

CNOVA N.V.

Résultats financiers 2019

AMSTERDAM, le 18 février 2019, 7h45 CET — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova » ou la « Société ») annonce aujourd'hui les résultats financiers non audités de l'exercice clos le 31 décembre 2019¹.

- **GMV : 3,9 milliards d'euros (+9,1 % de croissance organique²)**
 - Contribution marketplace : +3,9 pts portés par une hausse de sa quote-part (38,1 % ; +3,7 pts)³
 - Contribution des services B2C : +3,4 pts portés par l'expansion rapide du voyage (GMV x10)
 - Quote-part mobile : 49,5 % du GMV (+5,5 pts)
 - Quote-part CDAV : 35,8 % du GMV (+1,7 pts)
 - Expansion de la plateforme internationale : +85 % au T4 2019 vs T4 2018
- **EBITDA⁴ : 79 millions d'euros (+31 M€ vs. 2018)**
 - EBITDA avant IFRS16 : 51 M€ (+25 M€) en ligne avec les prévisions
 - Amélioration de la marge brute : 17,8 % (+2,3 pts) tirés par la marketplace et la monétisation
- **Génération de trésorerie proche de l'équilibre**
 - Flux de trésorerie disponible avant intérêts⁵ : +35 M€
 - Dette financière nette⁶ : -221 M€ (-23 M€ par rapport à fin 2018)

| Principaux indicateurs <i>En millions d'euros</i> | Année ¹ | | Variation | |
|---|--------------------|---------------|-----------------|------------------------|
| | 2019 | 2018 | Publiée | Organique ² |
| GMV | 3 899,2 | 3 645,7 | +7,0 % | +9,1 % |
| Chiffre d'affaires | 2 194,9 | 2 174,3 | +0,9 % | +3,5 % |
| Marge brute | 389,8 | 336,7 | +15,8 % | |
| <i>Taux de marge brute</i> | <i>17,8 %</i> | <i>15,5 %</i> | <i>+2,3 pts</i> | |
| Frais d'exploitation | -378,5 | -342,6 | +10,5 % | |
| Résultat Opérationnel Courant | 11,3 | -5,9 | +17,2 M€ | |
| EBITDA⁴ | 79,0 | 48,2 | +30,8 M€ | |
| Résultat net (des activités poursuivies) | -65,4 | -38,1 | -27,3 M€ | |
| BNPA ajusté en € (des activités poursuivies) | -0,14 | -0,05 | -0,09 M€ | |
| Flux de trésorerie disponible - act. cont.⁵ | 34,9 | 69,7 | -34,8 M€ | |

¹ L'audit des états financiers annuels par les commissaires aux comptes est en cours. Les chiffres de l'année 2018 ont été ajustés de la norme IFRS 16. Cette norme, qui remplace la norme IAS 17 ainsi que ses interprétations à partir du 1er janvier 2019, élimine la distinction entre la location simple et la location financement : il faut désormais reconnaître un actif (le droit d'utilisation de cet actif) ainsi qu'une dette financière, reflet de la valeur actuelle de l'intégralité des loyers à venir sur la totalité des contrats de location. Les coûts de loyer de la location simple sont donc remplacés par une dépréciation, qui reflète à la fois le droit d'utilisation de l'actif ainsi que la charge d'intérêt rattachée à cette dette de loyers. Auparavant, le Groupe reconnaissait principalement des charges de loyer de location simple au fil de l'eau et reconnaissait seulement des actifs et des passifs s'il y avait des différences temporelles entre le paiement effectif de la charge et sa reconnaissance au compte de résultat. Le Groupe a décidé d'adopter la nouvelle norme de manière rétroactive dès le 1er janvier 2019 et les périodes présentées ont été chacune ajustées en application de la norme IFRS 16.

² Les variations organiques incluent les services et ventes en corners mais excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (impact : amélioration de +3,1 pts sur la croissance organique du GMV) (ii) 1001Pneus pour les 3 premiers trimestres de 2019 (impact : -1,0 pt sur la croissance organique).

³ La quote-part de la marketplace dans le GMV a été ajustée pour prendre en compte les bons de réduction et garanties et exclure les frais de souscription à CDAV. La quote-part du GMV de l'année 2018 a en conséquence été ajustée de +0,1 pt à des fins de comparaison.

