

Résultats financiers 2021

Poursuite de la stratégie à long terme : expansion de la marketplace et du marketing digital et accélération des activités B2B

Performance solide après une année 2020 exceptionnelle, avec une forte amélioration de tous les indicateurs sur 2 ans

- Le GMV atteint 4,2Mds€, en hausse de +8% vs. 2019 (stable vs. 2020)
- Le GMV marketplace atteint 1,5Md€, en croissance de +22% vs. 2019 (stable vs. 2020), représentant 45,2% du GMV total, soit +6,7 pts vs. 2019 (+1,3 pt vs. 2020)
- Les revenus marketplace atteignent 193M€, en hausse de +29% vs. 2019 (+5% vs. 2020)
- Croissance continue des revenus issus du Marketing digital qui atteignent 69M€, en croissance de près de 100% vs. 2019 (+32% vs. 2020)

Des clients plus fidèles et engagés en forte croissance

- 10m de clients actifs, en hausse de +8% vs. 2019 (-3% vs. 2020) grâce à une forte rétention des nouveaux clients de 2020
- Un NPS global qui atteint 52,9 soit +8,4 pts vs. 2019 (+5,7 pts vs. 2020) avec une satisfaction client élevée et en hausse
- 2,5m d'abonnés *Cdiscount à Volonté* (programme de fidélité) : +20% vs. 2019 (+9% vs. 2020)

Forte accélération commerciale des activités B2B

- Octopia: GMV multiplié par 3,3 vs. 2019 (+26% vs. 2020); 12 contrats marketplace-as-a-service signés avec des acteurs stratégiques dans 7 pays ; signature d'un partenariat avec Ocado
- C-Logistics: forte augmentation des revenus grâce au lancement de 20 clients en 2021

L'EBITDA atteint 109M€, +33% vs. 2019 (-18% vs. 2020) avec un investissement important dans les activités stratégiques B2B

Investissement accru pour accélérer le développement des actifs Octopia: 94M€ de CAPEX (+33% vs. 2020)

AMSTERDAM, le 17 février 2022 à 8h30 CET, Cnova N.V. (Euronext Paris: CNV; ISIN: NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les chiffres clés **non audités** de son activité du 4^{ème} trimestre et ses résultats financiers de l'exercice clos le 31 décembre 2021.

Points clés de 2021

En 2021, le Groupe a continué d'accélérer sur ses **3 piliers stratégiques** tout en **améliorant l'expérience client**: **revenus marketplace** en hausse (+29% vs. 2019), **marketing digital** (+75% vs. 2019) et **initiatives B2B** avec Octopia (x3 vs. 2019) et C-Logistics.

La **satisfaction client** a continué d'être au cœur de la stratégie e-commerce de Cdiscount en 2021. La base de clients actifs a augmenté de +8% vs. 2019 et est de plus en plus engagée: le programme de fidélité *Cdiscount à Volonté* (CDAV) compte désormais plus de 2,5M de clients (+20% vs. 2019) soutenant la rétention et le réachat. La satisfaction client a atteint un niveau record, aussi bien pour les ventes directes que pour la marketplace, avec un NPS global qui atteint 52,9, en hausse de +8,4pts vs. 2019, grâce à la hausse de la part des ventes expédiées en express et à la politique de "Oui au client" qui couvre désormais 100% des membres CDAV et des nouveaux clients.

La **marketplace**, qui représente désormais 45,2% (+6,7pts vs. 2019) du GMV produit (« Gross Merchandise Volume »), est le principal levier de la croissance rentable de Cnova, avec un GMV en hausse de +22% sur 2 ans. Dans le même temps, les revenus ont augmenté rapidement (+29%), atteignant 193M€. Le nombre de vendeurs a dépassé les 13 000 avec un niveau de qualité record (NPS à 48,4 soit +10,9pts vs. 2019), tiré par le développement du *Fulfilment by Cdiscount* et du programme *Cdiscount Express seller*.

Les revenus issus du **marketing digital** ont presque doublé en 2 ans, générant de la rentabilité grâce à Cdiscount Ads Retail Solution (CARS), la plateforme propriétaire d'enchères publicitaires de Cnova, principalement tirés par les Produits sponsorisés et Google Shopping.

