

CNOVA N.V.
Performance Financière du 1^{er} semestre & Activité du 2^{ème} trimestre 2024
Point sur la situation du groupe Casino

**Cnova poursuit sa trajectoire vers la rentabilité opérationnelle
avec une amélioration de l'EBITDA après loyers de +2 M€
et des flux de trésorerie disponible qui s'améliorent de +101 M€ vs. 23**

- **Le GMV Produit¹ s'améliore progressivement mois après mois :**
 - Marketplace : -5% au T1 2024, -4% en avril, -1% en mai, +2% en juin et +7% en juillet²
 - Ventes directes : -28% au T1 2024, -26% en avril, -28% en mai, -18% en juin et -9% en juillet²
 - Un GMV Produit¹ en baisse de -12% au S1 2024 vs. 23, en amélioration par rapport à la tendance de l'exercice 2023
- **Le GMV global diminue de -11% sur base comparable³ au 1^{er} semestre 2024 vs. S1 2023**, en amélioration par rapport à la tendance de l'exercice 2023 (-14% vs. 22). Avec le succès de la mise en œuvre du plan de transformation, Cnova se redresse progressivement au T2 2024 (-9% vs. 23) par rapport au T1 2024 (-12% vs. 23), dans un environnement difficile pour les marchés principaux de Cdiscount tels que les catégories de produits Maison (-6% vs. 23) et High Tech (-3% vs. 23)⁴
- **Le chiffre d'affaires net baisse de -19% sur base comparable³ au S1 2024 vs. 23**, en lien avec la baisse du GMV et la transition stratégique vers la Marketplace, qui représente 65% du GMV Produit au S1 2024 (+7pts vs. 23)
- **Les revenus des services⁵ s'élèvent à 158 M€ au S1 2024, en hausse de +5% vs. 23**, ce qui représente 33% du chiffre d'affaires net total sur base comparable³, **en croissance de +8pts vs. 23**, soutenus principalement par les revenus B2B en hausse de +87% vs. 23
- **Le taux de marge brute progresse de +7pts vs. 23 et l'EBITDA après loyers augmente de +2 M€ au S1 2024 (+10% vs. 23)**, grâce au redressement de Cnova vers une plus grande rentabilité opérationnelle
- **Les flux de trésorerie disponible s'améliorent de + 101 M€ au S1 2024 vs. 23**, grâce à des paiements réguliers aux fournisseurs et à un suivi rigoureux, alors que le S1 2023 avait été impacté par la procédure de conciliation
- Cnova **poursuit de manière continue le développement de sa stratégie RSE avec les « produits plus responsables »** qui représentent 22,7% du GMV Produit au 2^{ème} trimestre 2024 (+6,9pts vs. 23)
- **NPS élevé en progression de +2,1pts au S1 2024 vs. 23**, porté par une hausse du NPS Marketplace de +3,4pts vs. 23

AMSTERDAM - 26 juillet 2024, 18h00 CET Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les résultats de son activité pour le deuxième trimestre et les résultats financiers non audités du premier semestre 2024.

¹ GMV promis des ventes directes et de la marketplace hors taxes (avant annulation due à la détection de fraude et/ou au non-paiement du client)

² Évolution du GMV promis au 25 juillet 2024 par rapport à la même période l'année précédente

³ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

⁴ Source : Fevad (chiffres couvrant la période de janvier 2024 à mai 2024 par rapport à la même période l'année dernière)

⁵ Y compris les commissions Marketplace, les revenus d'abonnement et autres revenus, les services d'Advertising, Fulfilment by Cdiscount, les extensions de garantie, les commissions des cartes CUP, les services B2C, Octopia B2B (Fulfilment-as-a-Service, Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service) et C-Logistics B2B

Thomas Métivier, PDG de Cnova, a commenté :

“Après deux ans de transformation, pendant lesquelles nous avons drastiquement amélioré notre rentabilité opérationnelle grâce au développement de nos activités Marketplace, Retail media et B2B, au recentrage de notre activité de vente directe et à la rationalisation de notre structure de coûts, nous concentrons maintenant nos efforts sur notre rebond commercial. Notre priorité immédiate est de renforcer notre promesse commerciale sur les prix, le choix et la consommation responsable avec une nouvelle identité de marque moderne. Prouvant l’adéquation de notre proposition de valeur pour les clients français, l’acquisition de nouveaux clients est à nouveau en croissance, et la tendance commerciale s’améliore mois après mois malgré des conditions de marché défavorables.