⁴ Calculé comme étant le ROC (Résultat Opérationnel Courant) des activités poursuivies avant dépréciations et amortissements opérationnels

⁵ Calculé comme EBITDA - autres charges opérationnelles (impôts et charges exceptionnelles) - variation du besoin en fonds de roulement - CAPEX net - 27 M€ de remboursements des emprunts de location (norme IFRS 16)

⁶ Calculée comme passifs financiers courants de 308,1 M€ diminués de la trésorerie et équivalents de trésorerie pour 78,3 M€ et de compte courant débiteur pour 8,3 M€

| Principaux indicateurs (En millions d'euros) | 2ème semestre | | Variation | |
|---|----------------|---------------|-----------|-----------|
| | 2019 | 2018 | Publiée | Organique |
| GMV | 2 145,7 | 2 031,9 | +5,6 % | +7,6 % |
| Chiffre d'affaires | 1 199,1 | 1 205,5 | -0,5 % | +1,9 % |
| Marge Brute | 215,3 | 193,8 | +11,1 % | |
| <i>Taux de marge brute</i> | <i>18,0 %</i> | <i>16,1 %</i> | +1,9 pts | |
| Frais d'exploitation | -190,2 | -180,5 | +5,4 % | |
| Résultat Opérationnel Courant | 25,2 | 13,3 | +11,9 M€ | |
| EBITDA | 60,9 | 41,9 | +19,0 M€ | |

Performance opérationnelle et financière de l'exercice 2019

Le volume d'affaires organique (gross merchandise volume) a augmenté de +9,1 % en 2019, dont +6,5 % au 4^{ème} trimestre. Sur l'année, les principaux contributeurs à la croissance du GMV ont été : la marketplace à hauteur de +3,9 pts, les services B2C tels que le Voyage ou l'Énergie pour +3,4 pts et les corners Géant pour +2,4 pts. Le 4^{ème} trimestre a été marqué par un Black Friday record qui a généré près de 73 millions d'euros en une journée (+27 % vs 2018) avec d'excellentes performances du voyage et de l'énergie, mais également par un marché du jeu-vidéo sans sorties majeures, ce qui a significativement impacté nos performances annuelles et trimestrielles (-3,4 pts d'impact négatif sur la croissance au 4^{ème} trimestre et -1,6 pt sur l'année complète).

| Marketplace | T4 19 | 2019 |
|--|-----------|----------|
| QP marketplace du GMV total⁷ | 37,3 % | 38,1 % |
| Evol. QP marketplace du GMV total | +4,5 pts | +3,7 pts |
| Evol. QP FFM du GMV de la marketplace | +12,6 pts | +9,8 pts |

La marketplace de produits a accéléré en 2019 et représente l'un des principaux facteurs d'accroissement de la rentabilité de Cdiscount. La quote-part du GMV de la marketplace a atteint 38,1 % en 2019, soit +3,7 points sur l'année (37,3 % au T4 19, soit +4,5 pts). Le GMV généré par les produits opérés en Fulfillment By Cdiscount a connu une très forte croissance de +63 % et sa quote-part du GMV a crû de +9,8 points par rapport à l'an dernier, pour atteindre 31 %. Le service Fulfillment By Cdiscount est un élément clé de la qualité de la marketplace et de la satisfaction client et contribue au développement de CDAV en augmentant le nombre de références disponibles dans le programme de fidélité.

| Chiffre d'affaires | T4 19 | 2019 |
|-----------------------------|--------|--------|
| Croissance organique | +0,1 % | +3,5 % |

Le chiffre d'affaires s'est élevé à 2,2 milliards d'euros en 2019, une croissance organique de +3,5 % par rapport à 2018, portée par les commissions marketplace, la forte croissance des ventes de voyages et les corners Géant. En 2019, Cnova a accéléré sa transformation vers un modèle de plateforme fondé sur des revenus issus de commissions.

| Trafic | T4 19 | 2019 |
|------------------------------------|----------|----------|
| Croissance du trafic mobile | +9,2 % | +15,9 % |
| Quote-part mobile du trafic | +5,2 pts | +6,2 pts |
| Quote-part mobile du GMV | +6,5 pts | +5,5 pts |

Le trafic de Cdiscount a totalisé 1,0 milliard de visites en 2019. Le trafic mobile a crû de 16 %, représentant 71 % du trafic total (+6,2 points) et 49,5 % du GMV (+5,5 points). En termes de Visiteurs Uniques Mensuels (VUM), Cdiscount a confirmé sa place de n°2 sur l'année avec environ 20 millions de VUM ; la croissance de +26 % sur le mobile est la 2nde croissance la plus élevée parmi les 9 plus gros acteurs⁸ en France.

| CDAV | T4 19 | 2019 |
|---|----------|----------|
| Croissance du nombre d'abonnés⁹ | +10 % | |
| Quote-part CDAV du GMV | +0,7 pts | +1,7 pts |

Cdiscount à Volonté ("CDAV") a vu son parc d'abonnés croître de +10 % et atteindre 35,8 % du GMV en 2019. Plus de 2 millions de membres ont désormais accès à plus d'1,2 millions de références en livraison express, x4 par rapport à l'an dernier.

