

CNOVA N.V.
Activité du 1^{er} trimestre 2022

Dans un marché impacté par une base de comparaison élevée en raison du couvre-feu, le GMV de Cnova est en baisse de -9% vs. le T1 2021 et de +1% par rapport à la période prépandémique (T1 2019) avec des indicateurs en croissance sur ses 3 piliers stratégiques:

- Une **marketplace** en croissance, bénéficiant d'une satisfaction client record
 - GMV en hausse de +22% vs. 2019 (-10% vs. 2021) qui atteint 342M€
 - Quote-part marketplace qui atteint 47,8% soit +11,5 pts vs. 2019 (+2,3 pts vs. 2021)
- Croissance continue des revenus issus du **marketing digital** à 16M€ au T1, x2 vs. 2019 (+15% vs. 2021)
- Accélération des activités **B2B**
 - Forte dynamique commerciale pour Octopia:
 - 17 contrats signés (+5 vs. Déc. 2021)
 - Un potentiel de GMV qui dépasse 1Md€ sur la durée des contrats signés
 - Expansion rapide de C-Logistics avec désormais 37 clients (+15 contrats lancés ou signés vs. déc. 2021)

Une satisfaction client qui continue d'augmenter avec un NPS qui atteint 55,5 soit +11,4 pts vs. 2019 (+4,4 pts vs. 2021)

AMSTERDAM, le 19 avril 2022 à 07h45 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 31 mars 2022.

Points clés du 1^{er} trimestre 2022

Au cours du 1^{er} trimestre 2022, Cnova a continué d'accélérer sur ses 3 piliers stratégiques, avec un **GMV marketplace** en hausse (+22% vs. 2019, -10% vs. 2021) tout comme le **marketing digital** (x2 vs. 2019, +15% vs. 2021), et des **initiatives B2B** en croissance avec **Octopia** (17 contrats signés) et **C-Logistics** qui compte désormais **37 clients**.

Le **GMV marketplace** a augmenté de +22% vs. 2019 (-10% vs. 2021). Le nombre de vendeurs a atteint plus de 13 200 avec un niveau de qualité record dont l'écart avec le NPS global se réduit, grâce au développement du *Fulfilment by Cdiscount* et de *Cdiscount Express Seller*. Les **revenus marketplace** ont atteint **45M€**, en croissance de +28% vs. 2019 (-7% vs. 2021). Sur 12 mois, les revenus de la marketplace ont atteint **192M€**.

Les **revenus issus du marketing digital** ont atteint **16M€** au 1^{er} trimestre, **doublant vs. 2019** (+15% vs. 2021), principalement tirés par le développement des produits sponsorisés, grâce à de meilleurs algorithmes d'enchères renforcés par l'intelligence artificielle. Sur 12 mois, les revenus issus du marketing digital ont atteint **71M€**.

La **fidélité** a augmenté grâce à une **satisfaction client record** mesurée par le **NPS (55,5 soit +11,4pts vs. 2019 et +4,4pts vs. 2021)**, avec un nouvel effort réalisé sur la livraison express et l'amélioration de l'expérience client sur Cdiscount.com. Notre base de clients fidèles a augmenté, le programme *Cdiscount à Volonté (CDAV)* atteignant **2,5 millions** de membres, en croissance de +34% vs. 2019 (+8% vs. 2021).

Les **activités B2B** continuent d'accélérer. Le GMV d'**Octopia** a atteint **28M€** au 1^{er} trimestre 2022 (+5% vs. 2021), principalement grâce au développement des offres **Fulfilment-as-a-Service**, dont le nombre de colis expédiés a été multiplié par 6 au 1^{er} trimestre vs. 2019 (+9% vs. 2021), et **Products-as-a-Service**. Les offres Merchants- et Marketplace-as-a-Service accélèrent avec 5 contrats majeurs signés au cours du 1^{er} trimestre 2022 et un potentiel de GMV qui dépasse désormais 1Md€ sur la durée des contrats. L'offre externe de **C-Logistics** a fait l'objet d'une forte accélération commerciale avec désormais **37 clients lancés ou signés**, soit 15 de plus que fin 2021.

