

## **Forte croissance de l'activité et résultats solides au 1<sup>er</sup> semestre 2021 dans un contexte de poursuite des restrictions sanitaires**

### **Premiers succès du plan stratégique Everyday**

**Révision à la hausse des guidances 2021 de chiffre d'affaires attendu en croissance de près de +5%<sup>1</sup> par rapport à 2020 et de résultat opérationnel courant attendu entre 260 et 270M€**

- Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2021 à 3 465M€, en hausse de +21,3% en données comparables<sup>1</sup>, dans un contexte de poursuite des restrictions sanitaires pénalisant les conditions d'exploitation des enseignes du Groupe
- Poursuite de la croissance du digital sur le semestre qui représente près de 28% des ventes du Groupe, portée par le gain de 2 millions de nouveaux clients actifs web sur la période
- Taux de marge brute à 29,7%, en hausse de +10 points de base par rapport à l'année dernière, et de +65 points de base, hors impact de la billetterie et de la franchise
- Résultat opérationnel courant à 34M€, en croissance de +92M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020, et de +2M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2019, à périmètre comparable<sup>2</sup>
- Résultat net part du Groupe de l'ensemble consolidé à 17M€, en croissance de +136M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020
- Mise en œuvre du plan stratégique Everyday avec notamment le lancement des nouvelles offres Darty Max et la signature du partenariat avec Manor en Suisse
- Renforcement de la structure financière du Groupe avec un profil de maturité allongé, des sources de financement diversifiées et un coût optimisé

**Enrique Martinez, Directeur général de Fnac Darty, a déclaré :** « Nous sommes très satisfaits des résultats solides enregistrés au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2021, portés par la forte dynamique commerciale de nos marchés. Malgré la poursuite des restrictions sanitaires dans nos différents pays d'implantation, le Groupe a pu s'appuyer sur la force de son modèle omnicanal à travers la puissance de ses magasins et la pertinence de son offre digitale, qui représente près de 28% de l'activité du semestre. Dans ce contexte, qui reste toujours incertain, le Groupe prouve sa capacité à retrouver un niveau de rentabilité, dès ce semestre, supérieur à celui du 1<sup>er</sup> semestre 2019, ce qui le rend confiant pour relever les défis à venir et atteindre, sur l'année, une croissance de chiffre d'affaires de près de +5% par rapport à 2020 et un résultat opérationnel courant compris entre 260 et 270 millions d'euros. Enfin, nous sommes fiers des premiers succès dans le déploiement du plan stratégique Everyday, avec notamment le lancement des 3 nouvelles offres Darty Max et le déploiement du partenariat avec Manor en Suisse, et nous poursuivrons nos efforts sur le reste de l'année, autour du conseil, de la durabilité et des services. »

<sup>1</sup> Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins.

<sup>2</sup> Incluant Nature & Découvertes en année pleine et hors BCC.

## CHIFFRES CLÉS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2021

(en millions d'euros)

	S1 2021	S1 2020	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>3 464,7</b>	<b>2 849,0</b>	<b>21,6%</b>
<i>Var. comparable<sup>1</sup></i>			<i>21,3%</i>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>34,1</b>	<b>-57,6</b>	<b>91,7</b>
<b>Résultat net part du Groupe de l'ensemble consolidé</b>	<b>17,2</b>	<b>-118,3</b>	<b>135,5</b>

## FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2021

Fnac Darty enregistre un **chiffre d'affaires** de 3 465M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021, en progression de +21,6% en données publiées et de +21,3% en données comparables<sup>1</sup> par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020 portée à la fois par une hausse des volumes et du panier moyen. Cette solide croissance repose sur la poursuite de la hausse des ventes en ligne à +7,1%<sup>1</sup>, malgré un effet de base de comparaison très élevé l'année dernière pendant le 1<sup>er</sup> confinement, et sur la solide dynamique enregistrée en magasins de +27,8%<sup>1</sup>, malgré des conditions d'exploitation encore pénalisées par la poursuite des restrictions sanitaires sur le semestre. Ainsi, en France, après la fermeture des centres commerciaux et commerces de plus de 20 000 m<sup>2</sup> puis de plus de 10 000 m<sup>2</sup> et l'instauration d'un couvre-feu en début d'année, un troisième confinement national a été mis en place du 3 avril au 18 mai inclus, entraînant la fermeture de plusieurs magasins du Groupe. En Belgique, le Gouvernement a, quant à lui, imposé un confinement strict du 27 mars au 11 mai inclus, entraînant la fermeture des commerces non essentiels, sans impact majeur pour les enseignes du Groupe. En Suisse, les magasins ont été fermés pendant un mois et demi à compter du 18 janvier. Enfin, en Péninsule Ibérique, des confinements régionaux ont été imposés avec le maintien des limitations de trafic, des restrictions horaires dans certains magasins et des fermetures pour les magasins des centres commerciaux.

La **marge brute**, sur le semestre, atteint 1 029M€ d'euros, en croissance par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020. Le taux de marge brute reste à un niveau élevé à 29,7%, en hausse de +10 points de base par rapport à l'année dernière, et de +65 points de base hors impact de la billetterie et de la franchise. Ainsi, la baisse des ventes de la billetterie au 1<sup>er</sup> semestre 2021 engendrée par les mesures gouvernementales imposées à l'industrie du spectacle en comparaison avec un début d'année 2020 non impacté par ces mesures, ainsi que le recul de l'activité de Nature & Découvertes lié à la fermeture des magasins de l'enseigne pendant plusieurs semaines ont impacté négativement le taux de marge brute du Groupe sur le semestre. Par ailleurs, la forte activité de la franchise à +63% sur le semestre a également eu un impact technique dilutif sur la marge brute. Ces effets ont été plus que compensés par un mix produits plus favorable et par une bonne performance des services dans un contexte où moins de magasins ont été fermés par rapport au premier semestre 2020.

