

Résultats financiers 2020**Expansion rapide de la marketplace, croissance soutenue et forte augmentation de la rentabilité**

Forte augmentation de la rentabilité avec un **EBITDA en hausse de +63 %** pour atteindre **133 M€** et un **EBIT multiplié par x3,6** pour atteindre **53 M€**

Forte croissance de **+22 % de la marketplace** en 2020, en accélération au **2^{ème} semestre** avec **+30 %** de commandes et **+27 %** d'articles vendus

Augmentation rapide et croissante des **revenus de la marketplace : 182 M€ (+23 %)** **+40 % au 4^{ème} trimestre**

Génération de trésorerie positive et réduction de la dette financière nette

AMSTERDAM – 18 février 2021, 07h45 CET Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV; ISIN : NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les chiffres clés **non audités** de son activité du 4^{ème} trimestre et ses résultats financiers de l'exercice clos le 31 décembre 2020.

Points clés de 2020

En 2020, face à une conjoncture exceptionnelle entraînant une digitalisation croissante des ventes et de la livraison à domicile, Cnova a poursuivi le renforcement de son modèle économique. Il s'est traduit par une croissance soutenue et une amélioration de ses marges, confirmant la pertinence de son positionnement comme leader français du e-commerce. La marketplace, en augmentation de +22%, a été au cœur de cette croissance rentable, et représente désormais 44 % du GMV (Gross Merchandise Volume, ou volume d'affaires). Cette croissance s'est accompagnée d'une hausse de +15 % du nombre de vendeurs qui s'établit désormais à 13 000, et un élargissement de l'assortiment de +33 %, pour atteindre 100 millions de références.

L'expansion de la marketplace a contribué à la bonne performance globale du GMV (+8,6 %) et à la hausse du trafic, avec un chiffre record de 26 millions de visiteurs uniques mensuels en décembre. Le site internet de Cdiscount a servi plus de 10 millions de clients au cours de l'année (+12 %), couplé à une croissance de +10 % du nombre d'abonnés au programme de fidélité *Cdiscount à Volonté*.

Cnova a opéré en parallèle un changement stratégique de son mix produit, en accélérant les ventes des catégories relatives à la maison, aux loisirs et à la beauté (+18 % du GMV sur l'ensemble de l'année), avec un impact positif sur les marges et la récurrence d'achat.

Les revenus issus du marketing digital ont augmenté de +31 %, contribuant à améliorer la rentabilité. Cnova offre des services de marketing à ses 1 400 fournisseurs et 13 000 vendeurs marketplace, leur permettant de promouvoir leurs produits et leurs marques afin d'accélérer leurs ventes.

- **L'EBITDA a augmenté de +62,5 % pour atteindre 133 M€ et le Résultat Opérationnel Courant (ROC) a été multiplié par 3,6 pour atteindre 53 M€**
 - Les revenus de la marketplace ont augmenté de +23,1 % pour atteindre 182 M€
 - L'évolution stratégique vers les produits de la maison, des loisirs et de la beauté a permis d'améliorer les marges
 - Les services de marketing digital destinés aux vendeurs de la marketplace et aux fournisseurs ont augmenté de +31,3 %
- **Une forte expansion de la marketplace de +22 % en accélération au 2^{ème} semestre**
 - La quote-part du GMV a augmenté de 5,3 points pour atteindre 43,6 % sur l'année, en accélérant au 2^{ème} trimestre avec +6,1 points et une quote-part de 44,5 %
 - La performance de la marketplace s'est renforcée au 2^{ème} semestre avec +30,0 % de commandes (+26,1 % sur l'ensemble de l'année) et +27,1 % d'articles vendus (+23,8 % sur l'ensemble de l'année)
 - Les ventes de la marketplace expédiées par Cdiscount ont augmenté de +26,4 % sur l'ensemble de l'année et représentent 32,8 % du GMV de la marketplace

■ Génération de trésorerie positive

- La génération de flux de trésorerie disponible avant frais financiers s'est établie à +73 M€
- Elle a été soutenue par une forte amélioration de l'EBITDA de +51 M€, une variation positive du besoin en fonds de roulement de +64 M€ et des CAPEX nets maintenus à 71 M€
- La dette financière nette a été réduite de 21 M€

■ Un tournant stratégique vers le B2B avec le développement en 2020 et le lancement en 2021 d'une solution marketplace clé en main pour les distributeurs physiques et les e-commerçants

- Une solution complète comprenant des produits et des vendeurs, une technologie et des services logistiques
- Un accès à 100 millions de références et à une base de 13 000 vendeurs

