

Croissance des ventes en France et amélioration de la génération de free cash flow

- Stabilisation du chiffre d'affaires du Groupe au 2nd trimestre : -0,3% à magasins comparables, portée par la croissance des ventes en France : +0,8% à magasins comparables
- Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre en baisse de -1,1% contre une baisse de -5,2% au 1^{er} semestre 2013 (à périmètre comparable et taux de change constant)
- Les nouvelles familles de produits dépassent désormais 10% des ventes au 2nd trimestre grâce notamment au succès du lancement de l'offre de téléphonie en France
- Résultat opérationnel courant du 1^{er} semestre en baisse de -7 m€ pénalisé par une pression sur la marge brute (-60 bp) liée aux investissements commerciaux et à un effet mix catégorie défavorable
- Amélioration du free cash flow de 19 m€ au 1^{er} semestre entraînant une hausse de la trésorerie nette de 69 m€ au 30 juin 2014 par rapport au 30 juin 2013
- Extension de la maturité de la ligne de crédit syndiqué jusqu'à juillet 2017

Alexandre Bompard, Président-Directeur Général de Groupe Fnac a déclaré : « Les résultats enregistrés au 1^{er} semestre confirment la progression générale de l'entreprise dans des marchés fortement promotionnels et toujours en décroissance. Ainsi en France, après plusieurs années de baisse, la Fnac affiche un chiffre d'affaires en croissance au 2nd trimestre et la poursuite de gains de part de marché, grâce notamment à des relais de croissance dynamiques et au succès du modèle omnicanal. Parallèlement, la génération de trésorerie s'accélère, illustrant le redressement de la Fnac et la solidité de son modèle financier. »

CHIFFRES CLES

(en millions d'euros)	S1 2013	S1 2014	Variation
Chiffre d'affaires	1 669	1 639	-1,8%
<i>Var. à périmètre comparable et taux de change constant</i>	-	-	-1.1%
Résultat opérationnel courant (ROC)	-12,4	-19,7	-58,9%
Résultat net ⁽¹⁾	-30,6	-37,0	-19,4%
Résultat net courant ^{(1) (2)}	-22,9	-29,7	-29,7%
Cash-Flow Libre opérationnel	-292	-273	+6,6%
Trésorerie nette	127	196	+54,2%

⁽¹⁾ part du Groupe - activités poursuivies ⁽²⁾ hors éléments non courants

NB: La performance du premier semestre est marquée par la saisonnalité de l'activité du Groupe. Le premier semestre représente traditionnellement une faible contribution aux résultats de l'année entière. L'évolution du cash flow libre reflète la forte augmentation saisonnière traditionnelle du besoin en fonds de roulement en début d'année.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2^{ème} TRIMESTRE 2014

La dynamique d'amélioration des ventes du Groupe s'est poursuivie au 2nd trimestre.

A périmètre comparable et taux de change constants, le chiffre d'affaire du Groupe est stabilisé au 2nd trimestre (-0,6%), contre une baisse de -1,5% au 1^{er} trimestre 2014, et de -3,1% sur l'ensemble de l'année 2013.

Le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 800 millions d'euros au 2nd trimestre en baisse de -1,1% par rapport à la même période de 2013.

L'impact des taux de change a été défavorable de -0,6% en raison principalement de la dépréciation du réal brésilien par rapport à l'euro. L'acquisition de la société Datasport, réalisée fin décembre 2013, a eu un impact favorable de 0,1%.

L'environnement de consommation a peu évolué au 2nd trimestre par rapport au 1^{er} trimestre dans les principaux pays du Groupe. La consommation des ménages est restée atone en France. La reprise économique est lente dans la Péninsule Ibérique, en particulier en Espagne.

Dans ce contexte, les marchés du Groupe sont restés en baisse sensible, avec une intensité commerciale accrue.

La France en croissance

L'amélioration séquentielle des ventes est principalement portée par la France, qui affiche une croissance de +0,8% de ses ventes à magasins comparables au 2nd trimestre, après une baisse de -0,7% au 1^{er} trimestre. Les ventes au semestre sont stables après prise en compte de l'impact de la fermeture de magasins. La dynamique de prises de part de marché s'est poursuivie, tant en produits techniques qu'en produits éditoriaux.

