

EXCELLENTE REPRISE DE L'ACTIVITÉ POST CONFINEMENT APRÈS UNE BONNE RÉSISTANCE DES VENTES EN AVRIL GRÂCE À LA FORTE COISSANCE DU E-COMMERCE

Premières estimations des impacts de la crise du COVID-19

- Le mois d'avril a été marqué par la fermeture de la totalité du parc magasins pendant la période de confinement, les ventes e-commerce ont quasiment triplé par rapport à 2019, portées par la puissance des marques Fnac et Darty et la robustesse des plateformes digitales et logistiques
- Le Groupe a enregistré 1 million de nouveaux clients sur la période, et plus de 4 millions de transactions sur ses sites e-commerce
- Succès de la réouverture des magasins à partir du 11 mai, avec une croissance du chiffre d'affaires à magasins constants¹ de +10%, confirmant l'excellence opérationnelle du Groupe et l'attrait des consommateurs pour les deux marques
- Très forte amélioration de l'indice de satisfaction clients enregistrée depuis la réouverture des magasins, grâce notamment à un bon niveau de sécurité sanitaire
- Perte de chiffre d'affaires liée à la crise du COVID-19 estimée à environ 400M€ à fin mai hors contribution de Nature & Découvertes
- Le résultat opérationnel courant publié à fin juin devrait être en repli de -100M€ à -120M€ par rapport au résultat opérationnel publié du 1er semestre 2019 qui s'établissait à 46M€ hors activités aux Pays-Bas et hors Natures & Découvertes.

Enrique Martinez, Directeur Général de Fnac Darty, a déclaré : *« Je suis particulièrement fier du travail exceptionnel réalisé par nos équipes qui a permis au Groupe de poursuivre toutes ses activités hors magasins sans interruption en répondant aux attentes de nos clients pendant la période de confinement, et d'assurer le succès de la réouverture des magasins à compter du 11 mai. La très bonne gestion financière du Groupe et l'engagement unique de ses équipes ont été décisifs au cours des trois mois écoulés. Face au choc engendré par cette crise sanitaire, le Groupe a démontré une nouvelle fois la puissance de ses marques Fnac et Darty, la pertinence et l'agilité de son modèle omnicanal et la qualité de ses offres de produits et de services. »*

¹ Hors web, franchises, services et Nature & Découvertes

Analyses du chiffre d'affaires pour la période d'avril et de mai 2020

- À fin mai 2020, le chiffre d'affaires affiche une baisse de -14,4% en données publiées et de -16,4% en données comparables à 2 211M€. Le chiffre d'affaires Groupe d'avril s'établit à 233M€, en retrait de -51,4% en données publiées et de -52,0% en données comparables. Cette baisse résulte de la fermeture de l'ensemble du parc magasins, toutefois atténuée par une forte croissance du e-commerce. Le chiffre d'affaires Groupe de mai atteint 487M€, en hausse de +0,5% en données publiées et en légère baisse de -1,3% en données comparables, en dépit de la fermeture totale du parc magasins jusqu'au 11 mai et tiré par la bonne performance des magasins après la réouverture et la poursuite d'un niveau de ventes e-commerce élevé sur l'ensemble du mois.
- Par zone géographique et à données comparables, la zone France-Suisse affiche une baisse de -16,5% de ses ventes à fin mai, dont une baisse de -53,6% en avril et une hausse de +2,1% en mai. La Péninsule Ibérique enregistre un chiffre d'affaires en retrait de -23,2% à fin mai, dont -51,5% en avril et -36,6% en mai, du fait de la fermeture du réseau physique en Espagne qui s'est poursuivie sur tout le mois. Enfin, la zone Belgique-Luxembourg affiche une baisse de ses ventes de -7,6% à fin mai, dont -37,1% en avril et une hausse sensible des ventes de +5,2% en mai 2020 par rapport à 2019.

La crise du COVID-19 s'est déroulée en deux phases distinctes d'un point de vue opérationnel :