Le 3^{ème} pilier stratégique, le **développement B2B**, a également connu une année 2021 record. C-Logistics et C Chez Vous ont lancé 20 clients. Octopia, l'écosystème de technologies marketplace de Cnova, a connu une forte croissance de son GMV alors que 12 contrats ont été signés avec des acteurs stratégiques dans 7 pays sur la seule année 2021. Un accord vient d'être signé avec le Groupe Ocado, aux termes duquel Ocado intégrera dans sa plateforme de services

(Ocado Smart Platform ou « OSP ») la solution marketplace d'Octopia, ce qui permettra aux partenaires d'Ocado du monde entier de lancer leurs propres marketplaces.

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Après une année 2020 exceptionnelle, nous avons continué en 2021 de déployer avec succès notre stratégie basée sur 3 piliers: la croissance de la marketplace et le développement du marketing digital pour la plateforme e-commerce B2C, et l'accélération du B2B, grâce à l'engagement constant de nos équipes.

Le GMV de l'activité B2C bénéficie d'une satisfaction client record et du dynamisme de la marketplace. Nous avons significativement amélioré l'expérience client sur le site et le mobile, en nous appuyant sur l'intelligence artificielle tout au long du parcours client. Le moteur de recherche ainsi que la personnalisation des produits et des promotions vont continuer d'être des priorités importantes en 2022.

Les activités B2B ont connu de grands succès commerciaux et des lancements produits réussis, comme le montre notre partenariat avec Ocado. 2022 sera une année charnière avec le lancement d'une première version complète de l'offre marketplace d'Octopia et des développements importants du côté de C-Logistics.

Dans le même temps, nous sommes fiers d'avoir été reconnus "Great Place to Work" par nos collaborateurs et nous avons également renforcé nos actions visant à réduire l'impact environnemental de notre supply-chain. »

Indicateurs financiers

Performance financière (millions d'€)	2021	2020	2019	Variation vs. 2020	Variation vs. 2019
GMV	4 206	4 204	3 899	+0,0%	+7,9%
Plateforme e-commerce	4 091	4 116	3 867	-0,6%	+5,8%
dont Ventes directes	1 840	1 934	1 991	-4,9%	-7,6%
dont Marketplace	1 518	1 514	1 245	+0,2%	+21,9%
Quote-part Marketplace	45,2%	43,9%	38,5%	+1,3pt	+6,7pts
dont Services	278	193	169	+43,7%	+64,7%
dont Autres revenus	456	475	462	-4,1%	-1,3%
Activités B2B	114	88	33	+30,2%	x3,5
dont Octopia	109	87	33	+25,6%	x3,3
dont C-Logistics	5	1	0	x7,8	n.m.
Chiffres d'affaires	2 166	2 225	2 195	-2,6%	-1,3%
EBITDA	108,9	133,3	82,0	-18,3%	+32,8%
en % du CA	5,0%	6,0%	3,7%	-1,0pt	+1,3pt
Résultat opérationnel courant	18,4	53,1	14,7	-65,3%	+25,2%
en % du CA	0,8%	2,4%	0,7%	-1,5pt	+0,2pt
Résultat financier net	(52,7)	(54,0)	(56,6)	-2,4%	-6,9%
Résultat net	(49,1)	(21,4)	(65,3)	n.m.	n.m.
Flux de trésorerie (millions d'€)	2021	2020	2019	Variation vs. 2020	Variation vs. 2019
EBITDA	108,9	133,3	82,0	-18,3%	+32,8%
(-) éléments non-récurrents	(8,8)	(12,5)	(9,2)	+29,4%	+4,1%
(-) loyers	(34,7)	(32,0)	(27,0)	-8,6%	-28,6%
Capacité d'auto-financement	65,4	88,8	45,8	-26,4%	+42,7%
Investissements (CAPEX net)	(94,3)	(70,9)	(73,7)	-33,1%	-27,9%
Variation du BFR	(44,3)	63,9	70,9	n.m.	n.m.
Impôts	(3,6)	(9,3)	3,3	+5,7	-6,9
Flux net de trésorerie lié aux opérations courantes	(77,1)	72,6	39,6	n.m.	n.m.
Dette financière nette	(326,1)	(200,7)	(221,5)	(125,4)	(104,6)

Faits opérationnels marquants de l'année 2021

Chiffres clés	2021	2020 ¹⁰	2019	Variation vs. 2020	Variation vs. 2019
QP marketplace dans le GMV ¹	45,2%	43,9%	38,5%	+1,3pt	+6,7pts
Revenus marketplace (M€) ²	192,8	183,8	149,8	+4,9%	+28,7%
Marketing Digital (M€)	69,2	52,4	39,7	+32,1%	+74,5%
Commandes (en millions)	28,6	30,4	26,6	-6,0%	+7,5%
dont Marketplace ³	19,1	20,3	16,1	-6,0%	+18,6%
Articles vendus (en millions)	49,3	54,2	49,7	-9,0%	-0,8%
dont Marketplace	28,2	31,0	25,0	-9,0%	+12,8%