La bonne maîtrise des **coûts opérationnels** au cours du semestre permet au Groupe d'afficher une baisse significative des coûts exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires de 300 points de base à 28,7%, malgré une légère hausse des coûts logistiques de près de 3M€, engendrée par davantage de livraisons à domicile réalisées sur la période, en lien avec la hausse des ventes en ligne.

L'**EBITDA** s'établit à 210M€, dont 125M€ liés à l'application de la norme IFRS 16, en hausse de +92M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020.

<sup>1</sup> Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins.

Le **résultat opérationnel courant** s'élève à 34M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021, en hausse de 92M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020. Le résultat opérationnel courant du semestre est également supérieur à celui du 1<sup>er</sup> semestre 2019 qui était de 32M€, à périmètre comparable<sup>1</sup>, et ce malgré la billetterie et l'activité en Péninsule Ibérique encore très impactées par la crise. Le taux de marge opérationnelle courante du 1<sup>er</sup> semestre 2021 est en ligne avec celui du 1<sup>er</sup> semestre 2019, à périmètre comparable<sup>4</sup>.

Après prise en compte des éléments non récurrents, des frais financiers de 25M€ et d'une charge d'impôt de 9M€, le **résultat net part du Groupe des activités poursuivies** du 1<sup>er</sup> semestre 2021 affiche une croissance de +77M€ à 0,5M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021. Le résultat net part du Groupe de l'ensemble consolidé est en croissance de +136M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020 à 17M€.

Le **cash-flow libre opérationnel**, hors IFRS 16, s'établit à -577M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2021, en retrait sur un an lié principalement à la variation défavorable du besoin en fonds de roulement engendrée notamment par la nécessaire reconstitution des stocks suite à la forte dynamique des ventes au cours du dernier trimestre 2020 qui s'est poursuivie au 1<sup>er</sup> semestre 2021, et l'anticipation d'achats de marchandises dans un contexte de pénurie de certains composants essentiels à la fabrication de produits vendus par le Groupe. A fin juin 2021, le niveau de stocks du Groupe est globalement en ligne avec celui de fin juin 2019.

## DÉPLOIEMENT DES AMBITIONS DU PLAN STRATÉGIQUE EVERYDAY

Le 23 février dernier, Fnac Darty a dévoilé son plan stratégique Everyday avec l'ambition d'être, au quotidien et dans la durée, l'allié incontournable des consommateurs pour les accompagner dans une consommation durable et dans les usages quotidiens de leur foyer.

La mise en œuvre d'Everyday repose sur 3 ambitions, à horizon 2025 :

- Incarner les nouveaux standards du retail omnicanal gagnant de demain, à la fois digitalisé et humain ;
- Accompagner les consommateurs dans l'adoption de comportements durables ;
- Déployer le service de référence d'assistance du foyer par abonnement.

### Incarner les nouveaux standards du retail omnicanal gagnant de demain, à la fois digitalisé et humain

Au cours du semestre, Fnac Darty a initié le déploiement de ces ambitions en poursuivant tout d'abord le renforcement de la **plateforme omnicanale** et de **l'offre de produits** du Groupe.

Les activités e-commerce représentent près de 28% du chiffre d'affaires du Groupe et affichent une croissance ce semestre à +7% malgré un effet de base de comparaison très élevé et une intensité concurrentielle plus forte. La dynamique de gain de nouveaux clients web s'est poursuivie sur le semestre avec plus de 2 millions de nouveaux clients actifs web conquis sur la période. Pour rappel, le Groupe ambitionne d'atteindre, à horizon 2025, au moins 30% du chiffre d'affaires du Groupe sur le web.

Le Groupe démontre ainsi la complémentarité de ses magasins et de ses plateformes digitales et la pertinence de son modèle omnicanal. A ce titre, que ce soit pour l'enseigne Darty ou Fnac en France, la part des clients qui ont été actifs<sup>2</sup> à la fois sur les deux canaux, web et magasins, est en progression de +4 points sur un an à fin juin 2021. De plus, la part des clients ayant été actifs<sup>5</sup> dans les deux enseignes Fnac et Darty s'élève à près de 35%, en progression de +4 points sur un an. Au global, le volume de clients actifs<sup>5</sup> à fin juin 2021 est en progression de +7% sur un an.

<sup>1</sup> Incluant Nature & Découvertes en année pleine et hors BCC.

<sup>2</sup> Clients ayant réalisé au moins 2 achats sur les 12 derniers mois glissants.

