

**CNOVA N.V.**  
**Résultats financiers annuels 2023 et activité du 4<sup>ème</sup> trimestre 2023**  
**Point sur la situation du groupe Casino**

**Amélioration de la performance opérationnelle avec un EBITDA en hausse de +56% en 2023 vs. 22**  
**Transition réussie du modèle vers les services et surperformance du Plan d'Efficienc**

- **Croissance des revenus de services (+2%)** soutenus par un **GMV Marketplace résilient, des revenus des services d'Advertising en hausse de +6%** et **des revenus B2B en croissance de +69%** portés par les services Fulfilment de C-Logistics et les solutions Marketplace d'Octopia
- **Surperformance de 39 M€ du Plan d'Efficienc** pour recalibrer les coûts opérationnels et les dépenses d'investissements d'ici à fin 2023, ce qui permet d'atteindre une baisse de 129 M€ de ces dépenses par rapport à 2021
- **EBITDA en hausse de 29 M€** en 2023 par rapport à 2022, ce qui illustre le résultat du retournement de Cnova vers un modèle plus rentable axé sur la croissance des revenus de services
- **Résultat financier en amélioration de 15 M€** en 2023 par rapport à 2022
- **Flux de trésorerie disponibles avant variation du besoin en fonds de roulement & impôts en augmentation de 69 M€** en 2023 par rapport à 2022
- **Haut niveau d'engagement des équipes de Cnova** pour mieux accompagner ses clients

AMSTERDAM - 27 février 2024, 18h00 CET Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova ») publie aujourd'hui les résultats de son activité pour le 4<sup>ème</sup> trimestre et les résultats financiers non audités de son exercice 2023.

L'année 2023 a été caractérisée par un niveau élevé d'inflation et un marché français du e-commerce en recul de -1,8%<sup>1</sup> par rapport à 2022. Les biens techniques, qui constituent l'un des principaux marchés de Cnova, ont chuté de -9%<sup>1</sup> et réalisent une performance moins bonne que celle du marché global.

Dans ce contexte, **Cnova a accéléré sa transition vers un modèle plus rentable**, comme illustré par la **forte hausse du taux de marge brute** qui s'établit à 30,3% en 2023 (+7,1pts vs. 22) **et par l'EBITDA qui atteint 81 M€ en 2023, en augmentation de +56,2%** (+29 M€ en 2023 vs. 22).

Cette transition impliquant l'assainissement de l'offre des ventes directes, ainsi qu'un contexte e-commerce des biens en retrait, ont entraîné **une baisse du chiffre d'affaires de -24%** sur base comparable<sup>2</sup> en 2023 et une baisse du GMV global de -14,0% sur base comparable<sup>2</sup> malgré la **hausse des revenus de services de Cnova**, qui atteignent 326 M€ en 2023, à la fois pour les activités B2C et B2B :

- **La Marketplace a généré 199 M€ de revenus<sup>3</sup>** en 2023, avec une quote-part de GMV Marketplace qui atteint un niveau record de 60,0% en 2023 (+8,5pts vs. 22, +21,5pts vs. 19)
- **Des revenus des services d'Advertising<sup>4</sup> en progression de +6,0%** par rapport à 2022 (x2 vs. 19), qui atteignent 75 M€ en 2023, malgré la baisse du GMV global, portés par le Retail Media (+12,9% vs. 22), principalement pour les vendeurs Marketplace (+27,0% vs. 22). Le taux de prise des services d'Advertising sur le GMV s'est établi à 3,9% en 2023 (+0,8pt vs. 22, +2,4pts vs. 19)
- **Des services B2C<sup>5</sup> qui affichent une forte performance, avec un GMV en hausse de +17,6%** par rapport à 2022, qui s'élève à 150 M€ en 2023, tiré principalement par les activités de *Cdiscount Voyages* (+11,7% vs. 22)

<sup>1</sup> Source : Fevad pour le marché e-commerce des produits

<sup>2</sup> Les données chiffrées en base comparable excluent CChezvous, Carya, Géant et Cdiscount Energy

<sup>3</sup> Y compris les commissions Marketplace après réductions, les revenus d'abonnements et les revenus générés par les services logistiques fournis aux vendeurs

<sup>4</sup> Y compris les revenus des services d'Advertising aux fournisseurs et aux vendeurs

<sup>5</sup> Hors Cdiscount Energy

- **Des revenus B2B d'Octopia en hausse de +21,9%** par rapport à 2022, qui atteignent 23 M€ en 2023, portés principalement par les activités de Fulfilment-as-a-Service, en croissance de +35,7% par rapport à 2022 avec un nombre de colis expédiés pour les clients du Fulfilment-as-a-Service en hausse
- **Des revenus C-Logistics B2B multipliés par x4** par rapport à 2022, qui s'élèvent à 15 M€ en 2023, avec le succès du lancement de sa solution pour une entreprise européenne de vêtements de sport et un nombre de colis expédiés pour les clients externes en hausse (x4 vs. 22)

**Les initiatives de Cnova pour recalibrer les coûts opérationnels et les dépenses d'investissements** d'ici la fin de l'année 2023 ont permis de dépasser de 39 M€ l'objectif du **Plan d'Efficiencia de 90 M€** qui incluait l'objectif de juillet 2022 (75 M€ vs. 21) ainsi que le plan d'économies supplémentaires annoncé en avril 2023 (15 M€ vs. 21) :

- Les coûts opérationnels (hors dépréciations & amortissements) se sont élevés à 281 M€ en 2023, en amélioration de 61 M€ par rapport à 2022 et de 90 M€ par rapport à 2021
- Les dépenses d'investissements se sont établies à 62 M€ en 2023, en amélioration de 19 M€ par rapport à 2022 et de 38 M€ par rapport à 2021

**L'EBITDA a atteint 81 M€ (+29 M€ vs. 22)** grâce aux efforts fournis sur la rentabilité des ventes directes, une croissance des revenus Advertising et des revenus Marketplace résilients, ainsi qu'au Plan d'Efficiencia. Cela a permis une augmentation de l'EBITDA de +56% en 2023 vs. 22, avec un **doublé de l'EBITDA en % du chiffre d'affaires net**, qui passe de 3,1% en 2022 à 6,8% en 2023.

**L'EBITDA après loyers a quasiment triplé** pour atteindre 50 M€ en 2023.

Les **flux de trésorerie disponibles avant variation du besoin en fonds de roulement & impôts** ont atteint -53 M€ en 2023 et présentent une **amélioration structurelle** de +69 M€ par rapport à 2022, principalement grâce à la transformation du modèle économique de Cnova vers des services à forte marge combinée au Plan d'Efficiencia initié en 2022, ce qui conduit à une amélioration de l'EBITDA ainsi qu'à des économies sur les dépenses d'investissements et les coûts financiers liés au paiement en 4 fois.

Les **flux de trésorerie disponibles** se sont élevés à -198 M€ en 2023, en baisse de 86 M€ par rapport à 2022, principalement liée à la **détérioration conjoncturelle du besoin en fonds de roulement** en raison de la situation financière du groupe Casino en 2023, la diminution des dettes fournisseurs entraînée par la réduction des garanties des assureurs-crédits et les paiements anticipés, ainsi que des contraintes accrues sur les programmes d'affacturage des créances.

**Développement continu de la politique ESG de Cnova :**

- Les références « *produits plus responsables* » ont représenté 17,1% du GMV Produit de Cdiscount en 2023 (+3,9pts vs. 22). Lors du weekend du Black Friday, cette quote-part a atteint un nouveau niveau record à 18,7% du GMV Produit
- Cnova a réduit sa consommation d'énergie de -31% en 2023 par rapport à 2019, ce qui permet de dépasser son engagement annoncé en 2022 (-21% d'ici à fin 2023)

**Thomas Métivier, Directeur Général de Cnova, a déclaré :**

*« Au cours des deux dernières années, nous avons redressé le modèle de Cnova vers une activité orientée vers la Marketplace, malgré des conditions de marché défavorables. L'assainissement de nos ventes directes, la croissance de nos services, notamment sur le segment de la Marketplace, du Retail Media et de nos activités B2B, et la surperformance du Plan d'Efficiencia ont fortement contribué à l'amélioration de notre rentabilité et de nos flux de trésorerie opérationnels, conformément aux objectifs publiés par le groupe Casino en juin 2023.*