L'amélioration de l'activité se poursuit à l'international

La Péninsule Ibérique confirme la stabilisation de ses ventes (-0,6%), portée par la bonne performance de Fnac Portugal dont les ventes sont en croissance. Fnac Espagne a souffert de conditions de marchés plus défavorables au 2nd trimestre, mais a maintenu ses parts de marchés.

Les ventes de Fnac Brésil reculent de -2,2% (à taux de change constants), l'activité du mois de juin ayant été affectée par la baisse significative du trafic à partir du début de la Coupe du monde.

Le chiffre d'affaires de la zone Autres Pays qui regroupe la Suisse et la Belgique est en retrait de -4,8% (à taux de change constants), en amélioration par rapport au 1^{er} trimestre (-7,1%) dans des marchés qui restent très concurrentiels.

Le Groupe a continué à bénéficier de la montée en puissance des initiatives stratégiques et à mener une politique commerciale offensive.

Relais de croissance: succès des nouvelles familles de produits et des nouveaux formats de magasins

La croissance du chiffre d'affaires réalisé par les nouvelles familles de produits s'est accélérée au 2nd trimestre, portée par leur déploiement au cours des douze derniers mois et les bonnes performances commerciales. Elles ont représenté 10,1% du chiffre d'affaires total au 2nd trimestre contre 8,2% au 1^{er} trimestre.

En France, les espaces téléphonie, déployés sur l'ensemble du parc de magasins en février et mars, ont délivré de très bons résultats et contribué significativement à la croissance de l'activité au 2nd trimestre. Grâce à des investissements commerciaux conséquents, la Fnac a rapidement pris une place importante sur ce marché, et devrait y occuper en quelques mois sa place naturelle de leader.

Des nouvelles initiatives ont été mises en œuvre au 2nd trimestre avec le déploiement de près de 25 espaces Papeterie en France, et l'ouverture d'un flagship dédié aux objets connectés, aux smartphones et aux accessoires sur les Champs-Élysées.

Le déploiement des nouveaux formats de magasins s'est poursuivi avec l'ouverture de 2 magasins de proximité en France (Boulogne-sur-Mer et Le Puy-en-Velay) et l'ouverture d'un magasin travel retail au Brésil, à l'aéroport international Guarulhos dans l'état de Sao Paolo.

Progression de l'omnicanal

La croissance du canal internet a été soutenue en France et dans la Péninsule Ibérique, portée notamment par la progression des ventes omnicanales et la poursuite du développement des marketplaces. Le poids des ventes omnicanales (ie les ventes internet liées aux magasins) a continué à progresser, sous l'effet notamment de la mise en avant de nouvelles fonctionnalités (click & collect – retrait et paiement magasins), et s'est élevé au 1^{er} semestre à 31% des ventes internet totales des deux zones.

De nouveaux services innovants

Le Groupe a lancé deux nouvelles offres de services en France : le Pass location (service exclusif de location de produits techniques) et Fnac Express + (abonnement à un service de livraison illimitée en 1 jour ouvré de l'ensemble des produits disponibles en stock sur Fnac.com). Après le lancement en mars de Fnac Jukebox (service d'écoute de musique en ligne), il démontre ainsi à nouveau sa capacité à apporter des réponses innovantes aux nouveaux usages de consommation.

RESULTATS DU 1^{er} SEMESTRE 2014

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'est élevé à 1639 millions d'euros au 1^{er} semestre 2014, en recul de -1,8% par rapport au 1^{er} semestre 2013.

L'impact des taux de change a été défavorable de -0,8% en raison principalement de la dépréciation du réal brésilien par rapport à l'euro. L'acquisition de la société Datasport, réalisée fin décembre 2013, a eu un impact favorable de 0,1%.

A taux de change constants et périmètre comparable, le chiffre d'affaires baisse de -1,1%.

Au 30 juin 2014, le résultat opérationnel courant de Groupe Fnac est négatif de -19,7 millions d'euros, en retrait de -7 millions d'euros par rapport au premier semestre 2013.

Le taux de marge brute s'établit à 29,8% contre 30,4% au 1^{er} semestre 2013. La baisse du taux de marge brute résulte, d'une part d'investissements commerciaux associés notamment à l'installation en France de la nouvelle catégorie « téléphonie », et d'autre part d'un effet mix catégorie défavorable. Par ailleurs, le Groupe a maintenu une politique commerciale offensive dans des marchés plus promotionnels.

Le Groupe a poursuivi avec succès sa dynamique de recherche d'économies de coûts et d'efficacité des organisations.

