Activité du 2nd trimestre et résultats financiers du 1er semestre 2022

Poursuite de la stratégie à long terme
Perfomance résiliente de la marketplace, des services d'*advertising* et du B2B,
Accompagnée d'une adaptation rapide de la structure de coûts au nouveau contexte macro-économique

Dans un marché affecté par un environnement macro-économique instable et une faible demande, Cnova affiche une baisse globale de -10% du GMV au T2, un résultat en ligne avec le T1 (-10% sur le S1 2022) avec une forte amélioration du mix vers la marketplace et un rebond important du Voyage

- **Performance résiliente avec des gains de parts de marché en avril (+0,2 pt) et en mai (+0,4 pt)[1]**
- **La marketplace atteint, pour la première fois, plus de 50% de quote-part GMV en moyenne au T2 ;**
- **GMV marketplace : -11% vs S1 2021, et +19% par rapport à la période pré-pandémique (S1 2019), atteignant 668 M€ ;**
- **Rebond de l'activité Voyage : croissance de +65% du GMV par rapport au S1 2021.**

Stratégie de croissance à long terme confirmée par des KPIs en amélioration sur ses 3 piliers :

- **Marketplace solide bénéficiant d'une satisfaction client NPS record à 54 au S1 2022 (+5 pts) ;**
- **Développement des services d'*advertising* à 33 M€ au S1, +15% vs 2021 et x2 vs S1 2019 ;**
- **Forte accélération des activités B2B :**
  - **Octopia profite d'une forte dynamique avec 23 contrats signés (+11 vs déc. 2021)**
  - **C-Logistics est en plein essor avec désormais 53 clients (+31 vs déc. 2021)**

Mise en place d'un Plan d'Efficience 2023 de 75 M€ pour adapter les SG&A et les CAPEX au niveau actuel d'activité:

- **Plan d'Efficience déjà lancé avec des économies de plus de 30 M€ anticipées dès le S2 2021 ;**
- **Marge brute au S1 : 201 M€, stable en % du CA net, +5,3 points vs S1 2019 (pré-pandémie) ;**
- **EBITDA au 1er semestre : 17 M€, -33 M€ vs S1 2021 avec une base de comparaison élevée.**
- **Amélioration du FCF avant frais financiers à fin juin 2022 :**
  - **S1 2022 : -101 M€, +103 M€ par rapport à l'année précédente à fin juin 2021**
  - **Amélioration de +23 M€ des flux de trésorerie opérationnels hors impacts positifs non-récurrents**

AMSTERDAM, le 28 juillet 2022 à 07h00 CEST, Cnova N.V. (Euronext Paris: CNV; ISIN: NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les chiffres clés non audités de son activité du 2nd trimestre et de ses résultats financiers du 1er semestre 2022.

Au cours du 1er semestre 2022, dans un contexte macro-économique incertain avec une forte inflation, **Cnova a affiché une baisse du GMV de -10%** ainsi qu'**une amélioration significative du mix vers la marketplace**, qui a dépassé 50% de quote-part GMV pour la première fois au 2nd trimestre 2022.
Compte tenu du niveau actuel d'activité et des conditions de marché défavorables, la **priorité de Cnova pour 2022 est d'adapter sa structure de coûts afin de préserver sa trésorerie et sa rentabilité, tout en poursuivant sa stratégie à long terme sur 3 piliers : plus de marketplace, plus de services d'*advertising* et une accélération des activités B2B.**
Le **GMV de la marketplace** a diminué de -11% au 1er semestre 2022 mais a augmenté de **+19% par rapport au niveau pré-pandémique de 2019**. La marketplace a bénéficié d'un niveau de qualité de service record, réduisant l'écart avec le NPS global, soutenu par le **développement du Fulfilment by Cdiscount** et du **programme Cdiscount express seller**.
L'activité de **services d'*advertising*** atteint **33 M€** au 1er semestre 2022, en croissance de **+15% et doublant par rapport au niveau pré-pandémique de 2019**, principalement soutenue par le développement continu des produits sponsorisés avec des algorithmes d'enchères améliorés, alimentés par l'intelligence artificielle.

[1] Selon les dernières études de marché de Kantar

Le **B2B accélère** : les offres **Octopia de Marketplace-as-a-Service** ont signé 11 nouveaux contrats au 1er semestre 2022 pour atteindre **23 contrats signés** au total. Les **offres B2B de C-Logistics** ont bénéficié d'une forte montée en puissance avec désormais **53 clients**, 31 clients supplémentaires vs fin 2021.

Cnova a lancé au 2nd trimestre un **Plan d'Efficience afin d'adapter rapidement sa structure de coûts et son niveau d'investissement à son volume actuel d'activité, avec un objectif d'économies de 75 M€ en année pleine d'ici la fin 2023**. Ce plan, soutenu par une équipe de transformation dédiée, devrait permettre de réaliser des économies de plus de 30 M€ au 2nd semestre de l'année. Sur le 1er semestre 2022, la marge brute est stable en % du chiffre d'affaires net et l'EBITDA reste positif à 17 M€. Les flux de trésorerie opérationnels avant intérêts financiers des six derniers mois se sont améliorés de 103 M€ par rapport à l'année précédente, à -101 M€, en progression structurelle de +23 M€ excluant les impacts exceptionnels.