*Tout en maintenant une forte attention sur la rentabilité de Cdiscount.com, nous nous concentrons désormais sur nos priorités commerciales-clés : renforcer notre ADN de marque sur les produits au meilleur rapport qualité-prix et sur les remises exclusives, la fidélisation des consommateurs, notamment grâce à notre programme Cdiscount à Volonté, et l'expérience client. Nos investissements dans la technologie et l'intelligence artificielle, notamment l'IA Générative, soutiennent la croissance de nos services et améliorent la valeur que nous offrons à nos clients en termes d'assortiment de produits, de prix attractifs et d'intensité promotionnelle. »*

**Indicateurs financiers**

Performance financière <sup>6</sup> (M€)			Variation vs. 22	
	2022	2023	Publiée	Comparable <sup>7</sup>
<b>GMV total (TTC)</b>	<b>3 439,9</b>	<b>2 804,1</b>	<b>-18,5%</b>	<b>-14,0%</b>
<b>Plateforme e-commerce</b>	<b>3 338,9</b>	<b>2 703,9</b>	<b>-19,0%</b>	<b>-14,4%</b>
Dont Ventes directes	1 340,0	928,4		-30,7%
Dont Marketplace	1 421,0	1 392,0		-2,0%
<b>Quote-part Marketplace</b>	<b>51,5%</b>	<b>60,0%</b>		<b>+8,5pts</b>
Dont Services B2C	212,1	149,8	-29,4%	+17,6%
Dont Autres revenus	365,8	233,7	-36,1%	-14,1%
<b>Activités B2B</b>	<b>101,0</b>	<b>100,2</b>		<b>-0,8%</b>
Dont Revenus B2B d'Octopia	22,5	27,4		+21,9%
Dont Activités Retail & Autres d'Octopia	74,2	54,9		-26,0%
Dont C-Logistics	4,3	17,8		x4
<b>Chiffre d'affaires net</b>	<b>1 700,2</b>	<b>1 196,7</b>	<b>-29,6%</b>	<b>-24,0%</b>
<b>EBITDA<sup>8</sup></b>	<b>52,0</b>	<b>81,2</b>		<b>+29,2 M€</b>
<b>% du chiffre d'affaires net</b>	<b>3,1%</b>	<b>6,8%</b>		<b>+3,7pts</b>
<b>EBITDA<sup>8</sup> après loyers</b>	<b>17,5</b>	<b>49,9</b>		<b>+32,4 M€</b>
Résultat opérationnel courant	-45,8	-15,0		+30,8 M€
<b>% du chiffre d'affaires net</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-1,3%</b>		<b>+1,4pts</b>
Résultat financier net	-72,5	-57,7		+14,9 M€
Résultat net des opérations poursuivies	-128,0	-125,9		+2,1 M€
<b>Résultat net des opérations poursuivies retraité<sup>9</sup></b>	<b>-128,0</b>	<b>-100,4</b>		<b>+27,6 M€</b>

  

Flux de trésorerie disponibles (M€)	2022	2023	Variation vs. 22
<b>EBITDA après loyers</b>	<b>17,5</b>	<b>49,9</b>	<b>+32,4</b>
(-) Dépenses d'investissements	-81,7	-62,3	+19,3
(-) Coûts financiers du CB4X	-46,5	-24,7	+21,8
(+/-) Élément non récurrents	-11,8	-16,1	-4,4
<b>Flux de trésorerie disponibles avant variation du BFR &amp; impôts</b>	<b>-122,5</b>	<b>-53,3</b>	<b>+69,2</b>
(+/-) Variation du besoin en fonds de roulement	13,3	-142,4	-155,8
(-) Impôts décaissés	-2,6	-2,5	+0,1
<b>Flux de trésorerie disponibles<sup>10</sup></b>	<b>-111,7</b>	<b>-198,2</b>	<b>-86,5</b>

  

<b>Dette financière nette<sup>11</sup></b>	<b>-372,5</b>	<b>-589,4</b>	<b>-216,9</b>
<b>DFN incluant une présentation cohérente de l'affacturage<sup>12</sup></b>	<b>-394,0</b>	<b>-589,4</b>	<b>-195,4</b>

<sup>6</sup> Les chiffres ont été retraités pour prendre en compte les cessions de CchezVous (2022) et de Carya (2023) (activités abandonnées)

<sup>7</sup> Les données chiffrées en base comparable excluent Cchezvous, Carya, Géant et Cdiscount Energy

<sup>8</sup> L'EBITDA correspond au résultat opérationnel courant ajusté des Dépréciations & Amortissements

<sup>9</sup> Avant variation des impôts différés actifs (IDA) liés aux déficits fiscaux (éléments non cash)

<sup>10</sup> Flux de trésorerie disponibles des activités poursuivies avant charges financières

<sup>11</sup> Excluent les engagements de rachat des intérêts minoritaires

<sup>12</sup> Pour cohérence avec 2023, les créances affacturées à La Banque Postale ont été classées dans la dette financière nette de 2022. Cela exclut également les engagements de rachat des intérêts minoritaires

### Point sur la situation du groupe Casino

Le **25 mai 2023**, le Président du Tribunal de Commerce de Paris a ouvert une procédure de conciliation au bénéfice de Cdiscount, Maas, C-Shield, C-Technology, C-Logistics, Carya et CLR pour une durée initiale de quatre mois et a désigné la SELARL BCM, représentée par Eric Bauland et la SCP BTSG, représentée par Marc Sénéchal, en qualité de conciliateurs. Cette procédure de conciliation s'inscrit dans le cadre plus global de la restructuration engagée par le groupe Casino, qui a pour objectif de permettre au groupe d'engager des discussions avec ses créanciers financiers dans un cadre juridiquement sécurisé.

Le **28 juillet 2023**, le groupe Casino a annoncé avoir conclu, sous l'égide des conciliateurs et du Comité Interministériel de Restructuration Industrielle (CIRI), un accord de principe le 27 juillet 2023 avec EP Equity Investment III s.à.r.l, Fimalac et Attestor (collectivement dénommés le "**Consortium**") et des créanciers qui détiennent plus des deux tiers du Term Loan B, en vue du renforcement des fonds propres du groupe Casino et de la restructuration de son endettement financier (l'"**Accord de Principe**").

Le **18 septembre 2023**, les conciliateurs ont sollicité auprès du Président du Tribunal de Commerce de Paris la prorogation de la procédure de conciliation jusqu'au 25 octobre 2023. Le 22 septembre 2023, Cnova et son Conseil d'Administration ont annoncé la **prorogation de la procédure de conciliation ouverte le 25 mai 2023 au niveau de sa filiale Cdiscount**, ce qui inclue Cdiscount, Maas, C-Shield, C-Technology, C-Logistics, Carya et CLR.

Le **5 octobre 2023**, le groupe Casino a annoncé avoir conclu un accord intitulé **accord de lock-up**, aux termes duquel les parties (le Consortium, les créanciers qui détiennent 75% du Term Loan B, les principaux groupes bancaires commerciaux et certains des créanciers qui détiennent 92% du RCF, ainsi que les porteurs des obligations émises par Quatrim) se sont engagées à soutenir et à prendre toutes les mesures et actions raisonnablement nécessaires à la mise en œuvre de la restructuration du groupe.

Le **25 octobre 2023**, le Tribunal de commerce de Paris a ouvert des **procédures de sauvegarde accélérée** au bénéfice de Casino, Guichard-Perrachon et de certaines de ses filiales<sup>13</sup>, pour une période initiale de deux mois, qui pourra être renouvelée pour deux mois supplémentaires sans excéder une durée totale maximum de quatre mois, afin de mettre en œuvre le plan de restructuration du groupe Casino conformément aux termes de l'accord de *lock-up* conclu le 5 octobre 2023 dans le cadre des procédures de conciliation.

Le même jour, Cdiscount a finalisé la conclusion d'un protocole de conciliation avec ses principaux créanciers bancaires, sous l'égide des conciliateurs, la SELARL BCM, représentée par Eric Bauland et la SCP BTSG, représentée par Marc Sénéchal. Les principales dispositions du protocole de conciliation portent sur le reprofilage des prêts garantis par l'Etat (PGE), le remboursement et le maintien des facilités de découvert.

Cdiscount a demandé au Président du Tribunal de Commerce de Paris de constater ce protocole.

Le **22 novembre 2023**, le groupe Casino a mis en ligne sur son site internet une présentation relative à l'actualisation des prévisions 2023 du périmètre France (EBITDA après loyers payés et Free cash-flows) et à la mise à jour de son plan d'affaires 2024-2028.

Le **30 novembre 2023**, Cnova a annoncé qu'à la suite de la réalisation de l'opération aux termes de laquelle le groupe Casino a acquis CBD Luxembourg Holding auprès de GPA, ce qui a porté la participation de Casino dans Cnova, directement et par l'intermédiaire de filiales détenues à 100%, à 98,8%, Eleazar de Carvalho, vice-président et administrateur non exécutif de la Société, Guillaume Michaloux, administrateur non exécutif de la Société et Christophe Hidalgo, administrateur non exécutif de la Société, ont démissionné de leurs mandats d'administrateurs.