La marge brute s'établit à 390 millions d'euros en 2019, soit 17,8 % du chiffre d'affaires, en amélioration de +2,3 points par rapport à 2018. Elle a bénéficié de la croissance de la quote-part de la marketplace dans le GMV et des commissions associées, de la croissance continue des revenus de monétisation ainsi que de l'amélioration de la rentabilité sur l'activité historique.

Les coûts d'exploitation se sont élevés à 378 millions d'euros en 2019 soit 17,2 % du chiffre d'affaires, en hausse de +1,5 point. Les coûts de distribution, à 7,5 % du chiffre d'affaires (-0,2 pt), ont baissé en pourcentage du chiffre d'affaires, bénéficiant à nouveau de l'amélioration de la productivité logistique initiée au premier semestre : optimisation des processus, déploiement de nouvelles machines d'emballage 3D et des robots Skypod d'Exotec. Les coûts marketing ont augmenté à 3,7 % du chiffre d'affaires (+0,9 pt) afin de soutenir notre image de marque (+7 pts de notoriété spontanée¹⁰) et la position de numéro 2 de Cdiscount sur le trafic (20 millions de VUM en moyenne sur l'année, +26 % de croissance sur mobile¹¹), portés par l'intensification des dépenses médias hors ligne. Les dépenses IT ont atteint 4,2 % du chiffre d'affaires (+0,7 pt) en raison des investissements réalisés pour soutenir le développement de la marketplace, des services et des nouvelles initiatives de monétisation. Le développement de nouvelles activités a également impacté les coûts administratifs (1,8 % du chiffre d'affaires, +0,2 pt), en grande partie compensé par une discipline continue sur les coûts de structure.

En conséquence, l'**EBITDA** a atteint 79,0 millions d'euros en 2019, une amélioration significative de +30,8 millions d'euros par rapport à 2018¹². Cela traduit la croissance soutenue de la marketplace et l'augmentation des revenus de monétisation, ainsi qu'une amélioration continue de la rentabilité de l'activité historique.

Le résultat opérationnel courant a augmenté de 17,2 millions d'euros par rapport à 2018 et est désormais positif à 11,3 millions d'euros.

Les charges financières nettes, essentiellement liées aux solutions de paiement en plusieurs fois proposées aux clients, se sont élevées à 56,6 millions d'euros¹³, une hausse de moins de 5 %, principalement liée à la croissance de l'activité. En pourcentage du GMV, ces charges ont baissé de 1,4% à 1,3% en 2019.

⁸ Dernière étude Mediametrie (Novembre 2019)

⁹ Parc d'abonnés au 31/12/2019

¹⁰ Dernière étude Respondi

¹¹ Dernière étude Mediametrie (Novembre 2019)

¹² L'EBITDA a été positivement impacté par IFRS 16 respectivement de 29,4 M€ en 2019 et 22,9 M€ en 2018

¹³ Incluent 7,0 M€ d'intérêts sur le passif lié au crédit-bail

Le résultat net des activités poursuivies s'est amélioré de +10,7 millions d'euros. La variation publiée de -27,3 millions d'euros, pour un résultat net de -65,4 millions d'euros (soit un BNPA ajusté de -0,11 euro), intègre en effet le contrecoup du gain d'impôt différé exceptionnel de 38 millions d'euros reconnu en 2018, lié à la filialisation des activités logistiques de Cdiscount dans une entité distincte.

La génération de flux de trésorerie disponible des activités poursuivies¹⁴ s'est élevée à +109 millions d'euros sur les 12 derniers mois, reposant sur des fondamentaux solides :

- une hausse de la rentabilité opérationnelle avec une forte croissance de l'EBITDA à 79 millions d'euros (+31 millions d'euros) ;
- des autres charges opérationnelles et impôts décaissés limités à -13 millions d'euros ;
- une variation du besoin en fonds de roulement positive à +71 millions d'euros, notamment soutenue par l'optimisation des stocks et une gestion plus efficace du poste clients.

Les CAPEX¹⁵ sont restés stables par rapport à 2018 à -74 millions d'euros, en légère baisse en pourcentage du GMV (1,9% en 2019). Ils ont accompagné la transformation stratégique vers le modèle de plateforme et les initiatives de monétisation. En conséquence, le flux de trésorerie disponible avant intérêts est positif et atteint +35 millions d'euros sur 12 mois.

En intégrant les charges financières nettes et l'impact des activités abandonnées, la variation de la dette financière nette¹⁶ s'est élevée à -23 millions d'euros sur la même période.

Performance opérationnelle et financière du 2^{ème} semestre 2019

Le GMV a connu une croissance organique de +7,6 % par rapport à au 2^{ème} semestre 2018, atteignant 2,1 milliards d'euros.