Le **GMV total** a augmenté de +1% vs. 2019 (-9% vs. 2021) avec une forte croissance de la marketplace (+22% vs. 2019) et une baisse des ventes directes (-24% vs. 2019), en ligne avec la stratégie d'amélioration du mix.

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté:

“Dans un marché sensible et incertain, ce 1^{er} trimestre a confirmé la pertinence de notre positionnement, avec la forte croissance de nos 3 piliers stratégiques par rapport à la période prépandémique, alors que des facteurs externes ont influencé et continuent de sérieusement impacter l'ensemble des pans de l'économie.

Dans ce contexte exigeant, notre plateforme e-commerce a bénéficié d'une base de clients CDAV en hausse constante, favorisant une forte accélération de nos solutions de marketing digital.

Côté B2B, C-Logistics et Octopia ont confirmé leurs bonnes dynamiques commerciales, en signant notamment des contrats avec des acteurs clés du e-commerce et du retail, confirmant notre direction stratégique sur ce segment.”

Chiffres clés du 1^{er} trimestre 2022

Cnova N.V.	1 ^{er} trimestre ⁽¹⁾		vs. 2021	vs. 2019
	2022	2021		
Chiffres opérationnels clés				
Trafic (millions de visites)	261,2	296,3	-11,9%	+2,3%
Commandes ⁽²⁾ (million)	6,0	7,4	-18,2%	-8,1%
dont Marketplace	4,2	5,0	-16,3%	+7,1%
Produits vendus (million)	10,1	12,6	-19,3%	-16,9%
dont Marketplace	6,2	7,4	-15,8%	+1,5%
Chiffres financiers clés (M€)				
GMV total	915,7	1 006,3	-9,0%	+1,1%
Plateforme e-commerce	887,4	979,3	-9,4%	-1,8%
dont Ventes directes	372,8	454,8	-18,0%	-24,4%
dont Marketplace ⁽³⁾	341,5	380,5	-10,2%	+21,8%
dont Services B2C	73,2	52,3	+40,0%	x2,5
dont Autres revenus	99,8	91,7	+8,8%	-0,3%
Octopia	28,3	27,0	+5,0%	-
CA total	448,9	517,9	-13,3%	-14,8%

Principaux indicateurs du 1^{er} trimestre 2022

GMV	1 ^{er} trimestre ⁽¹⁾	
	vs. 2021	vs. 2019
Croissance totale	-9,0%	+1,1%
Croissance de la Marketplace	-10,2%	+21,8%
Croissance d'Octopia	+5,0%	n/s

Le **GMV total** a augmenté de **+1,1% vs. 2019** (-9,0% vs. 2021). Par rapport à la période prépandémique (1^{er} trimestre 2019), le GMV est stable malgré une tendance à la baisse des ventes directes en raison de la transition initiée vers davantage de marketplace. Le GMV a bénéficié de la forte croissance de la Marketplace, des Services B2C et du lancement des offres Octopia ces 3 dernières années.

¹ Tous les chiffres ne sont pas audités

² Total des commandes passées avant annulation pour cause de détection de fraude et/ou de non-paiement par le client.

³ Y compris le marketing digital CARS

Marketplace	T1 2022	Variation	
		vs. 2021	vs. 2019
Quote-part marketplace dans le GMV produit	47,8%	+2,3 pts	+11,5 pts
Quote-part du <i>fulfilment</i> dans le GMV marketplace	38,8%	+4,4 pts	+14,2 pts
Revenus marketplace	45,2M€	-7,1%	+28,4%

La **Marketplace** a continué d'être le moteur de Cnova, avec un GMV en croissance de **+21,8% vs. 2019** (-10,2% vs. 2021). La **quote-part marketplace** a augmenté de **+11,5pts vs. 2019** (+2,3pts vs. 2021), bénéficiant d'une part croissante de **GMV fulfilled by Cdiscount** qui a augmenté de **+14,2pts vs. 2019** (+4,4pts vs. 2021).

