

Bonne dynamique du chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2019

- Le chiffre d'affaires atteint 1 715 M€, en hausse de +1,7% en données publiées comme en données comparables, malgré un effet calendaire négatif sur le 1^{er} trimestre
- Poursuite du développement de la plateforme omnicanale du Groupe avec une croissance soutenue du e-commerce et une accélération dans le mobile
- Accélération du déploiement du plan stratégique Confiance+ et renforcement du profil multi-spécialiste du Groupe avec l'acquisition de WeFix, Billetreduc.com et Nature & Découvertes
- Amélioration de la notation de crédit chez Standard & Poor's et notation Investment Grade chez Scope Rating

Enrique Martinez, Directeur Général de Fnac Darty, a déclaré : « Dans un contexte de consommation toujours atone notamment en France, le Groupe affiche une croissance de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre notamment grâce à la qualité de son exécution commerciale qui permet de poursuivre ses prises de parts de marché. Toutes les équipes sont désormais focalisées sur l'accélération du déploiement de Confiance+ et la mise en place des projets de croissance, en particulier ceux liés au digital. Au 1^{er} trimestre, la solidité de nos performances e-commerce illustre l'avance du Groupe en matière d'expérience client omnicanale. Enfin, nos récents mouvements stratégiques en matière d'acquisitions, WeFix, Billetreduc.com et Nature & Découvertes montrent la capacité de Fnac Darty à être un acteur clé de la consolidation du secteur. »

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2019

	T1 2019 en M€	Variations vs T1 2018	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	1 318	+1,2%	+1,1%
Péninsule Ibérique	151	-0,8%	-1,2%
Benelux	245	+6,2%	+7,3%
Groupe	1 715	+1,7%	+1,7%

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 2019

Croissance des ventes au premier trimestre

Le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 715 millions d'euros au premier trimestre 2019, en hausse de +1,7% en données comparables et en données publiées.

Cette performance solide a été réalisée en dépit d'un effet calendaire négatif sur le trimestre, et dans un contexte de consommation atone.

Hors produits éditoriaux, tous les segments du Groupe sont en croissance. Les produits techniques ont enregistré une bonne dynamique grâce aux segments son et téléphonie et un line-up plus favorable sur le segment hardware. L'électroménager a enregistré une performance solide, portée principalement par des prises de parts de marché. Les produits éditoriaux ont été particulièrement impactés au 1^{er} trimestre par la poursuite des manifestations « gilets jaunes » en France qui ont pénalisé le trafic en magasins, et les achats d'impulsion, notamment des livres. La stratégie active de diversification du Groupe porte ses fruits, avec une croissance record ce trimestre sur les catégories Jeux & Jouets, Maison & Design et Mobilité Urbaine. Enfin, les services poursuivent leur bonne dynamique sur toutes les zones, et ont bénéficié de l'intégration de WeFix en France.

Le chiffre d'affaires du segment France-Suisse est en croissance de +1,1%¹, malgré la poursuite des mouvements sociaux en France au 1^{er} trimestre. Sur le plan international, les ventes en Péninsule Ibérique sont en léger repli (-1,2%)¹, du fait d'effets calendaires et de décalages de périodes promotionnelles. Avec l'intégration de Wehkamp, le chiffre d'affaires de la zone Benelux affiche une croissance soutenue (+7,3%)¹, malgré un effet calendaire défavorable, et une base de comparaison négative.

Avancées opérationnelles et déploiement de Confiance+

Le Groupe a poursuivi le déploiement rapide de son plan stratégique Confiance+ en renforçant notamment sa plateforme omnicanale.

Les activités e-commerce sont marquées, ce trimestre, par des performances solides à l'international, en croissance à deux chiffres, et le développement rapide des « marketplaces ». La performance e-commerce en France a bénéficié d'un fort dynamisme des produits techniques et du segment Diversification. Fnac Darty s'attache à poursuivre l'amélioration de sa plateforme digitale et accélère sa transformation numérique. Le mobile reste également un axe de développement pour le Groupe qui met en place des outils d'aide aux choix afin d'améliorer l'expérience client sur ce canal.