Afin d'accompagner le comportement d'achat des consommateurs tourné de plus en plus vers le digital et dans sa logique d'amélioration en continu de l'expérience client, le Groupe a conclu un partenariat avec la start-up française Glaze pour mettre en place un nouvel outil web merchandising permettant de mieux informer les clients et de mieux les guider dans leurs actes d'achat en simplifiant l'accès à des suggestions additionnelles en lien avec le produit sélectionné directement visibles sur les pages des sites Fnac.com et Darty.com. Ainsi, en sus des *liveshopping*, *livestreaming* et de la visio vendeur déployée par le Groupe dans les deux enseignes au cours du semestre pour apporter l'expertise de nos 12 000 vendeurs sur les plateformes e-commerce, ce nouvel outil agit en faveur d'une expérience web toujours plus immersive et efficace et permet de transposer le bénéfice du conseil en magasin dans la sphère digitale. Le Groupe a également renforcé son offre de contenu streaming via un partenariat avec BrutX donnant ainsi la possibilité aux clients Fnac Darty de découvrir gratuitement le streaming nouvelle génération et innovant proposé par Brut. Enfin, le Groupe a continué de simplifier son parcours clients en lançant le service click & collect assuré par un vendeur dans tous les magasins Darty intégrés et en test dans quelques magasins intégrés Fnac avec un objectif de déploiement à l'ensemble des magasins dans les prochains mois.

Par ailleurs, la dynamique de click & collect est restée soutenue grâce au maillage territorial dense du Groupe. Fnac Darty a ainsi poursuivi son rythme d'expansion au cours du semestre avec l'ouverture de 18 nouveaux magasins, dont 15 franchises. Le parc compte désormais 923 magasins, dont 359 franchises à fin juin. Enfin, la phase de test initiée fin 2020 pour le déploiement de 4 shop-in-shops Fnac au sein de magasins Manor en Suisse, a confirmé la faisabilité opérationnelle et la pertinence d'une mise en œuvre à plus grande échelle, créatrice de valeur pour les clients des deux enseignes. Par conséquent, un accord de partenariat a récemment été conclu avec, au total, le déploiement de 27 shop-in-shops Fnac au sein de Manor d'ici le premier semestre 2022, permettant de renforcer significativement la présence de la marque Fnac dans l'ensemble des régions de la Suisse. Avec ce partenariat, Fnac Darty vise un chiffre d'affaires additionnel d'au moins 100M€ en année pleine, sans impact significatif sur l'objectif de cash-flow libre<sup>1</sup> du Groupe attendu à environ 500M€ sur la période 2021-2023, en dépit des investissements liés au déploiement du partenariat.

En parallèle, la diversification de l'offre produits s'est renforcée ce semestre avec une nouvelle croissance à deux chiffres des segments Mobilité Urbaine, Maison & Design et Jeux & Jouets. A ce titre, Fnac Darty a continué de renforcer son offre de mobilité urbaine en signant un partenariat avec la startup française ZEWAY, pour distribuer en magasins et sur les plateformes e-commerce du Groupe, swapperOne, le premier scooter à batterie rechargeable en 50 secondes grâce à un échange de batterie dans des stations partout à Paris et sa proche banlieue. De plus, le déploiement de son offre Darty Cuisine s'est également poursuivi au cours du semestre avec l'ouverture de 11 nouveaux espaces de vente, 4 en propre et 7 sous le format franchise. A fin juin 2021, le Groupe dispose ainsi de plus de 180 points de ventes Cuisine, dont 19 magasins exclusivement dédiés à cette offre.

## **Accompagner les consommateurs dans l'adoption de comportements durables**

Le Groupe a également continué ses actions autour de **l'allongement de la durée de vie des produits**. L'expansion de WeFix s'est poursuivie, malgré les conditions opérationnelles difficiles imposées par la poursuite des restrictions sanitaires, avec l'ouverture de 16 nouveaux points de vente, ce qui porte le nombre total de points de vente à plus de 130 à fin juin 2021. A noter que les activités de vente de produits reconditionnés et d'accessoires ont progressé dans un contexte où le trafic en magasins a été pénalisé par la crise actuelle. Par ailleurs, WeFix a continué à déployer la solution de protection d'écran X-Force, élue produit de l'année 2021<sup>2</sup> et a poursuivi son partenariat avec Bouygues Telecom afin d'assurer la réparation des téléphones de ses abonnés.

---

<sup>1</sup> Hors IFRS 16.

<sup>2</sup> Étude et test réalisés sur XFORCE Antibactérien par Nielsen/treets sur un total de plus de 15 000 consommateurs en France, fin 2020 - poyfrance.com.

Enfin, l'enseigne s'est associée à OPPO, marque leader sur le marché des smartphones et des objets connectés, pour devenir réparateur autorisé OPPO, lui permettant ainsi de disposer d'un accès aux pièces détachées officielles de la marque. En parallèle, le Groupe poursuit son plan de recrutement de 500 techniciens comme prévu et la formation de ses futurs collaborateurs dédiés à la réparation d'appareils électroménagers à domicile au travers de l'ouverture de 7 classes de formation dans plusieurs villes de France et ambitionne d'atteindre 13 classes ouvertes d'ici fin 2021. Ces différents développements renforcent l'engagement du Groupe en faveur d'une consommation plus responsable et contribuent à l'objectif de 2,5 millions de produits réparés par an à horizon 2025 (soit +50% par rapport à 2019).

Soucieux d'agir sur tous les piliers de l'économie circulaire, le Groupe œuvre également pour faciliter le réemploi des produits et a lancé ce semestre un service de reprise des Playstation 4, permettant aux clients ou non de la Fnac de déposer leurs anciennes consoles et leurs manettes, encore fonctionnelles. De plus, en tant que leader de la distribution de produits culturels, la Fnac a étendu son partenariat avec la start-up française La Bourse aux Livres pour proposer, dans tous les magasins Fnac en France, un service rapide et efficace de reprises de livres afin de leur donner une seconde vie. Ces services de reprise viennent enrichir l'offre de seconde vie du Groupe dont l'ambition est d'intégrer 100 % des produits neufs « non vendables » dans une filière de Seconde Vie d'ici 2025.

