

## Résultats du premier semestre en forte croissance Progression rapide de l'intégration Fnac Darty

- **Bonne dynamique du chiffre d'affaires**
  - Base de comparaison élevée liée au changement de norme de télévision numérique en France en avril 2016
  - Chiffre d'affaires Pro Forma à 3 216m€ : -2,7% en réel sur le semestre. Croissance de +2,1% au premier semestre 2017 par rapport à 2015
  - Accélération de la dynamique au deuxième trimestre
- **Progrès rapide de l'intégration Fnac Darty : 43m€ de synergies générées à fin juin 2017**
- **Résultat opérationnel courant pro forma en forte progression : +30m€ par rapport au premier semestre 2016**
- **Cash-Flow conforme aux attentes, impacté par la saisonnalité et les historiques élevés**

**Enrique Martinez, Directeur général de Fnac Darty, a déclaré :** « *Les résultats du premier semestre sont très solides et reflètent à la fois la qualité de l'exécution de l'intégration de Fnac et Darty, et la robustesse du modèle commercial de nos deux enseignes. Dans la continuité de la stratégie initiée par Alexandre Bompard, le Groupe va poursuivre son développement pour renforcer son offre omnicanale, l'expansion de son parc de magasins et sa diversification.* »

### CHIFFRES CLES PRO FORMA

(en millions d'euros)

	S1 2016 <sup>1</sup>	S1 2017	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>3 304</b>	<b>3 216</b>	<b>-2,7%</b>
<i>Var. comparable<sup>2</sup></i>			<i>-2,4%</i>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>3,6</b>	<b>33,9</b>	<b>+30m€</b>
<b>Cash-flow libre opérationnel</b>	<b>-222</b>	<b>-265</b>	<b>-43m€</b>

1 Pro forma : Prenant en compte l'entrée de Darty dans le périmètre de consolidation à partir du 1er janvier 2016

2 Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins

## FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE

### **Chiffre d'affaires solide au premier semestre et accélération de la dynamique au deuxième trimestre**

Le chiffre d'affaires pro forma<sup>1</sup> de Fnac Darty s'établit au premier semestre à 3 216m€, en recul de -2,7% en réel et -2,4% en données comparables<sup>2</sup> par rapport à 2016.

La base de comparaison élevée, liée au changement de norme de télévision numérique en France au cours du premier semestre de l'année dernière, masque la solidité des performances du Groupe depuis le début de l'année 2017. Le chiffre d'affaires pro forma est en croissance de +2,1% par rapport au premier semestre 2015 et de +1,2% par rapport à 2016 hors segment télévision.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires pro forma s'établit à 1 541m€ en recul de -2,6%, en réel et -2,3% en données comparables<sup>2</sup> par rapport à 2016.

Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2017 marque une très nette progression sur deux ans, tant en France et Suisse (+3,9%) qu'au niveau du Groupe (+3,5%). En France, hors segment télévision, le chiffre d'affaires est en croissance sur les deux enseignes Fnac et Darty. Le Groupe a tiré parti de la croissance du marché de la téléphonie et du lancement de nouveaux produits, en particulier sur le segment du jeu vidéo. Les ventes de produits éditoriaux restent en retrait, compensées par la croissance de l'électroménager dont les parts de marché continuent de progresser. Le petit électroménager a bénéficié des effets de la vague de chaleur au mois de juin.

En Péninsule Ibérique, la pression concurrentielle reste forte impactant la croissance en Espagne. Le Portugal affiche une croissance soutenue. Sur la zone Benelux, la Belgique affiche de solides performances. Les Pays-Bas sont quasiment stables sur le trimestre, le plan de redressement des opérations commençant à porter ses fruits.

La croissance du canal web a été soutenue sur le semestre, portée par les très bonnes performances du modèle omnicanal et le développement des marketplaces. Le Groupe a poursuivi l'expansion de son réseau au cours du deuxième trimestre. Au total, 32 nouveaux magasins ont ouvert en 2017.

