

CNOVA N.V.
Activité du 1^{er} trimestre 2024
Mise à jour sur la situation du groupe Casino

Cnova poursuit sa trajectoire vers un modèle plus rentable, avec un EBITDA après loyers en hausse de +36% et des flux de trésorerie disponibles en amélioration de +49 M€ vs. T1 2023

- **Un GMV global en baisse de -12% sur base comparable vs. T1 2023**, en légère amélioration par rapport au T4 2023, malgré un effet de comparaison défavorable lié aux campagnes de déstockage de 2023 et sur un marché toujours difficile pour les produits High Tech & Maisons
- **Un chiffre d'affaires en diminution de -21% sur base comparable vs. T1 2023**, en raison de la baisse du GMV et de la transition stratégique continue vers la Marketplace, qui représente désormais 63,8% du GMV Produit (+7,1pts vs. T1 2023)
- **Des revenus de services qui s'élèvent à 77 M€, en hausse de 4% vs. T1 2023**, et qui représentant 31,7% du chiffre d'affaires net global, en **augmentation de 7,5pts vs. T1 2023¹**, soutenus par la **résilience des revenus de la Marketplace et des services d'Advertising**, ainsi que par les **revenus B2B en croissance** de +90% vs. T1 2023, portés par les solutions B2B d'Octopia et les services de C-Logistics proposés aux tiers
- **Des frais généraux² impactés positivement par les effets année pleine du Plan d'Efficiences**, en amélioration de +13 M€ vs. T1 2023
- **Un EBITDA après loyers en hausse de 2 M€ au 1^{er} trimestre 2024 vs. T1 2023**, soit **une croissance de +36%**, grâce au retournement de Cnova vers un modèle plus rentable
- **Des flux de trésorerie disponibles avant intérêts financiers en hausse de +49 M€ vs. T1 2023**
- **Une stratégie ESG en développement continu chez Cnova :**
 - Croissance de la quote-part des « **produits plus responsables** » : 20% du GMV Produit de Cdiscount (+4,6pts vs. T1 2023)
 - **Réduction des émissions de gaz à effet de serre des livraisons de 35%³**
- **Un NPS en hausse de +1,2pt vs. T1 2023**, avec un NPS Marketplace qui s'améliore de +2,5 vs. T1 2023

AMSTERDAM – 24 avril 2024, 17h35 CET Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) ("Cnova") publie aujourd'hui les résultats de son activité du 1^{er} trimestre 2024

Thomas Métivier, Directeur Général de Cnova, a déclaré :

« Au premier trimestre, Cnova est resté fidèle à sa stratégie. Nous avons continué d'augmenter les revenus de nos services tout en maintenant un contrôle rigoureux de nos coûts, ce qui a permis d'améliorer significativement la rentabilité et les flux de trésorerie disponibles.

Nous avons atteint un nouveau record de quote-part Marketplace et nous avons observé une forte performance des services B2C comme le voyage, ainsi que de nos offres plus responsables, en croissance de 13% sur le trimestre, ce qui réaffirme notre positionnement robuste pour répondre aux besoins et aux tendances évolutives des consommateurs. Notre capacité à soutenir les consommateurs est particulièrement remarquable, face aux pressions inflationnistes, en préservant leur pouvoir d'achat et en soutenant leur transition vers des modes de consommation plus durable.

Le 27 mars a marqué le début d'une nouvelle ère avec le changement de contrôle du groupe Casino, mettant en avant ses différentes enseignes, en particulier Cnova, pour continuer à innover et à créer davantage de valeur pour nos clients. »

¹ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

² Hors dépréciations et amortissements, y compris loyers

³ Périodes de comparaison : du 1/10/2022 au 30/09/2023 vs. 1/10/2021 au 30/09/2022

Au cours du 1^{er} trimestre, Cnova a poursuivi ses efforts pour **améliorer sa rentabilité opérationnelle**, comme en témoigne le **taux de marge brute en hausse de +5,3pts** vs. T1 2023 et **l'EBITDA après loyers en progression de +35,7%**.

Sur un marché toujours difficile affecté par une stagnation de la consommation globale et la baisse de la consommation de produits High Tech & Maisons, **le GMV global a diminué de -12,3%⁴** vs. T1 2023 et **le chiffre d'affaires net a reculé de -20,6%⁴** vs. T1 2023, aussi en lien avec la transition de Cnova vers un modèle plus rentable.