Enfin, en complément de l'accent mis sur l'allongement de la durée de vie des produits, le groupe poursuit ses actions dans les autres domaines liés à la responsabilité sociale et environnementale. A ce titre, Fnac Darty a réaffirmé son engagement pour le climat en rejoignant récemment l'initiative Ambition 4 Climate qui illustre l'engagement concret des grandes entreprises dans la lutte contre le changement climatique en présentant des projets variés de réduction de l'empreinte carbone. Le Groupe y décrit sa politique d'achat d'énergie renouvelable, un de ses axes prioritaires pour atteindre son objectif de réduction de 50% de ses émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030<sup>1</sup>. Et, pour la troisième fois consécutive, Nature & Découvertes a obtenu la certification B Corp, témoignant de son engagement continu auprès de ses clients pour les accompagner dans un mode de vie durable.

## **Déployer le service de référence d'assistance du foyer par abonnement**

Fnac Darty accélère dans les **services** en étendant son offre unique de service de réparation par abonnement, Darty Max, à de nouvelles catégories de produits : le petit électroménager, la TV home cinéma, le Son, la Photo et le Multimédia<sup>2</sup>. Ainsi, 3 offres distinctes, Darty Max Essentiel à 9,99€ TTC par mois, Darty Max Evolution à 14,99€ TTC par mois et Darty Max Intégral à 19,99€ TTC par mois sont désormais proposées aux clients. Ces offres complémentaires visent à mieux répondre aux attentes des clients en matière de réparation et permettent de couvrir tout l'univers de la maison, avec pour ambition d'atteindre au moins 2 millions d'abonnés Darty Max à horizon 2025.

---

<sup>1</sup> Par rapport au niveau de 2019.

<sup>2</sup> La quasi-totalité des produits couverts par des extensions de garantie sont éligibles à Darty Max. Les smartphones, mais aussi les drones, les produits de mobilité urbaine, les consoles de jeu, les montres et bracelets connectés, les cadres photos numérique, les liseuses, les disques durs réseaux, NAS, les imprimantes 3D, les casque VR, les appareils photos argentiques, les baladeurs radios, les baladeurs minidisc, les baladeur CD, ne sont pas pris en compte par Darty Max.

# FNAC DARTY

	Essentiel 9,99€/mois	Évolution 14,99€/mois	Intégral 19,99€/mois
<b>Darty MAX</b> Prix TTC			
Gros électroménager	●	●	●
Petit électroménager		●	●
TV, Son		●	●
Photo			●
Multimédia			●

Le Groupe s'appuiera également sur des partenariats BtoB pour atteindre cet objectif. Ainsi, au cours du semestre, un premier accord de distribution a été conclu avec Sofinco, filiale spécialisée en crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A, permettant de déployer à plus grande échelle Darty Max en s'appuyant sur l'expertise et la base clients du spécialiste. Cet accord s'accompagne également du déploiement d'une offre commune d'accès privilégié aux produits et services durables, à travers une offre de crédit allant même jusqu'au crédit gratuit sur les produits labellisés "Le choix durable".

Au travers du déploiement de Darty Max, le Groupe confirme sa position de leader des solutions de services d'assistance du foyer, et renforce son engagement en faveur de l'allongement de la durée de vie des produits, tout en fortifiant une relation de confiance avec ses clients en les accompagnant dans une démarche durable de réparation de leurs appareils.

## PERFORMANCES OPÉRATIONNELLES ET RÉSULTATS PAR SEGMENT

Au deuxième trimestre 2021, le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 1 647M€, en hausse de +21,2% en données publiées et +20,7% à données comparables<sup>1</sup> par rapport à l'année dernière. Le trimestre a été marqué par la poursuite des restrictions sanitaires avec la mise en place d'un nouveau confinement en France et en Belgique, ainsi que des confinements régionaux en Péninsule Ibérique, entraînant la fermeture de plusieurs magasins du Groupe. Cependant, la solide dynamique des ventes a été portée principalement par la croissance des ventes en magasins dans l'ensemble des régions ainsi que la bonne résistance des ventes en ligne malgré un effet de base de comparaison très élevé.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2021, le chiffre d'affaires s'établit à 3 465M€, en hausse de +21,3% à données comparables<sup>1</sup> par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020, porté par l'ensemble des régions et des catégories de produits. Les services sont en croissance sur le semestre malgré les restrictions sanitaires ayant continué à impacter le trafic en magasins, alors que les activités de billetterie restent en fort recul.

