

Chiffre d'affaires¹ en croissance de +6% au 3^{ème} trimestre 2017 Objectif de synergies 2017 relevé Objectif de 130M€ de synergies fin 2018 confirmé

- **Forte croissance du chiffre d'affaires du Groupe au 3^{ème} trimestre 2017 à +6,0%¹**
 - Base de comparaison favorable et effet calendaire positif (+1,1pt)
 - Fort effet de lancements de produits sur les segments de la Téléphonie et du Jeu Vidéo
- **Intégration Fnac Darty en avance sur le plan de marche : objectif de synergies réalisées en 2017 relevé à au moins 60% des 130M€ visés fin 2018 (contre au moins 50% annoncés précédemment)**

Enrique Martinez, Directeur Général de Fnac Darty, a déclaré : « La très bonne performance du trimestre démontre la capacité du Groupe à répondre aux attentes de ses clients ainsi que la valeur des partenariats que nous entretenons avec nos fournisseurs, dans un contexte riche d'innovations et de sorties produits. L'intégration Fnac Darty se poursuit avec succès, le déploiement des synergies est en avance sur le plan de marche, ce qui nous permet de relever notre objectif à au moins 60% des synergies réalisées dès cette année. Un nouveau comité exécutif vient d'être nommé et nous présenterons notre plan stratégique le 5 décembre prochain. »

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3EME TRIMESTRE 2017 - PRO FORMA

	T3 2017 en M€	Variations vs T3 2016	
		Réelles	Données comparables ²
France et Suisse	1 400	+6,4%	+6,4%
Péninsule Ibérique	160	+6,4%	+5,2%
Benelux	232	+3,2%	+2,5%
Groupe	1 792	+6,0%	+5,8%

1 Pro Forma, prenant en compte Darty au 1^{er} janvier 2016

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

FAITS MARQUANTS DU TROISIEME TRIMESTRE 2017

Forte croissance des ventes au troisième trimestre

Le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 792 millions d'euros au troisième trimestre 2017, en croissance de 30,4% en données publiées. En données pro forma, le chiffre d'affaires est en croissance de +6,0% en réel et +5,8% en données comparables.

L'évolution du chiffre d'affaires du troisième trimestre est marquée par un effet de base favorable et un effet calendaire important (+1,1pt). Le décalage des soldes par rapport à 2016 et l'environnement riche en lancements produits tirent les ventes, spécifiquement ce trimestre. L'activité est en progression sur les trois marchés principaux du Groupe. Sur les produits techniques, le Groupe a capté la croissance du marché de la téléphonie. Les ventes de produits éditoriaux sont en croissance sensible, portées par le dynamisme des jeux vidéo. Les ventes de petit électroménager sont, elles aussi, très dynamiques du fait d'un cycle d'innovation porteur.

Le chiffre d'affaires du segment France-Suisse est en croissance de +6,4%², avec des performances solides pour les deux enseignes du Groupe. Sur le plan international, les ventes sont également en croissance tant en Péninsule Ibérique (+5,2%²) qu'au Benelux (+2,5%²).

Sur 9 mois, le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 5 007 millions d'euros, en croissance de +0,3% en réel et +3% hors segment télévision qui a pâti, au premier semestre 2017, d'un effet de base de comparaison élevée lié au changement de norme de télévision numérique en France, en 2016.

Déploiement rapide de l'intégration Fnac Darty

L'intégration Fnac Darty a poursuivi ses avancées au cours du trimestre. Le déploiement des synergies commerciales entre les deux enseignes avance conformément au plan avec notamment une vingtaine de shop-in-shops qui devraient être ouverts d'ici la fin de l'année. Les échanges d'expertises entre les deux enseignes permettent aux activités Services d'accélérer fortement leur développement. Par ailleurs, le Groupe a annoncé le lancement début octobre de Darty+. Ce programme capitalise sur l'expérience de Fnac+, et offre notamment des services livraisons 2h sur 20 villes, l'assistance à distance illimitée, ou encore un accès privilégié au SAV Darty pour les produits achetés dans d'autres enseignes. En outre, les porteurs de la carte Fnac+ ou Darty+ bénéficieront de la livraison illimitée dans les deux enseignes. Ce lancement de programme constitue une étape décisive dans la constitution d'une base de clientèle commune. Par ailleurs, les nouvelles organisations des fonctions sièges se mettent en place, et les effets des synergies achats directs et indirects se poursuivent.