Performance financière (en millions d'euros)	2020 2ème semestre	2019 ¹ 2ème semestre	Variation vs 2ème semestre 2019	2020	2019 ¹	Variation vs 2019
GMV Total²	2 261	2 146	+5,4 %	4 207	3 899	+7,9 %
GMV Organique³	2 229	2 106	+5,8 %	4 139	3 811	+8,6 %
dont Ventes directes	1 038	1 088	-4,7 %	1 949	1 999	-2,5 %
dont Marketplace	832	679	+22,6 %	1 505	1 237	+21,6 %
dont Services ⁴	99	97	+2,3 %	194	169	+15,1 %
dont Autres Revenus ⁵	260	242	+7,5 %	491	406	+20,9 %
CA Total	1 176	1 199	-1,9 %	2 225	2 194	+1,4 %
CA Organique	1 150	1 166	-1,4 %	2 168	2 121	+2,2 %
EBITDA⁶	83,4	62,2	+34,1 %	133,3	82,0	+62,5 %
% du chiffre d'affaires	7,1 %	5,2 %	+1,9 pt	6,0 %	3,7 %	+2,3 pts
Résultat Opérationnel Courant	42,2	26,6	+58,6 %	53,1	14,7	x3,6
% du chiffre d'affaires	3,6 %	2,2 %	+1,4 pt	2,4 %	0,7 %	+1,7 pt
Résultat Financier	-28,8	-32,6	-11,7 %	-54,0	-56,6	-4,6 %
Résultat Net	2,3	-22,8	nm	-21,4	-65,3	nm
Principaux indicateurs des flux de trésorerie (en millions d'euros)	2020 2ème semestre	2019 ¹ 2ème semestre	Variation vs 2ème semestre 2019	2020	2019 ¹	Variation vs 2019
EBITDA⁶	83,4	62,2	+34,1 %	133,3	82,0	+62,5 %
(-) charges exceptionnelles	-1,8	-5,6	-67,9 %	-12,5	-9,2	+35,9 %
(-) loyers ⁷	-16,1	-13,1	+23,3 %	-32,0	-27,0	+18,3 %
Capacité d'autofinancement	65,5	43,5	+50,4 %	88,8	45,8	+93,9 %
Investissements (CAPEX Net)	-33,7	-39,7	-15,1 %	-70,9	-73,7	-3,8 %
Variation du Besoin en Fonds de Roulement ⁸	167,8	161,7	+3,7 %	63,9	70,9	-9,8 %
Charge d'impôt	-8,0	-1,6	nm	-9,3	-3,3	nm
Flux générés par les activités poursuivies avant Résultat Financier	192,0	164,0	16,8 %	72,6	39,6	+83,1 %
Dette Financière Nette⁹	-201,0	-221,5	+20,5	-201,0	-221,5	+20,5
Variation de la Dette Financière Nette	+172,2	+134,1	+38,1	+20,5	-23,1	+43,6

¹ Re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltee (l'entité juridique des opérations de Stootie)

² Le GMV (Gross Merchandise Volume, ou volume d'affaires) est défini comme suit : Ventes de produits + Autres revenus + Volume d'affaires de la marketplace + Services + TVA et est calculé sur la base des commandes validées et envoyées

³ Croissance organique : les chiffres incluent les ventes des corners en magasins et les services mais excluent les ventes de biens techniques et de la catégorie 'Maison' réalisées dans les hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino, ainsi que les masques vendus au Groupe Casino (impact total de l'exclusion de respectivement +0,1 pt et +0,7 pt de croissance du GMV au T4 et en 2020)

⁴ Inclut les voyages, l'énergie, la billetterie, le bien-être

⁵ Inclut les revenus pro, internationaux, 1001pneus, CB4X, les bons d'achat, les revenus liés aux services de distribution et le marketing digital

⁶ Calculé comme étant le ROC (Résultat Opérationnel Courant) des activités poursuivies avant dépréciations et amortissements opérationnels

⁷ Inclut les dépenses de loyers, c'est-à-dire les remboursements des dettes de loyers et les intérêts payés sur les dettes de loyers

⁸ Inclut les autres charges / produits non liquides et les autres éléments permettant de rapprocher les autres produits et charges opérationnelles du compte de résultat et les charges exceptionnelles du tableau ci-dessus

⁹ Dette financière nette hors droit de vente de Neosys pour 2,4 M€ à fin 2019 et 0,7 M€ à fin juin et fin décembre 2020

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

"En 2020, année marquée par des défis exceptionnels, nous avons réussi à répondre aux attentes de nos 10 millions de clients, avec une offre illimitée couvrant l'ensemble de leurs besoins, un niveau de satisfaction record, tout en renforçant notre position de leader français du e-commerce. Nous nous sommes également engagés à utiliser notre plateforme pour aider ceux qui en ont besoin, en ouvrant notre marketplace aux PME pour soutenir leur activité et en assurant la distribution de millions de masques. 2020 a également confirmé notre évolution stratégique vers un modèle de plateforme, porté par notre marketplace, qui s'est traduit par une croissance solide et rentable. Nous allons poursuivre l'évolution de notre modèle en 2021 avec une nouvelle phase de développement. Nous avons récemment lancé une solution de marketplace complète et clé en main pour les distributeurs physiques et les e-commerçants internationaux, visant un marché EMEA très vaste et en croissance. Avec plus de 100 millions de produits, une base de 13 000 vendeurs, une gamme complète de services logistiques et une technologie de pointe, il s'agit d'une offre unique qui sera un pilier stratégique pour la croissance internationale et la rentabilité de Cnova dans les années à venir".