Nous continuons de renforcer notre leadership sur l’intelligence artificielle et la technologie pour améliorer l’expérience que nous offrons à nos consommateurs B2C, à nos e-commerçants et à nos clients B2B, en donnant une priorité claire aux projets soutenant la croissance. “



Indicateurs financiers

| Performance financière (M€) | S1 2023 | S1 2024 | Variation vs. 23 | |
|--|----------------|----------------|------------------|-------------------------|
| | | | Publiée | Comparable ⁶ |
| GMV total (TTC) | 1 380,6 | 1 195,0 | -13,4% | -10,9% |
| Plateforme e-commerce | 1 338,4 | 1 140,2 | -14,8% | -12,2% |
| Dont Ventes directes | 463,6 | 336,5 | | -27,4% |
| Dont Marketplace | 647,4 | 628,0 | | -3,0% |
| Quote-part Marketplace | 58,3% | 65,1% | | +6,8pts |
| Dont Services B2C | 80,8 | 83,4 | | +3,2% |
| Dont Autres revenus | 146,6 | 92,3 | -37,0% | -13,4% |
| Activités B2B | 42,2 | 54,8 | | +29,8% |
| Dont Revenus B2B d'Octopia | 11,4 | 18,0 | | +58,9% |
| Dont Activités Retail & Autres d'Octopia | 24,2 | 21,1 | | -12,9% |
| Dont C-Logistics | 6,7 | 15,7 | | x2 |
| Chiffres d'affaires net | 612,5 | 471,0 | -23,1% | -18,9% |
| EBITDA⁷ | 33,9 | 31,3 | | -2,6 M€ |
| % du chiffres d'affaires net | 5,5% | 6,6% | | +1,1pt |
| EBITDA⁷ après loyers | 16,7 | 18,2 | | +1,6 M€ |
| % du chiffres d'affaires net | 2,7% | 3,9% | | +1,2pt |
| Résultat opérationnel courant | -14,3 | -14,9 | | -0,6 M€ |
| % du chiffres d'affaires net | -2,3% | -3,2% | | -0,8pt |
| Résultat financier | -26,8 | -28,7 | | -1,9 M€ |
| Résultat net des opérations poursuivies | -65,4 | -52,4 | | +13,0 M€ |

| Flux de trésorerie disponible (M€) | S1 2023 | S1 2024 | Variation vs. 23 |
|--|---------------|---------------|---------------------|
| EBITDA après loyers | 16,7 | 18,2 | +1,6 |
| (-) Dépenses d'investissements | -32,3 | -28,0 | +4,3 |
| (-) Coûts financiers du CB4X | -11,1 | -9,3 | +1,8 |
| (+/-) Éléments non récurrents | -5,1 | -9,1 | -4,0 |
| Flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts | -31,7 | -28,2 | +3,5 |
| (+/-) Variation du besoin en fonds de roulement et impôts décaissés | -170,7 | -73,5 | +97,3 |
| Flux de trésorerie disponible⁸ | -202,4 | -101,6 | +100,7 |
| Variation de la dette financière nette | -209,9 | -121,6 | +88,3 |

⁶ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

⁷ EBITDA : le bénéfice/ (la perte) d'exploitation des activités ordinaires (EBIT) ajusté des dépréciations et amortissements opérationnels

⁸ Flux de trésorerie disponible des activités poursuivies avant intérêts financiers

Faits marquants du 1^{er} semestre

Le GMV a diminué de -10,9% sur base comparable⁹ au 1^{er} semestre 2024, ce qui confirme le choix stratégique de Cnova de développer ses activités de services afin d'améliorer sa rentabilité opérationnelle.

Les revenus des services se sont élevés à 158 M€ au 1^{er} semestre 2024, en **progression de +4,6%** vs. 23, ce qui représente 33,5% du chiffre d'affaires net en base comparable⁹ (+7,5pts vs. 23), avec :

- **La Marketplace** qui a généré 90 M€ de revenus¹⁰ au 1^{er} semestre 2024, avec une quote-part de GMV de la Marketplace de 65,1% (+6,8pts vs. 23, +26,8pts vs. 19)
- **Les revenus nets des services d'Advertising**¹¹ qui ont atteint 33 M€ au 1^{er} semestre 2024, avec un Retail Media en croissance (+2,9% vs. 23), porté par les vendeurs de la Marketplace (+5,0% vs. 23) avec un nombre croissant de vendeurs actifs (+4,0% vs. 23). Le taux de prise GMV des services d'Advertising s'est établi à 4,5% au 1^{er} semestre 2024 (+0,4pt vs. 23, +3,1pts vs. 19) malgré la baisse du GMV Produit
- **Les revenus des services B2C**¹² qui ont diminué de -4,4% vs. 23, avec un effet volume négatif sur les services associés aux ventes directes (extensions de garantie et cartes), tandis que **Cdiscount Voyages et Cdiscount Mobile ont bien performé** et ont progressé de +10,4% vs. 23
- **Les revenus des services B2B**¹³ qui ont augmenté de +87,2% par rapport à 2023 et qui s'élèvent à 28 M€ au 1^{er} semestre 2024, principalement portés par la dynamique des services logistiques. Au cours du 1^{er} semestre 2024, C-Logistics a lancé deux clients, respectivement spécialisés dans les produits de luxe et l'alimentation pour animaux de compagnie

| Chiffres-clés de l'activité | S1 2023 | S1 2024 | Variation vs. 23 |
|--|--------------|--------------|------------------|
| Marketplace ¹⁰ | 94,6 | 89,5 | -5,4% |
| Advertising ¹¹ | 34,1 | 33,2 | -2,4% |
| B2C ¹² | 7,2 | 6,9 | -4,4% |
| B2B ¹³ | 15,0 | 28,1 | +87,2% |
| Revenus des services | 150,9 | 157,7 | +4,6% |
| <i>Revenus des services en % du chiffre d'affaires net⁹</i> | <i>26,0%</i> | <i>33,5%</i> | <i>+7,5pts</i> |
| <i>Quote-part GMV de la Marketplace</i> | <i>58,3%</i> | <i>65,1%</i> | <i>+6,8pts</i> |