Phase 1 : le confinement

- Alors que la quasi-totalité des magasins du Groupe a été fermée à partir du 15 mars, soit environ 80% du chiffre d'affaires normatif, Fnac Darty affiche une solide résistance de son chiffre d'affaires, grâce à une excellente performance de ses plateformes digitales qui ont affiché une hausse des ventes de +160%¹ sur la période par rapport à 2019.
- Cette solide performance résulte de la forte notoriété des marques Fnac Darty, et de la qualité d'exécution opérationnelle qui a permis d'offrir une large gamme de produits disponibles. Cette performance résulte également de la politique volontariste de stockage ciblé de marchandises, et de la robustesse des plateformes digitales et logistiques de Fnac Darty. Le Groupe a assuré la continuité d'une promesse clients de premier plan, avec des délais de livraison d'environ 3 jours, confirmant ainsi la pertinence du modèle logistique basé sur un écosystème partenarial et complété par des fortes capacités de livraisons internes. Le Groupe a ainsi multiplié par 4 les livraisons à domicile sur la période. En parallèle, la base de clients fidèles, a continué de se renforcer avec 1 million de nouveaux clients identifiés et 120 000 nouveaux adhérents Fnac+ sur la période. Enfin, la qualité du référencement des sites e-commerce a permis d'engendrer une hausse significative du trafic spontané ; le Groupe a ainsi enregistré plus de 100 millions de visiteurs uniques pendant la période, avec un taux de conversion en hausse significative. Enfin, fidèle à ses valeurs historiques Fnac Darty a assuré la continuité des activités de services après-vente à domicile, malgré les difficultés rencontrées dans un contexte de crise sans précédent.
- Par catégorie de produits, les ventes sur la période ont affiché un fort dynamisme principalement des Produits Techniques tirés par l'Informatique et le Gaming, avec des gains de part de marché significatifs, mais également du Gros Electroménager. Le Petit Electroménager a affiché un bon dynamisme des catégories Équipements de cuisine à partir de la 2^e moitié de la période de confinement. En revanche, les segments Prises de vue, Téléphonie et Télévision ont enregistré une forte baisse de leurs ventes. Le Livre et les services ont également été très pénalisés, ces segments étant particulièrement liés au trafic magasins physiques.

¹ Hors Nature & Découvertes et services

Phase 2 : la phase de déconfinement et la réouverture des magasins

- L'ensemble des magasins du Groupe a été fermé du 15 mars au 11 mai 2020. Dès la fin des mesures de confinement imposées par les gouvernements, le Groupe a procédé à la réouverture progressive de ses magasins. La quasi-totalité des magasins en France, en Suisse et en Belgique a ré-ouvert dès la semaine du 11 mai et la totalité des magasins au Portugal a ré-ouvert à partir du 15 mai. En Espagne, la réouverture des magasins a été très progressive tout au long du mois et s'est achevée début juin.
- Dans la continuité de son engagement d'assurer la santé et la sécurité de ses collaborateurs, partenaires et clients, Fnac Darty a mis en place toutes les mesures sanitaires nécessaires pour garantir le succès de la réouverture de ses magasins. Ainsi, l'excellente exécution de reprise de l'exploitation a été permise grâce à la préparation des collaborateurs en amont et à leur engagement sans faille, permettant au Groupe d'enregistrer une reprise encourageante, avec une croissance de +10% de son chiffre d'affaires magasins constants¹ du 11 mai au 31 mai 2020, portée par un taux de conversion et un panier moyen élevés malgré des baisses de trafic matérielles. L'indice de satisfaction clients (NPS) est en hausse de 5 points depuis la réouverture, montrant ainsi la qualité de l'expérience magasins déployée rapidement.
- Les zones France-Suisse et Belgique-Luxembourg ont affiché une croissance de +20%¹ de leur vente depuis la réouverture des magasins en mai alors que la Péninsule Ibérique affiche une forte baisse de son chiffre d'affaires de -64%¹ liée à la réouverture plus tardive des magasins suite au prolongement de leur période de confinement. La seconde quinzaine du mois de mai a été pénalisée par le maintien en France de la fermeture des centres commerciaux d'une superficie supérieure à 40 000 m².
- En parallèle, la forte croissance des ventes en ligne s'est poursuivie du 11 mai au 31 mai à près de +110%², portée par la puissance du modèle omnicanal du Groupe.
- Par catégorie de produits, le fort dynamisme des segments Informatique et Gaming s'est poursuivi en mai. Le Groupe a également affiché une solide performance du Gros Electroménager et de la Mobilité Urbaine, liée à un effet de rattrapage post fermetures des magasins. Les segments de la Téléphonie et de la Télévision, en repli pendant le confinement, affichent une progression de leurs performances depuis la réouverture des magasins. À l'inverse, le segment du Livre reste en fort retrait.

Premières analyses des impacts de la crise COVID-19 sur les résultats et la liquidité

- La crise du COVID-19 devrait avoir un impact négatif matériel sur le résultat opérationnel courant du 1^{er} semestre, du fait d'une perte de chiffre d'affaires estimée à environ 400M€, d'une baisse matérielle du taux de marge brute avec un effet mix produits et services défavorable, lié notamment à un taux d'attachement des services sur le canal Internet structurellement plus faible et impacté par la baisse du trafic magasin, tout comme la catégorie des produits éditoriaux.

En parallèle, le Groupe a déployé avec agilité des plans d'économies de coûts qui devraient permettre d'amortir partiellement ces impacts.

En outre, l'intégration de Nature & Découvertes devrait également impacter négativement le résultat opérationnel courant du 1^{er} semestre d'environ -20M€, du fait de la saisonnalité habituelle de l'enseigne, et conformément aux perspectives initiales.

¹ Hors web, franchises, services et Nature & Découvertes

² Hors Nature & Découvertes et services

Ainsi, le résultat opérationnel courant devrait être en retrait de -100M€ à -120M€ au 1^{er} semestre 2020, par rapport au 1^{er} semestre 2019 qui s'établissait à 46M€ hors activités aux Pays Bas et hors Nature & Découvertes.