Indicateurs opérationnels

Indicateurs clés de performance de l'entreprise	2020 2ème semestre	2019 ¹⁰ 2ème semestre	Variation vs 2ème semestre 2019	2020	2019 ¹⁰	Variation vs 2019
QP Marketplace du GMV ¹¹	44,5 %	38,4 %	+6,1 pts	43,6 %	38,2 %	+5,3 pts
Revenus Marketplace ¹²	107,0	84,1	+27,2 %	181,8	147,7	+23,1 %
Trafic (millions de visites)	607	531	+14,3 %	1,169	1,021	+14,5 %
Nombre de commandes (millions)	16,4	14,1	+16,5 %	30,4	26,6	+14,1 %
dont Marketplace ¹³	11,1	8,5	+30,0 %	20,3	16,1	+26,1 %
Produits vendus (millions)	29,2	26,4	+10,3 %	53,9	49,7	+8,5 %
dont Marketplace	16,8	13,2	+27,1 %	31,0	25,0	+23,8 %

Le GMV organique a enregistré une forte hausse de +10,2 % au 4^{ème} trimestre 2020 et de +8,6 % en 2020.

GMV	T4 20	2020
Croissance Organique Totale	+10,2 %	+8,6 %
Croissance Marketplace	+34 %	+22 %
Croissance Internationale	+90 %	> 2x
Croissance Energie	+48 %	+65 %

La croissance du GMV de Cnova a été :

- portée par la marketplace, dont la contribution à la croissance totale a été de +10,6 points au 4^{ème} trimestre 2020 et +7,0 points sur l'ensemble de l'année. L'international a vu son GMV doubler tandis que les services B2C (hors Voyages) ont également connu une forte dynamique,
- dynamisée par l'évolution du mix produit, initiée au 2^{ème} trimestre, vers les univers de la maison, des loisirs & des produits de beauté, qui favorisent la récurrence d'achat, la fidélisation et la rentabilité grâce à des marges plus élevées,
- impactée négativement par la chute du marché du Voyage suite aux restrictions liées au COVID-19 tant en France qu'à l'étranger, pour un impact sur la croissance de Cnova estimé à -1 point.

¹⁰ Re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltee (l'entité juridique des opérations de Stootie)

¹¹ Calculé comme le GMV de la marketplace (voir p. 2) divisé par le GMV total (GMV de la marketplace + GMV des ventes directes – voir p. 2)

¹² Inclus les commissions marketplace minorées des remises, les frais d'abonnement à la marketplace ainsi que les revenus des services aux vendeurs (marketing, financier, ...)

¹³ Les paniers mixtes comprenant à la fois les produits marketplace et des produits en propre ont également été considérés comme des paniers marketplace

Le **Black Friday**, que Cnova a souhaité plus sobre et équilibré dans les circonstances particulières de 2020, a affiché des résultats records pour la 4^{ème} année consécutive.

Le **nombre de clients** a fortement augmenté au 4^{ème} trimestre avec une augmentation de +21 %, boostée par 1,2 million de nouveaux clients (+31 % par rapport à l'année dernière). Sur l'ensemble de l'année 2020, la base de clients de Cnova a atteint 10,3 millions, soit une augmentation de +12 %.

Cdiscount à Volonté (« CDAV »), le programme de fidélité de Cdiscount, compte désormais 2,3 millions de membres (+10 %) bénéficiant de 1,5 millions de références disponibles en livraison express, une hausse de +23 % par rapport à l'année dernière.

Clients	T4 20	2020
Evolution clients totaux	+21 %	+12 %
Evolution base d'abonnés CDAV ¹⁴		+10 %

Concernant le **trafic**, Cnova a atteint un record de 26,2 millions de visiteurs uniques mensuels en décembre 2020, consolidant sa place de 2nd en France en moyenne sur l'année avec une croissance globale de +11 % et une croissance de +12 % sur le mobile. Le site de Cdiscount a enregistré un total de 1,2 milliard de visites en 2020.

Trafic	T4 20	2020
Visiteurs uniques mensuels ¹⁵	+9 %	+11 %

La **marketplace** est au cœur de notre modèle de croissance rentable avec une augmentation de +34 % du GMV au 4^{ème} trimestre 2020 et +22 % sur l'ensemble de l'année 2020.

Cette croissance entraîne une augmentation de sa quote-part du GMV, qui atteint 45,0 % au 4^{ème} trimestre 2020 (+7,5 points) et 43,6 % sur l'année 2020 (+5,3 pts). Elle a notamment été soutenue par la hausse du GMV marketplace opéré en *Fulfilment* par Cdiscount (+24 % au 4^{ème} trimestre, +26 % sur 2020), qui a représenté 33 % du GMV de la marketplace sur l'année.

