

Progression des résultats en 2015

La Fnac en position très favorable pour aborder de nouveaux défis

- Stabilité du chiffre d'affaires consolidé en 2015
- Poursuite de la croissance en France
- Bonne performance commerciale au 4^{ème} trimestre, portée par la France (ventes en croissance de +1,1%)
- Nouvelle progression du résultat opérationnel courant à 85 m€ (+10,2%)
- Hausse du résultat net à 48 m€ (+16,7%)
- Augmentation sensible de la génération de free cash flow : +17% par rapport à 2014 à 85 m€
- Structure financière solide : trésorerie nette disponible de 544 m€ et capitaux propres de 564 m€ au 31 décembre 2015¹

Alexandre Bompard, Président-Directeur Général de Groupe Fnac a déclaré : « Dans un contexte économique qui est resté fragile, nous avons obtenu à nouveau en 2015 des résultats positifs : croissance des ventes en France, amélioration de la rentabilité du Groupe, hausse du résultat net et augmentation de la génération de free cash-flow. Ces bonnes performances viennent confirmer la dynamique d'amélioration des résultats financiers du Groupe. Elles démontrent la pertinence de la stratégie que nous menons depuis 4 ans, et placent la Fnac en position très favorable pour aborder une année 2016 qui sera riche en nouveaux défis. »

CHIFFRES CLES

(en millions d'euros)

	2014	2015	Variation
Chiffre d'affaires	3 895	3 876	-0,5%
<i>Var. à périmètre comparable et taux de change constant</i>			-0,2%
<i>Var. à magasins comparables</i>			-0,6%
Résultat opérationnel courant (ROC)	77	85	10,2%
Résultat net	41	48	16,7%
Résultat net courant ⁽¹⁾	50	57	13,7%
Cash-Flow Libre opérationnel	72	85	17,0%
Trésorerie nette	535	544	1,7%

(1) part du Groupe - hors éléments non courants

¹ Après remboursement du TSSDI pour un montant de 68 m€

FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE

Poursuite de la dynamique d'amélioration des résultats financiers

La Fnac a poursuivi en 2015 sa dynamique d'amélioration de ses résultats financiers.

- Le chiffre d'affaires consolidé est stable (-0,2% à périmètre et taux de change constant) pour la seconde année consécutive.
- L'amélioration de la rentabilité du Groupe s'est poursuivie avec la progression de +10,2% du résultat opérationnel courant qui s'établit à 85 millions d'euros.
- Le résultat net augmente de +16,7% à 48 M€
- La génération de trésorerie, avec un free cash flow de 85 millions d'euros, est également en progression, de +17,0% par rapport à 2014.
- Le Groupe a encore renforcé sa flexibilité financière et dispose d'un bilan solide avec des capitaux propres de 564 m€ et une trésorerie nette disponible de 544 m€² au 31 décembre 2015.

Contribution croissante des leviers de la transformation

Cette performance a été réalisée dans un contexte de reprise de la consommation fragile dans les principaux pays d'implantation du Groupe et de marchés qui sont restés orientés à la baisse. Elle confirme le bien-fondé de la stratégie initiée dans le cadre du plan Fnac 2015 et la contribution croissante des leviers de la transformation.

- La croissance du canal internet est restée dynamique en 2015. Le Groupe a continué à renforcer son organisation omnicanale au cours de l'exercice: lancement du nouveau site Fnac.com en France, lancement des sites mobile en Espagne et au Portugal, déploiement de nouvelles fonctionnalités omnicanales à l'international (Péninsule Ibérique et Belgique). Les ventes omnicanales ont représenté 46% des commandes internet de Fnac.com en 2015 contre 35% en 2014. Le développement des marketplaces s'est poursuivi à un rythme soutenu. Elles représentent près de 20% du volume d'affaires internet en 2015. Le trafic sur mobile a progressé très fortement, contribuant à près de 40% du trafic de Fnac.com.
- Le Groupe a continué à bénéficier du succès de sa stratégie de diversification de l'offre. Le poids des nouvelles familles de produits dans le chiffre d'affaires consolidé a atteint 15% (contre 11% en 2014). La Fnac a très sensiblement renforcé ses parts de marché en France sur la Téléphonie et les objets connectés, grâce notamment au déploiement de *Fnac Connect*, nouveau concept d'espaces entièrement dédiés à ces catégories en croissance et à fort potentiel. Fin 2015, le Groupe a élargi son offre de produits disponible sur la Marketplace de Fnac.com à la catégorie Sport et entend poursuivre ses initiatives de diversification en 2016.
- Le rythme d'expansion s'est accéléré en 2015 avec un total de 15 ouvertures (contre 11 ouvertures en 2014). Le Groupe a poursuivi la densification du réseau de magasins en France sur les formats de proximité et de travel retail, essentiellement en franchise. Il a également continué son développement à l'international sur ses autres pays d'implantation (une ouverture en Suisse et 2 ouvertures en Espagne dont un 1er magasin franchisé) et sur des « nouveaux territoires » à fort potentiel (ouverture d'un 1er magasin au Qatar et en Côte d'Ivoire).

