace.

Fournir à nos clients un service au meilleur niveau, grâce à une livraison plus rapide et à l'excellence du SAV

- Cnova a enregistré une amélioration significative de son **NPS de +4 points** ce trimestre par rapport à la même période l'an dernier, grâce à l'intensification des efforts visant à améliorer l'expérience client avant, pendant et après la vente.
- Tout d'abord, **les délais de livraison ont de nouveau été réduits** grâce à une augmentation de **10 points de la part de la livraison express** comparée à l'année dernière. Cette évolution a été soutenue par le développement de la livraison express sur les produits marketplace, grâce au Fulfillment by Cdiscount et à Cdiscount Express Seller (CXS), qui ont respectivement gagné +2,3 points et +3,1 points de quote-part du GMV de la marketplace.
- Par ailleurs, Cnova a mis l'accent sur la construction d'un parcours client de premier plan, animé par cette devise : « oui aux clients ». Pour ce faire, Cnova a mis en place un ensemble de mesures et processus nouveaux, qui concernent aussi bien ses ventes en propres que la marketplace, et dont le but est d'apporter 100% de réponses positives et immédiates aux réclamations clients, ainsi que d'engager des actions proactives de prévention pour chaque événement anormal survenant au cours du parcours client.

Des ventes internationales en croissance rapide

- Le GMV international a connu une croissance significative de **+79 %** du GMV au 3^{ème} trimestre 2020.
- La plateforme internationale comprenait **157 sites directement connectés** à fin septembre, soit +69 par rapport à l'année dernière.

⁸ Les vendeurs marketplace capable d'exécuter une livraison express sont autorisés à offrir leur références au sein du programme CDAV

Après deux trimestres d'amélioration sensible de sa rentabilité, Cnova prévoit de poursuivre sa transformation vers un modèle de plateforme avec 3 priorités stratégiques claires et ambitieuses :

- Expansion rapide de la marketplace et des revenus associés, soutenue par un assortiment éligible à la livraison express en forte croissance
- Accélération du marketing digital avec l'ambition de devenir la plateforme de référence support des campagnes marketing en ligne des fournisseurs et des vendeurs marketplace
- Nouvelles offres B2B soutenues par des investissements technologiques significatifs, centrés sur la monétisation des actifs marketplace de Cnova que sont sa large base de vendeurs qualifiés et sa plateforme technologique de pointe, avec l'ambition de devenir un acteur européen de référence de solutions marketplace

Activité du 3ème trimestre

| Cnova N.V. | Troisième trimestre ⁽¹⁾ | | Variation | |
|---|------------------------------------|--------------|---------------------------|--------------------------|
| | 2020 | 2019 | Publiée ⁽¹⁾⁽²⁾ | Organique ⁽³⁾ |
| GMV⁽⁴⁾ (en millions d'euros) | 936,4 | 944,0 | -0,8 % | +0,2 % |
| Quote-part de la marketplace | 45,0 % | 39,1 % | | +5,9 pts |
| Quote-part du mobile | 51,8 % | 50,4 % | | +1,4 pt |
| Quote-part de CDAV | 41,2 % | 42,3 % | | -1,1 pt |
| Chiffre d'affaires⁽⁵⁾ (en millions d'euros) | 484,8 | 521,9 | -7,1 % | -5,9 % |
| Trafic (visites en millions) | 252,7 | 245,4 | | +3,0 % |
| Quote-part du mobile | 72,2 % | 73,1 % | | -0,9 pt |
| Clients actifs⁽⁶⁾ (millions) | 9,7 | 9,2 | | +5,2 % |
| Commandes⁽⁷⁾ (millions) | 6,6 | 6,3 | | +4,5 % |

- 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 incluent les services et ventes en corners mais excluent les ventes de biens techniques et de matériel pour la maison réalisées dans les hyper et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion de +1,0 pts sur la croissance du GMV).
- 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) L'accélération du transfert du GMV vers une part croissante de la marketplace (+ 6 points de quote-part), plus rentable, a mécaniquement impacté le chiffre d'affaires, à -5,9 % ce trimestre. En effet, seules les commissions marketplace sont reconnues en chiffre d'affaires (contre l'ensemble du montant du panier pour les ventes directes)
- 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 9,7 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, 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. 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

Contact Media:
directiondelacommunication@cdiscount.com
 Tel : +33 5 56 30 07 14