Marketplace	T4 20	2020
QP marketplace du GMV total ¹⁶	45,0 %	43,6 %
Evolution QP marketplace	+7,5 pts	+5,3 pts
QP logistique du GMV de la marketplace ¹⁷	+2,2 pts	+1,6 pt
Croissance des revenus marketplace ¹⁸	+40 %	+23 %

¹⁴ Parc d'abonnés au 31/12/2020

¹⁵ Selon les dernières études Médiamétrie (Décembre 2020)

¹⁶ Calculé comme le GMV de la marketplace (voir p. 2) divisé par le GMV total (GMV de la marketplace + GMV des ventes directes – voir p. 2)

¹⁷ Calculé comme le GMV de la marketplace généré par les commerçants bénéficiant des services de *Cdiscount Fulfilment* divisé par le GMV total de la marketplace

¹⁸ Inclus les commissions marketplace minorées des remises, les frais d'abonnement à la marketplace ainsi que les revenus des services aux vendeurs (marketing, financier, ...)

Performance financière 2020

Cnova N.V. En millions d'euros	2020	2019*	Variation	
			Publiée	Organique
GMV	4 207,4	3 899,2	+7,9 %	+8,6 %
Chiffre d'affaires	2 224,8	2 194,2	+1,4 %	+2,2 %
Marge Brute	474,0	389,1	+21,8 %	
En % du chiffre d'affaires	21,3 %	17,7 %	+3,6 pts	
Frais d'exploitation	-420,9	-374,4	+12,4 %	
En % du chiffre d'affaires	18,9 %	17,1 %	+1,9 pt	
Résultat Opérationnel Courant	53,1	14,7	+38,4	
EBITDA	133,3	82,0	+51,3	
En % du chiffre d'affaires	6,0 %	3,7 %	+2,3 pts	
Résultat financier	-54,0	-56,6	+2,6	
Résultat net des activités poursuivies	-15,7	-61,6	+45,9	

* re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltae (l'entité juridique des opérations de Stootie)

Le chiffre d'affaires s'est élevé à 2 224,8 M€ en 2020, soit une croissance organique de +2,2 % par rapport à 2019. La croissance du chiffre d'affaires a été impactée par l'accélération du transfert des ventes de produits vers la marketplace, plus rentable, mais qui ne sont comptabilisées qu'à hauteur du montant des commissions générées.

La marge brute s'élève à 474 M€ en 2020 et représente 21,3 % du chiffre d'affaires, une amélioration significative de +3,6 points par rapport à 2019. Elle a bénéficié d'une forte augmentation de la quote-part de la marketplace dans le GMV, de l'évolution du mix produit vers des catégories à plus forte récurrence et à marges plus élevées, ainsi que du développement des revenus de monétisation B2C et B2B, en particulier du marketing digital¹⁹.

Les frais d'exploitation s'élèvent à -421 M€ et représentent 18,9 % du chiffre d'affaires, soit une hausse de +1,9 point. Les coûts de distribution représentent 8,1 % du chiffre d'affaires (+0,6 pt) et ont augmenté en raison de la croissance des services de *fulfilment* proposés aux vendeurs marketplace (*Cdiscount Fulfilment*) et de la baisse des délais de livraison notamment via la livraison express. Les dépenses de marketing ont représenté 3,9 % du chiffre d'affaires (+0,2 pt) grâce à une performance optimisée du SEO, qui a permis d'augmenter le trafic gratuit, compensant ainsi en partie l'augmentation des dépenses en média destinés à accroître la notoriété de la marque. Les dépenses IT ont progressé pour atteindre 4,9 % du chiffre d'affaires (+0,8 pt) portées par les investissements dans les activités de monétisation B2C et B2B. Les coûts administratifs ont quant à eux légèrement augmenté et ont atteint 2,1 % du chiffre d'affaires.

En conséquence, **l'EBITDA** a connu une amélioration significative de +51 M€ en 2020 pour atteindre 133 M€, en croissance de +63 %, soit 6,0 % du chiffre d'affaires (+2,3 pts). L'EBITDA avant IFRS 16 s'élevait à 101 M€ en 2020, près du double de l'année précédente. Cette amélioration reflète la croissance rapide de la marketplace, l'amélioration de la rentabilité des ventes directes et l'augmentation des revenus de monétisation.

Le résultat opérationnel courant a augmenté de 38 M€ par rapport à 2019, en tenant compte d'un montant d'amortissements en hausse de 12,9 M€ suite aux investissements réalisés dans les activités de monétisation B2C et B2B.

¹⁹ Inclus les revenus des services marketing vendus aux fournisseurs et les services marketing vendus aux vendeurs marketplace (ces derniers étant également inclus dans les revenus totaux de la marketplace)

Les charges financières nettes, principalement liées aux solutions de paiement en plusieurs fois proposées aux clients, se sont élevées à 54 M€ et affichent une baisse de 5 % malgré la croissance du GMV, grâce à l'amélioration de la gestion des risques.

La perte nette des activités poursuivies s'est fortement réduite, avec une amélioration de +46 M€ par rapport à l'année précédente pour atteindre -16 M€, soit un résultat ajusté par action de -0,02€.