Le trafic a de nouveau été marqué par l'accélération du **mobile**, dont la quote-part atteint 73 % du trafic total (+6,4 points) et 51 % du GMV (+5,8 points).

Le chiffre d'affaires s'est élevé à 1,2 milliards d'euros au 2^{ème} semestre, une croissance organique de +1,9 %.

La marge brute a totalisé 215 millions d'euros soit 18,0 % du chiffre d'affaires, en augmentation de +1,9 point.

Les coûts d'exploitation se sont établis à 190 millions d'euros soit 15,9 % du chiffre d'affaires, une augmentation de +0,9 point.

L'EBITDA ressort à 61 millions d'euros, montrant une amélioration significative tant par rapport au 2^{ème} semestre 2018 qu'au 1^{er} semestre 2019. Cette tendance est la traduction du recentrage stratégique vers une croissance rentable à travers la hausse de la quote-part de la marketplace dans le GMV et l'augmentation des revenus de monétisation.

Le résultat opérationnel courant s'est élevé à 25,2 millions d'euros, quasiment le double de l'année précédente.

¹⁴ Flux de trésorerie disponible des activités poursuivies = EBITDA à +79 M€ (+31 M€ vs 2018) + variation de BFR à +71 M€ (-65 M€ vs 2018) – autres charges opérationnelles décaissées et impôts à -13 M€ (+6 M€ vs 2018) – remboursement des emprunts de location à -27 M€ (impact IFRS 16)

¹⁵ CAPEX : désigne les dépenses d'investissement, acquisition d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement moins la vente d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement à l'exclusion de la vente des actifs financiers

¹⁶ Calculé comme passifs financiers courants de 308,1 M€ diminués de la trésorerie et équivalents de trésorerie pour 78,3 M€ et de compte courant débiteur pour 8,3 M€

Points clés sur l'activité

Accélération de la marketplace de produits

- La marketplace a gagné **+3,7 points de quote-part du GMV total** pour atteindre 38,1 % en 2019.
- Le nombre de références disponibles a augmenté de +34 % pour atteindre 64 millions à la fin de l'année.
- **L'expansion du nombre de références marketplace éligibles à la livraison express** étant un facteur clé de croissance, de satisfaction client et de développement de CDAV, elle a été une priorité tout au long de l'année 2019 :
 - **le Fulfillment by Cdiscount** a poursuivi sa forte croissance avec une augmentation du GMV de +63 %, représentant désormais près d'un tiers du GMV de la marketplace, +10 points comparé à l'an dernier ;
 - un nouveau service marketplace a été lancé en 2019, **Express Seller**, permettant aux vendeurs en capacité de proposer la livraison express d'accéder aux clients et aux offres CDAV. Cette option a permis d'ajouter plus de 850k références à l'offre de livraison express en 2019.
- **Les revenus des services à valeur ajoutée pour les vendeurs marketplace** ont connu une forte croissance de +56 %, portée par les Premium Packs et les bonnes performances de l'offre de services Marketing.

Services B2C : forte croissance et élargissement de l'offre

- **Cdiscount Voyages** a significativement contribué à la croissance de Cdiscount pour sa première année complète d'activité, avec une croissance de +49 % entre les deux semestres et un GMV sur l'année complète 10 fois supérieur à 2018. Cette réussite a été assurée par le lancement mi-mai d'une marketplace de séjours, qui compte déjà plus de 15 000 offres, en particulier un partenariat très fructueux avec Disneyland Paris et de nombreux tour-opérateurs majeurs.
- **Cdiscount Energie** a montré de solides performance avec +86 % de GMV en 2019, soutenu par une augmentation de +63 % de son parc d'abonnés. En outre, une nouvelle offre de distribution de gaz a été lancée en décembre et connaît un démarrage prometteur.
- **Cdiscount Billetterie** a également connu de bonnes performances pour sa première année complète d'activité, grâce à de solides partenariats tels que Ticketmaster et Funbooker, permettant d'élargir l'offre. L'activité s'est accélérée tout au long de l'année avec un pic au 4^{ème} trimestre, dont le GMV a été 3,4x supérieur au trimestre précédent.
- **Cdiscount Mobile** a atteint un record en 2019, terminant avec 2 fois plus d'abonnés que l'année précédente.
- **Cdiscount Immobilier** a été lancé en novembre 2019, une plateforme de 20k logements neufs en vente.