⁹ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

¹⁰ Y compris les commissions Marketplace après réductions, les revenus d'abonnements et les revenus générés par les services logistiques fournis aux vendeurs

¹¹ Y compris les revenus des services d'Advertising fournis aux fournisseurs et aux vendeurs

¹² Incluent les services de voyage et de mobile, les commissions des cartes CUP, les services d'extension de garanties et autres

¹³ Incluent Fulfilment-as-a-Service, Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service (Octopia) et les activités B2B de C-Logistics

Faits marquants du 2^{ème} trimestre

| GMV | T2 2024 vs. 23 |
|--|----------------|
| Evolution du GMV total sur base comparable ¹⁴ | -9,2% |
| Evolution du GMV de la Marketplace | -1,8% |
| Evolution de la quote-part du GMV Marketplace | +6,5pts |

Au 2^{ème} trimestre 2024, le GMV total de Cnova a diminué de -9,2% sur base comparable¹⁴. Cette évolution est principalement due :

- **Aux ventes directes** qui contribuent à hauteur de -8,4pts (-25,7% vs. T2 2023), à la suite de la transition du modèle économique de Cnova et à la rationalisation de l'assortiment, notamment pour les produits à faible marge contributive
- **A la Marketplace** qui contribue à hauteur de -0,9pt (-1,8% vs. T2 2023), avec une quote-part du GMV de la Marketplace en hausse de +6,5pts, qui atteint 66,5% au 2^{ème} trimestre 2024
- **Aux activités B2B de C-Logistics** qui contribuent à hauteur de +0,7pt (+93,9% vs. T2 2023) avec un nombre croissant de colis expédiés pour des clients externes (+31,9% vs. 23)

Au 2^{ème} trimestre 2024, **Cnova a renforcé sa proposition de valeur aux clients**, comme illustré par :

- Un NPS global élevé qui s'établit à 56,3pts au 2^{ème} trimestre 2024 (+3,3pts vs. 23), principalement porté par le NPS de la Marketplace qui atteint 55,0pts au 2^{ème} trimestre 2024 (+4,5pts vs. 23)
- Une quote-part de clients réactivés en croissance de +3,6pts au 2^{ème} trimestre 2024 vs. 23
- Des actions de fidélité et des mécanismes de récompense dédiés aux membres *Cdiscount à Volonté* (CDAV)
- Un assistant virtuel, alimenté par l'intelligence artificielle, dédié à la relation-client

Le 24 juin 2024, **Cdiscount.com a lancé sa nouvelle identité de marque**, dans le cadre du mouvement stratégique opéré depuis 2021 : l'accélération de sa marketplace qui offre plus de choix et assure des prix attractifs, tout en développant son offre responsable. La nouvelle plateforme de marque s'appuie sur 3 piliers :

- **"Moins cher"** : augmenter le pouvoir d'achat des français en période d'inflation, en leur proposant tous les jours des promotions et des centaines de milliers de produits plus de 10% moins chers que la concurrence
- **"Malin"** : permettre aux français de répondre à leurs besoins, de s'équiper et de faire face aux imprévus grâce au paiement en 4x, à des solutions de livraison sur mesure et un programme de fidélité qui leur permet de faire des économies
- **"Engagé"** : accompagner les français dans une consommation plus durable en leur offrant des « produits plus responsables » qui représentent 22,7% du GMV Produit au 2^{ème} trimestre 2024 (+6,9pts vs. 23)



¹⁴ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

| Indicateurs de la Marketplace | T2 2024 | vs. 23 |
|--|--------------|----------------|
| Quote-part du GMV de la Marketplace | 66,5% | +6,5pts |
| Quote-part GMV de la livraison express | 51,2% | -1,0pt |
| <i>Dont quote-part GMV de Cdiscount Express Seller</i> | <i>12,0%</i> | <i>-4,1pts</i> |
| <i>Dont quote-part GMV du Fulfilment by Cdiscount</i> | <i>39,2%</i> | <i>+3,2pts</i> |

Au 2^{ème} trimestre 2024, le GMV de la Marketplace a reculé de -1,8%, mais continue de produire des indicateurs bien orientés :