### **Progression rapide de l'intégration Fnac Darty**

Le semestre est marqué par une avancée rapide de l'intégration Fnac Darty portant le montant des synergies déployées depuis le début de l'intégration à 43m€ dont 34m€ au premier semestre 2017 et 9m€ en 2016.

Sur le plan des synergies de coûts, les négociations annuelles avec les fournisseurs se sont conclues positivement. La renégociation des contrats d'achats indirects (frais généraux et prestations de services) s'est poursuivie en capitalisant sur la nouvelle dimension du Groupe.

La convergence des systèmes IT progresse conformément au plan de marche. Les chantiers structurants d'optimisation logistique ont également progressé avec notamment le transfert en cours de l'entrepôt Wissous 2, et les livraisons à domicile de certaines catégories de produits FNAC qui sont déjà opérées par Darty.

Le Groupe a présenté fin juin le projet de nouvelle organisation pour ses fonctions siège en France, après celui de la Belgique présenté au premier trimestre et celui de Londres fermé en 2016.

Sur le plan des synergies commerciales, le Groupe a poursuivi ses initiatives entre les deux enseignes, avec le lancement des premiers shop-in-shop Darty au sein de magasins Fnac et réciproquement.

L'ouverture du premier magasin à double enseigne Fnac Darty, en franchise à Biganos, a permis d'investir un nouveau potentiel de développement pour le Groupe. La refonte des plateformes des marques Fnac et Darty

<sup>1</sup> Pro forma : Prenant en compte l'entrée de Darty dans le périmètre de consolidation à partir du 1er janvier 2016

<sup>2</sup> Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins

a également été engagée, permettant de consolider la complémentarité des deux enseignes, avec un premier déploiement sur les soldes d'été de la nouvelle identité visuelle de Darty.

Enfin, les deux enseignes ont poursuivi leurs efforts de développement des services (notamment abonnements, assurances, garanties, service après-vente), véritable axe de différenciation pour le Groupe. Les échanges entre enseignes se sont poursuivis, ils permettent d'étendre les bonnes pratiques commerciales.

## **Poursuite de la construction du nouveau modèle Fnac Darty**

### **Progrès rapide de l'offre e-commerce et renforcement de l'omnicanal**

Fnac Darty a poursuivi le développement de ses activités e-commerce grâce à une très bonne performance de ses plateformes digitales. Les marketplaces du Groupe ont poursuivi leur essor et sont en croissance de plus de 50% sur le semestre. La complémentarité entre réseau physique et plateformes e-commerce s'est à nouveau illustrée sur le semestre, la part des ventes omnicanales continuant sa progression. Le Groupe a poursuivi les développements techniques, améliorant l'efficacité de ses sites et de ses applications mobiles.

### **Expansion soutenue et succès de la franchise**

Le rythme d'expansion est resté très soutenu sur le semestre avec l'ouverture de 32 magasins, dont 21 en franchise. La Fnac a ouvert 6 magasins sur le semestre, dont 5 en France. Darty a ouvert 25 magasins sur la période, dont 18 en France. A fin juin 2017, Fnac Darty dispose d'un parc de 689 magasins dont 479 en France. Le Groupe continue son expansion dans de nouveaux territoires en s'appuyant sur l'expertise de partenaires locaux, avec notamment l'ouverture au premier semestre d'un second magasin au Qatar, d'un magasin à Douala au Cameroun et d'un magasin à Brazzaville au Congo. La dynamique d'expansion se poursuivra au second semestre principalement au travers d'ouvertures de magasins en franchise, le Groupe devrait ainsi dépasser son objectif d'ouvertures de 50 magasins en 2017.

## **PERFORMANCE OPERATIONNELLE DU SEMESTRE**

### **Résultats en forte croissance**

Le taux de marge brute s'établit à 30,9% en croissance de 107 points de base, tiré par les deux enseignes grâce aux premiers effets des synergies, au développement des services et au bon contrôle des investissements commerciaux.