Le **11 décembre 2023**, le groupe Casino a annoncé que le Tribunal de commerce de Paris a prorogé pour deux mois supplémentaires (du 25 décembre 2023 au 25 février 2024) les procédures de sauvegarde accélérée ouvertes le 25 octobre 2023 au bénéfice de Casino, Guichard-Perrachon et de ses six filiales concernées<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Casino Finance, Distribution Casino France, Casino Participations France, Quatrim, Ségisor, et Monoprix SAS

Le **21 décembre 2023**, le groupe Casino a annoncé que le Consortium a revu son plan d'affaires afin de prendre en compte l'actualisation des prévisions 2023 du périmètre France et l'annonce de l'entrée en négociations exclusives avec Auchan Retail et Le Groupement Les Mousquetaires en vue de la cession de la majeure partie du parc des hypermarchés et supermarchés Casino dès le deuxième trimestre 2024. Il ressort de ce nouveau plan d'affaires un EBITDA de 126 M€ en 2024 (vs. 316 M€ prévus dans le précédent plan d'affaires du Consortium) qui atteindrait 920 M€ en 2028 (vs. 949 M€ prévus dans le précédent plan d'affaires du Consortium).

Le **21 décembre 2023**, le groupe Casino a également annoncé que les administrateurs judiciaires ont convoqué l'ensemble des classes de parties affectées, actionnaires du groupe Casino et créanciers concernés, pour se prononcer sur les projets de plan de sauvegarde accélérée entre le 21 décembre 2023 et le 11 janvier 2024. Le groupe Casino a également annoncé le **21 décembre 2023** que les projets de plan de sauvegarde accélérée, préparés par Casino avec le concours des administrateurs judiciaires, ont été rendus accessibles sur le site internet du groupe Casino.

Le **3 janvier 2024**, le groupe Casino a rappelé les conclusions principales du rapport mis à disposition des actionnaires par Sorgem Evaluation en tant qu'expert indépendant. Le rapport a conclu au caractère équitable du plan de restructuration pour les actionnaires actuels.

Le **8 janvier 2024**, le groupe Casino a annoncé que la Commission européenne a rendu le 5 janvier 2024 une décision autorisant, au titre du contrôle des concentrations, la prise de contrôle du groupe Casino dans le cadre de sa restructuration financière le Consortium, étant précisé que le véhicule d'acquisition du Consortium sera contrôlé par EP Equity Investment III s.à.r.l., une société contrôlée par M. Daniel Křetínský.

Le **10 janvier 2024**, le groupe Casino a annoncé que l'Autorité des Marchés Financiers (l'« AMF ») a octroyé le 9 janvier 2024 une dérogation à l'obligation pour les membres du Consortium et leur véhicule d'investissement (France Retail Holdings) de déposer un projet d'offre publique visant les actions de Casino.

Le **12 janvier 2024**, les administrateurs judiciaires du groupe Casino ont transmis au groupe Casino les résultats du vote de toutes les classes de parties affectées sur les projets de plans de sauvegarde accélérée de Casino et de certaines de ses filiales<sup>14</sup>. Sur les 17 classes de parties affectées des filiales concernées de Casino, 16 classes ont approuvé les projets de plans de sauvegarde accélérée à la majorité requise (plus des 2/3). Le groupe Casino a précisé que le rejet du plan de sauvegarde accélérée par l'une des classes sera sans impact sur sa mise en œuvre en application du mécanisme d'application forcée interclasses.

Le **15 janvier 2024**, le groupe Casino a annoncé que le ministère de l'Économie français a rendu le 11 janvier 2024 sa décision autorisant, au titre du contrôle des investissements étrangers en France, la prise de contrôle du groupe Casino, dans le cadre de sa restructuration financière, par le Consortium, étant précisé que le véhicule d'acquisition du Consortium (France Retail Holdings) sera contrôlé par EP Equity Investment III s.à.r.l., une société contrôlée par M. Daniel Křetínský.

Le **2 février 2024**, le groupe Casino a annoncé que les autorités de la concurrence de la Serbie, de la Macédoine du Nord, du Maroc et du Kosovo ont rendu des décisions autorisant, au titre du contrôle des concentrations, la prise de contrôle du groupe Casino par le Consortium dans le cadre de la restructuration financière.

Le groupe Casino a également annoncé que la Commission européenne a rendu le **2 février 2024** une décision autorisant l'Opération, au titre de la réglementation sur les subventions étrangères. Par ailleurs, l'Autorité luxembourgeoise des assurances a autorisé le changement de contrôle indirect de Casino RE (filiale de réassurance du groupe Casino).

Le **16 février 2024**, le groupe Casino a annoncé avoir déposé le 15 février 2024 des requêtes aux fins d'ouverture d'une procédure de *Chapter 15* du code des faillites américain (*Bankruptcy Code*) auprès de la *Bankruptcy Court* du *Southern District* de New York. L'objet est d'obtenir la reconnaissance aux États-Unis des procédures de sauvegarde accélérée au niveau de Casino et six de ses filiales<sup>14</sup>.

Le **26 février 2024**, le Groupe a annoncé que, par jugements rendus le 26 février 2024, le Tribunal de commerce de Paris, après avoir notamment constaté que l'ensemble des conditions suspensives avaient été satisfaites, a arrêté les plans de sauvegarde accélérée de Casino et de ses filiales concernées<sup>14</sup>. En l'absence

<sup>14</sup> Casino Finance, Distribution Casino France, Casino Participations France, Quatrim, Ségisor, et Monoprix SAS

de recours suspensif, il est envisagé que l'ensemble des opérations prévues par la restructuration financière soit réalisé le 27 mars 2024, sous réserve de l'approbation par l'Autorité des marchés financiers du prospectus relatif aux différentes émissions de titres prévues par le plan de sauvegarde accélérée de Casino.

### Indicateurs opérationnels

Les faits marquants opérationnels de l'exercice 2023 illustrent le succès de la transition du modèle des ventes directes vers la plateforme Marketplace de Cnova, avec une quote-part de **GMV Marketplace** en hausse de +8,5pts, une croissance des **revenus des services Advertising** de +6,0% ainsi qu'un **NPS élevé et stable** à 54 en 2023, parmi les meilleurs taux de satisfaction du marché. Les **revenus de services** représentent désormais 326 M€, soit **27% du chiffre d'affaires net** (+8,4pts vs. 22).

Face à des conditions de marché difficiles, le GMV global a diminué de -14,0% sur une base comparable<sup>15</sup> en 2023, ce qui confirme le choix stratégique de Cnova d'accélérer la croissance de ses revenus de services avec l'assainissement de son offre de ventes directes et le développement de sa Marketplace, de ses services d'Advertising et de ses activités B2B. Dans ce contexte de fortes pressions inflationnistes, Cnova a lancé des offres et des réductions dédiées pour participer à la lutte contre l'inflation.

En outre, 2022 a bénéficié d'une base de comparaison plus favorable qu'en 2023, avec la baisse de l'indice de consommation qui a eu lieu en avril et mai 2022 et un GMV stimulé par un taux de prise du paiement en 4 fois plus élevé l'année dernière.