Faits marquants du 4^{ème} trimestre 2021

Sur l'année, le **GMV** est stable et le **chiffre d'affaires** en légère baisse, démontrant une résilience importante après une année 2020 exceptionnelle. Les résultats du 4^{ème} trimestre sont solides, avec une base comparable 2020 très élevée en raison du confinement de novembre : le GMV et le chiffre d'affaires sont respectivement en repli de -8,6% et -8,7% mais la part de marché de Cdiscount est restée stable au 4^{ème} trimestre⁴. Par rapport à 2019, le GMV total, la marketplace et Octopia ont fortement progressé au 4^{ème} trimestre, alors que le voyage était toujours impacté par la pandémie.

GMV	T4 2021		2021	
	vs. 20	vs. 19	vs. 20	vs. 19
Croissance du GMV	-8,6%	+0,5%	+0,0%	+7,9%
Croissance du chiffre d'affaires	-8,7%	-6,8%	-2,6%	-1,3%
Croissance du GMV marketplace	-14,6%	+14,6%	+0,2%	+21,9%
Croissance du GMV Octopia	-1,4%	x4	+25,6%	x3
Croissance du GMV du voyage	+69,7%	-40,4%	+13,5%	-21,1%

Clients: Cnova a atteint 10,0 millions de clients actifs à la fin du 4^{ème} trimestre 2021, soit une augmentation de +8% sur 2 ans et une baisse de seulement 3% par rapport à la base de clients actifs à fin 2020 qui était soutenue par des circonstances exceptionnelles.

Cdiscount à Volonté ("CDAV"), le programme fidélité de Cdiscount, compte désormais 2,5 millions de membres (+20% vs. 2019, +9% vs. 2020) bénéficiant de 2,8 millions de références disponibles à la livraison express, en hausse de +91% vs. 2020.

Clients	Fin T4 21	
	vs. 20	vs. 19
Evolution du nombre de clients actifs	-3%	+8%
Croissance du parc d'abonnés CDAV ⁵	+9%	+20%

Concernant le **trafic**, Cnova a consolidé sa place de #2 en France en 2021 avec 22,1 millions de visiteurs uniques mensuels en moyenne, soit une baisse de -3% par rapport à 2020 mais une hausse de +7% par rapport à 2019.

Trafic	T4 21		2021	
	vs. 20	vs. 19	vs. 20	vs. 19
Visiteurs uniques mensuels ⁶	-7%	+1%	-3%	+7%

¹ GMV marketplace (voir p. 2) divisé par le GMV produit (GMV marketplace + GMV ventes directes)

² Inclut les commissions marketplace nettes des remises, les abonnements marketplace, ainsi que les revenus des services aux vendeurs (services marketing, services financiers, etc.)

³ Les paniers mixtes (incluant à la fois des produits de la marketplace et des ventes directes) ont également été considérés comme des paniers marketplace

⁴ Rapport Fox Intelligence pour la période allant du 01/10/2021 au 31/21/2021

⁵ Parc d'abonnés au 31/12/2021

⁶ Selon la dernière étude Médiamétrie (Décembre 2021)

La **quote-part marketplace dans le GMV a atteint 45,0% au 4^{ème} trimestre 2021**, soit une forte augmentation de +7,3pts sur 2 ans (-0,5 pt vs. 2020) et **45,2%** en année pleine, soit une augmentation de +6,7pts sur 2 ans (+1,3 pt vs. 2020). Elle a bénéficié de la forte croissance du volume d'affaires géré dans nos entrepôts en Fulfilment dont le poids dans le GMV marketplace a augmenté de +2,6pts au T4 vs. 2019 (+4,7pts vs. 2020) et de +6,0pts en année pleine vs. 2019 (+4,3pts vs. 2020).