- La quote-part du GMV Marketplace est en hausse de +6,5pts vs. 23
- Les services d'Advertising fournis aux vendeurs Marketplace génèrent des revenus nets stables et résilients au 2^{ème} trimestre 2024 vs. 23, avec un nombre croissant de vendeurs actifs (+1,8% vs. 23), soutenu par les offres "Discover" qui visent à recruter de nouveaux vendeurs
- Une quote-part des produits éligibles à la livraison express en progression de +3,2pts vs. 23, qui atteint 39,2% au 2^{ème} trimestre 2024. Le programme Cdiscount Express Seller, dédié aux vendeurs qui peuvent offrir la livraison express aux clients CDAV, a couvert 12,0% du GMV Marketplace, avec un focus sur la rentabilité
- Le NPS Marketplace atteint 55,0pts au 2^{ème} trimestre 2024, en croissance de +4,5pts vs. 23

L'Intelligence Artificielle Générative ("IAG") soutient l'approche centrée sur le client de Cnova

Des algorithmes alimentés par l'IAG ont été mis en œuvre tout au long du parcours client, ce qui permet de renforcer la pertinence du moteur de recherche de Cdiscount.com (+4,6pts de taux de clic du moteur de recherche au 2^{ème} trimestre 2024 vs. 23).

Grâce au développement de nombreux cas d'usage IAG, Cnova souhaite créer plus de valeur, enrichir l'expérience client et améliorer l'efficacité interne. Ces initiatives permettent également à Cnova de soutenir ses vendeurs Marketplace pour la promotion de leurs produits.

Pour améliorer son catalogue de produits et son potentiel commercial, Cnova a développé et déployé en interne plusieurs cas d'usage d'IAG depuis mai 2023 :

- Enrichissement des caractéristiques des produits : à ce jour, environ 6 millions de produits ont des caractéristiques améliorées par l'IAG
- Reclassification des produits : à ce jour, environ 27 millions de produits ont été reclassés par l'IAG et le taux de conversion a augmenté d'environ 30% pour les produits reclassés par l'IAG
- Amélioration des titres et des descriptifs des produits : à ce jour, environ 10 millions de produits ont des intitulés et des descriptifs revus par l'IAG

Cnova poursuit le développement de sa stratégie RSE

En avril 2024, Cnova a signé le *Sustainable Consumption Pledge*, une initiative volontaire menée par la Commission européenne pour promouvoir une consommation durable au-delà des exigences légales. Cette initiative a permis à Cnova de réaffirmer ses engagements, notamment l'identification et la réduction de son empreinte carbone, la minimisation de l'impact environnemental de ses produits, l'amélioration de la circularité de ses opérations et la garantie d'une durabilité sociale tout au long de sa chaîne de valeur. Accélérer la transition vers une consommation quotidienne durable est un élément central de la stratégie de Cnova et au cœur de la nouvelle identité de marque de Cdiscount, lancée en juin 2024.

Pour réduire son empreinte carbone et orienter ses clients vers une consommation plus responsable, Cnova a lancé en 2021 un programme axé sur les "produits plus responsables". Au 2^{ème} trimestre 2024, le GMV des "produits plus responsables" a augmenté de +19,8% vs. 23, qui représente 22,7% du GMV Produit de Cdiscount (+6,9pts vs. 23).

Au 1^{er} semestre 2024, Cnova a poursuivi ses actions en faveur d'une logistique plus responsable. L'entreprise a participé à la révision de la "Charte logistique e-commerce responsable," une initiative qui vise à réduire l'impact environnemental de la logistique du e-commerce en sensibilisant les consommateurs, en réduisant les emballages et en rendant les transports plus écologiques. Avec plus de 15 ans d'engagement en faveur de cette cause, Cnova a franchi une nouvelle étape, avec 88,4% de ses colis ciblés par des actions de réduction du vide.

Performance financière du 1^{er} semestre 2024

| Cnova N.V. (M€) | 1 ^{er} semestre | | Variation |
|---|--------------------------|----------------|-----------------|
| | 2023 | 2024 | vs. 2023 |
| GMV global (TTC) | 1 380,6 | 1 195,0 | -13,4% |
| Chiffres d'affaires net | 612,5 | 471,0 | -23,1% |
| Marge brute | 181,7 | 172,5 | -5,1% |
| <i>En % du chiffres d'affaires net</i> | 29,7% | 36,6% | +7,0pts |
| <i>En % du GMV (HT)</i> | 15,8% | 17,3% | +1,5pt |
| Frais d'exploitation (excluant les DAP) | -147,8 | -141,2 | +6,6 M€ |
| <i>En % du chiffres d'affaires net</i> | -24,1% | -30,0% | -5,8pts |
| <i>En % du GMV (HT)</i> | -12,8% | -14,2% | -1,3pt |
| EBITDA | 33,9 | 31,3 | -2,6 M€ |
| <i>En % du chiffres d'affaires net</i> | 5,5% | 6,6% | +1,1pt |
| <i>En % du GMV (HT)</i> | 2,9% | 3,1% | +0,2pt |
| Dépréciations & Amortissements | -48,2 | -46,2 | +2,0 M€ |
| Résultat opérationnel courant (ROC) | -14,3 | -14,9 | -0,6 M€ |
| Autres produits et charges opérationnels non courants | -3,0 | -7,3 | -4,2 M€ |
| Produits / (charges) financiers nets | -26,8 | -28,7 | -1,9 M€ |
| Résultat avant impôts | -44,1 | -50,9 | -6,8 M€ |
| Impôts | -21,3 | -1,4 | +19,9 M€ |
| Résultat net | -65,6 | -53,8 | +11,7 M€ |
| <i>Résultat net des activités poursuivies</i> | -65,4 | -52,4 | +13,0 M€ |