Les flux de trésorerie disponibles avant intérêts se sont élevés à 73 M€ au cours des douze derniers mois. Cette augmentation significative s'appuie sur des fondamentaux solides :

- La rentabilité opérationnelle a progressé à un rythme rapide avec un EBITDA significativement positif de 133 M€ et en amélioration de +51 M€
- La variation du Besoin en Fonds de Roulement s'est élevée à +64 M€, notamment soutenue par l'optimisation des stocks

Les autres charges opérationnelles et impôts décaissés se sont élevés à -22 M€, y compris -4 M€ liés au Covid-19.

Le remboursement de passifs de loyers et intérêts au titre des contrats de location (impact IFRS 16) s'est élevé à -32 M€.

Les CAPEX se sont élevés à -71 M€, centrés sur les développements stratégiques, le modèle de plateforme et les initiatives de monétisation.

Points clés de l'activité

Amélioration de l'expérience client et NPS à un niveau record

- **Les délais de livraison** se sont améliorés cette année de 0,3 jour grâce à l'augmentation des livraisons express, à l'élargissement des assortiments *Cdiscount Fulfilment* et *Cdiscount Express Seller* ainsi qu'à l'amélioration du contrôle de la qualité des vendeurs marketplace.
- Cnova a également poursuivi sa politique de « oui au client » avec désormais 80 % de réponses positives et immédiates aux réclamations des clients *Cdiscount A Volonté*, associé à des actions proactives de prévention pour chaque événement anormal survenant au cours du parcours client. L'objectif est d'atteindre 100% en 2021.
- Ces différentes mesures ont contribué à une forte amélioration du NPA de **+3 pts** au cours de l'année 2020, poursuivant ainsi les efforts constants entrepris ces dernières années (+8 pts sur 3 ans).

La marketplace de produits présente une croissance à 2 chiffres, tirant vers le haut les revenus et la rentabilité

- L'activité de la marketplace s'est accélérée au cours du **4^{ème} trimestre**, gagnant **+7,5 points** de quote-part du GMV pour atteindre **45,0 %**, grâce à une forte croissance de **+34 % du GMV**. Sur l'ensemble de l'année, elle s'est améliorée de **+5,3 points** pour atteindre **43,6 %**.
- Parallèlement, la génération de revenus a progressé encore plus rapidement : **+40 %** au **4^{ème} trimestre** et **+23 %** sur l'ensemble de l'année 2020 pour atteindre **182 M€**.
- **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 **1,5 million²⁰**, soit une croissance de **+23 %** grâce à l'élargissement de l'assortiment *Cdiscount Fulfilment* et *Cdiscount Express Seller*.

²⁰ Fin décembre 2020

L'évolution du mix vers des produits récurrents a permis de fidéliser les clients et d'augmenter la rentabilité

- Cnova a lancé au 2^{ème} trimestre une évolution stratégique de son mix produit vers les univers de la maison, des loisirs et des produits de beauté. Ces-derniers présentent trois avantages majeurs : une plus forte récurrence d'achat, une quote-part marketplace plus importante et des marges plus élevées. Cette évolution permet ainsi de générer davantage de fidélité et de réachat d'une part, et plus de rentabilité d'autre part. Ces catégories (maison, loisirs et produits de beauté) ont connu une forte croissance de **+29 %** au 4^{ème} trimestre (**+18 %** sur l'ensemble de l'année).
- Pour accompagner cette évolution du mix produit, Cnova a étendu la livraison gratuite à domicile depuis mars 2020, désormais disponible pour les paniers supérieurs à 25 € pour les clients non-CDAV et 10 € pour les clients CDAV.

Un marketing digital dynamique porté par Cdiscount Ads Retail Solution

- Les revenus générés par le **marketing digital** ont augmenté de **+42 %** au 4^{ème} trimestre par rapport à l'année dernière, et de **+31 %** sur l'ensemble de l'année, contribuant à renforcer la rentabilité du business model de Cnova
- Il a été soutenu par la solution propriétaire de Cnova lancée au 2^{ème} trimestre, **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)**, une plateforme publicitaire 100 % autonome permettant aux vendeurs et aux fournisseurs de promouvoir leurs produits et marques. Cnova a également renforcé son offre en développant des fonctionnalités complémentaires, comme la gestion des campagnes Google Shopping pour le compte des fournisseurs et des vendeurs de la marketplace.

Les services B2C ont affiché de solides performances malgré l'impact négatif du Covid-19 sur le Voyage

- Le GMV des **services B2C** s'est élevé à **194 M€**, soit **une hausse de +15 %** en année pleine.
- **Cdiscount Energie** a connu une croissance solide de **+48 %** de son GMV au 4^{ème} trimestre et de **+65 %** sur l'année, soutenue par un recrutement très dynamique qui a atteint un niveau record en décembre (**+82 %** par rapport à l'année dernière).
- **Cdiscount Mobile** a réalisé en décembre son meilleur mois en termes de recrutement de clients et a terminé l'année avec une augmentation de **+62 %** de son parc d'abonnés.