Progression du programme de fidélité CDAV

- **Le programme de fidélité CDAV** est un facteur clé de croissance pour Cdiscount, représentant autour de 36 % du GMV en 2019, +1,7 pt comparé à l'année précédente. Il a connu cette année une croissance de +10 % pour dépasser les 2 millions de membres. Les efforts ont été principalement concentrés sur l'expansion des produits éligibles CDAV, qui comptent désormais plus de 1,2 millions de références, soutenus par les options de livraison rapide proposées aux vendeurs marketplace : le **Fulfillment by Cdiscount** et le programme **Express Seller** lancé au 3^{ème} trimestre.

Renforcement de la marque

- Les efforts menés pour renforcer la marque Cdiscount ont conduit à un gain de **+7 pts de notoriété spontanée** au cours de l'année, réduisant ainsi l'écart avec le numéro 1 en France¹⁷.
- 2019 a été marqué par une campagne TV de 17 jours en partenariat avec Disney sur le film Aladdin en mai vue par 29 millions de personnes, faisant suite à une autre importante campagne média pour Cdiscount Voyages en avril. Par ailleurs, une publicité avec Lenovo a été diffusée sur TV (et replay) pendant 2 semaines sur 15 chaînes, accélérant les ventes de PC de novembre.
- Le renforcement de la marque associé à une stratégie d'acquisition en ligne optimisée ont soutenu la croissance du nombre de Visiteurs Uniques Mensuels (+26 % sur mobile) et la consolidation de la **place de numéro 2** selon les études Médiamétrie.

Stratégie multicanal

- Cdiscount a continué de développer des **synergies avec le Groupe Casino**, avec l'ouverture de 5 corners dans des magasins Franprix en région parisienne. Franprix propose désormais en magasins des promotions mensuelles sur une sélection de produits non-alimentaires et vins de Cdiscount.
- **La Nouvelle Cave**, concept innovant de cave à vin sur 130m² à Paris, a été ouverte en décembre 2019 et combine proximité et technologie via des conseils à la fois humains et digitalisés. En plus de 650k références disponibles en magasin, 7 000 références Cdiscount sont disponibles via des tablettes. Ce magasin est une co-entreprise entre Cdiscount et Groupe Casino.

Accélération de la plateforme internationale soutenue par de nouvelles initiatives

- 47 sites sont directement connectés à fin décembre 2019, +44 par rapport à fin 2018, livrant 25 pays, avec plus de 670k produits publiés.
- Pour leur première année complète d'activité, les ventes internationales ont montré des performances prometteuses avec une forte accélération au cours de l'année et avec un GMV au 4^{ème} trimestre en croissance de +85 % par rapport à l'année précédente.
- La création de l'**International Marketplace Network (IMN)**, une alliance révolutionnaire de 4 marketplaces leaders en Europe (Cdiscount, real.de, eMAG et ePrice), permet d'adresser un marché de plus de 230 millions de clients. L'IMN propose aux vendeurs une interface Européenne unique et simplifiée, et contribuera à augmenter significativement le nombre de références disponibles pour les clients Cdiscount grâce au potentiel doublement du nombre de vendeurs inscrits sur sa marketplace. La technologie de l'IMN a été développée par Beezup, une startup acquise par Cdiscount en 2018. Des centaines de vendeurs ont déjà rejoint l'alliance.

Engagement dans l'innovation responsable sur la logistique

- **Agrikolis**, un partenariat exclusif de Cdiscount de points-relais dans des fermes, a étendu son réseau de 28 fermes supplémentaires au 4^{ème} trimestre, pour atteindre 83 points de retrait en fin d'année et est amené à s'étendre encore davantage en 2020. En plus d'améliorer la couverture des zones isolées, Agrikolis assure un revenu complémentaire pour les agriculteurs et contribue fortement à la hausse de la satisfaction client en favorisant le renforcement du lien social.
- Cdiscount est le premier acteur en France à déployer la nouvelle génération de **machine d'emballage 3D**, dont la cadence est doublée par rapport à la génération précédente. Elle porte à 5 le nombre de machines d'emballage 3D utilisées par Cdiscount. 80 % des colis légers ont été emballés sans vide en 2019.
- La Logistique de Cdiscount a remporté le **prix du magazine LSA** dans la catégorie « développement de la responsabilité environnementale distributeurs » et la 2^{ème} place du trophée RSE de la FEVAD, pour sa démarche globale de réduction carbone et les optimisations de sa chaîne logistique.

¹⁷ Source : dernière étude Respondi

Perspectives

En 2019, Cnova a maintenu une croissance élevée combinée à une forte hausse de sa rentabilité, illustrant à nouveau la pertinence de son évolution stratégique vers un modèle de plateforme, qui s'est accéléré tout au long de l'année.

Cnova prévoit de poursuivre cette transformation, portant à la fois la croissance et la rentabilité.

