

LIMONEST, LE 21 JUILLET 2022 À 17H45

ACTIVITÉ DU 1^{ER} TRIMESTRE 2022-2023

- CHIFFRE D’AFFAIRES CONSOLIDÉ À 126,3 M€
- CONFIANCE RÉAFFIRMÉE DANS LE RETOUR À LA CROISSANCE DES ACTIVITÉS AU 2ND SEMESTRE 2022-2023

Olivier de la Clergerie, Directeur général du Groupe LDLC commente : « Comme anticipé, le 1^{er} trimestre a été fortement impacté par la normalisation des dépenses high-tech – des particuliers comme des professionnels – après les hauts niveaux de consommation de la période Covid. Par ailleurs, sous l’effet des tensions inflationnistes, nos clients ont eu des comportements d’achat plus prudents, les conduisant à reporter ou à réduire leurs dépenses. Ceci explique la contraction du chiffre d’affaires trimestriel, qui s’établit à 126,3 M€.

Ce contexte devrait perdurer jusqu’à fin septembre. Si l’environnement économique reste stable, le Groupe s’attend au second semestre à retrouver une dynamique de croissance, les comparatifs retrouvant des bases normalisées. Le Groupe LDLC dispose de fondamentaux solides et œuvre pour se préparer à ce nouveau cycle de croissance. Le Groupe s’attache en particulier à accroître la notoriété de la marque LDLC, à élargir son réseau de boutiques et à renforcer ses capacités logistiques avec son nouveau centre de St Quentin-Fallavier qui sera mis progressivement en service d’ici à la fin de l’année. Le Groupe dispose ainsi de tous les atouts pour affirmer son positionnement de leader de l’équipement high-tech auprès d’un public diversifié. »

CHIFFRE D’AFFAIRES CONSOLIDÉ DU 1^{ER} TRIMESTRE (1^{ER} AVRIL AU 30 JUIN) – NON AUDITÉ

En M€	2022-2023	2021-2022	Var. en %
Chiffre d’affaires T1	126,3	163,7	-22,8%

Information trimestrielle, données sociales : le chiffre d’affaires du T1 s’établit à 116,6 M€

Chiffre d’affaires du 1^{er} trimestre 2022-2023 à 126,3 M€

Au 30 juin 2022, le chiffre d’affaires s’est établi à 126,3 M€ en repli de -22,8% par rapport à la même période l’an passé. Ce repli d’activité témoigne du retour à une saisonnalité normalisée avec un 1^{er} semestre traditionnellement le moins élevé de l’exercice. Au cours des deux derniers exercices, les 1^{er} semestres (période d’avril à septembre) avaient été exceptionnellement dopés par la situation Covid et les différents confinements et limitations des voyages amenant une réaffectation des budgets associés. Par rapport au trimestre comparable pré-Covid (1^{er} trimestre 2019-2020, à périmètre comparable, hors Top Achat), le niveau d’activité trimestrielle est néanmoins en croissance de 10%.

Ainsi, dans la continuité du trimestre précédent, les activités BtoC ont été les plus impactées par la normalisation des dépenses high-tech avec un chiffre d’affaires à 81,4 M€, en recul de -29,3% par rapport à la même période l’an passé. Les revenus des boutiques enregistrent une baisse limitée à -12,8% pour atteindre 23,7 M€, preuve de la pertinence du modèle multi-canal du Groupe. Au 1^{er} trimestre 2019-2020, les activités BtoC représentaient 65,3 M€ (hors Top Achat qui n’était pas encore intégré).

Moins affectées par le contexte, les activités BtoB réalisent un chiffre d'affaires de 41,6 M€ sur le 1^{er} trimestre 2022-2023, contre 45,8 M€ sur la même période de l'exercice précédent (-9,2%). Cette relative résilience souligne le bon positionnement du Groupe auprès des entreprises et les besoins encore importants des professionnels en équipements, pour faire face à l'essor du numérique et aux nouveaux usages qu'il induit. Il convient également de souligner la forte croissance des activités BtoB par rapport au 1^{er} trimestre 2019-2020 (rappel : 36,7 M€ de chiffre d'affaires).