Marketplace	T4 2021		2021	
	vs. 20	vs. 19	vs. 20	vs. 19
Evolution de la QP Marketplace dans le GMV	-0,5 pt	+7,3 pts	+1,3 pt	+6,7 pts
QP du Fulfilment dans le GMV marketplace¹	+4,7 pts	+2,6 pts	+4,3 pts	+6,0 pts
Croissance des revenus marketplace²	-12,9%	+21,3%	+4,9%	+28,7%

Performance financière 2021

Cnova N.V. (millions d'€)	Année		Variation	
	2021	2020	vs. 2020	vs. 2019
GMV	4 205,5	4 204,2	+0,0%	+7,9%
Chiffre d'affaires	2 166,1	2 224,8	-2,6%	-1,3%
Marge brute	480,0	474,0	+1,3%	+23,1%
<i>en % du CA</i>	<i>22,2%</i>	<i>21,3%</i>	<i>+0,9 pt</i>	<i>+4,5 pts</i>
Frais d'exploitation	(371,4)	(340,6)	-9,1%	-20,9%
<i>en % du CA</i>	<i>17,1%</i>	<i>15,3%</i>	<i>+1,8 pt</i>	<i>+3,1 pts</i>
EBITDA	108,9	133,3	-24,4	+26,9
<i>en % du CA</i>	<i>5,0%</i>	<i>6,0%</i>	<i>-1,0 pt</i>	<i>+1,3 pt</i>
Résultat opérationnel courant	18,4	53,1	-34,7	+3,7
Résultat financier net	(52,7)	(54,0)	+1,3	+3,9
Résultat net	(46,0)	(15,6)	-30,4	+15,6

Le **chiffre d'affaires** s'est élevé à 2 166M€ en 2021, en baisse de -1,3% par rapport à 2019 (-2,6% vs. 2020). Le chiffre d'affaires a été impacté par l'accélération du pivot des ventes de produits vers plus de marketplace, les ventes marketplaces n'étant reconnues dans le chiffre d'affaires que pour le montant des commissions associées.

La **marge brute** s'est élevée à 480M€ en 2021, soit 22,2% du chiffre d'affaires, en augmentation de +4,5 points par rapport à 2019 (+0,9 pt vs. 2020). La marge brute a bénéficié de l'augmentation des revenus marketplace ainsi que du développement du marketing digital³.

Les **frais d'exploitation** (hors amortissements et dépréciations) ont atteint 371M€ soit 17,1% du chiffre d'affaires, en hausse de +1,8 point vs. 2020, et sont restés maîtrisés avec une augmentation de +3,1 points vs. 2019 alors que la marge brute a augmenté de +4,5 points sur la même période. Les **coûts de distribution**, à 6,5% du chiffre d'affaires (-0,2 pt vs. 2020 ; +0,3 pt vs 2019), ont légèrement baissé grâce à une meilleure productivité logistique. Les **coûts de marketing** ont représenté 4,9% du chiffre d'affaires (+1,0 pt vs. 2020 ; +1,2 pts vs. 2019) en raison de coûts d'acquisition et de dépenses médias en augmentation pour soutenir l'augmentation de la part de marché de Cnova au 2^{ème} semestre 2021. Les **dépenses technologiques et de contenu** ont augmenté, atteignant 3,6% du chiffre d'affaires (+0,7 pt vs. 2020 ; +1,1 pt vs. 2019), en raison des investissements dans les activités de monétisation B2C et dans le développement de la plateforme technologique de Cnova, ainsi qu'un important effort commercial sur Octopia.

L'**EBITDA** a atteint 109M€, en amélioration de 27M€ vs. 2019 et en baisse de -24M€ vs. 2020. Avant loyers, l'EBITDA 2021 s'est élevé à 77M€.

¹ GMV Marketplace généré via les vendeurs profitant du service de fulfilment de Cdiscount, divisé par le GMV marketplace total

² Inclut les commissions marketplace nettes des remises, les abonnements marketplace, ainsi que les revenus des services aux vendeurs (services marketing, services financiers, etc.)

³ Inclut les revenus du marketing digital générés avec les fournisseurs et les vendeurs marketplace (ces derniers étant également inclus dans le revenu marketplace total)

Le **résultat opérationnel courant** a atteint 18M€, soit une amélioration de +4M€ vs. 2019 et une baisse de -35M€ par rapport à 2020, avec des dépréciations et amortissements en hausse de +9,8M€ vs. 2020 en raison du développement des nouveaux actifs B2B, en particulier la plateforme Octopia.

Les **charges financières nettes** se sont élevées à 53M€, en légère amélioration grâce à l'amélioration de la gestion du risque sur le paiement en 4 fois qui a compensé l'augmentation des coûts de financement.

Le **résultat net des activités poursuivies** s'est amélioré de +16M€ vs. 2019 (en baisse de -30M€ vs. 2020) pour atteindre -46M€, avec un résultat ajusté par action de -0,12€.