Chiffre d'affaires	1 ^{er} trimestre ⁽¹⁾	
	vs. 2021	vs. 2019
Croissance totale	-14,5%	-16,0%

Le **Chiffre d'affaires** s'est élevé à **442,6M€**, en baisse de **-16,0% vs. 2019** (-14,5% vs. 2021). Cette tendance s'explique par la baisse des ventes directes de -24,4% vs. 2019 (-18,0% vs. 2021), principalement en raison de l'accélération de la transition rentable vers plus de ventes marketplace, qui ne sont reconnues dans le chiffre d'affaires que pour les commissions qui leur sont associées.

Faits opérationnels marquants

Des revenus marketplace et une quote-part marketplace dans le GMV en hausse

- La **marketplace** a cru de **+21,8%** au 1^{er} trimestre vs. 2019 (-10,2% vs. 2021), avec un NPS record de 55,5 (+11,4pts vs. 2019 et +4,4pts vs. 2021);
- Cela a conduit à une **quote-part marketplace** de **47,8%** au 1^{er} trimestre 2022, en croissance de **+11,5pts vs. 2019** (+2,3pts vs. 2021);
- Les **revenus de la marketplace**, tirés par la plateforme de marketing digital CARS, ont cru de **+28,4%** au 1^{er} trimestre vs. 2019 (-7,1% vs. 2021), atteignant **45,2M€** et **192,3M€** sur 12 mois glissant, en baisse de **-2,9%** par rapport à la même période l'année dernière.

La **croissance du nombre de références éligibles à la livraison express** est un facteur clé de croissance, de satisfaction client et de développement de notre programme de fidélité *Cdiscount à Volonté* (CDAV). Elle soutient également la stratégie d'amélioration du mix produit vers des catégories plus récurrentes et plus rentables. Les offres **Fulfilment by Cdiscount** et **Cdiscount Express Seller** ont continué à croître avec désormais 2,9 millions de références éligibles (+94% vs. 2021).

La **base client de notre programme de fidélité Cdiscount à Volonté (CDAV)** a cru de **+33,5% vs. 2019** (+7,6% vs 2021), atteignant 2,5 millions de membres. Les clients CDAV ont représenté 44,0% du GMV total au 1^{er} trimestre 2022. Les membres du programme CDAV présentent une meilleure récurrence d'achat et une plus grande fidélité que les autres clients.

Les Services B2C ont présenté des résultats solides

- Le GMV des **Services B2C** a atteint 73,2M€ au 1^{er} trimestre 2022, soit 2,5 fois plus qu'en 2019 (+40% vs. 2021);

- **Cdiscount Voyages & Billetterie** a fait l'objet d'une forte accélération, présentant une croissance de son GMV de +62% vs. 2019 (x2,3 vs. 2021);
- L'activité de **Cdiscount Mobile** a très bien performé au 1^{er} trimestre 2022 avec un GMV multiplié par 5,3 vs. 2019 (+65% vs. 2021) et une forte croissance de son parc d'abonnés.

Une meilleure expérience client et un NPS record

- Au 1^{er} trimestre 2022, Cnova a de nouveau connu une **forte amélioration de son NPS**, qui atteint désormais 55,5 soit **+11,4 points** vs. 2019 (+4,4 points vs. 2021), grâce à des efforts importants pour améliorer l'expérience client avant, pendant et après l'achat.
- **Cnova a réduit ses délais de livraison** grâce à l'**augmentation de sa quote-part de livraison express (47,7%, +6,8 points vs. 2021)**. Cette amélioration a été favorisée par le développement des options de livraison express sur la marketplace au travers de *Fulfilment by Cdiscount* et de *Cdiscount Express Seller*.
- Cnova a également poursuivi sa politique de "oui au client", avec désormais **100% de réponses positives et immédiates** aux réclamations des clients Cdiscount A Volonté (**+20pts vs. 2021**), associée à des actions proactives de prévention pour chaque événement anormal survenant au cours du parcours client.