Le déploiement des synergies s'est poursuivi atteignant 34m€ sur le semestre et 43m€ depuis le début de l'intégration. La dynamique d'amélioration de l'efficacité opérationnelle et de réduction des coûts est restée soutenue.

Le résultat opérationnel courant a ainsi augmenté de 30m€ par rapport au premier semestre 2016 pour atteindre 33,9m€. Retraité de l'impact des plus-values de cessions immobilières réalisées en 2016 (7m€), la progression du résultat opérationnel courant du premier semestre 2017 est de +37m€.

Les charges non récurrentes s'élèvent à -21,9m€ sur le semestre et sont principalement liées aux coûts de mise en place des synergies et des plans de performances.

Avec un résultat financier qui s'établit à -22,2m€ et une charge d'impôts de -4,9m€, le résultat net des activités poursuivies est de -15,1m€.

Le résultat net des activités non poursuivies de -88,1m€ reflète la cession de Fnac Brésil à Livraria Cultura, annoncée le 19 juillet 2017, incluant l'apurement des pertes historiques cumulées et le montant de la recapitalisation s'élevant à 36m€.

## Analyse de la performance du semestre par segment de reporting

### **France-Suisse**

Le chiffre d'affaires du segment France-Suisse est en recul de -3,3% sur le semestre (-2,8% en données comparables<sup>1</sup>) et en progression de +2,8% par rapport à 2015. Hors segment télévision, dont les ventes du premier semestre 2016 avaient été tirées par le changement de norme de télévision en France, la progression du chiffre d'affaires est de +1,4% sur le semestre. Le e-commerce a poursuivi sa dynamique avec notamment une croissance à deux chiffres des ventes de Fnac.com et une marketplace en forte croissance chez Darty. Le résultat opérationnel courant est en forte croissance à 32,4m€ contre 4,9m€ au premier semestre 2016. La marge opérationnelle s'élève à 1,3%, en croissance de +1,1pt.

### **Péninsule Ibérique**

Les ventes de la Péninsule Ibérique sont quasi-stables sur le semestre (-0,4%) et en progression de +1,1% en données comparables<sup>1</sup>, malgré la forte intensité concurrentielle dans les deux pays. Le Portugal affiche une performance commerciale satisfaisante. En Espagne, l'activité a montré une bonne résistance, avec une forte croissance des ventes internet, ainsi que de nouvelles initiatives commerciales comme l'introduction du petit électroménager.

Le résultat opérationnel courant de la zone s'établit à 2,4m€, en croissance de 1,2m€ par rapport à 2016.

### **Benelux**

Le chiffre d'affaires du Benelux est quasi-stable sur la période (-0,4%). En Belgique, l'activité est en croissance sur le semestre tirée notamment par une belle performance des produits blancs ainsi que de la téléphonie. Les sites e-commerce affichent une croissance à deux chiffres et le développement du réseau de magasins dédiés à la cuisine est très satisfaisant. Aux Pays-Bas, dans un contexte commercial toujours tendu, le Groupe a poursuivi le déploiement de son plan de transformation. Le résultat opérationnel courant du Benelux est en progression et s'établit à -0,9m€ sur le semestre.

## **STRUCTURE FINANCIERE**

**L'endettement financier net** du Groupe s'élève à 503m€ au 30 juin 2017 contre 207m€ au 31 décembre 2016<sup>2</sup>. La variation de l'endettement résulte pour l'essentiel du cash-flow libre opérationnel négatif sur la période, en raison de la saisonnalité habituelle de l'activité du Groupe.

Sur le premier semestre, le cash-flow libre opérationnel s'est élevé à -265m€, contre -222m€ en 2016. Retraité de l'impact des produits de cessions immobilières (13m€), le cash-flow libre opérationnel était de -235m€ en 2016.

