

## CNOVA N.V.

### Activité du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019

AMSTERDAM – le 11 octobre 2019, 07h45 CEST — Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV; ISIN: NL0010949392) (“Cnova”) publie aujourd’hui les chiffres clés non audités de son activité, relatifs au trimestre clos le 30 septembre 2019.

- **GMV : 940 millions d’euros, croissance organique de +9,0 %<sup>1</sup>, +10,3 % depuis le début de l’année**
  - Portée par la marketplace (+4,0 pts), les services B2C (+3,2 pts) et les corners Géant (+2,3 pts)
- **Une marketplace en croissance, portée par le Fulfillment by Cdiscount**
  - Quote-part de la marketplace dans la GMV<sup>2</sup> : 39,4 % (+3,2 pts)
  - *Fulfillment by Cdiscount* : +78 % de croissance, 33% de quote-part marketplace (+14 pts)
  - Services B2B marketplace : +23 % de revenus
- **Un succès grandissant du programme de fidélité CDAV**
  - Croissance des abonnés de +19 % (plus de 2 millions de membres)
  - 1,1 million de références éligibles à la livraison express (x3 vs N-1)
- **Le développement de l’offre Voyages pour accélérer la croissance des services B2C**
  - *Cdiscount Voyages* : forte croissance soutenue par l’offre de séjours (x2,3 GMV vs T2 2019)
  - *Cdiscount Energie* poursuit sa bonne dynamique : +31 % GMV vs T3 2018
  - *Cdiscount Mobile* : x2 abonnés vs. T3 2018
  - Lancement de *Cdiscount Beauté*
- **De nouvelles initiative de développement à l’international**
  - Développement de l’offre sur les sites européens : 45 sites connectés (+11 vs T2 2019)
  - Lancement de l’IMN, alliance de 4 marketplaces européennes permettant de mutualiser les vendeurs
- **Leader dans les innovations logistiques socialement responsables**
  - Agrikolis : 55 points retirés dans des fermes (+18 vs T2 2019), avec une satisfaction client record
  - Déploiement de nouvelles générations de machines d’emballage 3D, 2 fois plus rapide que la précédente

Emmanuel Grenier, PDG de Cnova, a commenté :

« Notre activité trimestrielle a de nouveau été marquée par de nombreuses initiatives, soutenant notre stratégie de croissance rentable :

*En premier lieu, sur notre cœur d’activité, le Fulfillment by Cdiscount se développe fortement et crée un cercle vertueux pour nos clients et nos vendeurs : le développement du fulfillment permet d’augmenter l’assortiment éligible à la livraison express. Cela améliore la qualité de service pour nos clients fidèles, ce qui soutient la croissance de notre programme de fidélité CDAV et, plus globalement, la croissance de notre marketplace.*

*En second lieu, la croissance soutenue des services B2C est portée par le succès de l’offre de voyages de Cdiscount. Notre offre de séjours référencés a quadruplé par rapport au précédent trimestre.*

*Enfin, nous poursuivons nos efforts de déploiement à l’international, en particulier par le lancement d’une alliance unique de marketplaces européennes, l’ « International Marketplace Network », ou IMN, qui nous permet d’augmenter significativement notre nombre de vendeurs et notre offre de produits. »*

<sup>1</sup> Les variations organiques incluent les services et les ventes en corners mais excluent les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (exclusion totale de +2,4 pts de la croissance du GMV) et le GMV de 1001Pneus, société acquise au T4 18 (exclusion totale de -1,7 pt de la croissance du GMV)

<sup>2</sup> 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 du 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 a en conséquence été ajustée de +0,3 pt à des fins de comparaison

**Principaux indicateurs du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019**

GMV	T3 19	YTD 19
<b>Croissance organique</b>	+9,0 %	+10,3 %

**Le volume d'affaires organique** (GMV) a augmenté de +9,0 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019 comparé à la même période en 2018. Sur les 9 premiers mois de l'année, le GMV a bénéficié d'une croissance soutenue de +10,3 %. Les principaux leviers de croissance organique sont la marketplace (contribution de +4,0 points), les services B2C comme le voyage et l'énergie (contribution de +3,2 points) et les corners Géant (contribution de +2,3 points). La fin du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019 a été marquée par une nouvelle édition des French Days, dépassants le succès des précédentes éditions.

Marketplace	T3 19
<b>QP marketplace du GMV total</b>	+3,2 pts
<b>QP FFM du GMV de la marketplace</b>	+14 pts

**La marketplace** est au cœur de notre modèle de croissance rentable. La quote-part de la marketplace dans le GMV a atteint 39,4 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, une hausse de +3,2 points par rapport à l'an dernier. Le GMV généré par les produits opérés en *Fulfillment by Cdiscount*, permettant de soutenir les ventes marketplace tout en améliorant la satisfaction client, a connu une très forte croissance de +78 %. Ce service représente désormais un tiers de notre volume d'activité marketplace, soit +14 points en termes de quote-part par rapport à l'an dernier.

