

Bonne résistance du chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2022

- Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2022 à 1 782 M€, en légère baisse à -2,0% en données publiées et à -2,5% en données comparables¹ par rapport au 1^{er} trimestre 2021, compte tenu d'un effet de base de comparaison élevé et dans un contexte inflationniste croissant.
- Performance portée par la solide croissance des ventes en magasins dans un contexte où tous les magasins étaient ouverts au 1^{er} trimestre cette année, et par un niveau de ventes en ligne qui reste élevé.
- Partenariats stratégiques structurants pour le Groupe conclus autour du digital et de la data avec Google, et de la réparation avec Apple.
- Solide gestion financière de Fnac Darty avec le relèvement d'un cran des notes de crédit long terme du Groupe par les agences Standard & Poor's et Scope Ratings.

Enrique Martinez, Directeur général de Fnac Darty, a déclaré : « Le Groupe a démontré une solide exécution sur ce premier trimestre 2022, marquée par une bonne disponibilité des produits et une excellente qualité de service. Nous avons également conclu des partenariats stratégiques avec deux acteurs majeurs de la Tech : avec Google, afin d'apporter une expérience plus fluide, plus personnalisée et innovante à nos clients lors de leurs parcours d'achats en ligne, et avec Apple qui renforce notre position de leader sur la réparation et l'économie circulaire. Nous restons attentifs à l'évolution du contexte international dans les prochains mois. »

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2022

	T1 2022 en M€	Variations vs T1 2021	
		Données réelles	Données comparables ¹
France et Suisse	1 471	-2,3%	-2,8%
Péninsule Ibérique	157	+8,5%	+7,4%
Belgique et Luxembourg	154	-8,6%	-8,6%
Groupe	1 782	-2,0%	-2,5%

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

FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE 2022

Analyse des ventes du trimestre

Le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 782 millions d'euros au premier trimestre 2022, en recul de -2,5% en données comparables¹ et -2,0% en données publiées dans un contexte de base de comparaison très élevée (pour rappel, le Groupe avait enregistré une croissance comparable de +21,7% au 1^{er} trimestre 2021).

Par rapport au niveau pré-crise de 2019 proforma², le Groupe enregistre une solide croissance de ses ventes de +7,8%, portée par une hausse du panier moyen et du taux de transformation.

Par rapport au 1^{er} trimestre 2021, la bonne performance des ventes en magasins, en totalité ouverts au 1^{er} trimestre 2022, a en partie compensé la consolidation de l'activité digitale, qui représente 23% du total des ventes du Groupe. L'omnicanalité poursuit sa progression ce trimestre et représente plus de 47% du total des ventes en ligne, en hausse de +6 points par rapport au 1^{er} trimestre 2021.

Evolution par catégorie de produits

Au cours de ce trimestre, le Groupe affiche un recul de ses ventes d'**électroménager** lié principalement à un repli des volumes sur le marché couplé à un fort effet de base de comparaison au 1^{er} trimestre, alors que le prix de vente moyen du gros électroménager progresse. Les **produits techniques** ont enregistré une bonne dynamique de la téléphonie, du son et de la photo plus que compensée par le recul des catégories qui avaient bénéficié du fort besoin d'équipement pour le télétravail et l'apprentissage à la maison en lien avec la crise sanitaire. Les **produits éditoriaux** continuent d'afficher de fortes croissances de leurs ventes, en lien avec la reprise progressive du trafic en magasins, portées notamment par le livre, la vidéo et l'audio alors que le gaming s'affiche en baisse. Les catégories de **diversification** poursuivent leur solide croissance portée principalement par la mobilité urbaine. Enfin, les **services** poursuivent leur croissance sur toutes les zones, et ont bénéficié de la poursuite du développement de Darty Max et de la bonne dynamique du crédit. Grâce à un allègement des contraintes sanitaires et à une programmation riche, la billetterie affiche une reprise encourageante au cours du trimestre.