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Au 1er semestre 2022, la priorité de Cnova a été de s'adapter rapidement aux nouvelles conditions de marché défavorables en lançant un Plan d'Efficience au début du 2nd trimestre afin de protéger la rentabilité et la trésorerie avec une réduction structurelle des stocks de ventes directes et des frais généraux. Nous restons pleinement investis sur l'exécution de notre plan stratégique qui est en bonne voie : plus de marketplace, plus de services d'advertising et accélération du B2B avec 11 nouveaux contrats pour Octopia et 31 nouveaux contrats pour C-logistics en seulement 6 mois. »

Indicateurs financiers

Performance financière *(millions d'€)*	S1 2022	S1 2021	**Variation vs. 2021** Publiée	Comparable[2]
GMV total	**1 793**	**1 991**	**-9,9%**	**-12,5%**
Platforme Ecommerce	**1 734**	**1 936**	**-10,4%**	**-13,1%**
dont Ventes directes	679	865	-21,5%	
dont Marketplace	668	747	-10,6%	
Quote-part Marketplace	*49,6%*	*46,3%*	*+3,2pts*	
dont Services	150	128	+17,2%	+61,6%
dont Autres revenus	237	196	+20,8%	+3,8%
Activités B2B	**59**	**55**	**+6,7%**	
dont Octopia	49	54	-7,9%	
dont C-Logistics	9	1	x7,2	
Chiffre d'affaires net	**881,2**	**1 009,0**	**-12,7%**	**-16,3%**
EBITDA	**16,8**	**48,9**	**-65,6%**	
% du CA net	*1,9%*	*4,8%*	*-2,9pts*	
Résultat opérationnel courant	-31,7	6,2	-37,9	
% du CA net	*-3,6%*	*0,6%*	*-4,2pt*	
Résultat financier	-42,4	-24,2	-18,2	
Résultat net	**-67,5**	**-19,5**	**-48,1**	

[2] Les chiffres comparables ne tiennent pas compte des ventes cross-canal et du GMV de Cdiscount Energy pour les S1 21 et S1 22.

Tableau des Flux de Trésorerie *(En millions d'euros)*	S1 2022	S1 2021	Variation vs. 2021
EBITDA	**16,8**	**48,9**	**-65,6%**
(-) éléments non récurrents	-6,3	-2,9	x2,2
(-) loyers	-17,7	-16,5	+7,3%
Capacité d'autofinancement	**-7,2**	**29,5**	**-36,7**
Investissements nets (incl. impact Floa)	-27,1	-53,5	-49,3%
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	-65,2	-179,6	-63,7%
Charge d'impôts	-1,8	-0,7	-1,1
Flux net de trésorerie lié aux opérations courantes	**-101,3**	**-204,3**	**+103,0**
Dette financière nette	**-469,6**	**-425,7**	**-43,9**

Indicateurs opérationnels clés du 2nd trimestre et du 1er semestre 2022 :

Les indiquateurs opérationnels clés du 1er semestre 2022 démontrent le succès de l'orientation du mix vers la marketplace de Cnova avec une quote-part GMV augmentant de +3,2pts en ligne avec la moyenne historique et un fort dynamisme des services d'*advertising*. Le nombre de commandes et d'articles diminue par rapport à une base de comparaison élevée en 2021, le début de 2022 étant marqué par des circonstances défavorables : une inflation élevée et une faible demande.

Chiffres clés	S1 2022	S1 2021	Variation vs. 2021
Quote-part marketplace dans le GMV	49,6%	46,3%	+3,2pt
Revenus marketplace *(M€)*	89,5	96,3	-7,1%
Services d'*advertising (M€)*	33,2	28,9	+14,9%
Commandes *(millions)*	11,3	14,2	-20,8%
dont marketplace	8,0	9,7	-17,1%
Articles vendus *(millions)*	18,8	24,2	-22,2%
dont marketplace	11,9	14,3	-16,1%

Faits marquants du 2nd trimestre :

GMV	**T2 22 vs. 21**
Croissance GMV Total	-10,5%
Croissance du Chiffre d'Affaires net	-12,0%
Croissance GMV marketplace	-10,9%
Croissance GMV Voyage	+67,0%

Face à des conditions de marché défavorables au 2nd trimestre 2022, **le GMV globale de Cnova a diminué de -10%, avec des gains de parts de marché de +0,2 pt et +0,4 pt au cours des mois d'avril et mai** :