Les autres produits et charges opérationnelles non courants ont constitué une charge nette de -7,6 millions d'euros au 1^{er} semestre 2014, en ligne avec leur niveau du 1^{er} semestre 2013 (-7,8 millions d'euros). Ils incluent principalement des coûts de transformation des organisations.

Le résultat net part du Groupe des activités poursuivies est négatif de -37,0 millions d'euros au 1^{er} semestre 2014, en retrait de -6 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2013.

Retraité des éléments de nature non courante, le résultat net courant des activités poursuivies (part du Groupe) est négatif de -29,7 millions d'euros contre une perte de -22,9 millions d'euros au 1^{er} semestre 2013.

CASH FLOW LIBRE

Le Groupe a continué à améliorer sa génération de cash flow.

Le Cash Flow Libre opérationnel affiche une amélioration de 19 millions d'euros par rapport au 1^{er} semestre 2013 et s'établit à -273 millions d'euros contre -292 millions d'euros au 1^{er} semestre 2013.

Compte tenu du caractère saisonnier de l'activité du Groupe, le cash flow est traditionnellement négatif au premier semestre.

Les investissements se sont élevés à 16 millions d'euros en ligne avec les objectifs annuels du Groupe.

Le Groupe a poursuivi ses initiatives d'optimisation du besoin en fonds de roulement, qui ont notamment permis une baisse des stocks de -4,5% à fin juin 2014 par rapport à leur niveau de fin juin 2013.

STRUCTURE FINANCIERE

Forte croissance de la trésorerie nette

La trésorerie nette s'élève à 196 millions d'euros au 30 juin 2014, en hausse de 69 millions par rapport à son niveau au 30 juin 2013.

Les capitaux propres s'établissent à 510 millions d'euros au 30 juin 2014 (contre 490 millions d'euros au 30 juin 2013).

Au 30 juin 2014, les covenants du contrat de crédit étaient respectés.

Amendement au contrat de crédit

Le Groupe a signé le 24 juillet avec le syndicat des prêteurs un amendement au contrat de crédit renouvelable d'un montant de 250 millions d'euros conclu le 19 avril 2013.

Les principaux termes de cet amendement, qui attestent du renforcement du profil financier du Groupe, portent notamment sur la durée du crédit et la clause de remboursement anticipé en cas d'évolution de la participation d'Artémis au capital de Groupe Fnac.

La maturité du contrat de crédit est prolongée au 24 juillet 2017 (contre le 18 avril 2016 initialement). La clause de remboursement anticipé en cas d'évolution de la participation d'Artémis au capital de Groupe Fnac en deçà de 38,8% avant le 18 avril 2015 et 25% avant le 18 avril 2016 est maintenue dans sa forme initiale sans extension jusqu'à la nouvelle maturité du contrat de crédit.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Les résultats du 1^{er} semestre confirment l'amélioration graduelle de la performance des ventes du Groupe engagée fin 2013 et le renforcement de son profil financier.

Cette performance, réalisée dans un environnement de consommation difficile, avec des marchés en baisse et une forte intensité concurrentielle, traduit la bonne exécution du plan Fnac 2015 et le maintien d'une dynamique commerciale offensive.

Les conditions de marché devraient rester inchangées sur le reste de l'année. Le Groupe entend maintenir sa dynamique de prises de parts de marché grâce à la montée en puissance du plan de transformation du modèle commercial, qui repose sur la poursuite du déploiement de nouvelles catégories de produits, le renforcement continu de la stratégie omnicanale et l'accélération de l'expansion sur les nouveaux formats en France et à l'international.

Le Groupe entend également limiter au 2^{ème} semestre les effets défavorables sur ses marges au travers notamment de plans d'action commerciaux lancés au 2nd trimestre et d'un effet mix catégorie moins défavorable.

Il poursuivra par ailleurs sa politique d'économies de coûts et d'efficacité des organisations. Le Groupe est confiant dans sa capacité à dépasser l'objectif de 80 millions d'euros d'économies de coûts, en année pleine, sur les exercices 2013 et 2014.

Le Groupe poursuivra ses initiatives visant à maximiser la génération de trésorerie sur l'exercice.

Les comptes consolidés résumés du 1er semestre 2014 approuvés par le Conseil d'Administration du 30 juillet 2014 ont été revus par les Commissaires aux comptes.