Poursuite de l'expansion et renforcement de l'omnicanal

Les ventes sur le canal internet ont poursuivi leur dynamisme au 3^{ème} trimestre, tant en propre que sur les marketplaces, dont le volume d'affaires croît de plus de 60%.

Le rythme d'expansion a été soutenu avec 16 ouvertures de magasins sur le trimestre, dont 14 en franchise. Ceci porte à 48 le nombre de magasins ouverts depuis le début de l'année. Le parc compte désormais 703 magasins, dont 189 en franchise. Le Groupe a ainsi quasiment atteint, dès fin septembre, son objectif de 50 ouvertures de magasins cette année.

Grace à la performance des plateformes web alliée au développement continu du maillage territorial, les ventes omnicanales atteignent désormais 48% des ventes internet Groupe du trimestre.

ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES PRO FORMA PAR SEGMENT DE REPORTING

France-Suisse

Au troisième trimestre, les ventes du segment France-Suisse s'établissent à 1 400 millions d'euros et sont en croissance de +6,4% en réel et en comparable. Le trimestre est marqué par un fort effet calendaire et une base de comparaison favorable, les ventes ayant été en recul de -1,8% au troisième trimestre 2016. Sur 9 mois, le chiffre d'affaires croît de +0,5% en données comparables.

Le segment de la Téléphonie a bénéficié de nombreux lancements de produits et le segment Son a profité d'exclusivités Groupe sur les enceintes à commande vocale. Les ventes de produits éditoriaux sont aussi en croissance, portées par le dynamisme des jeux vidéo et les reports de ventes de livres sur le troisième trimestre, après un deuxième trimestre atone. Un cycle d'innovation favorable a permis au segment petit électroménager d'afficher une forte croissance ce trimestre.

La croissance du canal web a été très soutenue, supportée par un bon niveau d'activité sur Fnac.com, et des ventes des marketplaces en croissance de plus de 60% ce trimestre.

L'expansion du réseau s'est poursuivie sur la période avec l'ouverture de 13 magasins en franchise, dont 5 Darty et 8 Fnac.

Enfin, les programmes de fidélité poursuivent leur croissance, avec notamment la carte Fnac+ qui confirme son attractivité et voit son nombre d'adhérents croître sensiblement. Le Groupe se fixe un objectif de plus d'un million d'adhérents d'ici la fin de l'année. Le Groupe a également lancé début octobre le programme Darty+ qui matérialise les synergies commerciales entre les deux enseignes.

Péninsule Ibérique

Le chiffre d'affaires de la Péninsule Ibérique s'établit à 160 millions d'euros en croissance de +6,4% en réel et +5,2% en données comparables. Sur 9 mois, les ventes sont en croissance de +2,5% en données comparables.

Dans un contexte de consommation qui reste favorable au Portugal, les ventes sont en forte croissance. Les nombreuses initiatives commerciales ont porté leurs fruits, avec notamment une très belle performance des segments Informatique et Téléphonie.

FNAC DARTY



L'Espagne affiche également un bon niveau de ventes, malgré l'impact négatif des attentats de Barcelone. La croissance repose sur la prise de parts de marché et le dynamisme des activités sur internet. L'expansion s'est poursuivie avec l'ouverture d'un nouveau magasin en août à Madrid. Toutefois, le contexte politique du pays engendre un niveau de visibilité plus réduit pour les prochains trimestres.

Benelux

Le chiffre d'affaires du segment Benelux s'établit à 232 millions d'euros, en croissance de +3,2% en réel et +2,5% en données comparables. Sur 9 mois, les ventes sont en croissance de +0,9% en réel.

En Belgique, l'activité est en croissance sur le trimestre, tirée notamment par une belle performance des produits blancs ainsi que de la Téléphonie. Les sites e-commerce affichent une croissance soutenue 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 reste focalisé sur le déploiement de son plan de transformation.

Taux de marge brute en croissance

En dépit des effets mix moins favorables, la marge brute reste en croissance sur le trimestre, grâce aux effets des synergies ainsi qu'au contrôle continu des investissements commerciaux.

PERSPECTIVES

Fnac Darty a bénéficié de leviers de croissance spécifiques au cours du troisième trimestre. Au quatrième trimestre, le Groupe reste prudent sur l'environnement concurrentiel et de consommation et sera focalisé sur la qualité de l'exécution commerciale durant cette période déterminante de l'année.