Le chiffre d'affaires net a atteint 471 M€ au 1^{er} semestre 2024, en baisse de -23,1% vs. 23 et de -18,9% sur base comparable¹⁵ vs. 23. L'évolution du chiffre d'affaires net est principalement liée à la diminution des revenus des ventes directes, affectés par la transition volontaire du modèle économique de Cnova vers davantage de services, comme illustré par la quote-part du GMV de la Marketplace qui a augmenté de +6,8pts vs. 23. Les revenus du B2B ont augmenté de +87,2% vs. 23, soutenus par Octopia B2B (+58,9%) et C-Logistics B2B (x2).

¹⁵ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

La marge brute s'est établie à 172 M€ au 1^{er} semestre 2024, ce qui représente 36,6% du chiffre d'affaires net. Grâce à la transition du modèle économique de Cnova vers des services à forte marge, le taux de marge brute a augmenté de +7,0pts vs. 23, avec des effets relatifs qui proviennent principalement des activités de la Marketplace (y compris les services logistiques fournis aux vendeurs Marketplace), des services d'Advertising et des activités B2B.

Les frais d'exploitation (hors dépréciations & amortissements) se sont élevés à -141 M€ au S1 2024, ce qui représente -30,0% du chiffre d'affaires net (-5,8pts vs. 23), en amélioration de 7 M€ par rapport au S1 2023, avec :

- Les coûts de distribution (hors DAP) en augmentation de 3 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023, principalement en raison de la croissance des activités logistiques B2B, notamment avec l'accélération des clients existants de C-Logistics et le lancement de ses nouveaux clients, compensée en partie par la diminution des coûts variables en lien avec un volume d'activité plus faible. En prenant en compte les loyers, les coûts de distribution s'améliorent de 1 M€ grâce à l'optimisation des capacités des entrepôts
- Les dépenses marketing (hors DAP) en amélioration de 2 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023, principalement en raison de la réduction des effectifs, dans le cadre du Plan d'Efficiences, combinée à la rationalisation des dépenses de marketing pour certaines activités spécifiques, compensées en partie par une augmentation des coûts d'acquisition et de média-marque, avec le lancement de la nouvelle identité de marque de Cnova au cours du 2^{ème} trimestre 2024
- Les coûts de technologie et de contenu (hors DAP) en amélioration de 5 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023, principalement en raison de l'optimisation des effectifs pour Cdiscount, avec la transition du modèle économique des ventes directes à la Marketplace, ainsi que la rationalisation des charges de personnel et des honoraires d'Octopia, compensées en partie par les effets de l'inflation
- Les frais généraux et administratifs (hors DAP) en amélioration de 3 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023, principalement impactés par la réduction des effectifs, dans le cadre du Plan d'Efficiences

Par conséquent, **l'EBITDA** s'est élevé à 31 M€ au 1^{er} semestre 2024, ce qui représente 6,6% du chiffre d'affaires net (+1,1pt vs. 23). **L'EBITDA après loyers** s'est établi à 18 M€, en progression de 2 M€ au 1^{er} semestre 2024 (+9,5% vs. 23) par rapport au 1^{er} semestre 2023.

Les Dotations aux Amortissements et Provisions (DAP) se sont élevées à -46 M€ au 1^{er} semestre 2024. Conformément à la norme IFRS 16, les DAP incluent l'amortissement du droit d'utilisation de l'actif loué sur la durée du contrat de location. Les DAP ont été impactées par la rationalisation des surfaces d'entrepôts.

Le résultat opérationnel courant s'est élevé à -15 M€, en dégradation de -1 M€ par rapport à 2023, principalement en raison de la dégradation de l'EBITDA de -3 M€, compensée en partie par la diminution des Dotations aux Amortissements et aux Provisions par rapport au 1^{er} semestre 2023.

Les autres produits et charges opérationnels non courants se sont élevés à -7 M€ au 1^{er} semestre 2024, en dégradation de -4 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023. Le 1^{er} semestre 2023 avait été principalement impacté par des coûts de conciliation, de transformation et de restructuration. Le 1^{er} semestre 2024 a été principalement impacté par des coûts de restructuration, notamment des coûts de résiliation anticipée des contrats d'entrepôts.