² Après remboursement du TSSDI pour un montant de 68 m€

Projet d'acquisition de Darty

Le 20 novembre 2015, Groupe Fnac a annoncé les termes d'une offre pré-conditionnelle recommandée en vue de l'acquisition de la totalité du capital de Darty. Cette offre a reçu le soutien formel de certains actionnaires de Darty représentant plus de 23% du capital de Darty.

L'acquisition envisagée, donnerait naissance au leader de la distribution de produits techniques, culturels et électroménagers en France, ainsi qu'à un acteur significatif en Europe, offrant des perspectives de croissance attractives, présentant un profil financier robuste et disposant d'un fort potentiel de création de valeur pour les clients, les salariés et les actionnaires du nouveau groupe.

Dans le cadre de cette opération, Groupe Fnac a mis en place des lignes de financement, qui ont été syndiquées avec succès en décembre auprès d'un pool de banques européennes.

L'exécution de l'acquisition se déroule conformément au calendrier présenté lors de l'annonce de l'opération le 20 novembre 2015. La notification formelle auprès de l'Autorité de la Concurrence en France est intervenue le 17 février 2016. Le Groupe a prévu de notifier auprès de l'Autorité de la Concurrence en Belgique dans les tous prochains jours.

Des informations complémentaires sur le projet sont disponibles sur le site internet de Groupe Fnac : <http://www.groupe-fnac.com/>

PERFORMANCE OPERATIONNELLE

4^{ème} trimestre 2015

Le Groupe a réalisé une belle performance commerciale au 4^{ème} trimestre en dépit d'un contexte défavorable au commerce (attentats à Paris, alertes terroristes en Belgique et en Suisse).

Le chiffre d'affaires du Groupe a progressé de +0,2% à taux de change constants, porté par la France qui affiche des ventes en croissance de +1,1%. La performance des produits techniques y a été particulièrement bonne avec une progression de +6% au 4^{ème} trimestre grâce à de forts gains de parts de marché.

Le chiffre d'affaires de la Péninsule Ibérique est en retrait de -1,4%. L'activité a été plus difficile en Espagne, avec une intensité concurrentielle qui reste très forte. Dans ce contexte, Fnac Espagne a fait le choix de préserver ses marges tout en maintenant sa part de marché. Dans des marchés qui restent baissiers, Fnac Portugal a poursuivi une bonne dynamique de prise de part de marché.

Au Brésil, les ventes baissent de -10,3% à taux de change constants dans un environnement macro-économique en dégradation.

Le chiffre d'affaires de la zone Suisse et Belgique affiche un recul limité (-1,1% à taux de change constant) bénéficiant de la montée en puissance du canal internet en Belgique et de l'ouverture du magasin de Conthey en Suisse.

A l'image des deux saisons précédentes, la saison de Noël 2015 a démontré l'excellence opérationnelle des équipes, tant sur le plan commercial que logistique, et leur réactivité pour s'adapter au contexte particulier de cette campagne 2015.

La contribution des nouvelles familles de produits a atteint 16,5% du chiffre d'affaires.

L'expansion a été particulièrement dynamique avec un total de 8 ouvertures (5 en France, 2 en Espagne et 1 en Côte d'Ivoire).

La croissance du canal web a été soutenue, en particulier en France. Les ventes omnicanales ont poursuivi leur progression représentant près de la moitié (46%) des commandes internet de Fnac.com.

Année 2015

Sur l'ensemble de l'année 2015, **le chiffre d'affaires consolidé** du Groupe est stable (-0,2% à périmètre comparable et taux de change constant).

L'impact des taux de change a été faible (-0,3%), l'effet défavorable de la baisse du réal brésilien contre l'euro étant en grande partie compensé par l'appréciation du franc suisse.

En publié, le chiffre d'affaire consolidé du Groupe s'élève à 3876 millions d'euros, en légère baisse (-0,5%) par rapport à 2014.

Le taux de **marge brute** s'établit à 29,6% en 2015, en hausse de +20 points de base par rapport à l'exercice précédent. La progression du taux de marge brute, réalisée au 2nd semestre, résulte notamment du bon pilotage des opérations commerciales de fin d'année et du renforcement de la collaboration avec les fournisseurs clefs.

Le Groupe a poursuivi sa politique d'amélioration de **l'efficacité opérationnelle**, qui a permis de générer 50 millions d'euros d'économies de coûts en 2015, un montant supérieur à l'objectif de 30 à 40 millions d'euros.