Les revenus de services de Cnova se sont élevés à 77 M€ au 1^{er} trimestre 2024, en hausse de +4,2% vs. T1 2023, avec :

- **La Marketplace qui a généré 46 M€ de revenus⁵ au 1^{er} trimestre 2024**, avec une quote-part de GMV Marketplace qui atteint 63,8% (+7,1pts vs. T1 2023, +27,5pts vs. T1 2019) et une amélioration de la marge contributive de la Marketplace⁶
- **Des revenus nets des services d'Advertising⁷ résilients**, qui s'établissent à 16 M€ au 1^{er} trimestre 2024, avec une croissance du Retail Media (+7,8% vs. T1 2023), principalement portée par les vendeurs Marketplace (+10,3% vs. T1 2023). Le taux de prise GMV des services d'Advertising s'établit à 4,3% au T1 2024 (+0,5pt vs. T1 2023, +3,1pts vs. T1 2019)
- **Le GMV des services B2C qui enregistre une bonne performance, en hausse de +7,9%** vs. T1 2023, et qui atteint 39 M€ au 1^{er} trimestre 2024, principalement porté par les activités Mobile (+42,3% vs. T1 2023) et Voyage (+1,4% vs. T1 2023)
- **Les revenus B2B d'Octopia qui s'améliorent de +34,7%** vs. T1 2023, et qui s'élèvent à 6 M€ au 1^{er} trimestre 2024, avec une croissance des activités de Fulfilment-as-a-Service (+17,5% vs. T1 2023) et une hausse des revenus de Marketplace-as-a-Service et Merchants-as-a-Service (x3 vs. T1 2023) avec 2 clients lancés et 2 clients signés au T1 2024 pour les solutions Merchants-as-a-Service
- **Les revenus B2B de C-Logistics multipliés par 3** par rapport au 1^{er} trimestre 2023, et qui atteignent 6 M€ au 1^{er} trimestre 2024, avec le nombre de colis expédiés pour les clients externes en hausse de x3 vs. T1 2023. Au cours du 1^{er} trimestre 2024, C-Logistics a lancé deux clients, spécialisés respectivement dans les produits de luxe et l'alimentation pour animaux de compagnie

L'EBITDA après loyers a augmenté de +35,7% grâce à la résilience de nos services d'Advertising, à la hausse de la quote-part GMV de la Marketplace et à nos efforts de dynamisation des produits rentables pour les ventes directes, ainsi qu'aux effets année pleine du Plan d'Efficienc e sur les coûts opérationnels. En conséquence, **l'EBITDA après loyers en % du chiffre d'affaires net** s'est amélioré de 1,6% au T1 2023 à 2,9% au T1 2024.

Les flux de trésorerie disponibles se sont améliorés de +49 M€ au 1^{er} trimestre 2024 vs. T1 2023, avec une amélioration structurelle de l'EBITDA après loyers, des dépenses d'investissement et des coûts financiers du paiement en 4 fois, principalement grâce à la transformation du modèle économique de Cnova, ainsi qu'à une amélioration de la variation du besoin en fonds de roulement par rapport au T1 2023, partiellement compensée par une dégradation des éléments non récurrents en lien avec la rationalisation des entrepôts.

⁴ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

⁵ Y compris les commissions Marketplace après réductions, les revenus d'abonnements et les revenus générés par les services logistiques fournis aux vendeurs

⁶ En % du GMV Marketplace promis hors taxes (avant annulation due à la détection de fraude et/ou au non-paiement du client)

⁷ Y compris les revenus des services d'Advertising aux fournisseurs et aux vendeurs

Point sur la situation du groupe Casino

Le **28 mars 2024**, Casino a annoncé la réalisation effective de sa restructuration financière, ce qui a entraîné un changement de contrôle du groupe Casino au profit de France Retail Holdings S.à.r.l. ("FRH"), une entité ultimement contrôlée par M. Daniel Křetínský. L'ensemble des opérations prévues par le Plan de Sauvegarde Accélérée ont été réalisées, notamment les opérations sur le capital décrites dans le communiqué de presse publié par Casino le 25 mars 2024.