**En France et Suisse**, le chiffre d'affaires affiche une hausse de +20,5% à données comparables<sup>1</sup> sur le 2<sup>ème</sup> trimestre et de +22,6% sur le 1<sup>er</sup> semestre, porté par la quasi-totalité des catégories de produits. Ainsi, la zone a enregistré une solide croissance des catégories d'électroménager, à l'exception des climatiseurs, les pays ayant moins subi de vagues de chaleur par rapport à l'année dernière. Les produits techniques continuent d'afficher une forte croissance dans l'ensemble des catégories dont les biens d'équipement informatique liée à la poursuite du télétravail et la télévision tirée notamment par le championnat d'Europe de football. Enfin, les produits éditoriaux sont en forte croissance portée par le livre, le gaming et l'audio. Cette catégorie a notamment bénéficié de la possibilité donnée à tous les jeunes âgés de 18 ans de pouvoir utiliser leur cagnotte Pass culture pour l'achat de livres, produits audio, vidéo ou spectacles dans tous les magasins Fnac en France. En parallèle, les services affichent une bonne dynamique malgré la poursuite des restrictions sanitaires et l'arrêt des ventes dans le segment de la billetterie, en lien avec la poursuite des mesures gouvernementales d'interdiction de rassemblement. Les catégories de diversification affichent également une forte croissance tirée principalement par les segments mobilité urbaine et maison & design. Par ailleurs, la franchise affiche une solide

<sup>1</sup> Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins.

dynamique au cours du semestre à +63% par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020. A l'inverse, Nature & Découvertes affiche un recul de ses ventes, fortement pénalisées par les mesures sanitaires ayant entraîné davantage de jours de fermeture de magasins ce semestre que l'année dernière.

Au cours du semestre, le résultat opérationnel courant de la zone est en hausse à 33M€, contre -46M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2020, du fait de la solide dynamique du chiffre d'affaires et d'une bonne maîtrise des coûts commerciaux et dépenses opérationnelles.

**En Péninsule Ibérique**, le chiffre d'affaires est en forte croissance de +39,6% à données comparables<sup>1</sup> sur le 2<sup>ème</sup> trimestre et de +18,2% sur le 1<sup>er</sup> semestre malgré la poursuite des restrictions sanitaires. La zone bénéficie d'un effet de base de comparaison favorable suite à une fin de confinement plus tardive en 2020, la dynamique des magasins tirant la performance de la zone. La solide croissance a été portée par l'ensemble des catégories de produits dans les deux pays et principalement le livre, le gaming, la téléphonie, la photo, le son et la télévision. L'informatique affiche quant à lui une croissance plus normative compte tenu de l'effet de base très élevé. Enfin, les services affichent une solide croissance sur le trimestre.

Le résultat opérationnel courant de la zone s'établit à -4M€, contre -13M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2020. Malgré une bonne dynamique des ventes sur le semestre tant en Espagne qu'au Portugal engendrée par une solide exécution commerciale, la zone continue d'être impactée par un environnement macroéconomique pénalisé par la crise sanitaire et une intensité concurrentielle plus forte.

**Dans la zone Belgique et Luxembourg**, les ventes affichent une croissance de +8,3% au 2<sup>ème</sup> trimestre et de +12,6% sur le 1<sup>er</sup> semestre à données comparables<sup>1</sup>. La bonne dynamique des ventes de produits techniques, d'électroménager et de livres a permis à la zone d'afficher une bonne croissance malgré la prise de rendez-vous nécessaire pour effectuer des achats dans les magasins Vanden Borre.

La qualité de l'exécution opérationnelle permet à la zone Belgique et Luxembourg d'afficher une croissance de son résultat opérationnel courant de +5M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2020, à 6M€.

## STRUCTURE FINANCIÈRE

**L'endettement financier net** hors IFRS 16 du Groupe s'élève à 454M€ au 30 juin 2021.

La variation de l'endettement financier résulte principalement du cash-flow libre opérationnel hors IFRS 16 négatif à -577M€, qui provient essentiellement de la variation défavorable du besoin en fonds de roulement résultant notamment de la reconstitution des stocks en conséquence de la forte dynamique des ventes au cours du dernier trimestre 2020 qui s'est poursuivie au 1<sup>er</sup> semestre 2021, et l'anticipation d'achats de marchandises dans un contexte de pénurie de certains composants essentiels à la fabrication de produits vendus par le Groupe. A fin juin 2021, le niveau de stocks du Groupe est globalement en ligne avec celui de fin juin 2019.

Au 30 juin 2021, la position de liquidité s'élève à 479M€, à laquelle s'ajoute une ligne de crédit RCF de 500M€, non tirée à date. Au cours du semestre, Fnac Darty a mis en place une nouvelle structure de financement lui permettant de renforcer sa flexibilité financière avec un profil de maturité allongé et des sources de financement diversifiées, et de continuer à optimiser le coût moyen de sa dette, en ligne avec les objectifs de génération récurrente de cash-flow libre du plan stratégique Everyday.

---

<sup>1</sup> En données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins.

Fnac Darty a ainsi :

- remboursé l'intégralité du Prêt Garanti par l'Etat (PGE) d'un montant de 500M€,
- réussi le placement d'une OCEANE, à échéance 2027, pour un montant de 200M€ et enfin,
- étendu la ligne de crédit RCF à 500M€ de maturité maximale en 2028 avec une composante RSE<sup>1</sup>, et remboursé le Senior Term Loan Facility de 200M€ venant à échéance en avril 2023.

Par ailleurs, le Groupe est noté par les agences de notation S&P Global, Scope Ratings et Moody's. En mars 2021, les agences de notation S&P et Moody's ont toutes deux relevé leurs perspectives de « négative » à « stable » associées à leurs notes de crédit Fnac Darty respectives 'BB' et 'Ba2'. Enfin, en mai 2021, Scope Ratings a confirmé la note de crédit de Fnac Darty à BBB- et a relevé sa perspective de « under review » à « stable ». Et, au 30 juin 2021, l'ensemble des covenants financiers semestriels sont respectés.