Evolution par région

Au premier trimestre, les ventes du segment **France et Suisse** affichent une bonne résistance à 1 471 millions d'euros en léger recul de -2,8% en données comparables¹, compte tenu d'un effet de base de comparaison difficile lié aux restrictions imposées au cours du 1^{er} trimestre 2021 qui avaient soutenu les ventes de produits en lien avec le télétravail et le bien-être à la maison. Cette performance a été notamment portée par la forte dynamique des ventes de produits éditoriaux et particulièrement celle du livre tirée par la littérature et les mangas, ainsi que la poursuite de l'impact positif du Pass Culture. Par ailleurs, Nature & Découvertes affiche une reprise de ses ventes avec un retour du trafic en magasins qui étaient fermés une bonne partie du 1^{er} trimestre l'année dernière et une hausse du panier moyen. Enfin, en Suisse, le partenariat avec Manor s'est poursuivi ce trimestre avec l'ouverture de 7 shop-in-shops Fnac au sein de Manor, conformément au plan de déploiement. D'ici l'été, le Groupe vise toujours un total de 27 shop-in-shops Fnac au sein des enseignes Manor.

Le chiffre d'affaires de la **Péninsule Ibérique** s'établit à 157 millions d'euros, en hausse de +7,4% en données comparables¹, dans un contexte de base de comparaison moins forte liée à des restrictions qui avaient fortement impacté la performance de la zone au 1^{er} trimestre 2021. Malgré une tension concurrentielle toujours soutenue, principalement en Espagne, les magasins affichent une croissance à deux chiffres sur la zone au cours du trimestre liée à un trafic en hausse, permettant de plus que compenser la normalisation de l'évolution des ventes digitales observée dans les deux pays.

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

² Incluant Nature & Découvertes en année pleine.

Le chiffre d'affaires de la zone **Belgique et Luxembourg** s'établit à 154 millions d'euros, en baisse de -8,6% en données comparables¹. Cette baisse résulte d'un environnement de consommation atone dans un contexte d'inflation particulièrement forte et de pression concurrentielle soutenue. Par rapport à 2019 proforma, les ventes de la zone restent en croissance à +3,8%.

Taux de marge brute

Le taux de marge brute du Groupe est en progression de +40 points de base au cours du trimestre par rapport au 1^{er} trimestre 2021 portée principalement par la reprise de l'activité de la billetterie et l'impact positif des services liés à la poursuite du déploiement de Darty Max.

Partenariats stratégiques dans le digital et la réparation

Fnac Darty poursuit ses partenariats stratégiques pour accélérer sa transformation digitale et la réparabilité des produits, deux axes majeurs de son plan stratégique Everyday.

Ainsi, le 23 février dernier, le Groupe a conclu un **partenariat stratégique clé avec Google** centré sur le Cloud qui est en cours de déploiement avec l'intégration de la solution Google Cloud Retail Search sur les sites Fnac.com et Darty.com, afin d'augmenter la performance du moteur de recherche grâce à une expérience d'achats en ligne facilitée, personnalisée et enrichie pour les clients, sur les sites e-commerce et sur mobile. Ce partenariat permettra également à Fnac Darty d'améliorer davantage le pilotage de ses activités (gestion des promotions, meilleure priorisation des interventions de service après-vente entre autres) grâce à l'intégration d'outils d'analyse et de traitement de données, de Machine Learning et d'Intelligence Artificielle.

De plus, le 21 mars dernier, le Groupe a annoncé que WeFix, leader français de la réparation express de smartphones, a obtenu l'agrément officiel d'**Apple** pour la réparation et aura désormais accès aux pièces détachées de la marque. Ainsi, l'ensemble des 142 points de vente WeFix rejoindront le réseau de Centres de Services Agréés Apple (CSAA) en France d'ici l'été 2022. Ce partenariat permet également aux enseignes Fnac et Darty d'intégrer AppleCare Services dans la gamme des assurances mobiles proposées en magasin comme sur les sites e-commerce du Groupe. Ce partenariat renforce ainsi la relation de long terme entre Apple et Fnac Darty et permet à Fnac Darty de confirmer son engagement en faveur de la réparation et de la durabilité des produits avec pour ambition d'atteindre 2,5 millions produits réparés par an en 2025.

Poursuite de l'engagement responsable du Groupe

Dans un contexte inflationniste, Fnac Darty a décidé, le 23 février dernier, de s'engager en faveur du pouvoir d'achat en versant une prime exceptionnelle de pouvoir d'achat (PEPA) à ses collaborateurs les plus directement touchés. Pour les collaborateurs travaillant en France et ayant un salaire fixe annuel brut inférieur à 35 000 euros, cette prime s'élève à 400 euros. Le Groupe a mis également en place une mesure similaire adaptée au contexte spécifique de chaque pays dans lequel il opère, sauf en Belgique qui a déjà bénéficié de mesure de soutien au pouvoir d'achat. Ainsi, cette prime a été versée fin mars à plus de 19 000 collaborateurs, soit près de 80% des collaborateurs du Groupe, représentant un impact sur le résultat opérationnel courant 2022 du Groupe de plus de 6 millions d'euros.