Flux de trésorerie (millions d'€)	2021	2020	2019	Variation vs. 2020	Variation vs. 2019
EBITDA	108,9	133,3	82,0	-18,3%	+32,8%
(-) éléments non-récurrents	(8,8)	(12,5)	(9,2)	+29,4%	+4,1%
(-) loyers	(34,7)	(32,0)	(27,0)	-8,6%	-28,6%
Capacité d'auto-financement	65,4	88,8	45,8	-26,4%	+42,7%
Investissements (CAPEX net)	(94,3)	(70,9)	(73,7)	-33,1%	-27,9%
Variation du BFR	(44,3)	63,9	70,9	n.m.	n.m.
Impôts	(3,6)	(9,3)	3,3	+5,7	-6,9
Flux net de trésorerie lié aux opérations courantes	(77,1)	72,6	39,6	n.m.	n.m.
Dette financière nette	(326,1)	(200,7)	(221,5)	(125,4)	(104,6)

Le **capacité d'auto-financement** s'est élevée à 65M€ sur les 12 derniers mois, en hausse de +43% vs. 2019, confirmant l'amélioration structurelle de la génération de trésorerie :

- La rentabilité opérationnelle, avec un **EBITDA positif de 109M€**, est en hausse de +27M€ vs. 2019 (-24M€ vs. 2020)
- Les **autres charges opérationnelles** ont atteint -9M€, en amélioration de +0,4M€ par rapport à 2019 (+3M€ vs. 2020)
- Une légère hausse des **remboursements de passifs de loyers** au titre des contrats de location (impact IFRS16) qui se sont élevés à -35M€

La **flux de trésorerie disponible avant intérêts** s'est établi à -77M€ sur 12 mois, s'expliquant principalement par :

- Des **capex** qui atteignent 94M€, en hausse de +28% par rapport à 2019 (+33% vs. 2020), pour accompagner le développement d'Octopia
- Une augmentation de +44M€ du **besoin en fonds de roulement**, principalement en raison du contexte exceptionnel de 2020 et de fin 2021 (variation du besoin en fonds de roulement de +72M€ en 2019) : (i) hausse des stocks fin 2021 à cause des ruptures d'approvisionnement fin 2020 (ii) stocks stratégiques additionnels (crise des semi-conducteurs, etc.) acquis fin 2021 (iii) ralentissement de l'activité en novembre et décembre 2021 par rapport à la période comparable de confinement fin 2020.

En tenant compte de la trésorerie issue des activités de financement, principalement liée au coût du risque du paiement en 4 fois, la dette financière nette a augmenté de +125M€ sur les 12 derniers mois pour atteindre -326M€.

Points clés de l'activité

Amélioration de l'expérience client et NPS à un niveau record

- Les **délais de livraison** se sont améliorés de 0,5 jour en 2021 (-0,8 jour vs. 2019) grâce au poids croissant des livraisons express, à l'élargissement des assortiments *Cdiscount Fulfilment* et *Cdiscount Express seller* (+91% vs. 2020 ; x2,4 vs. 2019) et à une baisse des produits importés depuis des pays non-européens.

- Cnova a également poursuivi sa politique de “**Oui au client**” avec désormais **100%** de réponses positives et immédiates aux réclamations des abonnés CDAV et des nouveaux clients, ainsi que des actions proactives de prévention pour chaque événement anormal survenant au cours du parcours client.
- Ces différentes mesures ont permis d’atteindre un **NPS global de 52,9**, soit une hausse significative de **+8,4 pts** en 2 ans (+5,7 pts vs. 2020), poursuivant les efforts constants entrepris ces dernières années.

La marketplace de produits poursuit sa croissance, tirant vers le haut les revenus et la rentabilité

- L’activité marketplace s’est accélérée en 2021, gagnant **+1,3 point** de quote-part GMV pour atteindre **45,2%** (+6,7 pts vs. 2019)
- Parallèlement à la croissance des volumes, la génération de revenus a progressé encore plus rapidement : **+5%** sur l’ensemble de l’année 2021 pour atteindre **193M€** (+29% vs. 2019)
- **L’augmentation du nombre de références éligibles à la livraison express** est un facteur clé de croissance, de satisfaction client et de développement de CDAV. Les références éligibles à CDAV ont atteint **2,8 millions¹**, soit une croissance de **+91%** sur 12 mois (x2,4 vs. 2019) grâce à l’élargissement de l’assortiment *Cdiscount Fulfilment* et *Cdiscount Express Seller*.