Chiffres-clés de l'activité (M€)	2022	2023	Variation vs. 22
Revenus de la Marketplace <sup>16</sup>	212,8	198,6	-6,7%
Revenus des services d'Advertising <sup>17</sup>	71,2	75,5	+6,0%
Revenus des services B2C <sup>18</sup>	14,5	14,4	-0,8%
Revenus des activités B2B <sup>19</sup>	22,3	37,7	+68,9%
<b>Revenus de services</b>	<b>320,9</b>	<b>326,2</b>	<b>+1,7%</b>
<i>Revenus de services en % du chiffre d'affaires net</i>	<i>18,9%</i>	<i>27,3%</i>	<i>+8,4pts</i>
<i>Quote-part GMV de la Marketplace</i>	<i>51,5%</i>	<i>60,0%</i>	<i>+8,5pts</i>

### Faits marquants du 4<sup>ème</sup> trimestre :

GMV	4T23 vs. 22
Evolution du GMV total sur base comparable <sup>15</sup>	-12,8%
Evolution du chiffre d'affaires net sur base comparable <sup>15</sup>	-21,7%
Evolution du GMV de la Marketplace	-2,5%
Evolution de la quote-part du GMV Marketplace	+6,4pts
Croissance du GMV Voyages	+8,8%

<sup>15</sup> Les données chiffrées en base comparable excluent CChezvous, Carya, Géant et Cdiscount Energy

<sup>16</sup> Y compris les commissions Marketplace après réductions, les revenus d'abonnements et les revenus générés par les services logistiques fournis aux vendeurs

<sup>17</sup> Y compris les revenus des services d'Advertising aux fournisseurs et aux vendeurs

<sup>18</sup> Incluent les services de voyage et de mobile, les commissions des cartes CUP, les services d'extension de garanties et autres

<sup>19</sup> Incluent Fulfilment-as-a-Service, Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service (Octopia) et les activités B2B de C-Logistics

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023, le GMV global de Cnova a diminué de -12,8% sur une base comparable<sup>20</sup>, avec une dynamique positive par rapport aux trimestres précédents (+2,7pts vs. 1T23, +0,9pt vs. 2T23 et +1,3pt vs. 3T23). Cette évolution d'une année sur l'autre a été entraînée par :

- **Les ventes directes** qui ont contribué pour -9,7pts (-25,1% au 4T23 vs. 22), en lien avec l'évolution stratégique volontaire des ventes directes vers la Marketplace, principalement pour les biens non techniques à marge réduite. Les ventes directes montrent une dynamique positive au 4<sup>ème</sup> trimestre comparativement aux trimestres précédents : +7,5pts vs. 1T23, +5,7pts vs. 2T23 et +9,9pts vs. 3T23, avec des initiatives sur les investissements marketing au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023 pour stimuler le trafic et la transformation, après trois trimestres impactés par l'assainissement de l'offre et la diminution de l'intensité marketing, dans le cadre du Plan d'Efficienc
- **La Marketplace** qui a contribué pour -1,2pt (-2,5% au 4T23 vs. 22), avec la transition vers un modèle centré sur la marketplace, illustré par la hausse de +6,4pts de sa quote-part GMV de 60,5% au 4T23
- **Les services d'Advertising** qui ont contribué pour +0,2pt (+6,1% au 4T23 vs. 22), portés par le Retail Media (+10,0% vs. 22), particulièrement pour les vendeurs Marketplace (+20,3% vs. 22)
- **Les services B2C<sup>21</sup>** qui ont contribué pour +0,4pt (+15,0% au 4T23 vs. 22) notamment grâce aux activités Voyages (+8,8% vs. 22)
- **Les activités B2B de C-Logistics** qui ont contribué pour +0,4pt (x3 au 4T23 vs. 22) notamment portées par une hausse du nombre de colis expédiés à des clients externes (x2 vs. 22)
- **Le Fulfilment-as-a-Service d'Octopia** qui a contribué pour +0,2pt (+33,9% au 4T23 vs. 22), soutenu par une hausse du nombre de colis expédiés pour les clients Fulfilment-as-a-Service

Clients	4T23
Nombre de clients actifs au cours des 12 derniers mois (en millions)	7,5
Base d'abonnés CDAV <sup>22</sup> (en millions)	1,6
Quote-part CDAV du GMV	38,9%

**Le programme de fidélité Cdiscount à Volonté (CDAV)** englobe 1,6 million de membres à fin 2023.

Ce programme de fidélité a représenté 38,9% du GMV total au 4T23, stable par rapport à l'année dernière. Au cours de l'année 2023, Cnova a décidé de renforcer ses priorités stratégiques sur les membres CDAV afin de récompenser leur fidélité, avec des actions telles que des remises dédiées, des cagnottes fidélité ou des remboursements. Cette orientation stratégique se traduit par un nombre croissant de membres bénéficiant d'actions de fidélité (+29,2% vs. 22) et une valeur croissante des cagnottes fidélité (+66,3% vs. 22).

Indicateurs de la Marketplace	4T23	vs. 22
Quote-part du GMV de la Marketplace	60,5%	+6,4pts
Services d'Advertising aux vendeurs Marketplace (M€)	12,8	+20,3%
Quote-part du GMV des solutions Fulfilment	53,6%	+2,0pts
<i>Dont quote-part du GMV de Cdiscount Express Seller</i>	<i>13,5%</i>	<i>-1,6pts</i>
<i>Dont quote-part du GMV du Fulfilment by Cdiscount</i>	<i>40,1%</i>	<i>+3,6pts</i>

Malgré un contexte de marché difficile et une baisse du GMV de -2,5%, les indicateurs-clés sous-jacents de la Marketplace continuent d'être bien orientés, avec des services d'Advertising fournis aux vendeurs Marketplace en croissance de +20,3% au 4T23 vs. 22, contre +27.0% sur une base annuelle, et une quote-part des produits éligibles à la livraison express gratuite en hausse de +2,0pts au 4T23, qui atteint 53,6% au 4T23.

<sup>20</sup> Les données chiffrées en base comparable excluent CChezvous, Carya, Géant et Cdiscount Energy

<sup>21</sup> Hors Cdiscount Energy

<sup>22</sup> Base d'abonnés au 31 décembre 2023

**Performance financière de l'année 2023**

<b>Cnova N.V.<sup>23</sup></b> <i>(M€)</i>	2022	2023	<i>Variation</i> <i>vs. 22</i>
<b>GMV total (TTC)</b>	<b>3 439,9</b>	<b>2 804,1</b>	<b>-18,5%</b>
Chiffre d'affaires net	<b>1 700,2</b>	<b>1 196,7</b>	<b>-29,6%</b>
Marge brute	<b>393,8</b>	<b>362,1</b>	<b>-8,0%</b>
<i>En % du chiffres d'affaires net</i>	<i>23,2%</i>	<i>30,3%</i>	<i>+7,1pts</i>
<i>En % du GMV</i>	<i>13,7%</i>	<i>15,5%</i>	<i>+1,8pts</i>
Frais d'exploitation (excluant les DAP)	-341,8	-280,9	+60,9 M€
<i>En % du chiffres d'affaires net</i>	<i>-20,1%</i>	<i>-23,5%</i>	<i>-3,4pts</i>
<i>En % du GMV</i>	<i>-11,9%</i>	<i>-12,0%</i>	<i>-0,1pts</i>
<b>EBITDA</b>	<b>52,0</b>	<b>81,2</b>	<b>+29,2 M€</b>
<i>En % du chiffres d'affaires net</i>	<i>3,1%</i>	<i>6,8%</i>	<i>+3,7pts</i>
<i>En % du GMV</i>	<i>1,8%</i>	<i>3,5%</i>	<i>+1,7pts</i>
Dépréciations & Amortissements	-97,7	-96,2	+1,5 M€
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-45,8</b>	<b>-15,0</b>	<b>+30,8 M€</b>
Autres produits et charges opérationnels non-courants	-4,6	-24,7	-20,1 M€
Résultat financier	-72,5	-57,7	+14,9 M€
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>-122,9</b>	<b>-97,4</b>	<b>+25,5 M€</b>
Produits (Charge) d'impôts	-5,1	-28,6	-23,5 M€
<b>Résultat net</b>	<b>-125,3</b>	<b>-129,7</b>	<b>-4,4 M€</b>
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	<i>-128,0</i>	<i>-125,9</i>	<i>+2,1 M€</i>
<i>Résultat net des activités poursuivies retraité<sup>24</sup></i>	<i>-128,0</i>	<i>-100,4</i>	<i>+27,6 M€</i>

**Le chiffre d'affaires net** a atteint 1 197 M€ en 2023, en baisse de -29,6% par rapport à 2022 et de -24,0% sur une base comparable<sup>25</sup>. L'évolution du chiffre d'affaires net a été impactée par la transition vers des activités dont les revenus sont générés par des commissions, comme illustré par la quote-part de GMV Marketplace en hausse de +8,5pts par rapport à 2022 pour atteindre 60,0% en 2023, et les revenus des services B2C<sup>26</sup> en forte progression de +21,6% par rapport à 2022, portés principalement par la croissance des revenus du Voyage (+20,2% vs. 22). Les revenus B2B d'Octopia ont augmenté de +21,9% par rapport à 2022, avec les revenus du Fulfilment-as-a-Service en croissance de +35,7%, principalement grâce à une augmentation du nombre de colis expédiés pour les clients du Fulfilment-as-a-Service. Les revenus B2B de C-Logistics ont été multipliés par 4 par rapport à 2022 et atteignent 15 M€ en 2023, portés par le lancement de sa solution logistique pour une entreprise européenne de vêtements de sport et par l'augmentation du nombre de colis expédiés pour des clients externes (x4 vs. 22). Les revenus des services d'Advertising ont augmenté de +6,0% par rapport à 2022 et atteignent 75 M€ en 2023.