Le résultat financier s'est élevé à -29 M€, en baisse de -2 M€ par rapport à 2023, principalement en raison de la hausse des coûts financiers, essentiellement liée à des tirages plus importants, notamment sur le cash pooling, compensée en partie par des charges financières du CB4X plus faibles, en lien avec la baisse du GMV Produit sur Cdiscount.com au cours du 1^{er} semestre 2024.

Le résultat net s'est établi à -54 M€, en amélioration de 12 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2023, principalement sous l'effet de la charge d'impôts, avec une dépréciation exceptionnelle des impôts différés actifs (IDA) qui avait été comptabilisée en juin 2023 au niveau de C-Logistics pour -18 M€.

| Flux de trésorerie disponible (M€) | S1 2023 | S1 2024 | Variation vs. 23 |
|--|---------------|---------------|---------------------|
| EBITDA après loyers | 16,7 | 18,2 | +1,6 M€ |
| (-) Dépenses d'investissements | -32,3 | -28,0 | +4,3 M€ |
| (-) Coûts financiers du CB4X | -11,1 | -9,3 | +1,8 M€ |
| (+/-) Éléments non récurrents | -5,1 | -9,1 | -4,0 M€ |
| Flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts | -31,1 | -28,2 | +3,5 M€ |
| (+/-) Variation du besoin en fonds de roulement & impôts décaissés | -170,7 | -73,5 | +97,3 M€ |
| Flux de trésorerie disponible¹⁶ | -202,4 | -101,6 | +100,7 M€ |
| Variation de la dette financière nette | -209,9 | -121,6 | +88,3 M€ |

Les flux de trésorerie disponible ont atteint -102 M€ au 1^{er} semestre 2024, en amélioration de +101 M€ par rapport à 2023, avec :

- Une augmentation des flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts, portée par un EBITDA après loyers plus élevé (+2 M€) conjugué à la rationalisation des dépenses investissements (+4 M€) et à l'optimisation des coûts financiers du CB4X (+2 M€), partiellement compensés par des éléments non récurrents (-4 M€), liés aux coûts de restructuration et de résiliation anticipée des entrepôts
- Une amélioration du besoin en fonds de roulement (+97 M€) grâce à des paiements réguliers aux fournisseurs et à un suivi rigoureux, tandis que le 1^{er} semestre 2023 avait été impacté par la procédure de conciliation, avec particulièrement la réduction des dettes fournisseurs à la suite de la diminution des garanties des assureurs-crédit

¹⁶ Flux de trésorerie disponible des activités poursuivies avant intérêts financiers

Point sur la situation du groupe Casino - Faits marquants

Le **28 mars 2024**, Casino a annoncé la réalisation effective de sa restructuration financière, ce qui entraîne un changement de contrôle du groupe Casino au profit de France Retail Holdings S.à.r.l. ("FRH"), une entité créée par un consortium composé de EP Equity Investment III S.à.r.l. ("EP"), Fimalac et Attestor, contrôlée par EP, une société contrôlée par M. Daniel Křetínský.

Faisant suite à la réalisation effective de la restructuration financière du groupe Casino le 27 mars 2024, FRH a acquis indirectement (via Casino Guichard-Perrachon S.A.) 99,27% des droits de vote de Cnova, et a ainsi acquis le contrôle majoritaire (*overwegende zeggenschap*) sur Cnova.

Le **30 avril 2024**, conformément aux accords conclus le 24 janvier 2024, avec Auchan Retail France et le Groupement Les Mousquetaires, et le 8 février 2024 avec Carrefour pour la cession d'un total de 287 magasins, le groupe Casino a annoncé la vente de 121 magasins.

Le **7 mai 2024**, le groupe Casino a annoncé que FRH et Casino ont conjointement soumis une requête à la Chambre des entreprises de la Cour d'appel d'Amsterdam, Pays-Bas, pour une exemption de l'obligation de faire une offre publique d'achat obligatoire. Si l'exemption est accordée, Casino initiera dans les trois mois une procédure de rachat (*uitkoopprocedure*) dans laquelle la Chambre des entreprises déterminera le prix à payer pour les actions des actionnaires minoritaires de Cnova N.V., où Casino revendiquera un prix de rachat similaire à celui qui serait payé dans une offre publique d'achat obligatoire.

La requête inclut également une demande d'extension supplémentaire de la période, déjà prolongée de trente jours par la Chambre des entreprises dans son jugement du 25 avril 2024.

Le **7 mai 2024**, Cnova a annoncé que Mme Béatrice Davourie a été nommée en tant qu'Administratrice non-exécutive remplaçante et présidente du Conseil d'Administration de Cnova N.V., à compter du 10 mai 2024.

Le **24 mai 2024**, le groupe Casino a annoncé que FRH et Casino ont obtenu un jugement de la Chambre des entreprises de la Cour d'appel d'Amsterdam, Pays-Bas, accordant une extension supplémentaire de trente jours. En conséquence, la période est prolongée de trente jours à compter du 27 mai 2024.