Enfin, le Groupe a réactivé sa politique de retour aux actionnaires avec le versement d'un premier dividende ordinaire de 1,00€ par action<sup>2</sup>, payé en numéraire le 7 juillet dernier. Conformément à son plan stratégique Everyday et en lien avec les objectifs de génération de cash-flow libre opérationnel<sup>3</sup>, Fnac Darty ambitionne d'augmenter ce montant dès l'année prochaine.

## CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Le Groupe est très satisfait des performances solides du 1<sup>er</sup> semestre 2021.

Courant mai, les magasins du Groupe ont rouvert dans l'ensemble des pays avec toutefois des restrictions en termes d'horaires toujours en vigueur en Péninsule Ibérique compte tenu d'un contexte sanitaire qui reste incertain. Par ailleurs, et suite aux dernières annonces du Gouvernement français, les conditions d'accès aux centres commerciaux de plus de 20 000 m<sup>2</sup> pourraient évoluer et affecter, en conséquence, les conditions d'exploitation d'une partie des magasins du Groupe. Enfin, comme anticipé, l'activité de Billetterie reprend très progressivement avec un retour à la normale envisagé au début de l'année 2022, et la reprise de l'activité économique en Péninsule Ibérique est plus lente que dans les autres pays où le Groupe est présent, par rapport au niveau pré-crise.

Par conséquent, Fnac Darty reste confiant mais prudent sur la performance de ses marchés au 2<sup>ème</sup> semestre et restera focalisé sur son exécution commerciale pour réussir pleinement les grands rendez-vous commerciaux du second semestre, ainsi que sur la maîtrise des coûts et la génération de cash-flow en ligne avec les objectifs du plan Everyday.

C'est pourquoi, avec un début d'année encourageant mais dans un contexte sanitaire toujours incertain, et sous réserve d'absence de nouvelle période prolongée de fermeture de magasins, **le Groupe revoit à la hausse ses perspectives 2021 de chiffre d'affaires attendu en croissance de près de 5%<sup>4</sup> par rapport à 2020 et de résultat opérationnel courant attendu entre 260 et 270M€, soit un niveau équivalent au résultat opérationnel courant pro-forma<sup>5</sup> 2019, hors billetterie.**

<sup>1</sup> En cohérence avec les objectifs stratégiques du plan stratégique Everyday, cette nouvelle facilité de crédit intègre une composante RSE qui permettra au Groupe d'améliorer ses conditions de financement si les objectifs fixés sont atteints.

<sup>2</sup> Approuvé lors de l'Assemblée générale du 27 mai 2021.

<sup>3</sup> Cash-flow libre opérationnel hors IFRS16 cumulé d'environ 500M€ sur la période 2021-2023 et d'au moins 240M€ en rythme annuel à partir de 2025.

<sup>4</sup> En données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins.

<sup>5</sup> Incluant Nature & Découvertes en année pleine et hors BCC.

## PRÉSENTATION DES RÉSULTATS SEMESTRIELS 2021

**Enrique Martinez, Directeur général et Jean-Briec Le Tinier, Directeur financier**, animeront une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 29 juillet 2021 à 18h30 (heure continentale) ; 5:30p.m. (UK) ; 12:30p.m. (East Coast USA).

Une retransmission en direct de la présentation des résultats semestriels 2021 sera disponible en cliquant [ici](#).

Un service de réécoute sera également disponible sur le site internet du Groupe.

La présentation sera disponible avant le démarrage de la conférence téléphonique sur le site internet du Groupe, rubrique Investisseurs.

Par ailleurs, Fnac Darty publie également aujourd'hui, le 29 juillet, son rapport semestriel sur son site internet, rubrique Investisseurs.

### **Coordonnées de la conférence téléphonique :**

France : +33 1 70 71 01 59 – code d'accès : 79030138#

International - code d'accès : 12673265#

Allemagne : +49 69 222 225 429

Royaume-Uni : +44 207 1943 759

Etats-Unis : +1 646 722 4916

## CONTACTS

ANALYSTES / INVESTISSEURS	Stéphanie Laval	<a href="mailto:stephanie.laval@fnacdarty.com">stephanie.laval@fnacdarty.com</a> +33 (0)1 55 21 52 53
	Marina Louvard	<a href="mailto:marina.louvard@fnacdarty.com">marina.louvard@fnacdarty.com</a> +33 (0)1 72 28 17 08
PRESSE	Audrey Bouchard	<a href="mailto:audrey.bouchard@fnacdarty.com">audrey.bouchard@fnacdarty.com</a> +33 (0)6 17 25 03 77
	Léo Le Bourhis	<a href="mailto:leo.le.bourhis@fnacdarty.com">leo.le.bourhis@fnacdarty.com</a> +33 (0)6 75 06 43 81

## ANNEXES

Les procédures d'examen limitées sur les comptes semestriels approuvés par le Conseil d'administration du 29 juillet 2021, ont été effectuées par les commissaires aux comptes.