L'évolution par rapport à 2016 provient de la variation du besoin en fonds de roulement du fait d'une base historique élevée liée à un niveau d'activité plus important en 2016 (effet TV) et de la mise en place en 2016 de projets d'optimisation sur le périmètre Darty. De plus, la réduction des délais de paiement aux Pays-Bas a eu un impact négatif sur le cash-flow du premier semestre 2017.

Au 30 juin 2017, le montant de la trésorerie et équivalents de trésorerie s'élevait à 359m€, la ligne de crédit revolving de 400m€ était non utilisée.

<sup>1</sup> Données comparables : excluent les effets de change, les variations de périmètre, les ouvertures et fermetures de magasins

<sup>2</sup> Retraité de l'évaluation définitive des actifs et passifs identifiables de Darty pour 1m€

## CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Dans des marchés peu porteurs au premier semestre 2017, le Groupe a démontré la solidité de son modèle et la bonne dynamique de l'intégration entre Fnac et Darty.

Le 2<sup>ème</sup> semestre 2017 retrouvera une base historique plus normative. Le Groupe poursuivra l'exécution rapide du plan de synergies et la transformation de son modèle opérationnel et commercial. La dynamique d'expansion se poursuivra au second semestre principalement au travers d'ouvertures de magasins en franchise, le Groupe devrait ainsi dépasser son objectif d'ouvertures de 50 magasins en 2017.

Le Groupe réaffirme son objectif de 130m€ de synergies à fin 2018, dont au moins la moitié à fin 2017.

## CONTACTS

ANALYSTES /  
INVESTISSEURS

Stéphanie Constand

[stephanie.constand@fnacdarty.com](mailto:stephanie.constand@fnacdarty.com)  
+33 (0)1 55 21 18 63

PRESSE

Laurent Glepin

[laurent.glepin@fnacdarty.com](mailto:laurent.glepin@fnacdarty.com)  
+33 (0)1 55 21 53 07

Alexandre André

[alexandre.andre@fnacdarty.com](mailto:alexandre.andre@fnacdarty.com)  
+33 (0)1 55 21 54 46

## ANNEXES

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2017 approuvés par le Conseil d'Administration du 25 juillet 2017 ont été revus par les Commissaires aux comptes.

### COMPTE DE RESULTAT SYNTHETIQUE

(en Meur)	Publié			Pro forma		
	S1 2016*	S1 2017	Var.	S1 2016*	S1 2017	Var.
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>1 572</b>	<b>3 216</b>	<b>+105%</b>	<b>3 304</b>	<b>3 216</b>	<b>-2,7%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>471</b>	<b>995</b>	<b>+111%</b>	<b>987</b>	<b>995</b>	<b>+0,8%</b>
% Chiffre d'affaires	30,0%	30,9%		29,9%	30,9%	
<b>Total coûts</b>	<b>489</b>	<b>961</b>	<b>+96%</b>	<b>983</b>	<b>961</b>	<b>-2,3%</b>
% Chiffre d'affaires	31,1%	29,9%		29,8%	29,9%	
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>-18</b>	<b>34</b>	<b>n/a</b>	<b>4</b>	<b>34</b>	<b>n/a</b>
% Chiffre d'affaires	-1,1%	1,1%		0,1%	1,1%	
Autres produits et charges opérationnels non courants	-23	-22			-22	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-40</b>	<b>12</b>	<b>n/a</b>		<b>12</b>	
Charges financières nettes	-23	-22			-22	
Impôt sur le résultat	-4	-5			-5	
<b>Résultat net de l'exercice des activités poursuivies</b>	<b>-68</b>	<b>-15</b>	<b>-77,8%</b>		<b>-15</b>	
Résultat net des activités non poursuivies	-7	-88**			-88**	
<b>Résultat net consolidé, part du Groupe</b>	<b>-76</b>	<b>-103</b>	<b>+37%</b>		<b>-103</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>13</b>	<b>84</b>	<b>n/a</b>	<b>57</b>	<b>84</b>	<b>+47,5%</b>
% Chiffre d'affaires	0,8%	2,6%		1,7%	2,6%	