- Le **GMV des produits** (ventes directes et marketplace) a diminué de -18%, avec -25% pour les ventes directes et -11% pour la marketplace. Les ventes directes et la marketplace affichent une performance résiliente dans un marché difficile avec des gains de parts de marché de +0,2 pt et +0,4 pt au cours des mois d'avril et mai 2022 ;
- Les **services B2C** ont affiché une bonne dynamique, notamment grâce à une activité en forte croissance pour Cdiscount Voyage. La croissance a atteint **+67%** par rapport à l'année précédente, avec un fort rebond des vols et des séjours ;

- **Octopia** a également fait preuve de résilience avec une baisse de -8% du GMV dans un marché européen en recul, impactée par une baisse de -12% de l'activité historique de Product-as-a-Service alors que les activités de **Fulfillment-as-a-Service** (+18%), **Merchants- et Marketplace-as-a-Service** (+5 clients au 2nd trimestre 2022) sont dynamiques.

Clients : Cnova a atteint 9,1 millions de clients actifs à la fin du 2nd trimestre, soit une baisse de -11,4% par rapport à fin juin 2021. L'année précédente avait bénéficié de circonstances exceptionnelles avec la pandémie.

Cdiscount à Volonté (« CDAV »), le programme de fidélisation de Cdiscount, compte désormais 2,5 millions de membres (+7,0% de croissance par rapport à l'année précédente) qui bénéficient de 3,0 millions de références disponibles en livraison express, soit +32% par rapport à l'année précédente. Compte tenu du ralentissement du marché, cette augmentation de la base de clients fidèles de Cnova démontre le succès de la stratégie reposant sur la livraison express et les promotions dédiées, principaux leviers portant la valeur ajoutée du programme.

Clients	vs. Juin 21
Croissance du nombre de clients[1][3]	-11,4%
Croissance du parc d'abonnés CDAV[3]	+7,0%

Avec 70% du **trafic** provenant du mobile, Cnova a limité l'impact des conditions de marché défavorables sur son trafic et a maintenu sa solide position de n°2 français du ecommerce selon *Médiamétrie* . Le nombre de visiteurs sur mobile n'a reculé que de -2,4% alors que le trafic global a diminué de -9,6% au 2nd trimestre 2021.

Trafic	vs. T2 21
Visiteurs uniques mensuels[3]	-9,6%

Le **virage stratégique de Cnova vers la marketplace s'accélère**, la quote-part GMV dépassant pour la première fois sur un seul trimestre le cap des 50% , soit une **augmentation de 9 points par rapport à l'année précédente**. La marketplace a augmenté de **+19% par rapport au niveau pré-pandémique** de 2019.

Marketplace	vs. T2 21
Evolution QP marketplace dans le GMV	+9pts
QP du Fulfilment dans le GMV marketplace[4]	+2,9pts

[3] Données traffic générées par Adobe Omnitur sur les mois d'avril, mai et juin
[4] GMV marketplace généré via les vendeurs profitant du service de fulfilment de Cdiscount, divisé par le GMV marketplace total

Performance financière du 1er semestre

Cnova N.V. *(En millions d'euros)*	1er semestre 2022	1er semestre 2021	*Variation vs. 2021*
GMV	**1 793,1**	**1 991,1**	**-9,9%**
Chiffre d'affaires	881,2	1 009,0	-12,7%
Marge brute	**201,0**	**234,5**	-14,3%
En % du Chiffre d'affaires	*22,8%*	*23,2%*	*-0,4pts*
Frais d'exploitation	-184,4	-185,8	-0,2%
En % du Chiffre d'affaires	*-20,9%*	*-18,4%*	*-2,5pts*
EBITDA	**16,8**	**48,9**	**-32,1**
En % du Chiffre d'affaires	*1,9%*	*4,8%*	*-2,9pts*
Résultat d'exploitation	-31,7	6,2	-37,9
Résultat financier	-42,4	-24,2	-18,2
Résultat net	**-67,5**	**-19,5**	**-48,1**

Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à 881,2 M€ au 1er semestre 2022, soit une baisse de -12,7% par rapport à 2021. Le chiffre d'affaires net est impacté par l'accélération du pivot des ventes directes vers les ventes plus profitables de la marketplace. Ces dernières ne sont comptabilisées qu'à hauteur des commissions associées.

La **marge brute** s'établit à 201,0 M€ au 1er semestre 2022, soit 22,8% du chiffre d'affaires, une légère baisse de -0,4 point par rapport à 2021 mais une forte hausse de +5,3 pts par rapport au niveau pré-pandémique (1er semestre 2019). Cette augmentation de la marge brute sur les trois dernières années démontre le succès de la mise en œuvre du plan stratégique, avec une marketplace en croissance de +19% par rapport au 1er semestre 2019 et une offre de services d'*advertising* qui double presque ses revenus par rapport au même niveau pré-pandémique. Par rapport à 2021, Cnova a accéléré l'amélioration de son mix vers davantage de marketplace, la marge des ventes directes étant négativement impactée par l'augmentation des coûts de transport et les initiatives de déstockage dans un contexte de Plan d'Efficience visant à optimiser les besoins en fonds de roulement et les niveaux de stocks au niveau actuel d'activité. Malgré ces facteurs sous-jacents, le dynamisme des services d'*advertising* a permis de maintenir une marge brute relativement stable par rapport à 2021.