### COMPTE DE RÉSULTAT SYNTHÉTIQUE

(en M€)	S1 2020	S1 2021	Var.
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 849</b>	<b>3 465</b>	<b>+21,6%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>844</b>	<b>1 029</b>	<b>+21,4%</b>
% Chiffre d'affaires	29,6%	29,7%	+0,1pt
<b>Total coûts</b>	<b>902</b>	<b>995</b>	<b>+10,3%</b>
% Chiffre d'affaires	31,7%	28,7%	-3,0pt
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-58</b>	<b>34</b>	<b>+92</b>
<i>Autres produits et charges opérationnels non courants</i>	-25	-3	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-83</b>	<b>32</b>	<b>+115</b>
Charges financières nettes	-23	-25	
Impôt sur le résultat	26	-9	
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>-80</b>	<b>-2</b>	<b>+78</b>
<b>Résultat net part du Groupe des activités poursuivies</b>	<b>-77</b>	<b>1</b>	<b>+77</b>
<i>Résultat net part du Groupe des activités non poursuivies</i>	-42	17	
<b>Résultat net part du Groupe de l'ensemble consolidé</b>	<b>-118</b>	<b>17</b>	<b>+136</b>
<b>EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>119</b>	<b>210</b>	<b>+92</b>
% Chiffre d'affaires	4,2%	6,0%	
<b>EBITDA hors IFRS 16</b>	<b>-5</b>	<b>86</b>	<b>+91</b>

<sup>1</sup> EBITDA : résultat opérationnel courant avant dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs opérationnels immobilisés.

# FNAC DARTY

## RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR SECTEUR OPÉRATIONNEL

(en M€)	S1 2020	% du CA	S1 2021	% du CA	Variation
France et Suisse	-45,6	-1,9%	32,7	1,1%	+78,3
Péninsule Ibérique	-12,7	-5,3%	-4,2	-1,5%	+8,5
Belgique et Luxembourg	0,7	0,3%	5,6	+1,9%	+4,9
<b>Groupe</b>	<b>-57,6</b>	<b>-2,0%</b>	<b>34,1</b>	<b>+1,0%</b>	<b>+91,7</b>

## TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

	En M€	
	S1 2020	S1 2021
<b>Capacité d'autofinancement avant impôts, dividendes et intérêts</b>	<b>109</b>	<b>212</b>
Impact IFRS 16	-124	-125
<b>Capacité d'autofinancement avant impôts, dividendes et intérêts, hors IFRS 16</b>	<b>-14</b>	<b>88</b>
Variation du besoin en fonds de roulement, hors IFRS 16	-415	-581
Impôts sur le résultat payés	-24	-38
<b>Flux nets liés aux activités opérationnelles, hors IFRS 16</b>	<b>-453</b>	<b>-530</b>
Investissements opérationnels	-38	-46
Variation des dettes et créances sur immobilisations	-13	-1
Désinvestissements opérationnels	0	0
<b>Flux nets liés aux activités d'investissement opérationnels</b>	<b>-50</b>	<b>-46</b>
<b>Cash-flow libre opérationnel, hors IFRS 16</b>	<b>-503</b>	<b>-577</b>

# FNAC DARTY

## BILAN

<i>Actif (en M€)</i>	Au 31 décembre 2020	Au 30 juin 2021
Goodwill	1 654	1 654
Immobilisations incorporelles	506	512
Immobilisations corporelles	594	575
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	1 109	1 042
Participations dans les sociétés mises en équivalence	0	1
Actifs financiers non courants	33	32
Actifs d'impôts différés	67	60
Autres actifs non courants	0	0
<b>Actifs non courants</b>	<b>3 964</b>	<b>3 875</b>
Stocks	960	1 055
Créances clients	285	168
Créances d'impôts exigibles	4	21
Autres actifs financiers courants	7	6
Autres actifs courants	361	170
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 569	479
<b>Actifs courants</b>	<b>3 186</b>	<b>1 899</b>
<b>Actifs détenus en vue de la vente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total actif</b>	<b>7 149</b>	<b>5 774</b>

<i>Passif (en M€)</i>	Au 31 décembre 2020	Au 30 juin 2021
Capital social	27	27
Réserves liées au capital	971	971
Réserves de conversion	(5)	(6)
Autres réserves	375	416
<b>Capitaux propres part du Groupe</b>	<b>1 369</b>	<b>1 408</b>
Capitaux propres – Part revenant aux intérêts non contrôlés	5	2
<b>Capitaux propres</b>	<b>1 373</b>	<b>1 409</b>
Emprunts et dettes financières à long terme	902	930
Dettes locatives à plus d'un an	884	820
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	206	178
Autres passifs non-courants	124	106
Passifs d'impôts différés	165	165
<b>Passifs non courants</b>	<b>2 281</b>	<b>2 199</b>
Emprunts et dettes financières à court terme	553	3
Dettes locatives à moins d'un an	230	230
Autres passifs financiers courants	13	5
Dettes fournisseurs	1 784	1 231
Provisions	31	30
Dettes d'impôts exigibles	30	0
Autres passifs courants	854	667
<b>Passifs courants</b>	<b>3 495</b>	<b>2 166</b>
<b>Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total passif</b>	<b>7 149</b>	<b>5 774</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE 2021

	S1 2021 en M€	Variation vs S1 2020		
		réelle	A périmètre et à taux de change constants	à données comparables
France et Suisse	2 878	22,9%	22,9%	22,6%
Péninsule Ibérique	285	19,1%	19,1%	18,2%
Belgique et Luxembourg	301	12,8%	12,8%	12,6%
<b>Groupe</b>	<b>3 465</b>	<b>21,6%</b>	<b>21,7%</b>	<b>21,3%</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU DEUXIÈME TRIMESTRE 2021

	T2 2021 en M€	Variation vs T2 2020		
		réelle	A périmètre et à taux de change constants	à données comparables
France et Suisse	1 374	20,9%	20,9%	20,5%
Péninsule Ibérique	140	41,1%	41,1%	39,6%
Belgique et Luxembourg	133	8,3%	8,3%	8,3%
<b>Groupe</b>	<b>1 647</b>	<b>21,2%</b>	<b>21,3%</b>	<b>20,7%</b>