<sup>23</sup> Les chiffres ont été retraités pour prendre en compte les cessions de C ChezVous (2022) et de Carya (2023) (activités abandonnées)

<sup>24</sup> Avant variation des impôts différés actifs (IDA) liés aux déficits fiscaux (éléments non cash)

<sup>25</sup> Les données chiffrées en base comparable excluent C Chezvous, Carya, Géant et Cdiscount Energy

<sup>26</sup> Hors Cdiscount Energy

**La marge brute** s'est élevée à 362 M€ en 2023, ce qui représente 30,3% du chiffre d'affaires net, en hausse de +7,1pts par rapport à 2022 et de +12,5pts par rapport à 2019 (avant la pandémie). L'augmentation du taux de marge brute illustre les résultats du plan stratégique de Cnova, avec une hausse de la quote-part du GMV de la Marketplace (+8,5pts vs. 22). Les services d'Advertising ont également contribué à cette amélioration, avec des revenus d'Advertising en croissance de +6,0% par rapport à 2022 (x2 vs. 19), notamment grâce à des offres innovantes lancées à travers Cdiscount Ads Retail Solution (CARS). Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2023, Cnova a poursuivi la rationalisation de son catalogue de ventes directes avec des initiatives de déstockage sur les SKUs qui ont les taux de rotation des stocks les plus défavorables. À la suite de cette optimisation et de cette réduction des stocks, Cnova a mis l'accent sur l'extension de l'assortiment des produits rentables, tout en réduisant sa couverture de stock en termes de jours d'approvisionnement. Ces initiatives ont soutenu les choix stratégiques de Cnova qui visent à améliorer la rentabilité.

**Les frais d'exploitation (hors DAP)** se sont élevés à -281 M€ en 2023, soit -23,5% du chiffre d'affaires net, en baisse de -3,4pts par rapport à 2022. Un Plan d'Efficienc e a été lancé au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre 2022, avec pour objectif d'ajuster la structure de coûts opérationnels au niveau d'activité.

- **Les coûts de distribution (hors DAP)** se sont établis à 8,2% du chiffre d'affaires net (-1,0pt vs. 22), en amélioration de +23 M€ par rapport à l'année dernière. Les coûts de distribution variables (logistique, service après-vente et gestion des paiements) ont diminué principalement en raison de volumes plus faibles en 2023 par rapport à l'année dernière. Les coûts de distribution fixes ont été positivement impactés par le Plan d'Efficienc e et les initiatives qui ont pour objectif d'optimiser les coûts liés aux entrepôts : amélioration de la productivité, simplification du réseau et suivi étroit des surfaces pour les adapter aux niveaux d'activité. Depuis janvier 2023, les surfaces d'entrepôts ont diminué de 136k m<sup>2</sup> (-25%)
- **Les dépenses marketing (hors DAP)** ont représenté -5,8% du chiffre d'affaires net (-0,6pt vs. 22), en amélioration de +19 M€ par rapport à l'année dernière. Les coûts marketing ont été favorablement impactés en 2023 par des volumes plus faibles qu'en 2022 ainsi que par les bénéfices du Plan d'Efficienc e. L'intensité des coûts marketing d'acquisition<sup>27</sup> a ainsi diminué de janvier 2023 à en août 2023 et des économies ont été réalisées sur les campagnes publicitaires et les outils. Cependant, à la fin du 3<sup>ème</sup> trimestre 2023, Cnova a décidé de relancer ses investissements marketing pour stimuler le trafic et la transformation, notamment pour la haute saison (Black Friday, Noël, etc.), à travers des initiatives telles que les investissements sur les réseaux sociaux et le *Search Engine Advertising* (SEA)
- **Les coûts de technologie et de contenu (hors DAP)** se sont élevés à 6,3% du chiffre d'affaires net (-0,9pt vs. 22), en amélioration de 16 M€ par rapport à l'année dernière, principalement impactés par le Plan d'Efficienc e lancé au 2<sup>ème</sup> trimestre 2022, ce qui a permis à Cnova de réduire ses charges de personnel, notamment avec la rationalisation des effectifs des ventes directes tout en renforçant ceux de la Marketplace, en particulier les équipes dédiées à l'accompagnement des vendeurs Marketplace
- **Les frais généraux et administratifs (hors DAP)** ont représenté 3,2% du chiffre d'affaires net (-0,8pt vs. 22). L'année 2022 a été impactée par des éléments exceptionnels positifs. Ajustés de ces impacts, les frais généraux et administratifs s'amélioreraient de 4 M€ vs. 22 (-8,1%) malgré l'inflation, grâce au Plan d'Efficienc e

Par conséquent, **l'EBITDA** a atteint 81 M€, en amélioration de 29 M€ par rapport à l'année dernière, soit 6,8% du chiffre d'affaires net (+3,7pts vs. 22). L'EBITDA après loyers s'est élevé à 50 M€ en 2023, en amélioration de +32 M€ vs. 22, bénéficiant de 3 M€ d'économies supplémentaires sur les loyers grâce à une diminution volontaire des surfaces d'entrepôts.

**Les Dotations aux Amortissements et Provisions (DAP)** se sont élevés à -96 M€ en 2023. Conformément à la norme IFRS 16, les DAP incluent l'amortissement de l'actif représentant le droit d'utilisation de l'actif loué sur la durée du contrat de location. Les DAP ont été impactés par la rationalisation des surfaces d'entrepôts au niveau d'activité, avec des impacts année-pleine prévus en 2024.

**Le résultat opérationnel courant** s'est élevé à -15 M€ en 2023, en amélioration de +31 M€ par rapport à 2022, avec des dépréciations et amortissements en légère décroissance par rapport à l'année dernière.

**Les autres produits et charges opérationnels non-courants** ont atteint -25 M€ en 2023, en détérioration de -20 M€ par rapport à l'année dernière. L'année 2022 a été impactée par des coûts générés par le Plan d'Efficiency et des dépréciations d'actifs partiellement compensés par un gain positif sur la cession des actifs de Floa pour 14 M€. En comparaison, l'année 2023 a été impactée par des coûts de restructuration, notamment des coûts de conciliation, des coûts de transformation et des coûts non récurrents liés à l'optimisation des entrepôts, ainsi que par des dépréciations et des cessions d'actifs, pour un total de -17 M€ et un changement de périmètre pour -5 M€.

**Le résultat financier** s'est élevé à -58 M€, en amélioration de +15 M€ par rapport à l'année dernière. Cette évolution a été principalement portée par une diminution du taux de prise du paiement en 4X (« 4X » ou « CB4X ») de 46,5% au 1<sup>er</sup> semestre 2022 à 43,9% du GMV au 1<sup>er</sup> semestre 2023 afin de réduire le risque associé au profil des clients, ce qui a permis d'optimiser le coût financier lié à la cession de ces créances à la Banque Floa. L'augmentation de la dette et de son coût ont partiellement réduit l'impact positif du 4X.

**Le résultat net** s'est élevé à -130 M€, se dégradant de -4 M€ par rapport à l'année dernière. Retraité de la variation des impôts différés actifs (IDA) liés aux déficits fiscaux (éléments non-cash au niveau de C-Logistics), le résultat net s'élève à -104 M€, en amélioration de -21 M€ par rapport à l'année dernière, principalement porté par les impacts positifs de l'EBITDA et du résultat financier, partiellement compensés par l'impact négatif des autres charges opérationnelles non-courantes.