Les **frais d'exploitation** se sont élevés à (184,4) M€ au 1er semestre 2022, soit 20,9% du chiffre d'affaires net, en baisse de -2,5 points par rapport à l'année précédente. Au cours du 2nd trimestre, un Plan d'Efficience, visant à adapter la structure de coûts au niveau actuel d'activité, a été lancé. Les premières retombées positives du plan sont attendues au 2nd semestre avec un impact année pleine attendu dès 2023. Les coûts de distribution, à 7,1% du chiffre d'affaires net (+0,2 point), ont diminué de 7 M€ par rapport à la même période de l'année précédente, cette ligne de coûts ayant été favorablement impactée par la baisse des volumes au S1 pour sa partie variable (logistique, service après-vente et monétique) et par les premiers bénéfices du Plan d'Efficience pour sa partie fixe. Les coûts marketing ont représenté 5,9% du chiffre d'affaires net (+0,8 point), stable en valeur avec un volume d'activité plus faible entraînant une baisse des coûts variables compensée par une campagne média sur les mois de mai et juin. Les coûts de technologie et de contenu ont augmenté à 5,1% du chiffre d'affaires net (+1,1 point), principalement en raison de l'accélération commerciale et du développement produit des solutions d'Octopia. Les frais généraux et administratifs ont diminué en valeur, l'augmentation des coûts du siège social pour soutenir l'accélération des nouvelles activités B2B ayant été compensée par les premiers bénéfices du Plan d'Efficience. Les économies réalisées sur les frais généraux et administratifs grâce au Plan d'Efficience ne sont pas encore significatives, mais elles généreront, avec les économies de CAPEX, des réductions de coûts importantes de plus de 30 M€ au 2nd semestre 2022 et de 75 M€ en 2023 en année pleine.

En conséquence, l'**EBITDA** du 1er semestre a diminué pour atteindre 17 M€ par rapport à l'année précédente, représentant 1,9% du chiffre d'affaires net (-2,9 points par rapport à 2020). Dans un marché difficile, l'EBITDA a bénéficié de la performance résiliente de la marketplace et de l'augmentation des revenus de services d'*advertising*, tandis que les initiatives de déstockage ont eu un impact négatif sur la marge brute des ventes directes.

Le **résultat d'exploitation** a diminué pour atteindre -32 M€. Les amortissements ayant augmenté de 6 M€ par rapport à l'année précédente (5,5% du chiffre d'affaires net, +1,3 pt par rapport au S1 2021), principalement en raison de l'accélération des investissements liés à Octopia au cours des 12 derniers mois.

Le **résultat financier** - principalement lié aux solutions de paiement en 4 fois proposées aux clients - s'élève à 42 M€, soit une augmentation significative par rapport à l'année précédente en raison d'une augmentation du taux de prise du GMV « payé » en 4 fois depuis le 2nd semestre 2021 et de l'augmentation des taux d'intérêt.

Dans le cadre du Plan d'Efficience, le GMV « payé » 4 fois et le coût du risque qui lui est associé sont en cours d'optimisation. Des résultats positifs sont attendus dans les mois à venir, l'impact en année pleine étant prévu pour 2023.

La **résultat net** s'est élevé à (70) M€, soit une baisse importante par rapport au niveau de l'année précédente. Le résultat du 1er semestre 2021 a été favorablement stimulé par des circonstances exceptionnelles dans un contexte de pandémie, tandis que le 1er semestre 2022 a été fortement impacté par une faible demande et une forte inflation au niveau de la rentabilité opérationnelle et par une augmentation du coût du risque au niveau des résultats financiers.

Tableau des Flux de Trésorerie *(En millions d'euros)*	S1 2022	S1 2021	Variation vs. 2021
EBITDA	**16,8**	**48,9**	**-65,6%**
(-) éléments non récurrents	-6,3	-2,9	x2,2
(-) loyers	-17,7	-16,5	+7,3%
Capacité d'autofinancement	**-7,2**	**29,5**	**-36,7**
Investissements nets (incl. impact Floa)	-27,1	-53,5	-49,3%
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	-65,2	-179,6	-63,7%
Charge d'impôts	-1,8	-0,7	-1,1
Flux net de trésorerie lié aux opérations courantes	**-101,3**	**-204,3**	**+103,0**
Dette financière nette	**-469,6**	**-425,7**	**-43,9**

Le **flux net de trésorerie lié aux opérations courantes** s'est élevé à -101 M€ au 1er semestre, soit une augmentation de 103 M€ par rapport à la même période de l'année précédente, dans un contexte de marché difficile où la maîtrise du cash reste la principale priorité de Cnova :

- La capacité d'autofinancement a baissé pour atteindre -7 M€, en raison de la diminution de l'EBITDA dans un contexte où Cnova a dû faire face à des conditions de marché dégradées. Un Plan d'Efficience a été lancé au 2nd trimestre 2022 avec des bénéfices importants sur la trésorerie attendus dès le 2nd semestre 2022 ;
- Augmentation des éléments non-récurrents de -3 M€ à -6 M€, impactés par les dépenses de restructuration liées au début du Plan d'Efficience.