Un marketing digital dynamique porté par Cdiscount Ads Retail Solution

- Les revenus générés par le **marketing digital** ont augmenté de **+18%** au 4^{ème} trimestre 2021 vs. 2020 (+73% vs. 2019) et de **+32%** en année pleine (+75% vs. 2019), contribuant à renforcer l’activité la plus rentable de Cnova
- Le marketing digital a principalement été soutenu par **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)**, la solution propriétaire de Cnova lancée en 2020, une plateforme publicitaire 100% autonome permettant aux vendeurs et fournisseurs de promouvoir leurs produits et leurs marques. Cnova a également renforcé son offre de marketing digital en développant des fonctionnalités complémentaires comme les opérations de live shopping avec des marques partenaires.

Les services B2C ont affiché de solides performances

- Le **GMV** des services B2C s’est élevé à **278M€**, en croissance de **+44%** en année pleine (+65% vs. 2019)
- Le GMV de **Cdiscount Voyage** a cru de **+70%** ce trimestre et de **+14%** en année pleine (-21% vs. 2019), soutenu par un panier moyen record (**+19%** vs. 2020)

Croissance rapide d’Octopia, la solution de marketplace clé en main pour les distributeurs et les e-commerçants

- Le GMV d’Octopia a cru de **+26%** en 2021 (x3 vs. 2019), contribuant pour +0,5 point à la croissance de Cnova
- **La dynamique commerciale de l’offre Marketplace-as-a-Service est excellente** (12 nouveaux contrats signés avec des acteurs majeurs dont 8 au seul 4^{ème} trimestre 2021), et continue d’accélérer:
 - Les offres Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service ont déjà convaincu plusieurs acteurs internationaux et présentent des carnets de commandes conséquents
- L’offre **Fulfilment-as-a-Service** a connu une croissance de **+58%** (x7 vs. 2019) de son GMV lié à la logistique des colis hors Cdiscount.com
- Par ailleurs, **Ocado** intégrera Octopia dans sa plateforme de services (“OSP”), offrant ainsi à l’ensemble de ses partenaires internationaux de nouvelles opportunités et des fonctionnalités inédites. L’accord conclu entre Ocado et Cdiscount prévoit également l’attribution d’actions Octopia à Ocado, à des conditions préférentielles, en cas de levée de fonds future. Ce partenariat commercial viendra soutenir le développement d’Octopia ainsi que la stratégie de Cdiscount d’étendre ses activités B2B.

Responsabilité sociale des entreprises (RSE)

Cnova a poursuivi sa stratégie RSE visant à promouvoir l’accès aux produits et services à un maximum de personnes, tout en développant un acteur digital européen durable et inclusif, répondant aux grands enjeux du e-commerce.

Pour réduire l’impact environnemental de son offre, Cnova investit dans l’économie circulaire:

¹ A fin décembre 2020

- **Mise en avant des produits reconditionnés et de seconde main** sur Cdiscount.com (plus de 100M€ de produits reconditionnés vendus en 2021 ; plus de 25% des smartphones vendus sont reconditionnés)

Cnova est également en pointe concernant la **réduction de l'impact environnemental de la logistique**

- **Transport:** C-Logistics a rejoint l'initiative Fret 21 (menée par l'ADEME et le Ministère Français du Développement Durable) et s'est engagé à réduire de 7% les émissions de gaz à effet de serre liées à l'activité de Cdiscount.com d'ici 2023 (calcul basé sur les émissions de 2020). C-Logistics et C Chez Vous ont également renouvelé leur soutien au fonds de dotation "Plantons pour l'Avenir" pour séquestrer leurs émissions résiduelles et faire ainsi en sorte que les livraisons et retours de Cdiscount.com restent neutres en carbone.
- **Emballages:** les clients peuvent désormais choisir des emballages réutilisables (partenariat avec Hipli), complétant ainsi les initiatives ayant permis d'éviter 1,3 million d'emballages en 2021 via la mutualisation des colis, le programme de non-suremballage (choisit par plus de 98% de nos clients), etc.

Cnova soutient également les économies locales:

- Cdiscount a renforcé son positionnement sur le "**Made in France**" grâce à de nouveaux vendeurs et à des partenariats avec des organismes de certification
- Cdiscount et Octopia contribuent au développement des PME, avec déjà plus de 5 000 entreprises françaises inscrites sur la marketplace
- Plus généralement, l'activité de Cnova représentait plus de 47 000 emplois en France et de 92 000 en Europe en 2021¹

Enfin, la politique RH de Cnova a été primée par la certification « Great Place to Work » en 2021. Cdiscount a également été élu Leader en matière de diversité par le Financial Times pour son action de promotion de la diversité au sein de l'entreprise, alors que l'indice de parité Penicaud montre l'engagement de Cnova dans la promotion d'opportunités égales pour les femmes et les hommes.