Flux de trésorerie disponibles (M€)	2022	2023	Variation vs. 22
<b>EBITDA après loyers</b>	<b>17,5</b>	<b>49,9</b>	<b>+32,4</b>
(-) Dépenses d'investissements	-81,7	-62,3	+19,3
(-) Coûts financiers du CB4X	-46,5	-24,7	+21,8
(+/-) Élément non récurrents	-11,8	-16,1	-4,4
<b>Flux de trésorerie disponibles avant variation du BFR &amp; impôts</b>	<b>-122,5</b>	<b>-53,3</b>	<b>+69,2</b>
(+/-) Variation du besoin en fonds de roulement	13,3	-142,4	-155,8
(-) Impôts décaissés	-2,6	-2,5	+0,1
<b>Flux de trésorerie disponibles<sup>27</sup></b>	<b>-111,7</b>	<b>-198,2</b>	<b>-86,5</b>
<b>Dette financière nette<sup>28</sup></b>	<b>-372,5</b>	<b>-589,4</b>	<b>-216,9</b>
<b>DFN incluant une présentation cohérente de l'affacturage<sup>29</sup></b>	<b>-394,0</b>	<b>-589,4</b>	<b>-195,4</b>

**Les flux de trésorerie disponibles avant variation du besoin en fonds de roulement & impôts** se sont élevés à -53 M€ en 2023 et ont affiché une **amélioration structurelle de la trésorerie de 69 M€** par rapport à 2022, principalement grâce au retournement du modèle économique de Cnova, comme illustré par :

- Une amélioration de la performance opérationnelle, avec un EBITDA après loyers qui s'est élevé à 50 M€ en 2023, en progression de +32 M€ par rapport à 2022 dans un contexte de marché difficile
- Une forte maîtrise des dépenses d'investissements, qui se sont établies à -62 M€ en 2023, en amélioration de +19 M€ par rapport à 2022, grâce notamment aux décisions stratégiques prises depuis 2022 dans le cadre du Plan d'Efficiency qui a pour objectif d'adapter les dépenses d'investissements au niveau d'activité
- Une rationalisation des coûts financiers du CB4X, qui ont atteint -25 M€ en 2023, en amélioration de +22 M€ par rapport à 2022, grâce à l'optimisation du taux de prise du CB4X

<sup>27</sup> Flux de trésorerie disponibles des activités poursuivies avant charges financières

<sup>28</sup> Excluent les engagements de rachat des intérêts minoritaires

<sup>29</sup> Pour cohérence avec 2023, les créances affacturées à La Banque Postale ont été classées dans la dette financière nette de 2022. Cela exclut également les engagements de rachat des intérêts minoritaires

Les éléments de trésorerie exceptionnels se sont établis à -16 M€ en 2023 (-4 M€ vs. 22), principalement liés à des coûts exceptionnels de sortie des entrepôts et au contexte de 2023 (notamment les procédures de conciliation).

**Les flux de trésorerie disponibles** se sont élevés à -198 M€ en 2023, en baisse de -86 M€ par rapport à 2022, principalement en raison de la **variation conjoncturelle du besoin en fonds de roulement** pour -142 M€ (procédures de conciliation), en baisse de -156 M€ par rapport à 2022 et principalement liée à :

- La détérioration des dettes fournisseurs entraînée par la réduction des garanties des assureurs-crédits et les paiements anticipés aux fournisseurs
- La détérioration des créances clients principalement due aux contraintes plus fortes concernant les programmes d'affacturage des créances, y compris la reconsolidation d'un contrat pour -7 M€

Par ailleurs, la variation du besoin en fonds de roulement avait bénéficié en 2022 de la vente des stocks de Géant au groupe Casino et de la cession des actifs de Floa Bank à BNP Paribas.

### **Faits marquants de l'activité**

Le GMV Produit<sup>30</sup> affiche une amélioration séquentielle sur l'année, en baisse de -12,9% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023 par rapport à 2022 (+5,8pts par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2023, +3,3pts par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2023 et +3,4pts par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023) :

- Cette amélioration séquentielle est principalement portée par les catégories High Tech et Maison
- Cnova a entrepris des actions spécifiques en 2023 qui visent à renforcer la fidélité des clients et leur taux de réachat, telles que les cagnottes, la mise en avant des produits reconditionnés, la gamification et les promotions personnalisées, notamment pendant la haute saison (Black Friday, Noël, etc.)

### **Une quote-part Marketplace record avec des tendances positives comparativement au niveau prépandémique :**

- La quote-part de GMV Marketplace a atteint 60,0% en 2023 (+8,5pts vs. 22, +21,5pts vs. 19), ce qui illustre le virage stratégique volontaire de Cnova vers plus de revenus Marketplace
- Face à des conditions de marché difficiles avec des tendances inflationnistes impactant fortement le pouvoir d'achat, le GMV Marketplace a diminué de -2,0% en 2023 par rapport à 2022, mais a progressé par rapport au niveau prépandémique (+11,8% vs. 19)
  - Après avoir réalisé une performance positive au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 (+0,7% de GMV Marketplace vs. 22), la tendance du GMV Marketplace au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023 s'est réalignée sur celle du 2<sup>ème</sup> trimestre (-2,5% vs. 22)
  - Le GMV Marketplace a été porté par les tendances positives sur la téléphonie, notamment grâce aux produits reconditionnés
- Les revenus de la Marketplace (excluant les services d'Advertising aux vendeurs Marketplace) ont atteint 199 M€ en 2023, avec une amélioration significative de la marge contributive de la Marketplace en 2023 par rapport à 2022
- De nombreux partenariats stratégiques avec des vendeurs Marketplace ont été établis au cours de l'année 2023, notamment avec des entreprises spécialisées dans la puériculture, les biens de consommation, les pièces détachées automobiles, les appareils électroménagers, les solutions domotiques, le cyclisme et les trottinettes
- Cnova a également noué un partenariat avec une entreprise dédiée à offrir une seconde vie aux appareils électroniques tels que les trottinettes
- L'extension des références éligibles à la livraison express sur la Marketplace est un levier clé de croissance et de satisfaction client. La quote-part GMV de la livraison express a augmenté de +1,1pt par rapport à 2022, atteignant 52,3% en 2023

<sup>30</sup> Le GMV Produit est égal au GMV des ventes directes combiné au GMV de la Marketplace

- La quote-part GMV Marketplace du **Fulfilment by Cdiscount** s'élève à 38,1% en 2023 (+0,7pt vs. 22)
- **Cdiscount Express Seller**, lancé en 2019 pour les vendeurs en capacité d'offrir la livraison express aux clients CDAV, a couvert 14,2% du GMV Marketplace en 2023, en progression de +0,4pt par rapport à 2022
- Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023, le Black Friday a permis de dynamiser la performance de la Marketplace avec une quote-part de GMV en hausse de +8,5pts pour la Marketplace sur cette période par rapport à la même période l'année dernière, grâce à plus de 100 offres avec des grandes marques et une forte implication des vendeurs Marketplace (+25k offres). Pendant le week-end du Black Friday<sup>31</sup>, Cnova a également développé des offres impliquant des produits reconditionnés

**Le GMV des ventes directes s'améliore progressivement sur l'année**, en baisse de -25,1% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023 par rapport à 2022 (+7,5pts par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2023, +5,7pts par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2023 et +9,9pts par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023) :

En 2023, Cnova a poursuivi la rationalisation de son assortiment de ventes directes et a pris des mesures qui visent à optimiser les stocks pour s'adapter au niveau d'activité :

- Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2023, Cnova s'est concentré sur le déstockage des références qui avaient le taux de rotation des stocks le plus défavorable, dans le cadre du Plan d'Efficiencé qui vise à transiter vers un modèle rentable
- Faisant suite à cette phase de déstockage, Cnova a élargi son assortiment avec des produits rentables. Après deux ans de rationalisation des stocks, Cnova se concentre désormais sur le réapprovisionnement stratégique et l'amélioration continue de la rentabilité des ventes directes

**Le GMV des services B2C<sup>32</sup>** s'est élevé à 150 M€ en 2023 et affiche une croissance solide de +17,6% par rapport à 2022.

Le GMV de *Cdiscount Voyages* a augmenté de +11,7% par rapport à 2022, avec :

- Plus de 200 000 passagers qui ont voyagé avec *Cdiscount Voyages* en 2023 vers des destinations phares telles que : France, Tunisie, Espagne, Maroc ou Grèce, avec la meilleure performance en termes de GMV sur le Maroc (+30,1% vs. 22) et sur la Tunisie (+22,3% vs. 22)
- La croissance de *Cdiscount Voyages* principalement soutenue par les Vols (+14,4% vs. 22), avec de nombreuses offres commerciales avec des compagnies aériennes proposées aux clients, ce qui illustre le renforcement de la confiance des compagnies aériennes envers *Cdiscount Voyages*
- Le lancement d'une initiative commerciale pionnière nommée « *Travel Days* » au 2<sup>ème</sup> trimestre 2023

**Une satisfaction client élevée**, mesurée par le **NPS** qui s'élève à 54 sur 2023, stable par rapport à l'année 2022, ce qui vient récompenser l'attention portée aux clients malgré les contraintes financières.

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023, le NPS s'est établi à 56, en amélioration par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022, sur une période impactée par la haute saison (Black Friday, Noël, etc.), tant pour les ventes directes que pour la Marketplace.

Cnova a poursuivi la **rationalisation et la simplification de ses canaux de vente** (mobile, ordinateurs et applications), ce qui a permis de renforcer l'expérience client et d'améliorer la rentabilité, avec une performance accrue de la monétisation et une réduction des coûts.