- Une variation négative du besoin en fonds de roulement de -65 M€ présentant une amélioration significative par rapport à l'année précédente de plus de +100 M€ grâce à une forte diminution des stocks de +86 M€ grâce à:
  - **Une diminution structurelle des stocks pour environ 40 M€**, soutenue par l'augmentation de la quote-part marketplace de +3,2 pts pour atteindre 49,6% au 1er semestre 2022. Cette stratégie, portant la réduction des stocks, est l'un des piliers du Plan d'Efficience lancé au 2nd trimestre 2022 et sera poursuivie au cours de la 2nde partie de l'année ;
  - **Un impact positif exceptionnel d'environ 45 M€** lié à la cession des stocks des hypermarchés Géant au groupe Casino en juin 2022.

- Les **dépenses d'investissement nettes** ont légèrement diminué (hors impact exceptionnel de 20 M€ de la transaction Floa) au cours des 6 premiers mois, grâce à une rationalisation des investissements pour s'adapter au niveau actuel d'activité.

Points clés de l'activité :

La marketplace a connu une croissance à deux chiffres au cours des trois dernières années, ce qui a permis d'augmenter les revenus et la rentabilité.

- La marketplace a gagné +3,2 points de quote-part de GMV au 1er semestre 2022 par rapport à 2021 pour atteindre **49,6%.**
- Les **revenus de la marketplace** s'élèvent à 89,5 M€ au 1er semestre 2022 **en recul de -7,1%** mais en **hausse de +25,1% par rapport au niveau pré-pandémique** (1er semestre 2019).
- **L'expansion des SKUs de la marketplace éligibles à la livraison express** est un moteur clé de la croissance, de la satisfaction client et contribue au développement de notre programme de fidélité, Cdiscount à Volonté (CDAV). Elle soutient également la réorientation du mix produit vers les catégories de produits récurrents.
  - Le service ***Fulfilment by Cdiscount*** a poursuivi sa croissance à un rythme soutenu, avec une augmentation de +2,9 points de quote-part dans le GMV marketplace sur le 1er semestre 2022 pour atteindre 37,6% en moyenne sur la période ;
  - Le programme **Cdiscount Express Seller** a été lancé en 2019 pour les vendeurs capables de proposer la livraison express aux clients CDAV. Ce programme couvre désormais, au 1er semestre 2022, 12,8% du GMV de la marketplace, soit une augmentation de +6,3 points par rapport à l'année précédente ;
  - Ensemble, les **SKUs livrés en express couvrent au 1er semestre 2022 50,4% du GMV de la marketplace**, soit une augmentation de +9,2 points par rapport à l'année précédente.

La performance des ventes directes des catégories de produits techniques a bénéficié du **renforcement des relations avec les marques nationales**, mais a été principalement affectée par une **base de comparaison élevée** et des **conditions de marché défavorables** :

- **Renforcement des relations avec les grandes marques** (Apple, Samsung, Seb, Bosch, Whirpool, ...) avec des offres puissantes et des journées dédiées aux marques pour les catégories téléphonie, jeux-vidéo et électroménager ;
- **Base de comparaison élevée** avec les magasins physiques fermés lors du 3ème confinement au 1er semestre 2021 et performance 2022 impactée par une **forte inflation sur les achats** (pénurie de semi-conducteurs, augmentation des matières premières, perturbations de la chaîne d'approvisionnement).

Les services B2C en forte croissance avec le rebond de Cdiscount Voyage au 2nd trimestre

- **Cdiscount Voyage a connu un rebond significatif au 2nd trimestre**
  - Croissance de +67% au 2nd trimestre 2022 ;
  - Les séjours ont soutenu cette performance avec une augmentation de +146% du GMV par rapport à l'année précédente au 2nd trimestre 2022.

Une expérience client améliorée et un NPS record

- Augmentation significative de +4 points du NPS moyen au cours du 1er semestre 2022 (+9,4 points sur 2 ans) conduisant à un NPS record par rapport à la même période de l'année précédente, grâce à des efforts intensifiés pour améliorer l'expérience client avant, pendant et après la vente ;
- Cnova a également élargi sa **politique de « oui au client »**, avec 100% de réponses positives et immédiates à tous ses clients à la fin du mois de juin 2022 ;
- Des **algorithmes alimentés par l'intelligence artificielle** ont été mis en place tout au long du parcours client au cours des douze derniers mois, améliorant considérablement la pertinence du moteur de recherche de Cdiscount.com (+4,4 pts de quote-part du moteur de recherche dans le GMV au 2nd trimestre 2022 par rapport au 2nd trimestre 2021) et des recommandations personnalisées.