Le même jour, Cnova a annoncé un changement au sein de son Conseil d'Administration. Le président du Conseil d'Administration de Cnova, administrateur non-exécutif de la société et membre du Comité des Nominations et des Rémunérations, M. Jean-Yves Haagen, et Mme Josseline de Clausade, administratrice non-exécutive de la société, ont démissionné de leurs fonctions le 27 mars 2024.

Faisant suite à la réalisation effective de la restructuration financière du groupe Casino le 27 mars 2024, France Retail Holdings S.à.r.l. a acquis indirectement (via Casino Guichard-Perrachon S.A.) 99,27% des droits de vote de Cnova, acquérant ainsi le contrôle prédominant de Cnova. FRH est un Fonds Commun de Créances créé par un consortium composé de EP Equity Investment III S.à.r.l. ("EP"), Fimalac et Attestor, et est contrôlé par EP, une société contrôlée (via EP Equity Investment S.à.r.l et EP Investment S.à.r.l) par M. Daniel Křetínský.

Chiffres-clés du 1^{er} trimestre 2024

Performance financière (M€)	T1 23	T1 24	Variation vs. 23	
			Publiée	Comparable ⁸
GMV total	712,5	605,3	-15,0%	-12,3%
Plateforme e-commerce	692,7	579,8	-16,3%	-13,6%
Dont Marketplace	329,1	315,4		-4,2%
Dont Ventes directes	251,4	179,0		-28,8%
<i>Quote-part Marketplace</i>	<i>56,7%</i>	<i>63,9%</i>		<i>+7,2pts</i>
Dont Services B2C	36,3	39,2		+7,9%
Dont Autres revenus	75,8	46,3	-39,0%	-14,1%
Activités B2B	19,8	25,6		+29,2%
Dont Revenus B2B d'Octopia	5,1	6,9		+34,7%
Dont Retail & Autres d'Octopia	12,7	12,0		-5,2%
Dont C-Logistics B2B	2,0	6,7		x3
Chiffre d'affaires net	323,5	243,4	-24,8%	-20,6%
EBITDA	14,0	13,6		-2,6%
EBITDA après loyers	5,1	7,0		+35,7%
Flux de trésorerie disponibles⁹	-121,2	-71,9		+49,3

⁸ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

⁹ Définis comme EBITDA après loyers - CAPEX net - coûts financiers du paiement en 4X - APCO - variation de BFR - impôts

Faits opérationnels marquants

Au cours du 1^{er} trimestre 2024, Cnova a poursuivi ses efforts pour élargir son offre de ventes directes avec des produits rentables, pour développer sa Marketplace et ses services d'Advertising et pour accroître ses activités B2B.

Face à des conditions de marché difficiles, le GMV global a diminué de -12,3% au T1 2024 en données comparables⁸, ce qui confirme le choix stratégique de Cnova de développer ses activités de services afin d'améliorer sa rentabilité opérationnelle.

Les revenus de services s'élèvent à 77 M€ au 1^{er} trimestre 2024, **en progression de +4,2%** par rapport à 2023, et représentent 31,7% du chiffre d'affaires net total (+7,5pts vs. T1 2023⁸).

Indicateurs-clés de l'activité (M€)	T1 23	T1 24	Variation vs. 23
Revenus Marketplace ¹⁰	47,8	45,7	-4,5%
Revenus des services d'Advertising ¹¹	16,4	16,4	-0,4%
Revenus B2C ¹²	3,8	3,8	-1,7%
Revenus B2B ¹³	5,9	11,3	+90,3%
Revenus de services	74,0	77,1	+4,2%
<i>Revenus de services en % du chiffre d'affaires net⁸</i>	<i>24,2%</i>	<i>31,7%</i>	<i>+7,5pts</i>
<i>Quote-part GMV de la Marketplace</i>	<i>56,7%</i>	<i>63,8%</i>	<i>+7,1pts</i>

Faits marquants du 1^{er} trimestre

GMV	T1 24 vs. 23
Evolution du GMV total sur base comparable ¹⁴	-12,3%
Evolution du GMV de la Marketplace	-4,2%
Evolution de la quote-part GMV Marketplace	+7,2pts
Croissance du GMV d'Octopia B2B	+34,7%
Croissance du GMV des services B2C	+7,9%