- La croissance sera soutenue par :
 - l'expansion soutenue de la marketplace de produits, portée par le Fulfillment By Cdiscount ;
 - les services B2C, avec deux piliers, le Voyage et l'Energie, attendus en forte croissance ;
 - le développement international, avec une forte croissance du GMV portée par l'augmentation du nombre de sites connectés et de références disponibles.
- La rentabilité sera portée par :
 - l'augmentation continue de la quote-part de la marketplace dans le GMV ;
 - la progression des activités génératrices de commissions et de la monétisation ;
 - le développement du B2B par la monétisation des actifs logistiques et technologiques.

En conséquence, Cnova anticipe pour 2020 une croissance soutenue de sa marketplace de produits et services ainsi qu'une nouvelle amélioration de son EBITDA.

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., un des leaders de la vente en ligne en France, offre à ses 9.2 millions de clients actifs des produits qu'ils peuvent acheter sur son site marchand à la pointe de l'innovation : Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients 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, de divertissement et d'énergie. Cnova N.V. fait partie du Groupe Casino, groupe de distribution mondial. Les communiqués de Cnova N.V. sont disponibles à l'adresse www.cnova.com. Les informations disponibles ou accessibles depuis les sites mentionnés ci-dessus ne font pas partie de ce communiqué de presse.

Le présent communiqué de presse contient des informations réglementées (gereguleerde informatie) au sens de la loi de supervision néerlandaise sur les marchés financiers (Wet op het financieel toezicht) qui doivent être rendues publiques conformément aux législations néerlandaise et française. Ce communiqué de presse est émis uniquement à des fins d'informations.

Cnova Relations Investisseurs:
investor@cnovagroup.com

Contact Media:
directiondelacommunication@cdiscout.com
Tel : +33 5 56 30 07 14

Annexes

Cnova N.V. Etats financiers consolidés ⁽¹⁾

| Compte de résultat Consolidé <i>En millions d'euros</i> | Ajusté IFRS 16 | | Evolution | Non-ajusté IFRS 16 | |
|---|----------------|----------------|----------------|--------------------|----------------|
| | 2019 | 2018 | | 2019 | 2018 |
| Chiffre d'affaires | 2 194,9 | 2 174,3 | +0,9 % | 2 194,9 | 2 174,3 |
| Coûts d'achat des marchandises vendues | -1 805,1 | -1 837,6 | -1,8 % | -1 805,1 | -1 837,6 |
| Marge brute | 389,8 | 336,7 | +15,8 % | 389,8 | 336,7 |
| <i>en % du chiffre d'affaires</i> | <i>17,8 %</i> | <i>15,5 %</i> | <i>+2,3 pt</i> | <i>17,8 %</i> | <i>15,5 %</i> |
| Frais d'exploitation | -378,5 | -342,6 | +10,5 % | -381,2 | -344,4 |
| <i>en % du chiffre d'affaires</i> | <i>-17,2 %</i> | <i>-15,8 %</i> | <i>+1,5 pt</i> | <i>-17,4 %</i> | <i>-15,8 %</i> |
| Coûts de distribution | -164,1 | -167,6 | -2,1 % | -166,3 | -169,2 |
| Dépenses de marketing | -81,9 | -62,3 | +31,4 % | -81,9 | -62,3 |
| Dépenses d'informatique et de contenu | -92,1 | -76,1 | +21,0 % | -92,3 | -76,1 |
| Frais administratifs | -40,4 | -36,6 | +10,5 % | -40,7 | -36,8 |
| Résultat opérationnel courant (ROC) | 11,3 | -5,9 | +17,2 | 8,6 | -7,7 |
| <i>en % du chiffre d'affaires</i> | <i>0,5 %</i> | <i>-0,3 %</i> | <i>n.m</i> | <i>0,4 %</i> | <i>-0,4 %</i> |
| Autres produits et charges opérationnels | -17,0 | -14,9 | +13,9 % | -16,8 | -14,9 |
| Résultat Opérationnel | -5,7 | -20,8 | -72,6 % | -8,2 | -22,6 |
| Résultat financier | -56,6 | -54,2 | +4,6 % | -49,6 | -49,5 |
| Résultat avant impôt | -62,3 | -75,0 | -16,9 % | -57,8 | -72,1 |
| Charge d'impôt | -3,1 | 36,9 | <i>n.m</i> | -6,4 | 36,9 |
| Résultat net des activités poursuivies | -65,4 | -38,1 | <i>n.m</i> | -64,3 | -35,2 |
| Résultat net des activités abandonnées | 0,2 | 4,5 | <i>n.m</i> | 0,2 | 4,5 |
| Résultat net de l'ensemble consolidé | -65,3 | -33,7 | <i>n.m</i> | -64,1 | -30,8 |
| <i>en % du chiffre d'affaires</i> | <i>-3,0 %</i> | <i>-1,5 %</i> | | <i>-2,9 %</i> | <i>-1,4 %</i> |
| Part du Groupe | -66,1 | -33,7 | <i>n.m</i> | -65,1 | -30,8 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | 0,9 | 0,0 | <i>n.m</i> | 1,0 | 0,0 |
| Résultat net ajusté par action (en €) des activités poursuivies ⁽²⁾ | -0,14 | -0,05 | -0,09 | -0,14 | -0,05 |