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

Reconnaissance de la solide gestion financière du Groupe

Fnac Darty est noté par les agences de notation Standard & Poor's, Scope Ratings et Moody's. Les 22 mars et 1^{er} avril derniers, les agences de notation S&P et Scope ont relevé d'un cran leur note de crédit long terme de Fnac Darty, témoignant de leur confiance dans la pertinence du modèle omnicanal du Groupe, de ses performances opérationnelles, et de sa discipline financière qui ont permis d'améliorer significativement son profil de risque. Fnac Darty dispose ainsi des notations BBB, BB+ et Ba2, attribuées respectivement par Scope Ratings, Standard & Poor's, et Moody's, toutes trois assorties d'une perspective stable.

Actionnariat et gouvernance

Fnac Darty a récemment accueilli un nouvel actionnaire, Vesa Equity Investment, qui a notifié le 12 avril dernier au Groupe, détenir plus de 13 % du capital et des droits de vote de Fnac Darty, sans avoir l'intention de solliciter la nomination d'un ou plusieurs membres au Conseil d'administration, devenant ainsi le 2^{ème} actionnaire du Groupe.

Par ailleurs, après avoir recueilli l'avis du Comité des nominations et des rémunérations, le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale du 18 mai 2022 de renouveler les mandats de Monsieur Jacques Veyrat pour une durée de trois ans, ainsi que les mandats de Madame Daniela Weber-Rey et de Monsieur Jean-Marc Janailac pour une durée de quatre ans.

Le Conseil d'administration soumettra également à l'Assemblée générale la nomination, pour deux ans¹, de Madame Stefanie Meyer, en qualité d'administrateur indépendant, en remplacement de Madame Delphine Mousseau qui a démissionné de ses fonctions d'administrateur le 26 janvier 2022. Cette nomination, conformément à la politique de diversité du Conseil, permettrait de renforcer la mixité, la diversité des profils et des compétences en son sein. Le niveau d'expérience internationale serait ainsi préservé ainsi que l'expertise dans le domaine de la distribution et du digital ; Stefanie Meyer ayant notamment occupé le poste de Vice-Présidente Projets Groupe et PMO (*Program Mgt. Office*) chez Ceconomy AG de 2018 jusqu'en février 2022. Il est précisé qu'au regard des critères d'indépendance du Code AFEP-MEDEF, Madame Stefanie Meyer est considérée comme administrateur indépendant.

Ainsi, à l'issue de l'Assemblée générale et sous réserve d'un vote favorable, le Conseil d'administration demeurerait composé de quatorze membres dont onze membres indépendants, deux membres représentant les salariés et six femmes. La composition du Conseil serait ainsi en conformité avec le Code AFEP-MEDEF pour ce qui concerne le nombre d'administrateurs indépendants devant composer le Conseil et avec l'obligation légale s'agissant de la quotité hommes/femmes représentée au Conseil, à savoir au moins 40% de chaque sexe.

PERSPECTIVES

L'année 2022 démarre dans un contexte inflationniste accru et sur fond d'incertitudes géopolitiques impactant la visibilité pour les prochains mois. Si Fnac Darty ne dispose pas d'implantations dans la zone du conflit entre la Russie et l'Ukraine, ni ne s'approvisionne auprès de fournisseurs établis dans cette zone, le Groupe reste attentif à l'évolution de la situation et ses potentiels impacts sur ses activités et résultats.

¹ Conformément à la règle de rééchelonnement des mandats.

FNAC DARTY

Après un premier trimestre où le Groupe a réussi à préserver son taux de marge brute, Fnac Darty reste particulièrement vigilant quant à l'évolution de ses marchés pour les mois à venir dans un contexte d'inflation croissante et de recul de l'indice de confiance des ménages. Néanmoins, le Groupe reste confiant dans sa capacité à surperformer les marchés dans lesquels il évolue, comme il l'a déjà démontré ces dernières années, grâce à son positionnement d'acteur omnicanal de référence. La priorité du Groupe pour cette année reste avant tout d'optimiser son niveau de marge brute grâce à une gestion solide des approvisionnements, à son offre large de produits et services et à sa capacité à répercuter les hausses de prix, en particulier sur les catégories de produits plus premium bénéficiant de renouvellements de gamme réguliers. A ces leviers s'ajouteront une solide maîtrise des coûts grâce aux plans de performance mis en place chaque année par le Groupe lui permettant de compenser partiellement l'impact de l'inflation, qui devrait se situer à un niveau supérieur aux années précédentes.

