

CNOVA N.V.

Activité du 1^{er} trimestre 2017

AMSTERDAM, le 13 avril 2017, 07:45 CEST — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova » ou la « Société ») publie aujourd'hui son GMV (volume d'affaires), son chiffre d'affaires et d'autres informations non auditées relatives au trimestre clos le 31 mars 2017.

- **Volume d'affaires (GMV) : 770 millions d'euros (+8 % en base comparable¹)**
 - Y compris un impact de -2.0 pt du magasin image et son (effet TNT en 2016)
 - Quotepart de la marketplace de 32,0 % (+267 pb)
 - Croissance du GMV de 10% sur les 8 dernières semaines²
- **Chiffre d'affaires : 472 millions d'euros (+4 % en base comparable)**
- **Croissance solide du trafic : 234 millions de visites (+11 %)**
 - Quotepart mobile : 57 % (+633 pb)
 - Meilleure progression du e-commerce en nombre de visiteurs uniques³
- **Cdiscount se classe 2^{ème} parmi les distributeurs français en nombre d'interactions sur les réseaux sociaux⁴**
- **Clients actifs : 8,3 millions (+10 %)**
 - Abonnés CDAV à fin mars : +116 % en annuel
- **Unités vendues : 12,5 millions (+12 %)**

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Le volume d'affaires de Cdiscount poursuit une dynamique de croissance à deux chiffres sur les deux derniers mois, après un début d'année difficile. Le nombre d'abonnés à Cdiscount à volonté, notre programme de fidélité, continue de doubler, et favorise une hausse de la fréquence d'achat de nos clients. La rentabilité de notre marketplace et la qualité de nos vendeurs se sont encore améliorées au cours du 1^{er} trimestre 2017. Les indicateurs de trafic, volume des commandes et clients actifs affichent, eux aussi, une croissance à deux chiffres, tandis que le mobile représente près de 60% de notre trafic. Et notre magasin le plus rentable, la maison, contribue désormais à près de la moitié de nos ventes.

Nous avons pour objectif de poursuivre la croissance du trafic sur notre site et d'accélérer la monétisation de ces flux à travers l'enrichissement et le développement de l'offre produit et des services. Au-delà de nos offres de streaming, de l'abonnement mobile et du cloud (stockage de données en ligne), nous comptons lancer au cours du second trimestre de nouvelles offres autour de la maison et des services financiers. Nous avons également augmenté au 1^{er} trimestre, et comptons continuer au second trimestre, la surface de nos entrepôts en France afin de : 1) accroître et diversifier notre assortiment produit ; 2) répondre aux besoins de développement de notre service fulfillment pour les vendeurs marketplace ; 3) continuer à proposer une offre de livraison au plus près de nos clients, en express, 7 jours sur 7 et du matin au soir.

Dans un environnement fortement concurrentiel en France, Cdiscount bénéficie d'avantages compétitifs clés : des prix bas, une offre de financement client attractive et une livraison rapide, qui lui permettent de maintenir ses positions de leader sur le marché et de continuer à attirer de nouveaux clients. »

¹ Les données comparables incluent les ajustements suivants : i) la vente ou la fermeture en 2016 des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco, ii) la réduction volontaire des ventes B2B initiée au 3^{ème} trimestre 2016 et iii) le retraitement de l'impact de l'année bissextile (29 février 2016).

² Tendence commerciale observée sur les 8 dernières semaines arrêtées au 11 avril, sur la base du volume d'affaires promis B2C.

³ Visiteurs uniques moyens sur ordinateur sur les mois de janvier et février 2017, selon l'étude Médiamétrie.

⁴ Selon l'étude Sprinklr publiée en février 2017, calculé sur le nombre de like, partage et commentaires sur les réseaux sociaux.

Principaux indicateurs du 1^{er} trimestre 2017

Le volume d'affaires (GMV) a atteint 770 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2017 (+7,7 % en comparable par rapport à 2016 – voir Note 1 page 1). Le GMV publié a augmenté de 5,2 % par rapport à l'exercice précédent. Après un mois de janvier difficile, la dynamique commerciale a repris au cours du trimestre pour atteindre un taux de croissance de GMV de 12% en mars. Cette tendance se confirme sur avril avec une croissance du volume d'affaires promis B2C sur les 8 dernières semaines arrêtées au 11 avril de 10 %.

Retraité du magasin image et son, dont la croissance au 1^{er} trimestre 2016 avait été tirée par le passage obligatoire à la TNT, le GMV a progressé de 9,7 % au 1^{er} trimestre 2017 en comparable.

Cette croissance s'explique par :

