

Chiffre d'affaires en croissance de +1,7%¹ au troisième trimestre 2019

- Chiffre d'affaires de 1 816 M€, en croissance de +3,7% en données publiées et +1,7% en données comparables¹, au 3^{ème} trimestre 2019
- Sur les 9 premiers mois de l'année, bonne dynamique commerciale avec une croissance de +3,0% en données publiées et +2,3% en données comparables¹
- Développement de la plateforme omnicanale du Groupe avec une croissance toujours soutenue du digital
- Ouverture du premier shop-in-shop Nature & Découvertes dans un magasin Fnac
- Transformation profonde de l'offre de Services avec le lancement de Darty Max
- Tendance du taux de marge brute dans la continuité du premier semestre

Enrique Martinez, Directeur Général de Fnac Darty, a déclaré :

« Dans un contexte de marché de la distribution toujours complexe et d'un environnement concurrentiel intense, nous réalisons à fin septembre une croissance de +2,3% en données comparables, supérieure à nos marchés. Cette performance repose sur notre agilité commerciale qui nous permet de gagner continuellement des parts de marchés. En parallèle, nous avons poursuivi l'expansion de notre réseau et réalisé de nombreux investissements sur nos plateformes digitales, améliorant ainsi notre empreinte omnicanale. Nous venons également d'annoncer une évolution majeure de notre offre de Services avec le lancement de Darty Max. Tous nos projets de transformation, ainsi que la qualité d'exécution opérationnelle menée par les équipes, mettent Fnac Darty en excellente position pour aborder la période commerciale décisive de fin d'année. »

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3EME TRIMESTRE 2019

	T3 2019 en M€	Variations vs T3 2018	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	1 397	2,8%	0,4%
Péninsule Ibérique	169	3,2%	1,1%
Benelux	250	9,4%	9,5%
Groupe	1 816	3,7%	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 TROISIEME TRIMESTRE 2019

Bonne dynamique des ventes au troisième trimestre

Le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 816 millions d'euros au 3^{ème} trimestre 2019, en hausse de +1,7% en données comparables et +3,7% en données publiées. L'effet périmètre lié à l'intégration de Nature & Découvertes depuis le 1^{er} août 2019 s'élève à environ 24 millions d'euros sur le trimestre.

Le chiffre d'affaires du segment France-Suisse est en croissance de +0,4%¹. Sur le plan international, les ventes en Péninsule Ibérique sont en croissance (+1,1%)¹, portée par la bonne dynamique du Portugal. Enfin, le chiffre d'affaires de la zone Benelux affiche une croissance soutenue (+9,5%)¹, tirée principalement par le succès de l'intégration de Wehkamp et la poursuite de la bonne dynamique des ventes d'électroménager en Belgique.

Au cours du trimestre, le segment de l'électroménager est en croissance, tirée par le gros électroménager où le Groupe poursuit ses prises de parts de marché. Le petit électroménager reste, comme au 1^{er} semestre, un segment impacté par une forte intensité concurrentielle du fait d'un bas de cycle d'innovation.

Les produits techniques restent stables en dépit d'un effet de calendrier deancements de produits en téléphonie moins favorable qu'en 2018. La bonne résistance de ce segment repose essentiellement sur des prises de parts de marché notamment dans les catégories télévision et son.

Les produits éditoriaux ont bénéficié de la bonne dynamique du livre, portée par la rentrée littéraire, et l'amélioration de l'expérience client avec le « clic&collect 1-heure » déployé sur tous les magasins Fnac.

Enfin, la catégorie diversification affiche une très forte croissance tirée par la mobilité urbaine, le segment jeux & jouets, la cuisine et l'intégration du chiffre d'affaires de Nature & Découvertes à partir du mois d'août.

Les services subissent un net ralentissement du fait de la mise en place de nouvelles offres d'assurance téléphonie et de la normalisation des commissions, comme annoncé au 1^{er} semestre.

Développement de la plateforme Fnac Darty : intégration des acquisitions et renforcement des partenariats

Dans le cadre du déploiement de Confiance+, Fnac Darty a poursuivi l'ouverture de sa plateforme et l'enrichissement de son écosystème, notamment avec l'intégration rapide de ses récentes acquisitions.

Au cours du trimestre, Fnac Darty a finalisé l'acquisition de Nature & Découvertes, leader de la distribution omnicanale de produits naturels et de bien-être. Dès le mois de septembre, un premier shop-in-shop a ouvert à la Fnac de La Rochelle. Quatre autres shop-in-shops devraient ouvrir d'ici la fin de l'année, dont un premier à l'international, en Espagne.

Le Groupe poursuit également l'intégration de WeFix, leader français de la réparation express de smartphones, qui a enregistré 6 nouvelles ouvertures au cours du trimestre, ce qui porte le total des points de vente à 85. Le Groupe poursuit ses investissements pour développer les capacités de l'enseigne, avec notamment le déploiement progressif de la solution de protection d'écran XForce.