Le **31 mai 2024**, conformément aux accords conclus le 24 janvier 2024, avec le Groupement Les Mousquetaires et Auchan Retail France, et le 8 février 2024 avec Carrefour pour la cession d'un total de 287 magasins, le groupe Casino a annoncé la vente de 90 magasins.

Le **21 juin 2024**, le groupe Casino a annoncé que FRH et le groupe Casino ont reçu le 20 juin 2024 une décision de la Chambre des entreprises de la Cour d'appel d'Amsterdam, Pays-Bas, accordant une exemption à l'obligation de déposer une offre publique d'achat prévue sur les actions et les certificats de dépôt émis par Cnova N. V., à la condition que Casino engage, dans les quatre mois suivant la décision susmentionnée, auprès de la Chambre des entreprises, une procédure de rachat obligatoire (*uitkoopprocedure*), dans laquelle le prix des actions Cnova sera au moins égal au prix par action que FRH aurait dû offrir dans le cadre d'une offre publique d'achat obligatoire sur Cnova en vertu du droit français, étant précisé que l'obligation de déposer une offre publique d'achat obligatoire sur Cnova serait à nouveau applicable si Casino n'engageait pas dans le délai susvisé la procédure de rachat obligatoire susmentionnée ou si la Chambre des entreprises rejetait la demande de rachat obligatoire.

Le **2 juillet 2024**, le groupe Casino a annoncé la vente de 66 magasins, conformément aux accords conclus le 24 janvier 2024 avec le Groupement Les Mousquetaires et Auchan Retail France.

Le groupe Casino a également annoncé avoir cédé au Groupement Les Mousquetaires sa participation contrôlante de 51% dans 5 hypermarchés, déjà détenus par le Groupement Les Mousquetaires à hauteur de 49% depuis le 30 septembre 2023.

Cnova publie aujourd'hui sur son site internet, le vendredi 26 juillet, son rapport semestriel 2024

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., leader français du e-commerce, sert 7,1 millions de clients actifs via son site à la pointe de l'innovation, Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients B2C 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 et de divertissement. Cnova N.V. sert aussi des clients B2B à l'international à travers Octopia (solution Marketplace-as-a-Service), Cdiscount Advertising (services d'Advertising pour vendeurs et marques) et C-Logistics (solution e-commerce logistique de bout en bout). 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
Tél : +33 6 79 74 30 94

Contact presse :
directiondelacommunication@cdiscout.com
Tél : +33 6 18 33 17 86
cdiscout@vae-solis.com
Tél : +33 6 17 76 79 71

Annexes

Cnova N.V. – Etats financiers consolidés du 1^{er} semestre 2024 (non audités)

| Compte de résultat consolidé (M€) | 1 ^{er} semestre 2023 Révisé | 1 ^{er} semestre 2024 |
|--|--|----------------------------------|
| Chiffres d'affaires net | 587,6 | 471,0 |
| Coûts d'achat des marchandises vendues | -407,9 | -298,5 |
| Marge brute | 179,6 | 172,5 |
| <i>% du chiffres d'affaires net</i> | <i>30,6%</i> | <i>36,6%</i> |
| Frais d'exploitation | -193,4 | -187,4 |
| <i>% du chiffres d'affaires net</i> | <i>-32,9%</i> | <i>-39,8%</i> |
| Coûts de distribution | -60,8 | -62,3 |
| Dépenses marketing | -34,1 | -33,1 |
| Coûts de technologie et de contenu | -73,6 | -69,4 |
| Frais généraux et administratifs | -24,8 | -22,6 |
| Résultat opérationnel courant (ROC)⁽¹⁾ | -13,8 | -14,9 |
| <i>% du chiffres d'affaires net</i> | <i>-2,3%</i> | <i>-3,2%</i> |
| Autres produits et charges opérationnels | -2,9 | -7,3 |
| Résultat opérationnel | -16,7 | -22,2 |
| Résultat financier | -26,6 | -28,8 |
| Résultat avant impôt | -43,3 | -51,0 |
| Charge d'impôt | -21,3 | -1,4 |
| Résultat net des activités poursuivies | -64,5 | -52,4 |
| Résultat net des activités abandonnées ⁽²⁾ | -1,0 | -1,5 |
| Résultat net de l'ensemble consolidé | -65,6 | -53,8 |
| <i>% % du chiffres d'affaires net</i> | <i>-11,2%</i> | <i>-11,4%</i> |
| Part du groupe ⁽³⁾ | -63,9 | -53,4 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle ⁽³⁾ | -1,6 | -0,5 |
| Résultat net ajusté par action (€)⁽⁴⁾ | -0,19 | -0,15 |