Au cours du trimestre, le Groupe a poursuivi le renforcement de son maillage territorial, avec un rythme d'expansion toujours soutenu et l'ouverture de 9 nouveaux magasins, dont 8 franchises. Le parc compte désormais 783 magasins, dont 267 franchises à fin mars.

Par ailleurs, après le lancement en 2018 des magasins pilotes pour la réservation de produits « gaming » sur stock magasin, le Groupe a poursuivi le renforcement de ses offres de livraison omnicanales et a déployé ce trimestre ce même service sur le livre, CD et DVD, offrant ainsi à ses clients une option de retrait de leurs achats en 1 heure. L'intégralité du parc magasins en propre Fnac en France a déployé ce nouveau service au cours du 1^{er} trimestre.

Enfin, les initiatives omnicanales en magasin se sont poursuivies au 1^{er} trimestre avec la poursuite de la digitalisation des magasins ; 15 magasins additionnels ont été digitalisés au cours du trimestre.

La diversification s'est renforcée avec une nouvelle croissance à deux chiffres des segments Jeux & Jouets et Maison & Design. La Cuisine a bénéficié d'une bonne dynamique, portée notamment par les ventes de produits encastrables, et la prise de part de marché liée à de nouveaux ralliements de cuisinistes indépendants. Fnac Darty a enregistré un record historique de ventes en Cuisine au mois de mars, qui témoigne de la pertinence du modèle.

Les partenariats du Groupe ont continué leur déploiement. Le partenariat avec Google s'est poursuivi au 1^{er} trimestre avec la préparation d'une deuxième vague d'ouvertures de corners qui aura lieu dans les mois qui viennent. L'intégration de Wehkamp aux Pays-Bas a été achevée au 1^{er} trimestre et continuera à porter ses fruits sur le reste de l'année. Enfin, le test de shop-in-shops Darty dans deux hypermarchés Carrefour se poursuit.

Une stratégie de croissance externe basée sur la synergie et la complémentarité avec l'ADN des enseignes du Groupe

Intégration de WeFix

L'intégration de WeFix, leader français de la réparation express de smartphones, se déroule conformément au plan défini par le Groupe, qui vise à doubler en 2 ans le nombre de points de réparation et développer des partenariats avec assureurs et opérateurs. Le Groupe accélère le nombre d'ouvertures pour permettre aux clients de bénéficier des services de réparation express, et a ainsi enregistré 8 nouvelles ouvertures au premier trimestre, dont 4 en corner dans des magasins Fnac ou Darty, ce qui porte le total à 65 points de vente à la fin du 1^{er} trimestre. Cette acquisition s'inscrit pleinement dans la volonté du Groupe d'allonger la durée de vie des produits, avec, pour WeFix, une offre de service adaptée aux smartphones et tablettes.

Acquisition de Billetreduc.com

Le Groupe, au travers de sa filiale France Billet, a également finalisé au 1^{er} trimestre l'acquisition de Billetreduc.com, spécialiste de la billetterie culturelle et loisirs. Cette acquisition permet au Groupe de présenter une offre de billetterie plus large et diversifiée, en proposant une offre complémentaire de billetterie sur le marché du « last minute ».

Acquisition de Nature & Découvertes

Fnac Darty a récemment annoncé des discussions exclusives pour acquérir Nature & Découvertes, leader de la distribution omnicanale de produits naturels et de bien-être. Cette acquisition permettra au Groupe de diversifier son offre de produits et de renforcer son positionnement autour de la consommation engagée, thématique prenant une place de plus en plus importante chez les consommateurs. De nombreux espaces de coopération entre Fnac Darty et Nature & Découvertes vont ainsi être déployés, afin de valoriser la puissance de la marque Nature & Découvertes, notamment au travers de corners dédiés au sein des magasins Fnac en France et à l'international. Enfin, Nature & Découvertes pourra bénéficier de l'expertise digitale de Fnac Darty.