Fnac Darty confirme son objectif de 130 millions d'euros de synergies fin 2018, et relève son objectif à au moins 60% de synergies déployées fin 2017, contre 50% annoncés auparavant.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU TROISIEME TRIMESTRE 2017

Jean-Brieuc Le Tinier, Directeur Financier du Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 19 octobre 2017 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: +1 844 286-0643

Code d'accès: 01699477#

Coordonnées de réécoute de la conférence téléphonique disponible jusqu'au jeudi 30 novembre 2017

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 : 418701334#

CONTACTS

ANALYSTES /
INVESTISSEURS

Stéphanie Constand

stephanie.constand@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 18 63

PRESSE

Alexandre André

alexandre.andre@fnacdarty.com

+33 (0)1 55 21 54 46

FNAC DARTY

ANNEXES

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3EME TRIMESTRE 2017 – PUBLIE

	T3 2017 en M€	Variation vs T3 2016		
		réelle	à taux de change constant	à données comparables
France et Suisse	1 400	+31,2%	+31,3%	+31,0%
Péninsule Ibérique	160	+6,4%	+6,4%	+5,2%
Benelux	232	+48,5%	+48,5%	+44,0%
Groupe	1 792	+30,4%	+30,5%	+29,7%

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3EME TRIMESTRE 2017 – PRO FORMA

	T3 2017 en M€	Variation vs T3 2016		
		réelle	à taux de change constant	à données comparables
France et Suisse	1 400	+6,4%	+6,5%	+6,4%
Péninsule Ibérique	160	+6,4%	+6,4%	+5,2%
Benelux	232	+3,2%	+3,2%	+2,5%
Groupe	1 792	+6,0%	+6,0%	+5,8%

CHIFFRE D'AFFAIRES CUMULE SUR 9 MOIS – PRO FORMA

	9 mois 2017 en M€	Variation vs 9 mois 2016		
		réelle	à taux de change constant	à données comparables
France et Suisse	3 916	+0,0%	+0,0%	+0,5%
Péninsule Ibérique	440	+2,0%	+2,0%	+2,5%
Benelux	651	+0,9%	+0,9%	-0,9%
Groupe	5 007	+0,3%	+0,3%	+0,5%

FNAC DARTY

PARC DE MAGASINS - PRO FORMA

	31-déc-16	Ouverture	Fermeture	30-sept-17
France et Suisse	465	37	6	496
<i>Traditionnel Fnac</i>	81	3	0	84
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	20	2	0	22
<i>Proximité Fnac</i>	31	7	0	38
<i>Connect Fnac</i>	4	1	0	5
<i>Darty</i>	315	23	6	332
<i>Fnac Darty France</i>	0	1	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	152	34	0	186
Péninsule Ibérique	52	4	1	55
<i>Traditionnel Fnac</i>	40	1	0	41
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	8	3	1	10
<i>Connect Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	2	1	0	3
Benelux	147	7	2	152
<i>Traditionnel Fnac</i>	9	0	0	9
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Darty</i>	137	7	2	142
Groupe Fnac Darty	664	48	9	703
<i>Traditionnel Fnac</i>	130	4	0	134
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	22	2	0	24
<i>Proximité Fnac</i>	40	10	1	49
<i>Connect Fnac</i>	6	1	0	7
<i>Darty</i>	452	30	8	474
<i>Fnac/Darty</i>	0	1	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	154	35	0	189

La zone France-Suisse comprend 7 magasins à l'étranger : 1 au Maroc, 1 au Congo, 1 au Cameroun, 2 en Côte d'Ivoire et 2 au Qatar ; et 14 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 DONNEES COMPARABLES (TAUX DE CHANGE CONSTANT, PERIMETRE COMPARABLE ET A NOMBRE DE MAGASINS CONSTANTS)

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.

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^{er} janvier 2016.

DONNEES PUBLIEES

	T3 2016	T3 2017
Groupe Fnac	Juill - Sept	Juill - Sept
Groupe Darty	Août - Sept	Juill - Sept

DONNEES PRO FORMA

	T3 2016	T3 2017
Groupe Fnac	Juill - Sept	Juill - Sept
Groupe Darty	Juill - Sept	Juill - Sept