Perspectives

Cnova prévoit de maintenir ses investissements pour poursuivre sa croissance tout en continuant son évolution stratégique vers un modèle de plateforme rentable, avec 3 grandes priorités:

- **Développer en priorité la marketplace** en s'appuyant sur ses capacités de fulfilment, sur la croissance du programme Express seller et sur le recrutement de vendeurs, conduisant à plus de qualité et à une satisfaction client croissante
- **Accroître les revenus issus du marketing digital** en recrutant plus de fournisseurs et de vendeurs marketplace et en leur offrant plus de fonctionnalités via CARS, la plateforme propriétaire 100% autonome de Cnova
- **Accélérer dans le B2B:** développer Octopia en ciblant la zone EMEA et en lançant de nouveaux clients importants, faire de C-Logistics et de C Chez Vous des leaders de la logistique e-commerce et continuer à innover dans tous les aspects de la logistique

¹ Basé sur une étude menée par Utopies, un cabinet de conseil en RSE certifié B-corp

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., leader Français du e-commerce, sert 10,0 millions de clients via son site 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'information.

Cnova Relations Investisseurs:
investor@cnovagroup.com

Contact Media:
directiondelacommunication@cdiscout.com
Tel: +33 6 18 33 17 86

Annexes

Cnova N.V. – Etats financiers consolidés ¹

Compte de résultat consolidé (millions d'€)	2021	2020 (révisés)	Variation
Chiffre d'affaires	2 166,1	2 224,8	-2,6%
Coût d'achat des marchandises vendues	(1 686,1)	(1 750,8)	-3,7%
Marge brute	480,0	474,0	+1,3%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	22,2%	21,3%	+0,9 pt
Frais d'exploitation ²	(461,5)	(420,8)	+9,7%
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	-21,3%	-18,9%	-1,4 pt
Coûts de distribution	(171,1)	(179,2)	-4,5%
Dépenses Marketing	(105,9)	(87,0)	+21,7%
Coûts technologiques et de contenu	(133,1)	(108,6)	+22,5%
Frais administratifs	(51,4)	(46,0)	+11,8%
Résultat opérationnel courant (ROC) ³	18,4	53,1	-34,7
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	0,9%	2,4%	-1,5 pt
Autres produits et charges opérationnels	(6,8)	(12,3)	+44,5%
Résultat opérationnel	11,6	40,8	-71,6%
Résultat financier	(52,7)	(54,0)	+2,4%
Résultat avant impôts	(41,1)	(13,2)	-27,9
Impôts	(4,9)	(2,5)	-2,4
Résultat net des activités poursuivies	(46,0)	(15,6)	-30,4
Résultat net des activités abandonnées ⁴	(3,1)	(5,7)	+2,6
Résultat net de l'ensemble consolidé	(49,1)	(21,4)	-27,7
<i>en % du chiffre d'affaires</i>	-2,3%	-1,0%	-1,3 pt
Part du Groupe	(50,6)	(23,4)	-27,2
Intérêts ne donnant pas le contrôle	1,4	2,0	-0,6
Résultat net ajusté par action (€) ⁵	(0,12)	(0,02)	-0,10

¹ Etats financiers non-audités

² Frais d'exploitation: frais de vente, frais généraux et frais administratifs

³ Résultat opérationnel courant: résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels (frais stratégiques et de restructuration, frais juridiques, charges de dépréciation et de cession d'actifs)

⁴ Conformément à la norme IFRS5 (actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le résultat net avant impôts de HALTAE (anciennement Stootie) pour les exercices clos les 31 Décembre 2021 et 2020 est présenté sous la rubrique "Résultat net des activités abandonnées"

⁵ Le résultat net ajusté par action correspond au résultat net part du Groupe Cnova avant d'autres produits et charges opérationnels et impact des impôts afférents, divisé par la moyenne pondérée du nombre d'actions ordinaires en circulation durant la période correspondante