- 1) Résultat opérationnel courant (ROC) : résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels (frais stratégiques et de restructuration, frais juridiques, charges de dépréciation et de cession d'actifs)
- 2) Conformément à la norme IFRS 5 (actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le résultat net des activités abandonnées est lié au règlement du litige Via Varejo pour la période qui se termine le 30 juin 2024. Le résultat net généré par Carya est publié sous la rubrique "Résultat net des activités abandonnées" pour la période qui se termine le 30 juin 2023
- 3) Ces lignes tiennent compte des activités abandonnée
- 4) Résultat net ajusté par action : bénéfice (ou perte) net(te) attribuable aux actionnaires de Cnova avant autres dépenses et impacts fiscaux associés, divisé(e) par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation pendant la période concernée

| Bilan consolidé (M€) | 31 décembre 2023 | 30 juin 2024 |
|--|---------------------|-----------------|
| ACTIFS | | |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 11,0 | 18,8 |
| Créances clients | 92,7 | 75,6 |
| Stocks | 100,5 | 100,5 |
| Créances d'impôts courants | 1,8 | 1,0 |
| Autres actifs courants | 144,9 | 173,3 |
| Total actifs courants | 351,0 | 369,2 |
| Autres actifs non courants | 7,1 | 6,6 |
| Impôts différés actifs | 15,0 | 14,0 |
| Droit d'utilisation | 71,4 | 66,5 |
| Immobilisations corporelles | 16,4 | 15,6 |
| Immobilisations incorporelles | 208,4 | 198,7 |
| Ecart d'acquisition | 60,7 | 58,2 |
| Total actifs non courants | 379,1 | 359,6 |
| Actifs détenus en vue de la vente | 0,0 | 0,0 |
| TOTAL ACTIF | 730,1 | 728,8 |
| PASSIF | | |
| Provisions courantes | 4,5 | 0,9 |
| Dettes fournisseurs | 252,9 | 190,6 |
| Passif financier courant | 183,6 | 34,7 |
| Dettes de loyers courantes | 31,0 | 24,0 |
| Dettes d'impôts exigibles | 55,3 | 80,2 |
| Autres passifs courants | 205,1 | 186,5 |
| Total passifs courants | 732,4 | 516,9 |
| Provisions non courantes | 6,8 | 7,4 |
| Passif financier non-courant | 416,9 | 695,1 |
| Dettes de loyers non courantes | 64,4 | 56,5 |
| Autres dettes non courantes | 16,1 | 15,2 |
| Impôts différés passifs | 0,1 | 0,0 |
| Total passifs non courants | 504,3 | 774,2 |
| Capital social | 17,3 | 17,3 |
| Réserves consolidées | -591,6 | -646,6 |
| Capitaux propres part du groupe | -574,4 | -629,3 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | 67,8 | 67,0 |
| Capitaux propres | -506,6 | -562,3 |
| TOTAL PASSIF | 730,1 | 728,8 |

| Tableau de flux de trésorerie consolidé (M€) | 1^{er} semestre 2023 | 1^{er} semestre 2024 |
|--|---|---|
| Résultat net des activités poursuivies part du groupe | -62,9 | -51,9 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | -1,6 | -0,5 |
| Résultat net des activités poursuivies | -64,5 | -52,4 |
| Dotations aux amortissements et provisions | 48,1 | 46,2 |
| Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courants et dépréciations d'actifs | 0,8 | 3,0 |
| Autres éléments non cash | -3,3 | -0,5 |
| Résultat financier | 26,6 | 28,8 |
| Charges / (produits) d'impôts y compris différés | 21,3 | 1,4 |
| Impôts versés | -1,7 | 0,6 |
| Variation du besoin en fonds de roulement (BFR) | -166,9 | -73,2 |
| <i>Stocks</i> | 34,5 | -0,4 |
| <i>Dettes fournisseurs</i> | -198,6 | -58,4 |
| <i>Créances clients</i> | 23,4 | 22,8 |
| <i>Autres éléments</i> | -26,3 | -37,2 |
| Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies | -139,7 | -46,1 |
| Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées | -2,9 | -4,9 |
| Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles | -31,8 | -28,0 |
| Acquisition d'actifs financiers non courants | 0,2 | -0,0 |
| Produits de cession d'actifs corporels, incorporels et financiers non courants | 4,7 | 2,9 |
| Décassements / encaissements liés aux cessions / acquisitions de filiales | - | -0,4 |
| Paiements des prêts accordés (y compris aux parties liées) | 155,6 | 0,1 |
| Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités poursuivies | 128,6 | -25,4 |
| Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités abandonnées | -0,5 | 0,0 |
| Augmentation des emprunts et dettes financières | 79,4 | 198,2 |
| Remboursement des emprunts et dettes financières | -10,2 | -6,0 |
| Remboursement des dettes de location | -13,9 | -16,6 |
| Intérêts payés sur les dettes de location | -3,8 | -1,9 |
| Intérêts financiers nets versés | -27,0 | 33,6 |
| Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités poursuivies | 24,5 | 140,1 |
| Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités abandonnées | -0,6 | -0,0 |
| Incidence des variations monétaires sur la trésorerie | 0,0 | 0,1 |
| Variation de trésorerie (activités poursuivies) | 13,3 | 68,7 |
| Variation de trésorerie (activités abandonnées) | -4,0 | -4,9 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie - Ouverture | -54,3 | -58,1 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie - Clôture | -45,0 | 5,7 |