Des ventes internationales en pleine expansion

- Le GMV international a **doublé** en 2020 par rapport à l'année précédente et a contribué pour +1,0 point à la croissance totale de Cnova.
- La plateforme internationale comprenait **206 sites directement connectés** fin décembre, **+47** par rapport au 3^{ème} trimestre 2020, **x4** comparé à l'année dernière, permettant ainsi la livraison dans **27 pays**.

Lancement d'une solution marketplace clé en main pour les distributeurs physiques et les e-commerçants de la région EMEA

- Développée au cours de l'année 2020 et lancée au début de l'année 2021, la **solution marketplace clé en main** de Cdiscount vise à offrir 3 services modulables et prêts à l'emploi aux distributeurs et e-commerçants internationaux :
 - **Produits et vendeurs** : accès à notre catalogue de 100 millions de produits et à notre base de 13 000 vendeurs
 - **Technologie** : une plateforme marketplace Front-to-Back
 - **Logistique** : une solution logistique multi-marketplace, comprenant l'expédition transfrontalière et une solution de gestion des entrepôts

- Cnova est le seul acteur sur le marché à maîtriser pleinement ces 3 actifs à grande échelle, offrant ainsi une proposition de valeur unique sur un marché du e-commerce EMEA qui est immense.
 - Un premier client majeur de l'EMEA a signé début 2021

Perspectives :

L'année prochaine, Cnova prévoit d'accélérer ses investissements afin de maintenir un bon rythme de croissance tout en continuant son évolution stratégique vers un modèle de plateforme, améliorant ainsi sa rentabilité et sa génération de trésorerie, avec 4 priorités stratégiques claires :

- Faire croître la marketplace en élargissant les assortiments *Cdiscount Fulfilment* et *Cdiscount Express Seller*, clés pour accélérer les délais de livraison et la satisfaction clients, et augmenter les revenus de la marketplace via les commissions et les services aux vendeurs.
- Poursuivre l'évolution du mix produit vers les catégories autour de la maison, des loisirs et des produits de beauté afin de développer la récurrence d'achat, la fidélité et la rentabilité.
- Accélérer les revenus du marketing digital en recrutant de nouveaux fournisseurs et vendeurs marketplace et en leur offrant davantage de fonctionnalités.
- Déployer la nouvelle solution marketplace clé en main de Cdiscount en ciblant le marché e-commerce de la région EMEA.

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., leader français du e-commerce, offre à ses 10,3 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 commodées, 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'information.

Cnova Relations Investisseurs :
investor@cnovagroup.com

Contact Media:
directiondelacommunication@cdiscout.com
Tel: +33 6 18 33 17 86

Annexes

Cnova N.V. Etats financiers consolidés⁽¹⁾

Compte de résultat Consolidé Le 31 décembre (En millions d'euros)				Hors IFRS 16 ⁽²⁾	
	2020	2019*	Evolution	2020	2019*
Chiffre d'affaires	2 224,8	2 194,2	+1,4 %	2 224,8	2 194,2
Coûts d'achat des marchandises vendues	-1 750,8	-1 805,1	-3,0 %	-1 750,8	-1 805,1
Marge brute	474,0	389,1	+21,8 %	474,0	389,1
En % du chiffre d'affaires	21,3 %	17,7 %	+3,6 pts	21,3 %	17,7 %
Frais d'exploitation⁽³⁾	-420,9	-374,4	+12,4 %	-425,0	-377,1
En % du chiffre d'affaires	-18,9 %	-17,1 %	+1,9 pt	-19,1 %	-17,2 %
Coûts de distribution	-179,2	-163,4	+9,7 %	-182,9	-165,6
Dépenses de marketing	-87,0	-81,5	+6,8 %	-87,0	-81,5
Dépenses d'informatique et de contenu	-108,6	-90,3	+20,3 %	-108,8	-90,5
Frais administratifs	-46,0	-39,2	+17,3 %	-46,2	-39,5
Résultat opérationnel courant (ROC)⁽⁴⁾	53,1	14,7	+38,4	49,0	12,0
En % du chiffre d'affaires	2,4 %	0,7 %	+1,7 pt	2,2 %	0,5 %
Autres produits et charges opérationnels	-12,3	-16,5	-25,5 %	-12,4	-16,5
Résultat Opérationnel	40,8	-1,9	+42,7	36,6	-4,5
Résultat financier	-54,0	-56,6	-4,6 %	-46,0	-49,6
Résultat avant impôt	-13,2	-58,5	+45,2	-9,4	-54,1
Charge d'impôt	-2,5	-3,1	+0,6	-3,3	-6,4
Résultat net des activités poursuivies	-15,7	-61,6	+45,9	-12,7	-60,6
Résultat net des activités abandonnées ⁽⁵⁾	-5,7	-3,6	-2,1	-5,7	-3,7
Résultat net de l'ensemble consolidé	-21,4	-65,3	+43,9	-18,5	-64,3
En % du chiffre d'affaires	-1,0 %	-3,0 %		-0,8 %	-2,9 %
Part du Groupe	-23,4	-67,2	+43,8	-20,9	-65,3
Intérêts ne donnant pas le contrôle	2,0	0,8	+1,2	2,4	1,0
Résultat net ajusté par action des activités poursuivies (€)⁽⁶⁾	-0,02	-0,14	+0,12	-0,01	-0,14

*re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltae (l'entité juridique des opérations de Stootie)

1) États financiers non audités.