- À fin mai 2020, la liquidité disponible était supérieure à 900M€, après le tirage du RCF et du Prêt Garanti par l'État. La forte reprise de l'activité et la solide gestion financière du Groupe permettent de bénéficier des premiers effets positifs des mesures de réajustement des coûts, de la gestion agile des stocks et de la politique d'achats marchandises maîtrisée.

Perspectives

Le Groupe reste prudent sur la performance de ses marchés au 2^{ème} semestre qui dépendra de la reprise de la consommation à la sortie de l'état d'urgence sanitaire, de l'évolution du mix produits/services. Le caractère toujours incertain à date de ces éléments ne permet pas à Fnac Darty de communiquer ce jour des objectifs financiers pour l'année 2020. Le Groupe reste très attentif à sa situation de trésorerie et réalise un plan d'ajustement de ses dépenses d'investissement en 2020 qui devraient s'établir à un niveau inférieur à 100M€, tout en préservant ses projets prioritaires autour du e-commerce, de la digitalisation et des services.

ANNEXES

CHIFFRE D'AFFAIRES AVRIL 2020

	AVRIL 2020 en M€	Variations vs 2019	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	186	-52,7%	-53,6%
Péninsule Ibérique	23	-52,8%	-51,5%
Belgique et Luxembourg	25	-37,0%	-37,1%
Groupe	233	-51,4%	-52,0%

CHIFFRE D'AFFAIRES MAI 2020

	MAI 2020 en M€	Variations vs 2019	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	412	+4,3%	+2,1%
Péninsule Ibérique	29	-37,0%	-36,6%
Belgique et Luxembourg	46	+6,3%	+5,2%
Groupe	487	+0,5%	-1,3%

CHIFFRE D'AFFAIRES À FIN MAI 2020

	FIN MAI 2020 en M€	Variations vs. 2019	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	1 804	-14,3%	-16,5%
Péninsule Ibérique	193	-22,0%	-23,2%
Belgique et Luxembourg	214	-6,8%	-7,6%
Groupe	2 211	-14,4%	-16,4%

¹ Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins en propre

CHIFFRE D'AFFAIRES D'AVRIL ET DE MAI 2020 Premières analyses des impacts de la crise du COVID-19

Enrique Martinez, Directeur Général et Jean-Briec Le Tinier, Directeur Financier, animeront une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 18 juin 2020 à 8h00 (heure continentale) ; 7:00 a.m. (UK).

Une **retransmission** en direct sera disponible en cliquant [ici](#).

Un service de réécoute sera également disponible sur le site internet du Groupe.

Coordonnées de la conférence téléphonique :

France : +33 (0) 1 7099 4740

UK : +44 (0) 20 3003 2666

Code d'accès : Fnac Darty

Mentions importantes

L'ensemble des données chiffrées relatives aux mois d'avril et de mai 2020 présentées dans le présent communiqué de presse sont des données financières non auditées. Ces données financières estimées ont été élaborées selon un processus comptable et de consolidation similaire à celui habituellement retenu pour l'établissement des comptes consolidés. Toutefois l'ensemble des procédures de clôture semestrielles ne sont pas achevées.

Ces données financières estimées n'ont pas été auditées par les commissaires aux comptes de la Société.

Les états financiers consolidés définitifs complets du Groupe, qui feront l'objet d'un rapport d'audit des commissaires aux comptes de la Société, seront publiés le 29 juillet 2020 prochain, après bourse, selon le calendrier prévisionnel de publication.

Disclaimer - Informations prospectives

Le présent communiqué peut contenir des indications sur les objectifs, perspectives et axes de développement du Groupe ainsi que des déclarations prospectives. Bien que ces indications et déclarations soient fondées sur des données, hypothèses et estimations considérées comme raisonnables par Fnac Darty à la date du présent communiqué, Fnac Darty ne peut garantir que les objectifs décrits seront atteints ou que les projections seront réalisées ni que les hypothèses de Fnac Darty s'avéreront justes. Ces indications et projections sont susceptibles d'évoluer ou d'être modifiées en raison des incertitudes liées notamment aux aléas de toute activité et à l'évolution de l'environnement économique, financier, concurrentiel et réglementaire. Fnac Darty ne prend pas l'engagement de mettre à jour ou de réviser les objectifs, prévisions, perspectives et informations à caractère prospectif contenus dans le présent communiqué, excepté dans le cadre de toute obligation légale ou réglementaire qui lui serait applicable. Fnac Darty ne prend aucun engagement et ne donne aucune garantie quant à la réalisation des objectifs figurant dans ce communiqué.

CONTACTS

ANALYSTES / INVESTISSEURS

Stéphanie Constand

stephanie.constand@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 18 63

Marina Louvard

marina.louvard@fnacdarty.com

+33 (0)1 72 28 17 08

PRESSE

Benjamin Perret

benjamin.perret@fnacdarty.com

+33 (0) 1 55 21 54 13

Audrey Bouchard

audrey.bouchard@fnacdarty.com

+33 (0)6 17 25 03 77