Amélioration du profil de crédit du Groupe

Au cours du trimestre, Fnac Darty a annoncé la signature d'un contrat de crédit d'un montant de 100 millions d'euros avec la Banque européenne d'investissement (BEI). Réalisé dans le cadre du « plan Juncker », cet emprunt sera destiné à financer les investissements de transformation digitale du Groupe en soutien du déploiement de Confiance+. Ce financement présente une maturité maximale de 9 ans, à des conditions très attractives. Le Groupe dispose de 18 mois pour tirer cette ligne.

FNAC DARTY



En mars 2019, l'agence de notation Standard & Poor's a relevé la note de crédit long terme du Groupe à BB+, après avoir rehaussé la perspective de la notation de Fnac Darty à « positive » au mois d'avril 2018, soulignant ainsi la solidité financière du Groupe.

Enfin, Fnac Darty a également reçu la notation BBB- de la part de Scope Ratings. Ce rating vient compléter les notations BB+ (perspective stable) et Ba2 (perspective stable) reçues respectivement de Standard & Poor's et Moody's.

L'ensemble de ces actions réalisées au 1^{er} trimestre renforcent la structure financière du Groupe et traduisent la solidité des performances opérationnelles.

ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT DE REPORTING

France-Suisse

Au premier trimestre, les ventes du segment France-Suisse s'établissent à 1 318 millions d'euros et sont en croissance de +1,2% en données publiées et de +1,1% en données comparables, malgré un effet calendaire défavorable sur le trimestre et la poursuite des manifestations « gilets jaunes ». Dans un contexte de consommation qui reste atone, les ventes ont affiché des performances satisfaisantes.

La zone a bénéficié d'une bonne dynamique de l'électroménager tirée principalement par le gros électroménager. Les produits techniques sont en croissance grâce au secteur de la téléphonie et malgré un segment prise de vue peu dynamique. Les produits éditoriaux ont été impactés par un line-up moins riche qu'en 2018 lors de la rentrée littéraire de janvier. La poursuite des mouvements sociaux en France a pénalisé le trafic en magasins, impactant l'achat de centre-ville et les achats spontanés en particulier dans la catégorie des produits éditoriaux. Les catégories de diversification affichent une forte croissance portée par la bonne performance des segments Jeux & Jouet et Mobilité Urbaine. Enfin, les services ont poursuivi leur développement tiré notamment par l'intégration réussie de WeFix.

Au cours du 1^{er} trimestre, le Groupe a ouvert 8 magasins en franchise, dont 6 Darty et 2 Fnac et a fermé ou relocalisé 5 magasins.

Péninsule Ibérique

Le chiffre d'affaires de la Péninsule Ibérique s'établit à 151 millions d'euros, en baisse de -0,8% en données publiées et -1,2% en données comparables, dans un contexte de consommation atone. Les plateformes digitales affichent une croissance solide sur le trimestre, et les services restent en croissance à deux chiffres.

Au Portugal, les ventes de produits éditoriaux sont impactées par des effets négatifs liés au décalage de Pâques et une météo anormalement élevée. En Espagne, les produits techniques affichent une bonne résistance alors que les produits éditoriaux sont en retrait. Fnac Home a poursuivi sa bonne dynamique au cours du trimestre.

Benelux

Le chiffre d'affaires du Benelux s'établit à 245 millions d'euros, en forte hausse de +6,2% en données publiées et +7,3% en données comparables. Cette hausse résulte notamment de l'intégration de Wehkamp aux Pays-Bas. Le trimestre est marqué par un fort effet calendaire négatif sur la zone.

En Belgique, les ventes sont en retrait du fait d'un effet de base défavorable en particulier sur la catégorie électroménager. Les ventes de produits techniques et produits éditoriaux sont en retrait dans un contexte de marché négatif. Les ventes e-commerce restent quant à elles très dynamiques. Un plan de restructuration a été lancé sur l'enseigne Fnac au 1^{er} trimestre afin de renforcer l'agilité en magasins.