- **Un trafic** dynamique : en progression de 11,4 %, porté par la croissance du trafic mobile avec une quote part de 57 % au 1^{er} trimestre 2017 (en hausse de 633 points de base par rapport à 2016). Les visites mobile ont augmenté de 25 % et le taux de transformation a augmenté de plus de 20 points de base. Le nombre de visiteurs uniques moyens mensuels sur ordinateur en janvier et février 2017 est en hausse de 8,0 % par rapport à l'année passée pour atteindre 12,2 millions selon Médiamétrie. Sur cet indicateur, Cdiscount est le site le plus dynamique parmi les 5 principaux e-commerçants en France et consolide sa deuxième position. S'agissant du mobile, le nombre de visiteurs uniques moyens est de 6,5 millions sur les deux premiers mois de 2017.
- Croissance solide du nombre de **commandes** et d'**unités vendues** : respectivement de 13,6 % et de 11,7 % par rapport à l'exercice précédent ;
- Une quote part grandissante de **la marketplace** dans le GMV : 32,0 % (+267 points de base par rapport à 2016) grâce à : i) la bonne performance des catégories maison, culture (jouets, jeux vidéo) et high tech, ii) l'augmentation du nombre de références sur la marketplace, en hausse de 38 %, iii) l'amélioration continue de la qualité du service client offert par les vendeurs marketplace, notamment grâce au développement du service de « fulfillment » - la quote part de la marketplace faisant appel à ce service a augmenté de 5 % en mars 2016 à 10 % en mars 2017;
- Un nombre de **clients actifs** en expansion : 8,3 millions au 1^{er} trimestre 2017, soit +10,4 % par rapport à l'exercice précédent. Le nombre d'abonnés au programme de fidélité Cdiscount à Volonté (CDAV), dont la fréquence d'achat est supérieure aux autres clients, a augmenté de 116 % par rapport à mars 2016.

Cdiscount a également continué à renforcer sa présence sur les **Réseaux Sociaux**. La base de « fans » sur **Facebook** a ainsi très nettement augmenté entre fin mars 2016 et fin mars 2017, passant de 1,2 million à 1,4 million. Selon l'étude Sprinklr publiée en février 2017, Cdiscount est 2^{ème} parmi 62 distributeurs sur le marché français en termes d'engagements sur les réseaux sociaux, mesurés en nombre d'interactions (*like*, partage, commentaire).

Le chiffre d'affaires a atteint 472 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2017, en hausse de 4,0 % sur une base comparable (publié : +1,4 %). Les catégories maison et produits électroménagers représentent 50 % des ventes directes, tandis que les produits high tech et l'informatique ont contribué à hauteur de 36 % aux ventes directes. Les commissions de la marketplace ont augmenté de +23 % par rapport à 2016.

Les **améliorations apportées à l'offre et aux services client et marketplace** au 1^{er} trimestre 2017 ont principalement porté sur une amélioration des services existants et le développement de nouvelles offres de services et de notre assortiment, notamment :

- Ouverture sur le 1^{er} trimestre d'un nouvel entrepôt de 12 000 m² dans le centre de la France (Orléans) - une extension est prévue au 2^{ème} trimestre 2017 pour une surface totale d'au moins 40 000 m²,
- Poursuite de l'amélioration de l'excellence opérationnelle logistique : déploiement du nouvel outil IT (Manhattan) de gestion des entrepôts permettant une réduction des délais de livraison et une plus grande capacité de traitement des commandes,
- Lancement d'un programme pour dynamiser notre assortiment et étendre la surface de nos centres de distribution avec le développement notamment de l'offre en propre sur les magasins maison, mobilier, déco, bricolage, jardin et biens techniques, afin de répondre à la demande croissante sur ces catégories de produits,
- Accélération de la qualité et rentabilité de la marketplace :

- Amélioration continue des standards de qualité des vendeurs marketplace depuis 2016,
- Création d'un pack premium (visibilité site, monétisation, analyse de données..),
- Développement en cours de nombreux services d'accompagnement des vendeurs marketplace (services financiers, logistique, maîtrise des flux, ...) afin d'accroître la rentabilité.
- Développement de l'offre des services autour de la maison et enrichissement des services financiers : lancements prévus au second trimestre 2017.

Activité du 1^{er} trimestre 2017

Cnova N.V.	1 ^{er} trimestre ⁽¹⁾		Variation	
	2017	2016	Publié ⁽¹⁾	Comparable ⁽²⁾
GMV⁽³⁾ (en millions d'euros)	770,4	732,4	+5,2 %	+7,7 %
Quotepart de la marketplace	32,0 %	29,3%	+267 pb	
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	472,0	465,3	+1,4 %	+4,0 %
Trafic (visites en millions)	233,8	209,9	+11,4 %	
Quotepart mobile	56,9 %	50,6 %	+633 pb	
Clients actifs⁽⁴⁾ (en millions)	8,3	7,5	+10,4 %	
Unités vendues (en millions)	12,5	11,2	+11,7 %	
Commandes⁽⁵⁾ (en millions)	6,5	5,7	+13,6 %	

- 1) Les données de Cnova NV ne sont pas auditées et ont été ajustées, à compter du 1^{er} janvier 2015, afin de prendre en compte : i) le rapprochement de Cnova Brazil avec Via Varejo, réalisé le 31 octobre 2016, ii) la vente ou la fermeture des sites internationaux de Cdiscount, et iii) la vente du site MonShowroom. Ces activités sont présentées en activités abandonnées.
- 2) Les données comparables incluent les ajustements suivants : i) la vente ou la fermeture en 2016 des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco, ii) la réduction volontaire des ventes B2B initiée au 3^{ème} trimestre 2016 et iii) le retraitement de l'impact de l'année bissextile (29 février 2016).
- 3) Le GMV comprend les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées), toutes taxes comprises.
- 4) Clients actifs à fin mars ayant effectué au moins un achat sur le site Cdiscount.com au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.
- 5) 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 8,3 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 plus de 22 millions de références à des prix très attractifs, plusieurs options de livraison rapides et commodes, ainsi que des solutions de paiement pratiques. 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 (gereguleteerde 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.

Contact Relations Investisseurs :
 Direction des relations investisseurs
investor@cnova.com
 Tél : + 31 20 795 06 71

Contact Média :
 Direction de la communication
directiondelacomunication@cnovagroup.com
 Tél : + 31 20 795 06 76