Au 1^{er} trimestre 2024, le GMV global de Cnova a diminué de -12,3% en données comparables¹³. Cette évolution d'une année sur l'autre a été entraînée par :

- **Les ventes directes** qui contribuent à l'évolution à hauteur de -10,5pts (-28,8% vs. T1 2023), impactées par la transition de notre modèle économique des ventes directes vers la Marketplace et la rationalisation de l'assortiment, notamment pour les produits à faible marge contributive. Dans un marché du e-commerce difficile, les ventes directes ont aussi été affectées par une intensité marketing plus faible en 2023 dans le cadre du Plan d'Efficiencia, suivie d'une reprise des dépenses marketing depuis la fin du 3^{ème} trimestre 2023, afin d'améliorer le trafic et la transformation

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

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

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

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

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

- **La Marketplace** qui contribue à l'évolution à hauteur de -2,0pts (-4,2% vs. T1 2023), avec une quote-part GMV en hausse de +7,1pts, qui atteint 63,8% au 1^{er} trimestre 2024. Le GMV de la Marketplace a également été impacté par les investissements marketing plus faibles en 2023
- **Les services B2C** qui contribuent à hauteur de +0,4pt (+7,9% vs. T1 2023) principalement grâce au Mobile (+42,3% vs. T1 2023) et au Voyage (+1,4% vs. T1 2023)
- **C-Logistics B2B** qui contribue à hauteur de +0,7pt (x3 vs. T1 2023) avec un nombre croissant de colis expédiés pour les clients externes (x3) et deux nouveaux clients lancés au T1 2024
- **Octopia B2B** qui contribue à l'évolution à hauteur de +0,3pt (+34,7% vs. T1 2023), porté par une augmentation des revenus Fulfilment-as-a-Service (+17,5% vs. T1 2023) ainsi que par la croissance des revenus Marketplace-as-a-Service et Merchants-as-a-Service (x3 vs. T1 2023). Octopia a lancé **Octopia Ads**, sa nouvelle solution de Retail Media : en s'appuyant sur la technologie de la plateforme **Cdiscount Ads Retail Solution (CARS)**

Clients	T1 24
Nombre de clients actifs au cours des 12 derniers mois (en millions)	7,2
Quote-part GMV du CDAV	38,2%

Le programme de fidélité Cdiscount à Volonté (CDAV) a représenté 38,2% du GMV total au T1 2024, en hausse de +0,6pt vs. T1 2023. Cnova a diversifié les mécanismes de récompense de ses membres CDAV, avec :

- Un focus sur les cagnottes de fidélité, avec par exemple l'opération « 100% remboursés », qui vise à encourager le réachat de la part des clients
- La part des actions de fidélité dédiées aux membres CDAV sur le total des actions de fidélité de tous les clients en progression de +60,5pts au 1^{er} trimestre 2024 vs. 2023

Une forte attention portée à la satisfaction client, illustrée par le NPS qui s'établit à 55,7pts au 1^{er} trimestre 2024, en hausse de +1,2pts par rapport à l'année dernière, principalement portée par une augmentation du NPS Marketplace qui atteint 54,1pts au T1 2024 (+2,5pts vs. 2023).

Indicateurs-clés de la Marketplace	T1 24	vs. 23
Quote-part GMV de la Marketplace	63,8%	+7,1pts
Revenus nets d'Advertising aux vendeurs Marketplace (M€)	10,2	+10,3%
Quote-part GMV de la livraison express	51,9%	+0,6pt
<i>Dont quote-part GMV de Cdiscount Express Seller</i>	13,1%	-2,7pts
<i>Dont quote-part GMV du Fulfilment by Cdiscount</i>	38,8%	+3,3pts

Malgré une baisse du GMV de -3,7%, la Marketplace continue de générer des indicateurs-clés bien orientés :

- Des services d'Advertising fournis aux vendeurs Marketplace en croissance de +10,3% au 1^{er} trimestre 2024 vs. 23, notamment grâce aux offres « Discover » qui visent à recruter de nouveaux vendeurs et à booster les services d'Advertising
- Une quote-part des produits éligibles à la livraison express en progression de +0,6pt vs. 2023, et qui atteint 51,9% au 1^{er} trimestre 2024
- Une quote-part GMV Marketplace en croissance de +7,1pts vs. 2023 et la marge contributive de la Marketplace en % du GMV de la Marketplace¹⁵ en amélioration au T1 2024 vs. 23