Bilan consolidé <i>Au 31 décembre (en millions d'€)</i>	2021	2020 (révisés)
ACTIFS		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	20,5	15,8
Créances clients	150,9	167,2
Stocks	302,7	283,7
Créances d'impôts courants	4,0	4,0
Autres actifs courants, nets	186,4	313,8
Total actifs courants	664,5	784,6
Autres actifs non courants	10,6	11,4
Actifs d'impôts différés	43,6	45,0
Droit d'utilisation, net	138,3	149,2
Immobilisations corporelles, nettes	23,4	28,5
Immobilisations incorporelles, nettes	236,3	206,6
Goodwill	122,3	122,3
Total actifs non courants	574,5	562,9
Actifs détenus en vue de la vente	3,7	0,4
TOTAL ACTIF	1 242,7	1 348,0
PASSIF		
Provisions courantes	4,1	3,4
Dettes fournisseurs	624,3	658,3
Passif financier courant	84,2	20,1
Dettes de loyers courantes	34,0	30,5
Dettes d'impôts exigibles	104,4	83,9
Autres passifs courants	216,9	248,4
Total passifs courants	1 067,9	1 044,5
Provisions non courantes	8,8	12,8
Passif financier non-courant	280,4	340,6
Dettes de loyers non courantes	130,8	145,2
Passifs d'impôts différés	3,1	3,7
Autres dettes non courantes	1,3	1,5
Total passifs non courants	424,4	503,7
Passifs directement liés à des actifs détenus en vue de la vente	-	0,6
Capital social	17,3	17,2
Réserves consolidées	(338,1)	(287,9)
Capitaux propres part du Groupe	(320,9)	(270,7)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	71,3	69,8
Capitaux propres	(249,6)	(200,9)
TOTAL PASSIF	1 242,7	1 348,0

Tableau de flux de trésorerie <i>(en millions d'€)</i>	2021	2020 (révisés)
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe	(47,4)	(17,6)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	1,4	2,0
Résultat net des activités poursuivies	(46,0)	(15,6)
Dotations aux amortissements et provisions	89,5	80,3
Charges / (produits) calculés liés aux stock-options et assimilés	0,0	0,0
Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non-courants	1,8	3,9
Autres charges / (produits) calculés	(2,9)	(0,0)
Résultat financier	52,7	54,0
Charges / (produits) d'impôt y compris différé	4,5	2,5
Impôts versés	(3,6)	(9,3)
Variation du Besoin en fonds de roulement	(44,3)	59,7
<i>Stocks</i>	<i>(19,1)</i>	<i>44,8</i>
<i>Dettes fournisseurs et autres dettes</i>	<i>(41,0)</i>	<i>0,4</i>
<i>Créances clients</i>	<i>29,9</i>	<i>10,6</i>
<i>Autres</i>	<i>(14,2)</i>	<i>3,8</i>
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies	51,7	175,4
Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées	(1,5)	(5,2)
Acquisition immobilisations corporelles, incorporelles, immeubles de placement	(100,5)	(80,3)
Acquisition d'actifs financiers non courants	(0,3)	(0,0)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	6,4	9,5
Variation nette de périmètre	-	-
Investissement dans des entreprises	(0,2)	-
Variation des prêts et avances consentis	126,2	(134,9)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités poursuivies	31,7	(205,8)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées	(0,5)	(0,6)
Transactions avec les intérêts ne donnant pas le contrôle	(0,0)	-
Variation des emprunts souscrits	0,0	-
Augmentation des emprunts et dettes financières	5,8	120,0
Remboursement des emprunts et dettes financières	-	(40,3)
Remboursement des emprunts de location	(27,9)	(24,0)
Intérêts payés sur les emprunts de location	(6,8)	(8,0)
Intérêts financiers nets versés	(44,3)	(43,1)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités poursuivies	(73,2)	4,7
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées	-	-
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie (activités abandonnées)	-	(0,0)
Variation de trésorerie (activités poursuivies)	10,1	(25,7)
Variation de trésorerie (activités abandonnées)	(2,0)	(5,9)
Trésorerie et équivalent de trésorerie nets d'ouverture	9,0	40,6
Trésorerie et équivalent de trésorerie nets de clôture	17,1	9,0

Prochain rendez-vous

Jeudi 17 février 2022 à 18h00
(heure d'Europe centrale)

Conférence téléphonique et diffusion des
Résultats de l'année 2021 de Cnova

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

Numéros d'appel pour les participants:

France +33 172727403 PIN: 53126773#

UK +44 2071943759 PIN: 53126773#

USA +1 6467224916 PIN: 53126773#

Diffusion sur internet:

<https://onlinexperiences.com/Launch/QReg/ShowUUID=2FA47C13-8C25-4130-91A9-04A682815D1A>

La conférence téléphonique restera disponible pendant 3 mois sur le Site [Cnova.com](https://cnova.com)