Services d'*advertising* dynamiques alimentés par Cdiscount Ads Retail Solution

Les **revenus des services d'*advertising*** ont augmenté de **+15,0%** au 1er semestre 2022 par rapport à l'année précédente, renforçant ainsi l'activité la plus rentable de Cnova.

- Elle a été soutenue par la solution propriétaire de Cnova lancée au 2nd trimestre 2020, **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)**[5], une plateforme publicitaire 100% autonome permettant aux vendeurs et fournisseurs de promouvoir leurs produits et leurs marques. Les produits sponsorisés via cette plateforme ont augmenté de **+73%** au 1er semestre 2022.

Octopia se développe et s'impose comme une solution marketplace clé en main pour les détaillants et les e-commerçants de la région EMEA.

- La solution de marketplace clé en main de Cnova offre 4 services de marketplace modulaires et prêts à l'emploi aux détaillants et e-commerçants internationaux présentant une baisse de -8% sur le 1er semestre à 49 M€ de GMV :
    - **Merchants-as-a-Service** pour apporter des vendeurs sur des marketplaces pré-existantes et **Marketplace-as-a-Service** pour transformer des sites de ecommerce en marketplace bénéficient d'une forte accélération au 1er semestre avec 11 nouveaux contrats signés pour atteindre 23 clients au total ;
    - La solution **Fulfilment-as-a-Service**, qui propose des solutions logistiques **multi-marketplace**, y compris l'expédition transfrontalière et la gestion d'entrepôt, a continué à être dynamique dans un contexte européen difficile avec une croissance de plus de +18% en GMV ;
    - **Products-as-a-Service** dont l'objectif est de fournir davantage de produits aux sites ecommerce et aux marketplaces de petite et moyenne taille en Europe ont diminué de -12 % au cours du 1er semestre 2022, en raison du ralentissement du ecommerce en Europe.

Accélération commerciale de C Chez Vous et de C-Logistics, avec pour objectif de devenir un des leaders des services de transport et de logistique en Europe.

- **C-Logistics** a pour objectif de devenir un acteur majeur de la logistique ecommerce pour compte de tiers en atteignant 53 clients signés à fin juin 2022 :
    - +30 nouveaux clients ont signé pour la solution de transport clé en main C Chez Vous ;
    - +1 nouveau client a signé l'offre complète de C-logistics pour la logistique de ses opérations e-commerce.

[5] i.e., produits sponsorisés

Cnova poursuit sa stratégie RSE en renforçant son statut de leader européen du numérique durable et inclusif.

Cnova s'engage à **promouvoir une façon plus durable de consommer** et à **développer l'économie circulaire dans ses activités BtoC et BtoB :**

- Cnova a lancé le label « plus durable » sur Cdiscount.com, basé sur des critères de durabilité étendus et exigeants tels que la classe énergétique ou l'indice de réparabilité (38k produits éligibles à ce jour), afin d'aider ses clients à choisir des produits plus responsables ;
- Déjà leader sur le marché de la seconde main et du reconditionné, les ventes de Cdiscount.com sur ce segment sont en constante augmentation (+7% sur sa marketplace par rapport au 1er semestre 21).

Les investissements à long terme de Cnova pour **réduire l'impact environnemental** de sa **logistique lui permettent d'atteindre des résultats significatifs :**

Une livraison plus verte :

- Les émissions de GES liées aux livraisons de Cdiscount.com et déclarées dans le cadre de l'initiative Fret 21 (pilotée par l'ADEME et le Ministère du Développement Durable), ont diminué de -7% par colis par rapport à 2020[6]. L'entreprise est donc en ligne avec l'objectif annoncé en 2021 (-7% en 2023) ;
- C-Logistics et C Chez Vous ont renouvelé leur partenariat avec le Fonds de dotation « Plantons pour l'Avenir » initiant des actions de reforestation en France pour séquestrer 100% de leurs émissions résiduelles de GES.

Réduire les emballages :

- Les investissements de C-Logistics, dont un parc unique en Europe de six machines d'emballage 3D de pointe, permettent à l'entreprise de livrer une grande partie de ses petits colis sans aucun vide au 1er semestre 2022 ;
- C-Logistics renforce ses initiatives déjà nombreuses pour réduire l'utilisation du carton grâce à son partenariat avec Hipli, une start-up française qui développe des emballages réutilisables.

Cnova poursuit son engagement sociétal :

- Cnova a initié un partenariat de 3 ans avec Make.org (une plateforme indépendante qui promeut l'engagement de la société civile sur des sujets sociétaux) pour lutter contre les inégalités dont souffrent les femmes. Dans ce cadre, Cnova a largement relayé la consultation citoyenne de Make.org sur ses canaux de communication, contribuant ainsi à son succès (plus de 250k citoyens français y ont participé).