Compte de résultat synthétique

(en Meur)	S1 2013	S1 2014	Variation
Chiffres d'affaires	1 669	1 639	-1,8%
Marge brute	508	489	-3,7%
% Chiffre d'affaires	30,4%	29,8%	
Total coûts	-520	-509	+2,1%
% Chiffre d'affaires	31,1%	31,0%	
Résultat opérationnel courant	-12,4	-19,7	-58,9%
% Chiffre d'affaires	-0,7%	-1,2%	
Autres produits et charges opérationnels non courants	-7,8	-7,6	+2,6%
Résultat opérationnel	-20,2	-27,3	-35,1%
Charges financières nettes	-4,1	-4,8	-17,1%
Impôt sur le résultat	-6,3	-4,8	+23,8%
Résultat net des activités poursuivies	-30,6	-36,9	-20,9%
Dont part du groupe	-30,6	-37,0	-20,6%
Résultat net des activités abandonnées	-0,4	-	-
Résultat net consolidé	-31,0	-36,9	-19,0%
Dont part du groupe	-31,0	-37,0	-19,4%
Résultat net courant part du Groupe des activités poursuivies	-22,9	-29,7	-29,7%
EBITDA	20,6	16,4	-20,4%
% Chiffre d'affaires	1,2%	1,0%	

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2014

Mathieu Malige, Directeur Financier Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le mercredi 30 juillet 2014 à 18h15 (heure continentale) ; 5h15 p.m. (UK) ; 12h15 p.m. (East Coast USA)

Coordonnées de la conférence téléphonique :

France: + 33 1 70 77 09 38

UK: +44 203 367 9459

US: +1 855 402 7763

Coordonnées de réécoute de la conférence téléphonique disponible jusqu'au vendredi 15 aout 2014

France: +33 1 72 00 15 00

UK: +44 203 367 9460

US: +1 877 642 3018

Code d'accès de réécoute : 287979#

PROCHAINE PUBLICATION

Groupe Fnac publiera son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre le mercredi 22 octobre 2014 après Bourse

CONTACTS

ANALYSTES / INVESTISSEURS

Nadine Coulm

nadine.coulm@fnac.com

+33 (0)1 55 21 18 63

PRESSE

Laurent Glepin

laurent.glepin@fnac.com

+33 (0)1 55 21 53 07

ANNEXES

Résultat Opérationnel Courant (ROC) par secteur opérationnel

(ROC en Meur)	S1 2013	% du CA	S1 2014	% du CA	Variation en %
France	-16,1	-1,4%	-21,3	-1,8%	-32%
Péninsule Ibérique	7,1	2,5%	4,7	1,6%	-34%
Brésil	-2,4	-2,6%	-2,6	-3,4%	-8%
Autres pays	-1,0	-0,8%	-0,5	-0,4%	50%
Groupe	-12,4	-0,7%	-19,7	-1,2%	-59%

Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre par secteur opérationnel

(CA en Meur)	T2 2014	Variation vs T2 2013		
		publiée	à périmètre comparable et à taux de change constant	à nombre de magasins constants*
France	568	0,1%	-0,1%	0,8%
Péninsule Ibérique	133	-0,6%	-0,6%	-1,8%
Brésil	39	-13,5%	-2,2%	-2,5%
Autres pays	60	-4,4%	-4,8%	-4,8%
Groupe	800	-1,1%	-0,6%	-0,3%

* à taux de change constants et périmètre comparable

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre par secteur opérationnel

(CA en Meur)	S1 2014	Variation vs S1 2013		
		publiée	à périmètre comparable et à taux de change constant	à nombre de magasins constants*
France	1 153	-0,7%	-0,8%	-0,1%
Péninsule Ibérique	286	0,0%	0,0%	-1,0%
Brésil	77	-15,8%	-0,6%	-0,8%
Autres pays	123	-5,8%	-6,0%	-6,0%
Groupe	1 639	-1,8%	-1,1%	-0,8%

* à taux de change constants et périmètre comparable

Parc de magasins

	Au 31 décembre 2013			Au 30 juin 2014		
	Intégrés	Franchisés	Totaux	Intégrés	Franchisés	Totaux
France	87	21*	108	85	23*	108
Péninsule Ibérique	44	0	44	44	0	44
Brésil	11	0	11	12	0	12
Autres pays	13	0	13	13	0	13
Groupe	155	21	176	154	23	177

* y compris le magasin au Maroc