Enfin, le Groupe continuera à exécuter son plan stratégique Everyday et confirme ses objectifs d'atteindre un cash-flow libre opérationnel¹ cumulé d'environ 500 millions d'euros sur la période 2021-2023, et un cash-flow libre opérationnel⁶ d'au moins 240 millions d'euros en rythme annuel à partir de 2025.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE 2022

Jean-Brieuc Le Tinier, Directeur Financier du Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 21 avril 2022 à 18h30 (heure continentale) ; 5:30p.m. (UK) ; 12:30p.m. (East Coast USA).

Merci de vous enregistrer [ici](#) pour suivre la conférence par téléphone uniquement et pouvoir poser des questions lors de la session de questions / réponses.

Une présentation sera diffusée en direct en cliquant sur le lien suivant : [ici](#)

Réécoute possible depuis le site internet www.fnacdarty.com.

CONTACTS

ANALYSTES / INVESTISSEURS	Stéphanie Laval	stephanie.laval@fnacdarty.com +33 (0)1 55 21 52 53
	Marina Louvard	marina.louvard@fnacdarty.com +33 (0)1 72 28 17 08
PRESSE	Audrey Bouchard	audrey.bouchard@fnacdarty.com +33 (0)6 17 25 03 77
	Alexandra Redin	alexandra.redin@fnacdarty.com +33 (0)6 66 26 05 18

¹ Hors IFRS16.

FNAC DARTY

ANNEXE – PARC DE MAGASINS

	31-déc.-21	Ouverture	Fermeture	31-mars-22
France et Suisse*	798	9	5	802
<i>Traditionnel Fnac</i>	97	2	4	95
<i>Périphérie Fnac</i>	17	0	0	17
<i>Travel Fnac</i>	30	0	0	30
<i>Proximité Fnac</i>	73	2	0	75
<i>Connect Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Darty</i>	465	4	0	469
<i>Fnac/Darty France</i>	1	0	0	1
<i>Nature et Découvertes**</i>	101	1	1	101
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>385</i>	<i>7</i>	<i>2</i>	<i>390</i>
Péninsule Ibérique	74	1	1	74
<i>Traditionnel Fnac</i>	52	1	1	52
<i>Périphérie Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	16	0	0	16
<i>Connect Fnac</i>	4	0	0	4
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>5</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>5</i>
Belgique et Luxembourg	85	0	0	85
<i>Traditionnel Fnac***</i>	12	0	0	12
<i>Périphérie Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Travel Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Connect Fnac</i>	0	0	0	0
<i>Darty (Vanden Borre)</i>	72	0	0	72
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Groupe Fnac Darty	957	10	6	961
<i>Traditionnel Fnac</i>	161	3	5	159
<i>Périphérie Fnac</i>	17	0	0	17
<i>Travel Fnac</i>	32	0	0	32
<i>Proximité Fnac</i>	90	2	0	92
<i>Connect Fnac</i>	18	0	0	18
<i>Darty/Vanden Borre</i>	537	4	0	541
<i>Fnac/Darty</i>	1	0	0	1
<i>Nature & Découvertes</i>	101	1	1	101
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>390</i>	<i>7</i>	<i>2</i>	<i>395</i>

* y compris 10 magasins étrangers Fnac : deux en Tunisie, un au Maroc, un au Congo, un au Cameroun, deux en Côte d'Ivoire, deux au Qatar, un au Sénégal et deux magasins étranger Darty en Tunisie ; 17 magasins dans les Outre-mer. Hors shop-in-shops Fnac déployés dans les magasins Manor.

** Nature & Découvertes et ses filiales sont dirigées depuis la France. Y compris quatre magasins en Belgique, un magasin au Luxembourg, une franchise au Portugal, sept franchises en Suisse et 4 franchises dans les Outre-mer.

*** Dont un magasin au Luxembourg géré depuis la Belgique.