Outlook

Au 2nd trimestre 2022, Cnova a lancé un **Plan d'Efficience pour adapter rapidement sa structure de coûts et son niveau d'investissement avec un objectif d'économies de 75 M€ en année pleine d'ici fin 2023, soit 15% des dépenses totales de SG&A et CAPEX de 2021.** Le plan, soutenu par une équipe de transformation dédiée, prévoit de **réaliser des économies de plus de 30 M€ au cours du 2nd semestre.**

***

Cnova publie aujourd'hui sur son site internet, jeudi 28 juillet, son rapport semestriel 2022.

***

[6] En comparant les périodes d'octobre à septembre 2021 à l'année précédente

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., le leader français du e-commerce, sert 9,1 millions de clients actifs via son site web, Cdiscount. L'offre de Cnova N.V. propose à ses clients une grande variété de biens à des prix très compétitifs, des options de livraison rapides et pratiques pour le client, des solutions de paiement pratiques et innovantes ainsi que des services de voyage, de divertissement et d'énergie domestique. Cnova N.V. fait partie du Groupe Casino, un détaillant mondial diversifié. Les communiqués de presse de Cnova N.V. sont disponibles sur www.cnova.com. Les informations disponibles sur, ou accessibles par, les sites référencés ci-dessus ne font pas partie de ce communiqué de presse.

Ce communiqué de presse contient des informations réglementées (gereglementeerde informatie) au sens de la loi néerlandaise sur la surveillance financière (Wet op het financieel toezicht) qui doivent être mises à la disposition du public conformément aux lois néerlandaises et françaises. Ce communiqué de presse est destiné à des fins d'information uniquement.

***

Cnova Relations Investisseurs :
investor@cnovagroup.com

Contact média :
directiondelacommunication@cdiscount.com
Tel: +33 6 18 33 17 86

Annexes

Cnova N.V. 1er semestre Etats financiers consolidés(1)

Compte de résultat consolidé *(En millions d'euros)*	1er semestre 2022	1er semestre 2021	*Evolution*
Chiffre d'affaires	**881,2**	**1 009,0**	**-12,7%**
Coût d'achat des marchandises vendues	(680,3)	(774,5)	-12,2%
Marge brute	**201,0**	**234,5**	**-14,3%**
en % du chiffre d'affaires	22,8%	23,2%	(0,4pts)
Frais d'exploitation	**(232,7)**	**(228,3)**	**+1,9%**
en % du chiffre d'affaires	-26,4%	-22,6%	(3,8pts)
Coûts de distribution	(78,2)	(84,6)	-7,6%
Dépenses Marketing	(52,1)	(51,2)	+1,7%
Dépenses IT	(75,5)	(66,1)	+14,2%
Frais administratifs	(26,8)	(26,3)	+2,0%
Résultat opérationnel courant (ROC)(2)	**(31,7)**	**6,2**	**-37,9**
en % du chiffre d'affaires	-3,6%	0,6%	(4,2pts)
Autres produits et charges opérationnels	10,1	0,9	+9,1
Résultat opérationnel	**(21,6)**	**7,1**	**-28,8**
Résultat financier	(42,4)	(24,2)	+75,3%
Résultat avant impôt	**(64,0)**	**(17,0)**	**+275,7%**
Charge d'impôt	(3,5)	(2,4)	+44,8%
Résultat Net des activités poursuivies	**(67,5)**	**(19,5)**	**-48,1**
Résultat net des activités abandonnées (3)	(2,3)	(1,3)	+75,9%
Résultat net de l'ensemble consolidé	**(69,8)**	**(20,8)**	**n.m**
en % du chiffre d'affaires	-7,9%	-2,1%	(5,9pts)
Part du Groupe	(70,3)	(21,2)	n.m
Intérêts ne donnant pas le contrôle	0,5	0,4	+23,8%
Résultat net ajusté par action (en €)(4) des activités poursuivies	**(0,20)**	**(0,06)**	**(0,14)**

**re-présenté pour tenir compte de Haltae (entité légale des opérations Stootie), les finances ont été reclassées dans les activités abandonnées.*

1) *États financiers non vérifiés*
2) *EBIT opérationnel : bénéfice/(perte) d'exploitation avant autres dépenses (dépenses stratégiques et de restructuration, frais de litige et dépenses de dépréciation et de cession d'actifs).*
3) *Conformément à la norme IFRS5 (Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le bénéfice net après impôt de HALTAE (anciennement Stootie) pour les exercices clos les 31 décembre 2022 et 2021 est présenté sous la rubrique "Bénéfice/(perte) net(te) des activités abandonnées".*
4) *EPS ajusté : bénéfice/(perte) net(te) attribuable aux actionnaires de Cnova avant autres dépenses et impacts fiscaux connexes, divisé(e) par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation de Cnova au cours de la période concernée.*