\* Retraité du reclassement de Fnac Brésil en activité non poursuivie

\*\* Incluant les pertes opérationnelles historiques cumulées et le montant de la capitalisation de 36m€ dans le cadre de la cession de Fnac Brésil à Livraria Cultura en juillet 2017

# FNAC DARTY

## TABLEAU DE FLUX DE TRESORERIE

	Pro forma	
	S1 2016*	S1 2017
<b>Capacité d'autofinancement avant impôts, dividendes et intérêts</b>	<b>14</b>	<b>74</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	-174	-271
Impôts sur le résultat payés	-16	-21
<b>Flux nets liés aux activités opérationnelles</b>	<b>-176</b>	<b>-218</b>
Investissements opérationnels	-48	-47
Variation des dettes et créances sur immobilisations	-11	-2
Désinvestissements opérationnels	13	1
<b>Flux nets liés aux activités d'investissement opérationnelles</b>	<b>-46</b>	<b>-48</b>
<b>Cash flow libre opérationnel</b>	<b>-222</b>	<b>-265</b>

\* Retraité du reclassement de Fnac Brésil en activité abandonnée

## RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR SECTEUR OPERATIONNEL PRO FORMA

(en Meur)	S1 2016	% du CA	S1 2017	% du CA	Variation
France et Suisse	4,9	0,2%	32,4	1,3%	+27,5
Péninsule Ibérique	1,2	0,4%	2,4	0,9%	+1,2
Benelux	-2,5	-0,6%	-0,9	-0,2%	+1,6
<b>Groupe</b>	<b>3,6</b>	<b>0,1%</b>	<b>33,9</b>	<b>1,1%</b>	<b>+30,3</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE 2017 – PRO FORMA

(en Meur)	S1 2017 en M€	Variation vs S1 2016		
		réelle	à taux de change constants	à nombre de magasins constant
France et Suisse	<b>2 517</b>	-3,3%	-3,3%	-2,8%
Péninsule Ibérique	<b>281</b>	-0,4%	-0,4%	+1,1%
Benelux	<b>418</b>	-0,4%	-0,4%	-1,9%
<b>Groupe</b>	<b>3 216</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-2,4%</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE 2017 – PUBLIE

(en Meur)	S1 2017 en M€	Variation vs S1 2016		
		réelle	à taux de change constants	à nombre de magasins constant
France et Suisse	2 517	+107,2%	+107,0%	+107,5%
Péninsule Ibérique	281	-0,4%	-0,4%	+1,1%
Benelux	418	+458,0%	+458,0%	+445,8%
<b>Groupe</b>	<b>3 216</b>	<b>+104,6%</b>	<b>+104,5%</b>	<b>+105,3%</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU DEUXIEME TRIMESTRE 2017 – PRO FORMA

(en Meur)	T2 2017 en M€	Variation vs T2 2016		
		réelle	à taux de change constants	à nombre de magasins constant
France et Suisse	1 211	-3,5%	-3,5%	-2,9%
Péninsule Ibérique	134	+0,1%	+0,1%	+1,5%
Benelux	197	+1,4%	+1,4%	-0,7%
<b>Groupe</b>	<b>1 541</b>	<b>-2,6%</b>	<b>-2,6%</b>	<b>-2,3%</b>

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU DEUXIEME TRIMESTRE 2017 – PUBLIE

(en Meur)	T2 2017 en M€	Variation vs T2 2016		
		réelle	à taux de change constants	à nombre de magasins constant
France et Suisse	1 211	+105,6%	+105,6%	+106,0%
Péninsule Ibérique	134	+0,1%	+0,1%	+1,5%
Benelux	197	+459,1%	+459,1%	+435,6%
<b>Groupe</b>	<b>1 541</b>	<b>+103,4%</b>	<b>+103,4%</b>	<b>+103,5%</b>