En parallèle, Fnac Darty, au travers de sa filiale France Billet, a finalisé au 1^{er} trimestre l'acquisition de BilletReduc.com, spécialiste de la billetterie culturelle et loisirs. Cette acquisition permet de présenter une offre de billetterie plus large et diversifiée, en intégrant le segment du « last minute ». Dans la poursuite de la dynamique de développement de France Billet, le Groupe a également annoncé un projet de prise de participation minoritaire de CTS Eventim au capital de France Billet.

Par ailleurs, la bonne dynamique de chiffre d'affaires aux Pays-Bas au cours du trimestre témoigne de la montée en puissance du partenariat avec Wehkamp.

Renforcement de la plateforme omnicanale du Groupe

Le Groupe réalise une croissance à deux chiffres du digital qui représente plus de 19% du chiffre d'affaires du Groupe au 3^{ème} trimestre.

Les marketplaces poursuivent également leur développement et la transformation des plateformes digitales s'est poursuivie avec l'optimisation des moteurs de recherche, et la montée en puissance du projet *Digital Factory*, permettant d'améliorer l'agilité et la rapidité d'évolution des sites e-commerce.

Par ailleurs, le Groupe a continué d'investir ce trimestre dans l'amélioration de l'expérience client. La digitalisation des magasins s'est poursuivie avec plus de 300 magasins digitalisés à fin septembre, et le « click&collect 1-heure », sur le segment des produits éditoriaux, a été déployé dans l'ensemble des magasins Fnac en France.

Fnac Darty a également continué à étendre son offre de produits et services cross-enseignes au cours du trimestre, 2 magasins Fnac ont ainsi accueilli un espace Darty, tandis que 4 magasins Darty ont vu l'ouverture d'espaces Fnac. A fin septembre 2019, près de 90 magasins sont désormais cross-enseignes.

Le maillage territorial s'est encore densifié ce trimestre avec l'ouverture de 14 magasins, dont 11 en franchise. Le Groupe a ouvert 3 magasins Fnac en propre. La Fnac a ouvert 8 magasins au cours du trimestre, dont 4 en France, 3 en Espagne et 1 au Portugal. Darty a ouvert 6 magasins en France. Depuis le début de l'année, Fnac Darty a ouvert 46 magasins et dispose ainsi d'un parc de 815 points de vente, dont 293 franchises à fin septembre 2019. La dynamique d'expansion se poursuivra au 4^{ème} trimestre, principalement au travers d'ouvertures de magasins en franchise. Le Groupe devrait ainsi ouvrir près de 60 magasins en 2019.

Poursuite de la diversification de l'offre

Les catégories de diversification, notamment mobilité urbaine, jeux & jouets et maison & design, affichent de très fortes croissances au cours du trimestre.

La cuisine a bénéficié d'une bonne dynamique et son développement s'est poursuivi avec l'ouverture de 6 points de vente, dont 4 magasins Darty dédiés. A fin septembre 2019, le Groupe dispose ainsi de près de 150 points de vente.

Au 3^{ème} trimestre, l'intégration de Nature & Découvertes permet au Groupe d'accélérer sa diversification en pénétrant les segments du Bien-être et des Activités Nature.

Lancement de Darty Max : transformation profonde des Services

Dans le prolongement de son engagement pour l'allongement de la durée de vie des produits et une économie plus circulaire, le Groupe lance Darty Max un service d'abonnement mensualisé de garanties de produits gros électroménagers.

Cette nouvelle offre transformera le modèle économique de l'activité de Services, notamment en renforçant la part des revenus récurrents et la fidélisation des clients.

ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT DE REPORTING

France-Suisse

Au troisième trimestre, les ventes du segment France-Suisse s'établissent à 1 397 millions d'euros et sont en hausse de +2,8% en données publiées. En données comparables, le chiffre d'affaires reste en croissance de +0,4%, en dépit d'un environnement de consommation atone en France et d'effets négatifs liés aux mouvements sociaux, au mois de septembre.

Le segment du gros électroménager affiche un bon niveau de croissance, alors que le petit électroménager continue d'être impacté par une pression concurrentielle du fait d'un bas de cycle d'innovation. La performance des produits techniques reste solide alors que le segment de la téléphonie voit son calendrier de lancement de produits moins favorable, et que le segment de la photographie reste en recul. Les catégories son, informatique et télévision sont quant à elles en croissance. En outre, le trimestre est marqué par une bonne performance du livre. Le segment diversification a connu une croissance forte, grâce à une bonne dynamique de la mobilité urbaine, des jeux & jouets, de la cuisine, et de l'intégration de Nature & Découvertes. Les services subissent un net ralentissement impacté par les assurances téléphonie. Le lancement de « Darty Max » participera à la transformation profonde de l'offre de Services du Groupe.

Péninsule Ibérique

Le chiffre d'affaires de la Péninsule Ibérique s'établit à 169 millions d'euros, en croissance de +3,2% en données publiées et +1,1% en données comparables.

Les ventes du Portugal sont en croissance, tirées par les services et les produits éditoriaux. Dans un contexte d'environnement macroéconomique toujours complexe et de pression concurrentielle soutenue, l'Espagne affiche une bonne performance, portée par l'expansion, une croissance à deux chiffres du digital, et une bonne dynamique des segments son, informatique et téléphonie.