2) La norme IFRS 16, qui remplace la norme IAS 17 ainsi que ses interprétations à partir du 1er janvier 2019, élimine la distinction entre la location simple et la location financement : il faut désormais reconnaître un actif (le droit d'utilisation de cet actif) ainsi qu'une dette financière, reflet de la valeur actuelle de l'intégralité des loyers à venir sur la totalité des contrats de location. Les coûts de loyer de la location simple sont donc remplacés par une dépréciation, qui reflète à la fois le droit d'utilisation de l'actif ainsi que la charge d'intérêt rattachée à cette dette de loyers. Les chiffres avant l'impact de l'IFRS 16, en considérant les charges de location opérationnelle sur une base linéaire, sont présentés uniquement à des fins de comparaison avec les états financiers historiques.

3) Frais d'exploitation : frais de vente, frais généraux et frais administratifs.

4) Résultat opérationnel courant : résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels (frais stratégiques et de restructuration, frais juridiques, charges de dépréciation et de cession d'actifs).

5) Conformément à la norme IFRS5 (Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le résultat net après impôt de HALTAE (anciennement Stootie) pour les exercices clos les 31 décembre 2020 et 2019 est présenté sous la rubrique "Résultat net des activités abandonnées".

6) Le résultat net ajusté par action correspond au résultat net part du Groupe Cnova avant autres produits et charges opérationnels et impacts des impôts afférents, divisé par la moyenne pondérée du nombre d'actions ordinaires en circulation durant la période correspondante.

Bilan Consolidé Le 31 décembre (En millions d'euros)	2020	2019*	Hors IFRS 16	
			2020	2019*
ACTIFS				
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15,8	78,3	15,8	78,3
Créances clients	167,2	163,8	167,2	163,8
Stocks	283,7	328,6	283,7	328,6
Créances d'impôts courants	4,0	4,1	4,0	4,1
Autres actifs courants nets	313,8	150,5	313,8	150,5
Total actifs courants	784,6	725,3	784,6	725,3
Autres actifs non courants	11,4	14,6	11,4	14,6
Actifs d'impôts différés	45,1	41,7	40,8	38,3
Droit d'utilisation net	149,2	174,3		
Immobilisations corporelles nettes	28,5	32,8	28,5	32,8
Immobilisations incorporelles nettes	206,6	179,4	206,6	179,4
Goodwill	122,3	123,0	123,6	124,2
Total actifs non courants	562,9	565,7	410,9	389,3
TOTAL ACTIF	1 348,0	1 291,0	1 195,7	1 114,6
PASSIF				
Provisions courantes	3,4	9,3	3,4	9,3
Dettes fournisseurs	658,3	665,7	658,3	665,7
Passifs financiers courants	20,1	308,1	20,1	308,1
Dettes de loyers courantes	30,5	31,3		
Dettes d'impôt exigibles	83,9	55,0	83,9	55,0
Autres passifs courants	248,4	216,5	249,6	217,1
Total passifs courants	1 044,5	1 285,8	1 015,3	1 255,2
Provisions non courantes	14,9	16,0	14,9	16,0
Passifs financiers non courants	340,6	2,4	340,6	2,4
Dettes de loyers non courantes	145,2	165,6		
Passifs d'impôts différés	3,7	2,5	14,2	12,3
Autres dettes non courantes	1,5	1,8	1,5	1,8
Total passifs non courants	505,9	188,3	371,2	32,5
Capital social	17,2	17,2	17,2	17,2
Réserves consolidées	-289,9	-268,0	-278,8	-259,3
Capitaux propres part du groupe	-272,7	-250,8	-261,5	-242,1
Intérêts ne donnant pas le contrôle	69,7	67,7	71,6	69,1
Capitaux propres	-203,0	-183,1	-190,0	-173,0
TOTAL PASSIF	1 348,0	1 291,0	1 195,7	1 114,6

* re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltæ (l'entité juridique des opérations de Stootie)