Un marketing digital dynamique porté par Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)

- **Les revenus issus du marketing digital ont doublé** au 1^{er} trimestre par rapport à 2019 (+14,7% vs. 2021), renforçant ainsi l'activité la plus rentable de Cnova.
- Le marketing digital a été porté par la plateforme d'enchères **CARS** dont le nombre d'utilisateurs a cru rapidement pour atteindre **5 915 (+34,4% vs. 2021)**. Le lancement commercial de la marque blanche clé en main de CARS est prometteuse avec un premier client majeur lancé, un autre signé et plusieurs prospects qui devraient être convertis en clients à court terme.
- Cnova a également continué de développer de nouvelles fonctionnalités et d'accélérer sur ses initiatives à succès afin de renforcer son offre:
 - Présenter **plus de vidéos** sur les fiches produits, avec une priorité aux Top recherches;
 - **Booster l'animation de Cdiscount.com via des lives** pour promouvoir des produits et les phases commerciales clés;
 - Accélérer le développement des **produits sponsorisés** et de **Google Shopping**.

Accélération d'Octopia, la solution de marketplace clé en main

- Le GMV d'Octopia a cru de +5,0% vs. 2021
- Le développement commercial est très prometteur et continue d'accélérer:
 - Les solutions **Merchants-as-a-Service** et **Marketplace-as-a-Service** ont déjà convaincu **plusieurs acteurs internationaux** et présentent un potentiel de GMV conséquent;
 - L'activité **Fulfilment-as-a-Service** a cru à un rythme soutenu avec un nombre de colis livrés hors Cdiscount.com multiplié par 6 vs. 2019 (+8,5% vs. 2021).

Avec déjà 37 clients signés ou lancés, C Chez Vous et C-Logistics continuent d'accélérer au 1^{er} trimestre 2022

- **15 nouveaux clients signés ou lancés** au seul 1^{er} trimestre 2022
- **C Chez Vous** a pour objectif de devenir le leader français de la livraison de produits volumineux et lourds, avec un NPS record de 87 (+7 points vs. 2021) et déjà 33 clients lancés ou signés.
- **C-Logistics** a pour objectif de devenir un leader de la prestation logistique e-commerce avec désormais 4 clients lancés ou signés pour une solution logistique complète.

Cnova poursuit sa stratégie RSE pour construire un leader digital européen, inclusif et durable

Cnova a pour vocation de promouvoir un mode de consommation plus durable.

- Déjà un acteur clé sur la seconde-main et le reconditionné, Cnova développe son offre sur l'ensemble des catégories de produits: plus d'un ordinateur sur dix vendu sur Cdiscount.com est reconditionné; un nouveau partenariat a été signé avec Biicou pour proposer des poussettes reconditionnées en France.
- En 2022, Cnova va accélérer la promotion des produits les plus éco-responsables de son catalogue en créant des critères de durabilité et en améliorant la visibilité des meilleurs produits sur Cdiscount.com.
- Une initiative a été lancée pour évaluer la performance ESG des fournisseurs et des vendeurs de Cnova, avec pour objectif que plusieurs centaines de partenaires soient audités d'ici fin 2022.

Cnova soutient également les acteurs locaux

- Cdiscount développe son offre "Made in France" avec 17 000 références disponibles sur le site à la fin du 1^{er} trimestre 2022.

Cnova apporte son soutien à la communauté pour répondre aux problèmes sociétaux :

- Un partenariat de 3 ans a été signé avec Make.org, une plateforme indépendante promouvant l'engagement de la société civile pour résoudre des problèmes sociaux, afin de travailler en priorité sur la question des inégalités de genre.

La politique RH de Cnova est reconnue

- Cdiscount a atteint un indice de genre de 92/100 en 2021 (+1 vs. 2020), démontrant l'engagement de Cdiscount à promouvoir des opportunités égales pour les femmes et les hommes.
- Enfin, Cnova s'est classé dans le Top10 du classement 2022⁴ de Great Place to Work.

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., leader français du e-commerce, offre à ses 9,6 millions de clients actifs des produits qu'ils peuvent acheter sur son site marchand à la pointe de l'innovation : Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients 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'information.

⁴ <https://www.greatplacetowork.fr/palmares/best-workplaces-france-2022/>

Cnova Relations Investisseurs :
investor@cnovagroup.com

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