Benelux

Le chiffre d'affaires du Benelux s'établit à 250 millions d'euros, en forte hausse à environ +9,5% en données publiées et comparables.

Le chiffre d'affaires résiste bien en Belgique grâce à l'électroménager, et malgré une concurrence accrue. L'activité aux Pays-Bas est en forte hausse sur le trimestre, tirée notamment par le succès du partenariat avec Wehkamp, et la poursuite des performances du e-commerce.

Enfin, le Groupe ouvrira un premier magasin, en propre, au Luxembourg en novembre 2019.

Taux de marge brute

Hors Nature & Découvertes (en cours d'intégration comptable), le taux de marge brute est en retrait au 3^{ème} trimestre 2019 avec une amplitude similaire à celle constatée au 1^{er} semestre. Ce retrait provient d'un effet dilutif technique lié aux effets de périmètre (Franchises et Wehkamp), d'un effet mix produits/services défavorable, notamment lié au petit électroménager et au ralentissement des ventes d'assurances téléphonie. Ce dernier effet devrait se poursuivre au quatrième trimestre.

L'intégration comptable de Nature & Découvertes sera finalisée au quatrième trimestre, elle devrait avoir un impact relatif sur le taux de marge brute, et un impact dilutif sur le taux de dépenses opérationnelles par rapport au chiffre d'affaires du Groupe.

PERSPECTIVES

Fnac Darty demeure focalisé sur son exécution commerciale, afin d'assurer le succès des grands rendez-vous de consommation du 4^{ème} trimestre, ainsi que sur la maîtrise de ses coûts. La poursuite des initiatives du Groupe avec l'intégration rapide de ses récentes acquisitions, la transformation de ses plateformes digitales et le renforcement de l'empreinte omnicanale, devraient permettre à Fnac Darty de réaliser des performances supérieures à ses marchés, au 4^{ème} trimestre.

Par ailleurs, la dynamique d'expansion restera soutenue sur la fin de l'année, principalement à travers l'ouverture de magasins en franchise, et le développement du réseau Nature & Découvertes qui se poursuivra, avec quatre nouveaux shop-in-shops avant fin 2019, dont le premier à l'international (Espagne). Le Groupe devrait ouvrir près de 60 magasins, en 2019.

En outre, l'effet technique de la consolidation des acquisitions récentes et du partenariat Wehkamp, devrait représenter un chiffre d'affaires additionnel d'environ 200 millions d'euros sur l'année 2019, par rapport à 2018.

Fnac Darty confirme 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 TROISIEME TRIMESTRE 2019

Jean-Brieuc Le Tinier, Directeur Financier du Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 17 octobre 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

Germany: +49 692 22225429

UK: + 44 207 194 3759

US: +1 (646) 722-4916

Code d'accès : 43555371#

Coordonnées de réécoute de la conférence téléphonique disponible jusqu'au vendredi 17 janvier 2020

France: +33 1 70 71 01 60

Germany: +49 211 97190087

UK: +44 20 3364 5147

US: +1 (646) 722-4969

Code d'accès de réécoute : 418878431#

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

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

	31-déc-18	Ouverture	Fermeture	30-sept-19
France et Suisse	571	40	8	603
<i>Traditionnel Fnac</i>	91	2	0	93
<i>Périphérie Fnac</i>	14	3	0	17
<i>Travel Fnac</i>	24	4	1	27
<i>Proximité Fnac</i>	53	2	0	55
<i>Connect Fnac</i>	6	6	1	11
<i>Darty</i>	382	23	6	399
<i>Fnac Darty France</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	255	35	3	287
Péninsule Ibérique	62	5	1	66
<i>Traditionnel Fnac</i>	45	3	1	47
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	13	1	0	14
<i>Connect Fnac</i>	2	1	0	3
<i>Dont magasins franchisés</i>	5	1	0	6
Benelux	147	1	2	146
<i>Traditionnel Fnac</i>	10	1	1	10
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Darty</i>	136	0	1	135
Groupe Fnac Darty	780	46	11	815
<i>Traditionnel Fnac</i>	146	6	2	150
<i>Périphérie Fnac</i>	14	3	0	17
<i>Travel Fnac</i>	26	4	1	29
<i>Proximité Fnac</i>	67	3	0	70
<i>Connect Fnac</i>	8	7	1	14
<i>Darty</i>	518	23	7	534
<i>Fnac/Darty</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	260	36	3	293

La zone France-Suisse comprend 12 magasins étrangers (11 Fnac et 1 Darty) : un au Luxembourg, trois au Maroc, deux en Tunisie, un au Congo, un au Cameroun, deux en Côte d'Ivoire et deux au Qatar ; 17 magasins dans les DOM-TOM.

CHIFFRE D'AFFAIRES CUMULE SUR 9 MOIS

	9 mois 2019 en M€	Variations vs 9 mois 2018	
		Réelles	Données Comparables ¹
France et Suisse	3 921	2,1%	1,1%
Péninsule Ibérique	465	1,5%	0,5%
Benelux	715	9,7%	10,2%
Groupe	5 101	3,0%	2,3%

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