# FNAC DARTY

## PARC DE MAGASINS

	31-déc-16	Ouverture	Fermeture	30-juin-17
<b>France et Suisse</b>	<b>465</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>485</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	81	2	0	83
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	20	1	0	21
<i>Proximité Fnac</i>	31	1	0	32
<i>Connect Fnac</i>	4	1	0	5
<i>Darty</i>	315	18	4	329
<i>Fnac Darty France</i>	0	1	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	152	21	0	173
<b>Péninsule Ibérique</b>	<b>52</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>52</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	40	0	0	40
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	8	1	1	8
<i>Connect Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	2	0	0	2
<b>Benelux</b>	<b>147</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>152</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	9	0	0	9
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Darty</i>	137	7	2	142
<b>Groupe Fnac Darty</b>	<b>664</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>689</b>
<i>Traditionnel Fnac</i>	130	2	0	132
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	22	1	0	23
<i>Proximité Fnac</i>	40	2	1	41
<i>Connect Fnac</i>	6	1	0	7
<i>Darty</i>	452	25	6	471
<i>Fnac/Darty</i>	0	1	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	154	21	0	175

La zone France-Suisse comprend 6 magasins à l'étranger : 1 au Maroc, 1 au Cameroun, 2 en Côte d'Ivoire et 2 au Qatar ; et 11 magasins dans les DOM-TOM

## DEFINITIONS DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

### **VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRO FORMA A TAUX DE CHANGE CONSTANT ET PERIMETRE COMPARABLE**

La variation du chiffre d'affaires à taux de change constant et à périmètre comparable signifie que l'impact des variations de taux de change a été exclu et que l'effet des changements de périmètre est corrigé afin de ne pas tenir compte des modifications (acquisition, cession de filiale). L'impact des taux de change est éliminé en recalculant les ventes de l'exercice N-1, sur la base des taux de change utilisés pour l'exercice N. Le chiffre d'affaires des filiales acquises ou cédées depuis le 1er janvier de l'exercice N-1 est exclu du calcul de la variation. Cet indicateur permet de mesurer l'évolution du chiffre d'affaires hors effet de change et hors effet des périmètres de consolidation.

### **VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRO FORMA A TAUX DE CHANGE CONSTANT, PERIMETRE COMPARABLE ET A NOMBRE DE MAGASINS CONSTANTS**

La variation du chiffre d'affaires à magasins constants signifie que l'impact des variations de taux de change a été exclu, que l'effet des changements de périmètre est corrigé afin de ne pas tenir compte des modifications (acquisition, cession de filiale) et que l'effet des ouvertures et des fermetures de magasins en propre depuis le 1er janvier de l'exercice N-1 a été exclu. Cet indicateur permet de mesurer l'évolution du chiffre d'affaires hors effet de change, hors effet des périmètres de consolidation et hors effet des ouvertures et des fermetures de magasins en propre.

### **DEFINITION DES INFORMATIONS PRO FORMA**

Le chiffre d'affaires 2016 de Fnac Darty intègre les données du Groupe Darty plc à partir d'août 2016. Les données ne sont donc pas directement comparables aux données historiquement publiées. Afin de mieux rendre compte de la performance économique de la nouvelle entité, il a été décidé de présenter les données pro forma pour 2016 et 2017 qui retracent l'activité des deux groupes comme si l'acquisition était intervenue au 1<sup>er</sup> janvier 2016.

### **DONNEES PUBLIEES**

	T2 2016	T2 2017	S1 2016	S1 2017
Fnac	Avril - Juin	Avril - Juin	Janv - Juin	Janv - Juin
Darty	-	Avril - Juin	-	Janv - Juin

### **DONNEES PRO FORMA**

	T2 2016	T2 2017	S1 2016	S1 2017
Fnac	Avril - Juin	Avril - Juin	Janv - Juin	Janv - Juin
Darty	Avril - Juin	Avril - Juin	Janv - Juin	Janv - Juin