Le résultat opérationnel courant progresse pour la 3^{ème} année consécutive. Il s'établit à 85 millions d'euros en hausse de +10,2%.

Année 2015 par segment de reporting

La **France**, qui avait renoué avec la croissance en 2014, a affiché à nouveau une évolution positive de son chiffre d'affaires (+0,4%). A magasins comparables, les ventes progressent de +0,7%.

L'activité a été plus dynamique au 2nd semestre avec des ventes en progression de 0,9% en dépit d'une base de comparaison élevée et des perturbations causées par les attaques terroristes. Dans des marchés qui sont restés orientés à la baisse, Fnac a renforcé sa part de marché.

Le résultat opérationnel courant progresse de +12%. La marge opérationnelle s'établit à 1,9% (contre 1,7% en 2014).

La **Péninsule Ibérique** a affiché des ventes quasi stables (-0,3%), bénéficiant notamment de l'accélération de l'expansion sur les formats de proximité. A nombre de magasins constants, le chiffre d'affaires baisse de -3%.

En Espagne, l'amélioration des conditions macro-économiques a profité progressivement à nos marchés, qui restent néanmoins caractérisés par une forte intensité commerciale. Au Portugal, où les tendances de consommation sur nos marchés ont été défavorables, la Fnac a renforcé son leadership.

Le résultat opérationnel de la zone progresse de +2,1%. La marge opérationnelle s'établit à 3,7% (contre 3,6% en 2014).

Le chiffre d'affaires du **Brésil** a baissé de -7,5% à taux de change constants (-21,8% à taux de change courant). Dans un contexte de récession, l'activité de Fnac Brésil a plutôt bien résisté grâce au positionnement premium de l'enseigne et à la croissance du canal internet.

La poursuite d'une gestion très rigoureuse de l'entreprise et des coûts a permis de compenser l'impact de la baisse des ventes sur le résultat opérationnel, qui se maintient très proche de l'équilibre.

Les ventes de la zone «**Autres Pays** » qui comprend la Suisse et la Belgique sont en retrait de -1,8% à taux de change constant et progresse de +3,0% à taux de change courant. Les conditions de marché ont été difficiles en Suisse, l'appréciation du franc suisse ayant pour conséquence une baisse du trafic des magasins frontaliers et une intensité concurrentielle accrue. Fnac Belgique a profité de la montée en puissance de son site internet et du déploiement progressif des fonctionnalités omnicanales.

Le résultat opérationnel de la zone progresse de +18,8%. La rentabilité opérationnelle s'établit à 2,8% (contre 2,4% en 2014).

PERFORMANCE FINANCIERE

Les autres produits et charges opérationnels non courants ont constitué une charge nette de -9 millions d'euros en 2015, stable par rapport à 2014.

Le **résultat net consolidé** s'élève à 48 millions d'euros, en hausse de +16,7% par rapport à 2014.

Retraité des éléments de nature non courante, le **résultat net courant** (part du Groupe) s'établit à 57 millions d'euros en 2015 contre 50 millions d'euros en 2014, soit une progression de +13,7%.

Le **résultat net dilué par action** (hors éléments non courants) s'établit à 3,33 euros en 2015 contre 2,97 euros en 2014, soit une augmentation de +12,1% par rapport à 2014.

La génération de cash a été à nouveau très solide en 2015. Le **cash-flow libre opérationnel** s'est élevé à 85 millions en 2015 d'euros, en progression de 17,0% par rapport à 2014 (72 millions d'euros).

Cette évolution favorable résulte de l'amélioration des performances opérationnelles et de la poursuite de la bonne gestion du besoin en fonds de roulement. Les stocks baissent de -1,7%. Le Groupe a continué à mener une politique d'investissements maîtrisée. Les investissements s'élèvent à 58 millions d'euros (contre 54 millions d'euros en 2014).

STRUCTURE FINANCIERE

La **structure financière** du Groupe est très solide.

La trésorerie disponible s'élève à 544 millions d'euros au 31 décembre 2015 (contre 535 millions d'euros au 31 décembre 2014).

Les capitaux propres s'établissent à 564 millions d'euros au 31 décembre (contre 595 millions d'euros au 31 décembre 2014).

Au 31 décembre 2015, l'ensemble des covenants financiers étaient respectés.

En date du 30 décembre 2015, le Groupe a procédé au remboursement des titres super-subordonnés à durée indéterminée (« TSSDI ») émis au profit de Kering le 19 juin 2013. Le montant payé à Kering s'est élevé à 68 millions d'euros sur la base d'un montant nominal de 60 millions d'euros et d'un coupon capitalisé de 5% par an.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Les résultats 2015 confirment le succès de la transformation du Groupe, mise en œuvre dans le cadre du plan stratégique Fnac 2015.