Les autres activités affichent une progression de 18,4% à 3,3 M€, contre 2,8 M€ au 1^{er} trimestre 2021-2022. L'Armoire de Bébé, dans l'univers de la puériculture, confirme sa trajectoire de développement avec une croissance de son activité de 16,1% à 2,2 M€. L'enseigne est notamment portée par le renforcement de sa notoriété et l'élargissement de son réseau de boutiques (7 boutiques au 30 juin 2022 contre 5 au 30 juin 2021).

Accroissement de la notoriété de la marque LDLC

En mai 2022, le Groupe LDLC a lancé sa 1^{ère} campagne TV nationale afin de renforcer la notoriété de la marque LDLC auprès de publics plus larges.

Après de très bons résultats en termes de fréquentation off-line et online, l'enseigne LDLC diffusera du 8 août au 4 septembre, le deuxième volet publicitaire de la série « LD, elle sait ! » soulignant cette fois-ci l'efficacité de la relation client à distance et en boutique.

Confiance réitérée dans la progression de l'activité à partir d'octobre 2022

À court terme, le Groupe LDLC maintient son anticipation d'un exercice en deux phases. Encore marqué par des comparables défavorables, le 1^{er} semestre est impacté par la réorientation des dépenses, notamment au profit du poste loisirs et vacances au 2^{ème} trimestre. Inversement, à compter du 3^{ème} trimestre, le Groupe s'attend à retrouver le chemin de la croissance avec des bases de comparaison équivalentes et à une actualité produits soutenue avec entre autres un nouveau cycle de renouvellements de générations de produits tels que les cartes graphiques (gammes renouvelées tous les deux ans) et l'amélioration lente mais progressive des approvisionnements.

À moyen terme, le Groupe dispose de nombreux atouts pour capter l'essentiel de la croissance de ses marchés. Il peut s'appuyer pour son activité sur le renforcement de sa notoriété, l'accélération du développement de son réseau de points de vente ainsi que la poursuite de la croissance de l'activité BtoB. Il possède également une bonne capacité à accompagner son développement futur avec la mise en place de nouveaux outils logistiques, notamment le nouvel entrepôt de St Quentin-Fallavier qui devrait être opérationnel courant septembre 2022. Il permettra au Groupe de se développer sereinement en préservant les avantages de son modèle économique à charges fixes. Un modèle qui a fait ses preuves depuis de nombreuses années.

Enfin, le Groupe qui bénéficie d'une situation financière particulièrement saine et toujours génératrice de cash, reste à l'affût et ouvert à toutes opportunités d'acquisitions et de développement sur des métiers identiques ou proches de ses activités, en France et à l'international.

Prochain communiqué :

Le 27 octobre 2022 après Bourse, chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2022-2023



→ PROFIL DU GROUPE

Le Groupe LDLC est l'une des premières entreprises à s'être lancée dans la vente en ligne en 1997. Aujourd'hui, distributeur spécialisé multimarques et acteur majeur du e-commerce sur le marché de l'informatique et du high-tech, le Groupe LDLC s'adresse à une clientèle de particuliers (BtoC) et de professionnels (BtoB). Il exerce ses activités au travers de 15 enseignes, dispose de 7 sites marchands et compte plus de 1 000 collaborateurs. Plusieurs fois récompensé pour la qualité de sa Relation Clients, reconnu pour l'efficacité de ses plateformes logistiques intégrées, le Groupe LDLC développe également un réseau de magasins en propre ou en franchise.

Retrouvez toute l'information sur le site www.groupe-ldlc.com

ACTUS

Relations investisseurs / Presse

Margaux Rouillard / Marie-Claude Triquet

mrouillard@actus.fr – mcetriquet@actus.fr

Tél. : 04 72 18 04 93