Chiffre d'affaires	T3 19
<b>Croissance organique</b>	+5,1 %

**Le chiffre d'affaires** s'est établi à 522 millions d'euros au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, une croissance organique de +5,1 % comparée à la même période en 2018. Elle repose notamment sur la hausse des commissions générées par la marketplace, la croissance des revenus de monétisation et des ventes dans les corners Cdiscount.

Trafic	T3 19
<b>Croissance du trafic mobile</b>	+21 %
<b>Quote-part mobile du trafic</b>	+8,0 pts
<b>Quote-part mobile du GMV</b>	+4,8 pts

**Le trafic** de Cdiscount a totalisé 245 millions de visites au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019. Le trafic mobile a crû de +21%, représentant 73 % du trafic total (+ 8,0 points) et 50,4 % du GMV (+4,8 points). En termes de Visiteurs Uniques Mensuels (VUM), Cdiscount a connu la seconde plus forte croissance sur mobile parmi les 5 plus gros acteurs<sup>3</sup>, consolidant sa place de 2<sup>ème</sup> acteur du marché avec plus de 20 millions de VUM par mois.

CDAV	T3 19
<b>Croissance du nombre d'abonnés</b>	+19 %
<b>Quote-part CDAV du GMV</b>	+2,5 points

**Cdiscount à Volonté** ("CDAV") a vu son parc d'abonnés croître de +19 % et a atteint 35,3 % du GMV, porté par l'extension constante du nombre de références éligibles à la livraison express. Plus de 2 millions de membres ont désormais accès à plus d'1,1 million de références en livraison express, soit un triplement de l'offre comparée à l'année précédente.

<sup>3</sup> Dernière étude Médiamétrie (Juillet 2019)

## Points clés sur l'activité

### Développement de la marketplace et des services associés

- La marketplace a gagné **+3,2 points de quote-part du GMV total** pour atteindre 39,4 % au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019.
- Le nombre de références disponibles a augmenté de 46% pour atteindre 65 millions à la fin du mois de septembre 2019.
- **L'extension du nombre de références éligibles à la livraison express sur la marketplace** était un objectif clé du 3<sup>ème</sup> trimestre 2019 :
  - le service de **Fulfillment by Cdiscount** a continué de croître rapidement avec une augmentation de +78 % de son GMV, qui compte désormais pour un tiers du GMV de la marketplace, +14 points comparé à l'an dernier ;
  - au-delà, **un nouveau service a été lancé, Express Seller**, permettant aux vendeurs en capacité de proposer la livraison express d'accéder aux clients et aux offres CDAV. Cette initiative permettra de renforcer l'attractivité de ces produits, mais aussi celle de notre programme de fidélité CDAV et plus généralement des ventes sur la marketplace.
- Les revenus des **services à valeur ajoutée pour les vendeurs marketplace** ont augmenté de +23 %, portés par les Premium Packs et le succès de la récente offre de services Marketing clé en main, qui a plus que doublé en un an.

### Services B2C : croissance et expansion rapides

- **Cdiscount Voyages** a de nouveau dépassé les attentes, porté par la dynamique des séjours dont le GMV a été multiplié par 2,3 fois comparé au précédent trimestre. L'offre de marketplace de séjours a en effet quadruplé par rapport au trimestre précédent grâce à l'intégration de plus de 20 tour-opérateurs majeurs tels que NG Travel ou Center Parcs, portant l'assortiment à plus de 10 000 offres.
- **Cdiscount Billetterie** a poursuivi l'élargissement de son offre, avec un nouveau partenariat important avec Disney pour offrir des séjours packagés.
- **Cdiscount Mobile** a vu son parc d'abonnés atteindre un record, doublant par rapport à l'année précédente.
- **Cdiscount Energie** demeure très dynamique au 3<sup>ème</sup> trimestre 2019, avec une croissance du GMV de +31 %.
- Lancement de **Cdiscount Beauté** qui rassemble les produits de la catégorie Beauté et un nouveau service de prise de rendez-vous chez le coiffeur, qui devrait être étendu à d'autres services similaires.

### Amélioration de l'expérience client et stratégie multicanal

- Le programme de fidélité CDAV a connu une croissance de +19 % pour atteindre plus de 2 millions de membres. Un effort particulier a porté sur l'extension du catalogue de produits éligibles au programme, qui inclut désormais plus de 1,1 millions de références, grâce aux différentes options de livraison rapide proposées à nos vendeurs marketplace : le **Fulfillment by Cdiscount**, **Cdiscount Transport** et plus récemment le nouveau programme **Express Seller**.
- Cdiscount continue 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.