En 2016, la Fnac est bien positionnée pour poursuivre ses gains de parts de marché dans un environnement de consommation qui reste incertain. Elle entend notamment accélérer le développement de son réseau de magasins en France et à l'international, poursuivre sa stratégie d'enrichissement de l'offre de produits, en particulier sur internet, et intensifier ses initiatives sur les marchés du livre et de la billetterie.

Le Groupe continuera sa politique d'amélioration de l'efficacité opérationnelle et se fixe un objectif d'économies en « stand-alone » de coûts de 30 à 40 millions d'euros pour 2016. Il poursuivra également ses initiatives visant à maximiser la génération de trésorerie.

A plus long terme, la Fnac confirme son objectif en « stand-alone » d'un taux de rentabilité opérationnelle courante supérieur à 3%, après finalisation de la transformation de son modèle et dans des conditions de marché, notamment macro-économiques, stabilisées.

PRESENTATION DES RESULTATS 2015

Une retransmission en direct sur Internet de la présentation des Résultats Annuels 2015 ainsi que les visuels de présentation seront disponibles à 10h (heure de Paris) le 18 février 2016 à partir de la page d'accueil du site www.groupe-fnac.com.

Cette présentation est également directement accessible en cliquant [ici](#).

Une version différée sera disponible également sur notre site en fin d'après-midi.

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

Le Conseil d'Administration s'est réuni le 17 février 2016 pour arrêter les comptes de l'exercice 2015. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés de Groupe Fnac au 31 décembre 2015 ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins de l'enregistrement du document de référence.

Compte de résultat synthétique

(en Meur)	2014	2015	Variation
Chiffres d'affaires	3 895	3 876	-0,5%
Marge brute	1 144	1 146	0,2%
% Chiffre d'affaires	29,4%	29,6%	
Total coûts	-1 067	-1 061	0,6%
% Chiffre d'affaires	-27,4%	-27,4%	
Résultat opérationnel courant	77	85	10,2%
% Chiffre d'affaires	2,0%	2,2%	
Autres produits et charges opérationnels non courants	-9	-9	-2,2%
Résultat opérationnel	68	76	11,3%
Charges financières nettes	-12	-13	-8,3%
Impôt sur le résultat	-15	-14	1,4%
Résultat net consolidé	41	48	16,7%
Dont part du groupe	42	48	14,4%
Résultat net courant part du Groupe	50	57	13,7%
EBITDA	147	146	-1,1%
% Chiffre d'affaires	3,8%	3,8%	

ANNEXES

Résultat Opérationnel Courant (ROC) par secteur opérationnel

(ROC en Meur)	2014	% du CA	2015	% du CA	Variation en %
France	47,5	1,7%	53,2	1,9%	12,0%
Péninsule Ibérique	23,6	3,6%	24,1	3,7%	2,1%
Brésil	-0,9	-0,5%	-0,5	-0,4%	44,4%
Autres pays	6,9	2,4%	8,2	2,8%	18,8%
Groupe	77,1	2,0%	85,0	2,2%	10,2%

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre par secteur opérationnel

(CA en Meur)	T4 2015	Variation vs T4 2014		
		publiée	à périmètre comparable et à taux de change constant	à nombre de magasins constants*
France	1 023	1,1%	1,1%	1,0%
Péninsule Ibérique	223	-1,4%	-1,4%	-4,1%
Brésil	39	-30,8%	-10,3%	-10,9%
Autres pays	103	3,5%	-1,1%	-4,0%
Groupe	1 388	-0,4%	0,2%	-0,5%

* à taux de change constants et périmètre comparables

Chiffre d'affaires de l'année 2015 par secteur opérationnel

(CA en Meur)	2015	Variation vs 2014		
		publiée	à périmètre comparable et à taux de change constant	à nombre de magasins constants*
France	2 784	0,4%	0,4%	0,7%
Péninsule Ibérique	657	-0,3%	-0,3%	-3,0%
Brésil	137	-21,8%	-7,5%	-8,1%
Autres pays	298	3,0%	-1,8%	-3,2%
Groupe	3 876	-0,5%	-0,2%	-0,6%

* à taux de change constants et périmètre comparable

Parc de magasins

	31-déc-14	31-déc-15
France	112	124
Traditionnel *	72	74
Périphérie	14	14
Travel	16	18
Proximité	10	16
Connect	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>27</i>	<i>38</i>
Péninsule Ibérique	47	49
Traditionnel	40	40
Travel	2	2
Proximité	5	7
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>0</i>	<i>1</i>
Bésil	12	12
Traditionnel	11	11
Travel	1	1
Autres pays	13	14
Traditionnel	13	14
Groupe	184	199
Traditionnel	136	139
Périphérie	14	14
Travel	19	21
Proximité	15	23
Connect	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	<i>27</i>	<i>39</i>

* y compris les magasins au Maroc, au Qatar et en Côte d'Ivoire