Bilan consolidé *(en millions d'euros)*	**2022 Fin juin**	**2021 Fin décembre**
ACTIFS		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14,7	20,4
Créances clients	99,4	150,9
Stocks	216,6	302,7
Créances d'impôts courants	3,1	4,0
Autres actifs courants nets	200,5	186,4
Total actifs courants	**534,2**	**664,4**
Autres actifs non courants	9,3	10,6
Actifs d'impôts différés	42,3	43,6
Droit d'utilisation, net	138,5	138,3
Immobilisations corporelles nettes	20,5	23,4
Immobilisations incorporelles nettes	240,8	233,0
Goodwill	122,3	122,3
Total actifs non courants	**573,8**	571,2
Actifs destinés à la vente	**0,0**	3,7
TOTAL ACTIF	**1 108,0**	**1 239,4**
PASSIF		
Provisions courantes	5,6	4,1
Dettes fournisseurs	417,6	624,3
Passifs financiers courants	140,2	84,2
Dettes de loyers courantes	35,4	34,0
Dettes d'impôt exigibles	118,1	104,4
Autres passifs courants	183,9	216,9
Total passifs courants	**901,0**	**1 067,9**
Provisions non courantes	7,6	8,8
Passifs financiers non courants	372,1	280,4
Dettes de loyers non courantes	129,1	130,8
Autres dettes non courantes	18,1	3,1
Passifs d'impôts différés	1,3	1,3
Total passifs non courants	**528,3**	**424,4**
Passifs destinés à la vente	**-**	-
Capital social	17,3	17,3
Réserves consolidées	(410,3)	(341,4)
Capitaux propres part du groupe	**(393,1)**	**(324,2)**
Intérêts ne donnant pas le contrôle	**71,7**	**71,3**
Capitaux propres	**(321,3)**	**(252,9)**
TOTAL PASSIF	**1 108,0**	**1 239,4**

Tableau de flux de trésorerie *(en millions d'euros, fin juin)*	6 premiers mois 2022	6 premiers mois 2021*
Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe	(68,2)	(19,8)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	0,5	0,4
Résultat net des activités poursuivies	**(67,7)**	**(19,5)**
Dotations aux amortissements et provisions	48,2	42,0
Charges / (produits) calculés liés aux stock-options et assimilés	(18,4)	2,1
Autres charges / (produits) calculés	1,9	-
Résultat financier	42,4	24,2
Charges / (produits) d'impôt y compris différé	3,3	2,4
Impôts versés	(1,8)	(0,7)
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	(66,7)	(183,9)
Stocks	86,1	(26,5)
Dettes fournisseurs et autres dettes	(205,8)	(152,4)
Créances clients	68,7	53,5
Autres	(15,6)	(58,6)
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies	**(58,8)**	**(133,3)**
Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées	**(2,3)**	**(1,0)**
Acquisition d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	(47,6)	(53,7)
Acquisition d'actifs financiers non courants	(0,0)	(0,1)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	20,5	0,4
Variation des prêts et avances consentis	(80,3)	129,9
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités poursuivies	**(107,4)**	**76,5**
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées	**(0,1)**	**(0,2)**
Augmentation (diminution) de capital de la société holding	-	0,0
Dividendes payés aux intérêts minoritaires	(0,0)	-
Augmentation des emprunts et dettes financières	162,1	46,7
Remboursement des emprunts et dettes financières	(3,7)	(4,9)
Remboursement des emprunts de location	(13,8)	(12,6)
Intérêts payés sur les emprunts de location	(3,9)	(4,0)
Intérêts financiers nets versés	(40,5)	(19,6)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités poursuivies	**100,1**	**5,6**
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées	**-**	**-**
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie (activités abandonnées)	0,0	(0,0)
Variation de trésorerie (activités poursuivies)	**(66,1)**	**(51,3)**
Variation de trésorerie (activités abandonnées)	**(2,5)**	**(1,2)**
Trésorerie et équivalent de trésorerie nets d'ouverture	**17,1**	**9,0**
Trésorerie et équivalent de trésorerie nets de clôture	**(51,4)**	**(43,5)**

**Au 30 juin 2021, la variation de la trésorerie liée au prêt accordé est liée au dépôt de trésorerie auprès de Casino Finance (130,5 M€ au 31 décembre 2020 et 0 M€ au 30 juin 2021).*

Prochain rendez-vous

Jeudi 28 juillet 2022 à 11h00 CEST / 05h00 EDT	Conférence téléphonique et diffusion des résultats financiers du S1 2022 de Cnova

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

Numéros d'appel pour les participants :

France +33 172727403 - PIN: 88560915#
UK +44 2071943759 - PIN: 88560915#
USA +1 6467224916 - PIN: 88560915#

Diffusion sur internet:
https://onlinexperiences.com/Launch/QReg/ShowUUID=F179D333-80F7-465A-9C06-2699E0681C82

La conférence téléphonique restera disponible pendant 3 mois sur le Site Cnova.com