### Bons résultats des initiatives de monétisation

- **Les revenus de monétisation** ont augmenté de +33 %, portés par la forte croissance des revenus B2C (notamment le voyage) ainsi que les services financiers et les services B2B de la marketplace.

### Accélération de la plateforme internationale, soutenue par de nouvelles initiatives

- 40 millions de références sont désormais disponibles à la livraison dans les pays voisins.
- 45 sites web étaient directement connectés fin septembre 2019, 11 de plus qu'à la fin du 2<sup>ème</sup> trimestre 2019, offrant 150 000 références dans 25 pays.
- Création de l'**International Marketplace Network** (IMN), une alliance révolutionnaire de 4 marketplaces leaders en Europe (Cdiscount, real.de, eMAG et ePrice). Adressant 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 derrière l'IMN a été développée par Beezup, une startup acquise par Cdiscount en 2018.

### Engagement dans l'innovation logistique responsable

- **Agrikolis**, un partenariat exclusif de Cdiscount de points-relais dans des fermes, a étendu son réseau de 18 fermes par rapport au trimestre précédent portant le nombre total à 55, amené à s'étendre encore davantage au 4<sup>ème</sup> trimestre. En plus d'améliorer la couverture des zones isolées, Agrikolis génère un revenu complémentaire pour les agriculteurs et contribue fortement à la hausse de la satisfaction client en favorisant des liens sociaux authentiques.
- Cdiscount est le premier acteur en France à déployer la nouvelle génération de **machine d'emballage 3D**, dont la cadence double par rapport à la génération précédente. Elle porte à 5 le nombre de machines d'emballage 3D utilisées par Cdiscount.
- La Logistique de Cdiscount a remporté le **prix du magazine LSA** dans la catégorie « développement de la responsabilité environnementale distributeurs » pour sa démarche globale de réduction carbone.

Activité du 3<sup>ème</sup> trimestre

Cnova N.V.	3 <sup>ème</sup> trimestre <sup>(1)</sup>		Variation	
	2019	2018	Publiée <sup>(1)(2)</sup>	Organique <sup>(3)</sup>
<b>GMV<sup>(4)</sup> (€ millions)</b>	<b>940,3</b>	<b>871,7</b>	+7,9 %	+9,0 %
Quote-part de la marketplace <sup>(5)</sup>	39,4 %	36,3 %	+3,2 pts	
Quote-part du mobile	50,4 %	45,6 %	+4,8 pts	
Quote-part de CDAV	35,3 %	32,8 %	+2,5 pts	
<b>Chiffre d'affaires (en millions d'euros)</b>	<b>521,9</b>	<b>503,0</b>	+3,8 %	+5,1 %
<b>Trafic (visites en millions)</b>	<b>245,4</b>	<b>227,0</b>	+8,1 %	
Quote-part du mobile	73,1 %	65,1 %	+8,0 pts	
<b>Clients actifs<sup>(6)</sup> (en millions)</b>	<b>9,2</b>	<b>8,8</b>	+5,0 %	
<b>Commandes<sup>(7)</sup> (en millions)</b>	<b>6,3</b>	<b>6,4</b>	-2,3 %	
<b>Unités vendues (en millions)</b>	<b>11,5</b>	<b>12,0</b>	-4,8 %	

- 1) Les données de Cnova NV ne sont pas auditées.
- 2) Les données publiées incluent l'ensemble des ventes de Cdiscount, y compris les ventes de produits techniques réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino
- 3) Les variations organiques excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion de +2,4 pts et +3,6 pts, respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires au T3 19), et (ii) l'acquisition de 1001Pneus au T4 18 (impact total de l'exclusion de -1,7 pt et -2,5 pt respectivement sur la croissance du GMV et du chiffre d'affaires au T3 19) mais prennent en compte les ventes réalisées en corners et les services.
- 4) Le GMV (gross merchandise volume) comprend, toutes taxes comprises, les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées) et inclut le volume d'affaires des services
- 5) 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 du 3<sup>ème</sup> trimestre 2018 a en conséquence été ajustée de +0,3 pt à des fins de comparaison
- 6) Clients actifs à fin juin ayant effectué au moins un achat sur les sites et l'application Cdiscount au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.
- 7) Nombre total de commandes passées avant annulation due à la détection de fraudes et/ou à l'absence de paiement par les clients.

\*\*\*

**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](http://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.*

\*\*\*

**Contact Relations Investisseurs :**

[investor@cnovagroup.com](mailto:investor@cnovagroup.com)

**Contact Presse :**

[directiondelacommunication@cdiscout.com](mailto:directiondelacommunication@cdiscout.com)

Tel: +33 5 56 30 07 14