Tableau de flux de trésorerie Consolidé <i>Le 31 décembre (En millions d'euros)</i>	2020	2019*
Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe	-17,7	-62,5
Intérêts ne donnant pas le contrôle	2,0	0,9
Résultat net des activités poursuivies	-15,7	-61,6
Dotations aux amortissements et provisions	80,3	67,8
Charges / (produits) calculés liés aux stock-options et assimilés	0,0	0,0
Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courant	3,9	6,8
Autres charges / (produits) calculés	-0,1	-0,0
Résultat financier	54,0	56,6
Charges / (produits) d'impôt y compris différé	2,4	3,1
Impôts versés	-9,3	-3,3
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	59,7	71,0
<i>Stocks</i>	<i>44,8</i>	<i>27,5</i>
<i>Dettes fournisseurs et autres dettes</i>	<i>0,4</i>	<i>-5,1</i>
<i>Créances clients</i>	<i>10,6</i>	<i>12,4</i>
<i>Autres</i>	<i>3,8</i>	<i>36,1</i>
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies	175,4	140,2
Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées	-5,2	-5,0
Acquisition d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	-80,3	-82,0
Acquisition d'actifs financiers non courants	-0,0	-3,7
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	9,5	8,3
Variation nette de périmètre	-	-0,9
Investissement dans des entreprises	-	-
Variation des prêts et avances consentis	-134,9	-8,2
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités poursuivies	-205,8	-86,4
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées	-0,6	-0,8
Transactions avec les intérêts ne donnant pas le contrôle	-	-2,4
Variation des emprunts souscrits	-	45,0
Augmentation des emprunts et dettes financières	120,0	1,9
Remboursement des emprunts et dettes financières	-40,3	-3,1
Remboursement des emprunts de location	-24,0	-20,0
Intérêts payés sur les emprunts de location	-8,0	-7,0
Intérêts financiers nets versés	-43,1	-49,2
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités poursuivies	-4,7	-34,8
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées	0,0	0,0
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie (activités abandonnées)	-0,0	-
Variation de trésorerie (activités poursuivies)	-25,7	19,2
Variation de trésorerie (activités abandonnées)	-5,9	-5,9
Trésorerie et équivalent de trésorerie nette d'ouverture	40,6	27,3
Trésorerie et équivalent de trésorerie nette de clôture	9,0	40,6

*re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltae (l'entité juridique des opérations de Stootie)

→ Impacts IFRS 16 exclus :

Tableau de flux de trésorerie Consolidé <i>Le 31 décembre (En millions d'euros)</i>	Excluding IFRS 16 impact	
	2020	2019*
Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe	-15,2	-61,6
Intérêts ne donnant pas le contrôle	2,4	1,0
Résultat net des activités poursuivies	-12,7	-60,6
Dotations aux amortissements et provisions	52,5	42,0
Charges / (produits) calculés liés aux stock-options et assimilés	0,0	0,0
Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courant	3,9	6,8
Autres charges / (produits) calculés	-0,1	-0,0
Résultat financier	46,0	49,6
Charges / (produits) d'impôt y compris différé	3,3	6,4
Impôts versés	-9,3	-3,3
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	59,7	72,4
<i>Stocks</i>	44,8	27,5
<i>Dettes fournisseurs et autres dettes</i>	0,4	-5,1
<i>Créances clients</i>	10,6	12,4
<i>Autres</i>	3,8	37,6
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies	143,4	113,3
Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées	-5,2	-5,1
Acquisition d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	-80,3	-82,0
Acquisition d'actifs financiers non courants	-0,0	-3,7
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	9,5	8,3
Variation nette de périmètre	-	-0,9
Investissement dans des entreprises	-	-
Variation des prêts et avances consentis	-134,9	-8,2
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités poursuivies	-205,8	-86,4
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées	-0,6	-0,8
Transactions avec les intérêts ne donnant pas le contrôle	-	-2,4
Variation des emprunts souscrits	-	45,0
Augmentation des emprunts et dettes financières	120,0	1,9
Remboursement des emprunts et dettes financières	-40,3	-3,1
Remboursement des emprunts de location	-	-
Intérêts payés sur les emprunts de location	-	-
Intérêts financiers nets versés	-43,1	-49,2
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités poursuivies	36,6	-7,7
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées	0,0	0,0
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie (activités abandonnées)	-0,0	-
Variation de trésorerie (activités poursuivies)	-25,7	19,2
Variation de trésorerie (activités abandonnées)	-5,9	-5,9
Trésorerie et équivalent de trésorerie nette d'ouverture	40,6	27,3
Trésorerie et équivalent de trésorerie nette de clôture	9,0	40,6

*re-présenté pour tenir compte des activités abandonnées d'Haltae (l'entité juridique des opérations de Stootie)

Prochain rendez-vous

Jeudi 18 février 2021 à 16h00 (heure
d'Europe Centrale)

Conférence téléphonique et diffusion des résultats de
l'année 2020 de Cnova

Informations de connexion pour la conférence téléphonique et la diffusion sur Internet

Numéros d'appel pour les participants:

France +33 170710159 PIN: 68611031#

UK +442071943759 PIN: 68611031#

USA +1 6467224916 PIN: 68611031#

Diffusion sur Internet :

<https://onlinexperiences.com/Launch/QReg/ShowUUID=A2B8A253-8320-4A8C-BBBE-7C3EC1DF7A34>

La conférence téléphonique restera disponible pendant trois mois sur le site cnova.com.