# FNAC DARTY

## PARC DE MAGASINS

	31-déc.-20	Ouverture	Fermeture	30-juin-21
<b>France et Suisse*</b>	<b>751</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>766</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	95	0	0	95
<i>Périphérie Fnac</i>	17	0	0	17
<i>Travel Fnac</i>	29	0	0	29
<i>Proximité Fnac</i>	67	1	1	67
<i>Connect Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Darty</i>	432	13	1	444
<i>Fnac/Darty France</i>	1	0	0	1
<i>Nature et Découvertes**</i>	96	3	0	99
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>339</i>	<i>15</i>	<i>0</i>	<i>354</i>
<b>Péninsule Ibérique</b>	<b>72</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>72</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	50	1	1	50
<i>Périphérie Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	16	0	0	16
<i>Connect Fnac</i>	4	0	0	4
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>5</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>5</i>
<b>Belgique et Luxembourg</b>	<b>85</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>85</b>
<i>Traditionnel Fnac***</i>	12	0	0	12
<i>Périphérie Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Travel Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Connect Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Darty (Vanden Borre)</i>	72	0	0	72
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<b>Groupe Fnac Darty</b>	<b>908</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>923</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	157	1	1	157
<i>Périphérie Fnac</i>	17	0	0	17
<i>Travel Fnac</i>	31	0	0	31
<i>Proximité Fnac</i>	84	1	1	84
<i>Connect Fnac</i>	18	0	0	18
<i>Darty/Vanden Borre</i>	504	13	1	516
<i>Fnac/Darty</i>	1	0	0	1
<i>Nature &amp; Découvertes</i>	96	3	0	99
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>344</i>	<i>15</i>	<i>0</i>	<i>359</i>

\* y compris 11 magasins Fnac à l'étranger : deux en Tunisie, trois au Maroc, un au Congo, un au Cameroun, deux en Côte d'Ivoire, deux au Qatar et 2 magasins Darty à l'étranger en Tunisie ; 17 magasins dans les DOM-TOM.

\*\* Nature & Découvertes et ses filiales qui sont dirigées depuis la France. Y compris 4 magasins en Belgique, 1 magasin au Luxembourg et 7 franchisés en Suisse ; 2 magasins dans les DOM-TOM.

\*\*\* Dont 1 magasin au Luxembourg géré depuis la Belgique.

## DÉFINITIONS DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

### **VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES A TAUX DE CHANGE CONSTANT ET PÉRIMÈTRE COMPARABLE**

La variation du chiffre d'affaires à taux de change constant et à périmètre comparable signifie que l'impact des variations de taux de change a été exclu et que l'effet des changements de périmètre est corrigé afin de ne pas tenir compte des modifications (acquisition, cession de filiale). L'impact des taux de change est éliminé en recalculant les ventes de l'exercice N-1, sur la base des taux de change utilisés pour l'exercice N. Le chiffre d'affaires des filiales acquises ou cédées depuis le 1<sup>er</sup> janvier de l'exercice N-1 est exclu du calcul de la variation. Cet indicateur permet de mesurer l'évolution du chiffre d'affaires hors effet de change et hors effet des périmètres de consolidation.

### **VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES A DONNÉES COMPARABLES**

La variation du chiffre d'affaires à données comparables signifie que l'impact des variations de taux de change a été exclu, que l'effet des changements de périmètre est corrigé afin de ne pas tenir compte des modifications (acquisition, cession de filiale) et que l'effet des ouvertures et des fermetures de magasins en propre depuis le 1<sup>er</sup> janvier de l'exercice N-1 a été exclu. Cet indicateur permet de mesurer l'évolution du chiffre d'affaires hors effet de change, hors effet des périmètres de consolidation et hors effet des ouvertures et des fermetures de magasins en propre.

<b>Avec application de la norme IFRS 16</b>	<b>Retraitement IFRS 16</b>	<b>Sans application de la norme IFRS 16</b>
<b>EBITDA</b>		<b>EBITDA hors IFRS 16</b>
Résultat opérationnel courant avant dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs opérationnels immobilisés	<i>Loyers entrant dans le champ d'application d'IFRS 16</i>	EBITDA incluant les charges de loyers entrant dans le champ d'application d'IFRS 16
<b>Cash-Flow Libre opérationnel</b>		<b>Cash-Flow Libre opérationnel hors IFRS 16</b>
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles moins les investissements opérationnels nets	<i>Décassement des loyers entrant dans le champ d'application d'IFRS 16</i>	Cash-flow libre opérationnel incluant les impacts relatifs aux loyers entrant dans le champ d'application de la norme IFRS 16
<b>Trésorerie nette</b>		<b>Trésorerie nette hors IFRS 16</b>
Trésorerie brute et équivalents de trésorerie moins dette financière brute	<i>Dette locative</i>	Trésorerie nette hors dette locative
<b>Endettement financier net</b>		<b>Endettement financier net hors IFRS 16</b>
Dette financière brute moins la trésorerie brute et équivalents de trésorerie	<i>Dette locative</i>	Endettement financier net minoré de la dette locative
<b>Résultat financier</b>		<b>Résultat financier hors intérêts financiers sur la dette locative</b>
	<i>Intérêts financiers sur la dette locative</i>	