Aux Pays-Bas, le Groupe renoue avec des prises de parts de marché dans un environnement toujours très concurrentiel. Les ventes e-commerce affichent une forte croissance au 1^{er} trimestre.

Taux de marge brute

Le taux de marge brute est en léger retrait au cours du trimestre dû à l'effet dilutif de la franchise et à l'intégration de Wehkamp ainsi que d'un effet mix produits défavorable, notamment avec le recul des ventes de produits éditoriaux.

PERSPECTIVES

La position de leader de Fnac Darty, ses capacités d'innovation et l'accélération du déploiement de Confiance+ devraient permettre au Groupe de réaliser des performances supérieures à ses marchés en 2019.

La dynamique d'expansion se poursuivra cette année, principalement au travers d'ouvertures de magasins en franchise. Le Groupe devrait ainsi ouvrir près de 60 magasins en 2019.

Fnac Darty confirme également ses objectifs à moyen terme et vise une croissance supérieure à ses marchés, et une marge opérationnelle courante de 4,5% à 5%.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE 2019

Jean-Brieuc Le Tinier, Directeur Financier du Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 18 avril 2019 à 18h00 (heure continentale) ; 5:00p.m. (UK) ; 12:00p.m. (East Coast USA).

Coordonnées de la conférence téléphonique :

France : +33 1 72 72 74 03

Allemagne : +49 692 22225429

UK : +44 207 194 3759

US : +1 646 722-4916

Code d'accès : 59223021#

Coordonnées de réécoute de la conférence téléphonique disponible jusqu'au jeudi 18 juillet 2019

France : +33 1 70 71 01 60

Allemagne : +49 211 97190087

UK : +44 203 364 5147

US : +1 646 722-4969

Code d'accès de réécoute : 418844258#

CONTACTS

ANALYSTES /
INVESTISSEURS

Stéphanie Constand

stephanie.constand@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 18 63

Adrien Brangier

adrien.brangier@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 84 41

Benjamin Perret

benjamin.perret@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 54 13

PRESSE

Audrey Bouchard

audrey.bouchard@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 59 25

FNAC DARTY

ANNEXES

PARC DE MAGASINS

	déc.-18	Ouverture	Fermeture	Cumul mars
France et Suisse	571	8	5	574
<i>Traditionnel Fnac</i>	91	0	0	91
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	24	2	1	25
<i>Proximité Fnac</i>	53	0	0	53
<i>Connect Fnac</i>	6	0	0	6
<i>Darty</i>	382	6	4	384
<i>Fnac Darty France</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	255	8	1	262
Péninsule Ibérique	62	1	1	62
<i>Traditionnel Fnac</i>	45	0	1	44
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	13	1	0	14
<i>Connect Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	5	0	0	5
Benelux	147	0	0	147
<i>Traditionnel Fnac</i>	10	0	0	10
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Darty</i>	136	0	0	136
Groupe Fnac Darty	780	9	6	783
<i>Traditionnel Fnac</i>	146	0	1	145
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	26	2	1	27
<i>Proximité Fnac</i>	67	1	0	68
<i>Connect Fnac</i>	8	0	0	8
<i>Darty</i>	518	6	4	520
<i>Fnac/Darty</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	260	8	1	267

La zone France-Suisse comprend 11 magasins étrangers : deux en Tunisie, trois au Maroc, un au Congo, un au Cameroun, deux en Côte d'Ivoire et deux au Qatar ; 15 magasins dans les DOM-TOM.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 1^{ER} TRIMESTRE 2019

	T1 2019 en M€	Variations vs T1 2018	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	1 318	+1,2%	+1,1%
Péninsule Ibérique	151	-0,8%	-1,2%
Benelux	245	+6,2%	+7,3%
Groupe	1 715	+1,7%	+1,7%

DEFINITIONS DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

VARIATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES A DONNEES COMPARABLES (TAUX DE CHANGE CONSTANT, PERIMETRE COMPARABLE ET A NOMBRE DE MAGASINS CONSTANT)

La variation du chiffre d'affaires à données comparables 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.

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