1) La norme IFRS 16, qui remplace la norme IAS 17 ainsi que ses interprétations à partir du 1er janvier 2019, élimine la distinction entre la location simple et la location financement : il faut désormais reconnaître un actif (le droit d'utilisation de cet actif) ainsi qu'une dette financière, reflet de la valeur actuelle de l'intégralité des loyers à venir sur la totalité des contrats de location. Les coûts de loyer de la location simple sont donc remplacés par une dépréciation, qui reflète à la fois le droit d'utilisation de l'actif ainsi que la charge d'intérêt rattachée à cette dette de loyers. Auparavant, le Groupe reconnaissait principalement des charges de loyer de location simple au fil de l'eau et reconnaissait seulement des actifs et des passifs s'il y avait des différences temporelles entre le paiement effectif de la charge et sa reconnaissance au compte de résultat. Le Groupe a décidé d'adopter la nouvelle norme de manière rétroactive dès le 1er janvier 2019 et les périodes présentées ont été chacune ajustées en application de la norme IFRS 16. Le détail des impacts de la norme est présenté dans la Note 1 des comptes semestriels condensés non-audités.

2) Le résultat net ajusté par action correspond au résultat net part du Groupe Cnova avant autres produits et charges opérationnels et impacts des impôts afférents, divisé par la moyenne pondérée du nombre d'actions ordinaires en circulation durant la période correspondante.

| Bilan Consolidé <i>En millions d'euros</i> | Ajusté IFRS 16 | | Non ajusté IFRS 16 | |
|---|-------------------|----------------|--------------------|----------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| ACTIFS | | | | |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 78,3 | 35,5 | 78,3 | 35,5 |
| Créances clients | 163,8 | 187,0 | 163,8 | 187,0 |
| Stocks | 328,6 | 355,6 | 328,6 | 355,6 |
| Créances d'impôts courants | 4,1 | 3,0 | 4,1 | 3,0 |
| Autres actifs courants nets | 150,5 | 127,2 | 150,5 | 127,2 |
| Total actifs courants | 725,3 | 708,4 | 725,3 | 708,4 |
| Autres actifs non courants | 14,6 | 9,6 | 14,6 | 9,6 |
| Actifs d'impôts différés | 41,7 | 38,6 | 38,3 | 38,6 |
| Droit d'utilisation, net | 174,3 | 164,5 | | |
| Immobilisations corporelles nettes | 32,8 | 39,1 | 32,8 | 39,1 |
| Immobilisations incorporelles nettes | 179,4 | 139,6 | 179,4 | 139,6 |
| Goodwill | 123,0 | 61,4 | 124,2 | 61,4 |
| Total actifs non courants | 565,7 | 452,9 | 389,3 | 288,3 |
| TOTAL ACTIF | 1 291,0 | 1 161,3 | 1 114,6 | 996,8 |
| PASSIF | | | | |
| Dettes fournisseurs | | | | |
| Provisions courantes | 9,3 | 9,5 | 9,3 | 9,5 |
| Dettes fournisseurs | 665,7 | 667,9 | 665,7 | 667,9 |
| Passifs financiers courants | 308,1 | 234,3 | 308,1 | 234,3 |
| Dettes de loyers courantes | 31,3 | 22,7 | | |
| Dettes d'impôt exigibles | 55,0 | 42,3 | 55,0 | 42,3 |
| Autres passifs courants | 216,5 | 192,0 | 217,1 | 192,5 |
| Total passifs courants | 1,285,8 | 1,168,7 | 1,255,2 | 1,146,6 |
| Provisions non courantes | 16,0 | 11,8 | 16,0 | 11,8 |
| Passifs financiers non courants | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| Dettes de loyers non courantes | 165,6 | 158,7 | | |
| Passifs d'impôts différés | 1,8 | 1,6 | 1,8 | 1,6 |
| Autres dettes non courantes | 2,5 | 1,7 | 12,3 | 10,1 |
| Total passifs non courants | 188,3 | 176,2 | 32,5 | 25,9 |
| Capital social | 17,2 | 17,2 | 17,2 | 17,2 |
| Réserves consolidées | -268,0 | -200,8 | -259,3 | -192,9 |
| Capitaux propres part du groupe | -250,8 | -183,5 | -242,1 | -175,7 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | 67,7 | -0,0 | 69,1 | -0,0 |
| Capitaux propres | -183,1 | -183,6 | -173,0 | -175,7 |
| TOTAL PASSIF | 1 291,0 | 1 161,3 | 1 114,6 | 996,8 |