<sup>31</sup> Weekend du Black Friday du 23 novembre 2023 au 27 novembre 2023

<sup>32</sup> Hors Cdiscount Energy

Dans un contexte d'inflation et de baisse du pouvoir d'achat, **Cnova continue de développer le paiement en plusieurs fois** :

- Poursuite du déploiement du paiement en 4 fois, qui représente 43,4% du GMV en 2023
- Innovation avec un nouveau partenariat entre Floa et des marques spécifiques comme Apple, Samsung et Sony avec la mise en place d'une solution de paiement en 12 à 36 échéances, avec des options de reprise de l'ancien téléphone ou de renouvellement du téléphone au bout d'un certain nombre de mois. Cette solution a démontré son succès avec, par exemple, 25,5% du GMV généré avec des paiements en 12 échéances ou plus pour les smartphones Apple vendus directement par Cdiscount

**Des algorithmes alimentés par l'intelligence artificielle ont été mis en œuvre tout au long du parcours client** au cours des derniers mois, ce qui renforce significativement la pertinence du moteur de recherche de Cdiscount.com (+3,5pts de taux de clic sur le moteur de recherche au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023 par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022).

A travers ses initiatives d'**Intelligence Artificielle Générative (« IAG »)**, Cnova souhaite **créer plus de valeur, enrichir l'expérience client et améliorer ses processus**.

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

- Reclassification des produits : augmentation d'environ +30% du taux de conversion des produits reclassés par l'IAG
- Amélioration des titres et des descriptifs des produits : à fin décembre 2023, 2,4 millions de produits ont des intitulés et des descriptifs revus par l'IAG
- Enrichissement des caractéristiques des produits : à fin décembre 2023, 1,6 million de produits ont des caractéristiques améliorées par l'IAG

Cnova cherche également à **renforcer l'efficacité de ses processus grâce à l'IAG**, avec plus de 700 employés qui utilisent déjà l'intelligence artificielle :

- Déploiement d'outils d'accompagnement au code pour tous les data scientists et développeurs
- Tests des outils d'intelligence artificielle générative sur tous les métiers et départements

Toutes ces initiatives, combinées aux nombreuses communications externes sur l'IAG, ont permis à Isabelle Serot, directrice Data et Intelligence Artificielle de Cnova, d'obtenir le prix de "*Personnalité Tech de l'année*" décerné par LSA.

**La forte croissance des services d'Advertising est soutenue par les revenus du Retail Media :**

- Les revenus des services d'Advertising ont augmenté de +6,0% en 2023 par rapport à 2022 et ont atteint 75 M€, avec un taux de prise des services d'Advertising sur le GMV de 3,9% en 2023, en hausse de +0,8pt par rapport à 2022
- La croissance des services d'Advertising est principalement soutenue par le Retail Media (+12,9% en 2023 vs. 22)
  - Les vendeurs Marketplace ont affiché une performance solide, avec une croissance de +27,0% en 2023 vs. 22 et une hausse du nombre de vendeurs actifs d'environ +1 400 en 2023 (+34,1% vs. 22)
  - La part du Retail Media dans les revenus d'Advertising a augmenté de +5,0pts et atteint 80,5% en 2023
- **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)** est un élément-clé du développement des services d'Advertising : la part de CARS dans les revenus d'Advertising a augmenté de +5,9pts par rapport à 2022, avec une bonne performance des produits sponsorisés en 2023 (+16,2% vs. 22) et les revenus générés pour 1 000 pages vues en hausse de +41,5% par rapport à 2022

**L'activité B2B d'Octopia affiche des dynamiques positives :**

- Les revenus B2B du Fulfilment-as-a-Service ont augmenté de +35,7% en 2023 par rapport à 2022, avec une marge brute en hausse de +49,9% par rapport à 2022
  - Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023, de nouvelles connectivités avec des plateformes de premier plan telles que Shopify et Prestashop ont été lancées pour attirer des clients supplémentaires
  - En 2023, les solutions de Fulfilment-as-a-Service ont recruté 239 nouveaux utilisateurs (x2 vs. 22)
  - Les colis expédiés en Espagne ont été multipliés par 3,5 en 2023 par rapport à 2022
- Le revenu annuel récurrent des solutions Marketplace-as-a-Service a été multiplié par 2,6 en 2023 par rapport à 2022
  - 7 nouveaux contrats ont été signés en 2023 avec des acteurs majeurs de l'e-commerce au Royaume-Uni (Fruugo), en France (Leboncoin) et dans le reste de l'Europe, ce qui amène à un portefeuille de clients qui est désormais principalement international
  - La base de clients s'est fortement élargie et atteint désormais 33 clients (dont 23 clients sont lancés, en provenance de 11 pays différents)
  - Octopia a réussi la migration de la plateforme Marketplace d'une grande entreprise de distribution en Colombie, qui génère plus de 30 M€ de GMV Marketplace par an

**Les activités de C-Logistics B2B poursuivent leur croissance.** Les revenus de C-Logistics B2B ont été multipliés par 4 en 2023 par rapport à 2022, principalement en lien avec le nombre croissant de colis expédiés pour des clients externes (x4 vs. 22).

Depuis le lancement réussi de sa solution logistique pour une entreprise européenne de vêtements de sport en février 2023, C-Logistics a opéré la gestion de 709k colis pour son nouveau client.

C-Logistics a entrepris des actions pour **rationaliser ses surfaces d'entrepôts afin de s'adapter au niveau d'activité** : depuis janvier 2023, les surfaces ont diminué de 136k m<sup>2</sup> (-25%).

Les enjeux **environnementaux, sociaux et sociétaux** tels que le climat, l'éthique des affaires et le capital humain sont au cœur des activités B2C et B2B de Cnova. Les principales actions et résultats de 2023 sont présentés ci-dessous.

**Les actions de Cnova pour réduire son impact sur le climat :**

- En 2023, Cnova a poursuivi le développement de son programme stratégique dédié aux « *produits plus responsables* » pour accompagner ses clients vers une consommation plus responsable
  - Les actions menées par Cdiscount et Octopia (élargissement de l'assortiment de « *produits plus responsables* », augmentation de la visibilité de cette offre, inclusion de ces produits dans les mécanismes commerciaux) ont permis d'atteindre une quote-part de produits responsables qui représente 17,1% du GMV Produit de Cdiscount en 2023 (+3,9pts par rapport à 2022). Pendant le week-end du Black Friday, cette quote-part a même atteint un nouveau record à 18,7%
  - Pour élargir son assortiment de « *produits plus responsables* », Cnova a continué en 2023 à développer des solutions qui permettent de donner une seconde vie aux produits retournés par les clients de Cdiscount.com. D'une part, Cdiscount a continué à développer sa propre capacité de reconditionnement « *reconditionné par Cdiscount* » dans son entrepôt situé à Cestas (2k smartphones et tablettes traités cette année). D'autre part, de nouveaux partenariats ont été signés avec des experts du reconditionnement tels que Deuzio (jouets), Ecomicro (ordinateurs et produits informatiques) et Envie Pau (trottinettes électriques), ce qui permet de couvrir un éventail plus large de catégories de produits. Ces initiatives contribuent à la fois à réduire les émissions de gaz à effet de serre des produits et à créer des emplois qualifiés en France

- Cnova a également poursuivi ses actions en faveur d'une logistique plus responsable. Les actions ont porté sur :
  - Des collaborations avec les transporteurs pour continuer à réduire les émissions de gaz à effet de serre des livraisons (augmentation de la quote-part des modes de transport alternatifs sur les derniers kilomètres de +24% vs. 22 et hausse du chargement en vrac de +47% vs. 22)
  - La séquestration des émissions résiduelles de gaz à effet de serre grâce à un partenariat renouvelé avec le fonds de dotation « *Plantons pour l'avenir* » qui permet d'atteindre 100% de livraisons et retours neutres en carbone pour Cdiscount.com
  - La participation à des initiatives collaboratives telles que la rédaction d'une AFNOR SPEC "*E-commerce : information aux consommateurs sur l'impact environnemental de leur choix de livraison*", qui vise à définir un cadre commun pour l'affichage environnemental lié au choix du mode de livraison. En parallèle, un premier test a été réalisé au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 sur Cdiscount.com qui vient confirmer l'intérêt des clients pour ce type d'information
  - Cnova a également poursuivi ses investissements pour réduire l'utilisation d'emballages et de matières premières. Par exemple, une machine kraft a été déployée dans l'un des entrepôts de C-Logistics en milieu d'année. Cette stratégie a permis d'avoir plus de 88% de colis ciblés par une action de réduction du vide
- Enfin, Cnova a réduit sa consommation d'énergie de -31% en 2023 par rapport à 2019, dépassant l'engagement qui avait été annoncé en 2022 (-21% d'ici 2023)