¹⁵ En % du GMV Marketplace promis hors taxes (avant annulation due à la détection de fraude et/ou au non-paiement du client)

Chiffre d'affaires net	T1 24 vs. 23
Evolution du chiffre d'affaires net ¹⁶	-20,6%

Le chiffre d'affaires net¹⁶ a atteint 243 M€, en baisse de -20,6% au 1^{er} trimestre 2024 par rapport au 1^{er} trimestre 2023. Cette diminution est principalement due à :

- La baisse des revenus des ventes directes, notamment liée à la transformation volontaire de notre modèle économique vers un modèle plus rentable, et aux impacts de la diminution de l'intensité marketing l'année dernière dans le cadre du Plan d'Efficienc
- La réduction des revenus de la Marketplace, également impactés par les économies volontaires sur les investissements marketing de l'année dernière
- Partiellement compensé par l'augmentation des revenus B2B avec Octopia B2B et C-Logistics B2B

Mise en œuvre d'initiatives d'Intelligence Artificielle Générative (« IAG ») au service du client

Des algorithmes alimentés par l'IAG ont été mis en œuvre tout au long du parcours client, ce qui permet de renforcer la pertinence du moteur de recherche de Cdiscount.com, comme en témoigne l'augmentation du taux de clic du moteur de recherche de +3,5pts au 1^{er} trimestre 2024 par rapport à 2023.

A travers ses initiatives d'IAG, tout en développant de nombreux cas d'usage, Cnova souhaite créer plus de valeur, enrichir l'expérience client et améliorer les processus et l'efficacité interne. Ces initiatives permettent également à Cnova de soutenir les vendeurs Marketplace dans la promotion de leurs catalogues et pour la création de leurs fiches-produits.

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

- Enrichissement des caractéristiques des produits
- Reclassification des produits
- Amélioration des titres et des descriptifs des produits

Les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux tels que le capital humain, le climat, l'éthique des affaires et l'engagement sociétal sont au cœur du développement stratégique des activités B2B et B2C de Cnova :

- Cnova est engagé à promouvoir une consommation plus durable sur ses ventes directes et sur sa Marketplace. Les actions menées par Cdiscount et Octopia (élargissement de l'assortiment des « produits plus durables », augmentation de la visibilité de cette offre, inclusion de ces produits dans les mécanismes commerciaux) ont permis d'atteindre une quote-part des produits durables de 19,8% du GMV Produit de Cdiscount au T1 2024 (+4,6% par rapport à 2023)
- Cnova prend également des mesures pour réduire l'impact de ses opérations, en particulier de sa logistique. Le plan d'action a permis de réduire les émissions de gaz à effet de serre liées à la livraison de produits vendus par Cdiscount et expédiés par C-Logistics de 35%¹⁷
- Enfin, Cnova poursuit son engagement social et sociétal en faveur de la parité hommes-femmes. Grâce à sa politique en matière de ressources humaines, l'indice consolidé de parité hommes-femmes de Cnova a augmenté de +3,5pts par rapport à 2022

¹⁶ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

¹⁷ Périodes de comparaison : du 1/10/2022 au 30/09/2023 vs. 1/10/2021 au 30/09/2022

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V. leader français du e-commerce, sert 7,2 millions de clients actifs via son site à la pointe de l'innovation, Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients B2C une offre de produits à des prix très attractifs, des options de livraison rapides et commodes, des solutions de paiement pratiques et innovantes ainsi que des services de voyage et de divertissement. Cnova N.V. sert aussi des clients B2B à l'international à travers Octopia (solution Marketplace-as-a-Service), Cdiscount Advertising (services d'Advertising pour vendeurs et marques) et C-Logistics (solution e-commerce logistique de bout en bout). Cnova N.V. fait partie du groupe Casino, groupe de distribution mondial. Les communiqués de Cnova NN.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

Tél : +33 6 79 74 30 94

Contact presse :directiondelacommunication@cdiscount.com

Tél : +33 6 18 33 17 86

cdiscount@vae-solis.com

Tél : +33 6 17 76 79 71