| Tableau de flux de trésorerie <i>En millions d'euros</i> | Ajusté IFRS 16 | | Ajusté IFRS 16 | |
|--|----------------|--------------|----------------|--------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe | -66,3 | -38,1 | -62,0 | -35,3 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | 0,9 | -0,0 | 0,9 | -0,0 |
| Résultat net des activités poursuivies | -65,4 | -38,2 | -61,1 | -35,3 |
| Dotations aux amortissements et provisions | 68,1 | 54,2 | 42,4 | 33,2 |
| Charges / (produits) calculés liés aux stock-options et assimilés | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,1 |
| Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courant | 6,8 | -0,6 | 6,8 | -0,6 |
| Autres charges / (produits) calculés | -0,0 | -0,0 | -0,0 | -0,0 |
| Résultat financier | 56,6 | 54,2 | 49,6 | 49,4 |
| Charges / (produits) d'impôt y compris différé | 3,1 | -36,9 | 3,1 | -36,9 |
| Impôts versés | -3,3 | -2,2 | -3,3 | -2,2 |
| Variation du Besoin en Fonds de Roulement | 70,6 | 129,8 | 72,0 | 135,9 |
| <i>Stocks</i> | 27,5 | 34,5 | 27,5 | 34,5 |
| <i>Dettes fournisseurs et autres dettes</i> | -5,0 | 84,8 | -5,0 | 84,8 |
| <i>Créances clients</i> | 12,4 | -38,8 | 12,4 | -38,8 |
| <i>Autres</i> | 35,7 | 49,2 | 37,1 | 55,4 |
| Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies | 136,4 | 160,2 | 109,4 | 143,5 |
| Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées | -1,2 | -24,5 | -1,2 | -24,5 |
| Acquisition d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement | -82,8 | -80,4 | -82,8 | -80,4 |
| Acquisition d'actifs financiers non courants | -3,7 | -0,9 | -3,7 | -0,9 |
| Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement | 8,3 | 8,6 | 8,3 | 8,6 |
| Variation nette de périmètre | -0,9 | -1,8 | -0,9 | -1,8 |
| Investissement dans des entreprises | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Variation des prêts et avances consentis | -8,2 | 0,2 | -8,2 | 0,2 |
| Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités poursuivies | -87,2 | -74,2 | -87,2 | -74,2 |
| Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées | 0,0 | -0,0 | 0,0 | -0,0 |
| Transactions avec les intérêts ne donnant pas le contrôle | -2,4 | 0,0 | -2,4 | 0,0 |
| Variation des emprunts souscrits | 45,0 | 9,9 | 45,0 | 9,9 |
| Augmentation des emprunts et dettes financières | 1,9 | 0,0 | 1,9 | 0,0 |
| Remboursement des emprunts et dettes financières | -3,1 | -2,7 | -3,1 | -2,7 |
| Remboursement des emprunts de location (IFRS 16) | -27,0 | -16,7 | -27,0 | -16,7 |
| Intérêts financiers nets versés | -49,2 | -48,2 | -49,2 | -48,2 |
| Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités poursuivies | -34,8 | -57,7 | -7,7 | -41,0 |
| Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Incidence des variations monétaires sur la trésorerie (activités abandonnées) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Variation de trésorerie (activités poursuivies) | 14,5 | 28,3 | 14,5 | 28,3 |
| Variation de trésorerie (activités abandonnées) | -1,2 | -24,5 | -1,2 | -24,5 |
| Trésorerie et équivalent de trésorerie nets d'ouverture | 27,3 | 23,6 | 27,3 | 23,6 |
| Trésorerie et équivalent de trésorerie nets de clôture | 40,7 | 27,3 | 40,7 | 27,3 |

Prochain rendez-vous

Mardi 18 février 2019 à 16:00h (heure d'hiver d'Europe Centrale) Conférence téléphonique et diffusion des résultats de l'année 2019 de Cnova

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

Numéros d'appel pour les participants :

Numéros gratuits :

France +33 172727403 PIN: 65390734#

UK +442071943759 PIN: 65390734#

USA +1 6467224916 PIN: 65390734#

Diffusion sur Internet :

<https://event.onlineseminarsolutions.com/wcc/r/2189862-1/D4E452E042D56EE78F4F4629DA07686E?partnerref=rss-events>

La présentation de la conférence téléphonique sera disponible sur le site cnova.com le 18 février 2019.

La conférence téléphonique restera disponible pendant trois mois sur le site cnova.com.