Concernant les actions de Cnova pour **garantir des pratiques éthiques sur toute sa chaîne de valeur** :

- Cdiscount, qui avait déjà signé le *Product Safety Pledge* en 2020, a renouvelé son engagement pour la protection des consommateurs et a signé la nouvelle version du *Product Safety Pledge* lors du Sommet Européen de la Consommation organisé par la Commission Européenne
- Dans le cadre de son plan d'action « *devoir de vigilance* », 100% des usines qui fabriquent des produits en marque propre de Cdiscount a été audité
- Cnova a également réalisé une évaluation ESG de ses principaux fournisseurs et vendeurs Marketplace. A la fin de 2023, 50% du GMV était ciblé par l'évaluation

Concernant les actions de Cnova pour **développer le capital humain** :

- Diversité : Cdiscount a été récompensé pour la 5<sup>ème</sup> fois par le Financial Times en tant que *Diversity Leader*
- Parité de genre : 41% des cadres supérieurs sont des femmes et l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes a atteint 0,9%

\*\*\*

***A propos de Cnova N.V.***

*Cnova N.V., leader français du e-commerce, sert 7,5 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](http://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](mailto:investor@cnovagroup.com)

Tel : +33 6 79 74 30 94

**Contact presse :**[directiondelacommunication@cdiscount.com](mailto:directiondelacommunication@cdiscount.com)

Tel: +33 6 18 33 17 86

[cdiscount@vae-solis.com](mailto:cdiscount@vae-solis.com)

Tel: +33 6 17 76 79 71

## Annexes

## Etats financiers consolidés (non audités) de Cnova N.V. de l'année 2023

Compte de résultat consolidé* (M€)	2022	2023
<b>Chiffres d'affaires net</b>	<b>1 652,5</b>	<b>1 196,7</b>
Coût d'achat des marchandises vendues	-1 262,3	-834,5
<b>Marge brute</b>	<b>390,2</b>	<b>362,1</b>
<i>% du chiffre d'affaires net</i>	<i>23,6%</i>	<i>30,3%</i>
<b>Frais d'exploitation</b>	<b>-434,4</b>	<b>-377,1</b>
<i>% du chiffre d'affaires net</i>	<i>-26,3%</i>	<i>-31,5%</i>
Coûts de distribution	-150,8	-126,3
Dépenses marketing	-87,0	-69,3
Coûts de technologie et de contenu	-152,8	-138,6
Frais généraux et administratifs	-43,8	-42,9
<b>Résultat opérationnel courant (ROC)</b>	<b>-44,2</b>	<b>-15,0</b>
<i>% du chiffre d'affaires net</i>	<i>-2,7%</i>	<i>-1,3%</i>
Autres produits et charges opérationnels non-courants	-4,5	-24,7
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-48,7</b>	<b>-39,7</b>
Résultat financier	-72,2	-57,7
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-120,9</b>	<b>-97,4</b>
Charge d'impôt	-5,2	-28,6
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>-126,1</b>	<b>-125,9</b>
Résultat net des activités abandonnées <sup>(1)</sup>	0,8	-3,7
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>-125,3</b>	<b>-129,7</b>
<i>% du chiffre d'affaires net</i>	<i>-7,6%</i>	<i>-10,8%</i>
Part du groupe <sup>(2)</sup>	-125,6	-125,6
Intérêts ne donnant pas le contrôle <sup>(2)</sup>	0,3	-4,1
<b>Résultat net ajusté par action (€)<sup>(3)</sup></b>	<b>-0,36</b>	<b>-0,36</b>

\*Représenté pour tenir compte de la reclassification des éléments financiers de CchezVous et Carya en activités abandonnées

- 1) Conformément à la norme IFRS 5 (actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le résultat net des entités Haltæ, Carya et CchezVous est reporté sous la rubrique « Résultat net des activités abandonnées » pour les exercices clos au 31 décembre 2022 et 31 décembre 2023
- 2) Ces lignes tiennent compte des activités abandonnées
- 3) 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

<b>Bilan consolidé</b> (M€)	2022 Fin décembre	2023 Fin décembre
<b>ACTIFS</b>		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	13,7	11,0
Créances clients	83,0	92,7
Stocks	145,9	100,5
Créances d'impôts courants	2,9	1,8
Autres actifs courants	319,2	149,8
<b>Total actifs courants</b>	<b>564,6</b>	<b>355,9</b>
Autres actifs non courants	12,6	7,1
Impôts différés actifs	42,2	15,0
Droit d'utilisation	115,8	71,4
Immobilisations corporelles	19,1	16,4
Immobilisations incorporelles	233,2	208,4
Ecart d'acquisition	60,7	60,7
<b>Total actifs non courants</b>	<b>483,7</b>	<b>379,1</b>
<b>Actifs détenus en vue de la vente</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL ACTIFS</b>	<b>1 048,3</b>	<b>735,0</b>
<b>PASSIF</b>		
Provisions courantes	9,1	4,5
Dettes fournisseurs	428,9	256,8
Passif financier courant	127,9	183,6
Dettes de loyers courantes	35,8	31,0
Dettes d'impôts exigibles	67,0	55,3
Autres passifs courants	210,5	206,2
<b>Total passifs courants</b>	<b>879,2</b>	<b>737,3</b>
Provisions non courantes	6,0	6,8
Passif financier non-courant	414,5	416,9
Dettes de loyers non courantes	105,3	64,4
Impôts différés passifs	18,1	16,1
Autres dettes non courantes	1,3	0,1
<b>Total passifs non courants</b>	<b>545,2</b>	<b>504,3</b>
Capital social	17,3	17,3
Réserves consolidées	(465,2)	(591,6)
<b>Capitaux propres part du groupe</b>	<b>(448,0)</b>	<b>(574,4)</b>
<b>Intérêts ne donnant pas le contrôle</b>	<b>71,8</b>	<b>67,8</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>(376,1)</b>	<b>(506,6)</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>1 048,3</b>	<b>735,0</b>

<b>Tableau de flux de trésorerie</b> (M€)	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Résultat net des activités poursuivies part du groupe	(125,8)	(121,9)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	(0,3)	(4,1)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>(126,1)</b>	<b>(125,9)</b>
Dotations aux amortissements et provisions	97,0	96,2
Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courants et dépréciations d'actifs	(13,4)	15,8
Autres éléments non cash	3,4	(1,1)
Résultat financier	72,2	57,7
Charges / (produits) d'impôts y compris différés	5,2	28,6
Impôts versés	(2,5)	(2,5)
<b>Variation du besoin en fonds de roulement (BFR)</b>	<b>11,0</b>	<b>(147,3)</b>
<i>Stocks</i>	<i>156,7</i>	<i>45,2</i>
<i>Dettes fournisseurs</i>	<i>(201,5)</i>	<i>(170,0)</i>
<i>Créances clients</i>	<i>77,8</i>	<i>(19,1)</i>
<i>Autres éléments</i>	<i>(22,0)</i>	<i>(3,4)</i>
<b>Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies</b>	<b>46,9</b>	<b>(78,6)</b>
<b>Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées</b>	<b>8,6</b>	<b>(3,7)</b>
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	(80,9)	(62,2)
Acquisition d'actifs financiers non courants	(0,2)	(0,1)
Produits de cession d'actifs corporels, incorporels et financiers non courants	22,6	3,1
Décaissements / encaissements liés aux cessions / acquisitions de filiales	58,2	7,1
Paiements des prêts accordés (y compris aux parties liées)	(153,4)	155,2
<b>Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités poursuivies</b>	<b>(155,4)</b>	<b>103,1</b>
<b>Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités abandonnées</b>	<b>16,0</b>	<b>1,7</b>
Dividendes payés aux intérêts minoritaires	0,0	-
Produits des prêts reçus	-	45,4
Augmentation des emprunts et dettes financières	170,0	7,0
Remboursement des emprunts et dettes financières	(58,4)	(0,2)
Remboursement des dettes de location	(27,8)	(26,5)
Intérêts payés sur les dettes de location	(7,8)	(7,1)
Intérêts financiers nets versés	(57,0)	(43,7)
<b>Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités poursuivies</b>	<b>18,9</b>	<b>(25,2)</b>
<b>Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités abandonnées</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(1,1)</b>
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie	0,0	0,0
<b>Variation de trésorerie (activités poursuivies)</b>	<b>(86,4)</b>	<b>(0,7)</b>
<b>Variation de trésorerie (activités abandonnées)</b>	<b>15,0</b>	<b>(3,1)</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie - Ouverture</b>	<b>17,1</b>	<b>(54,3)</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie - Clôture</b>	<b>(54,3)</b>	<b>(58,1)</b>