

Croissance du chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2018 Accélération du déploiement du plan Confiance+ Bonne progression de la mise en œuvre des synergies

- La croissance du chiffre d'affaires du Groupe au 1^{er} trimestre 2018 atteint +0,6%, malgré un environnement de consommation atone et des conditions climatiques défavorables
 - Impact des conditions climatiques d'environ -0,4pt¹
 - Croissance dans toutes les zones géographiques en données comparables²
- Accélération du déploiement de Confiance+, avec la conclusion d'un partenariat stratégique avec Google et la mise en place de structures d'achats avec Carrefour, montrant de premiers résultats encourageants
- Succès des renégociations des conditions des facilités de crédit reflétant le renforcement du modèle opérationnel de Fnac Darty

Enrique Martinez, Directeur Général de Fnac Darty, déclare : « Malgré un environnement de consommation peu porteur, Fnac Darty affiche des ventes en croissance et démontre à nouveau la solidité de son modèle. L'enrichissement de l'écosystème partenarial du Groupe, dans le cadre de Confiance+ s'est également poursuivi, au travers de l'accord avec Google ainsi que de la mise en place des structures d'achats avec Carrefour, montrant de premiers résultats encourageants. Fnac Darty se positionne résolument comme un acteur omnicanal référent, et un partenaire de confiance sur ses marchés. »

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1ER TRIMESTRE 2018

	T1 2018 en M€	Variations vs T1 2017	
		Réelles	Données Comparables ²
France et Suisse	1 303	-0,3%	+0,3%
Péninsule Ibérique	152	+3,4%	+0,4%
Benelux	231	+4,2%	+2,2%
Groupe	1 686	+0,6%	+0,6%

¹ Impact des magasins fermés en raison des intempéries ou ayant subi des baisses de chiffre d'affaires significatives directement liées aux conditions climatiques

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

FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE 2018

Croissance des ventes au premier trimestre

Le chiffre d'affaires du Groupe atteint 1 686 millions d'euros au premier trimestre 2018, en croissance de +0,6% tant en données publiées qu'en données comparables.

L'ensemble du marché a été impacté par un environnement de consommation atone en février, notamment du fait des intempéries exceptionnelles impactant fortement le trafic. Dans ce contexte peu porteur, le Groupe a su tirer profit de son bon positionnement sur des secteurs clés, comme le livre et la téléphonie. L'électroménager poursuit sa croissance, portée notamment par le petit électroménager. Le marché de l'informatique est quant à lui moins bien orienté, pénalisé par un cycle d'innovation peu favorable. Par ailleurs, la stratégie du Groupe qui vise à offrir la meilleure offre services du marché porte ses fruits, ce segment affiche ainsi une croissance à deux chiffres sur le trimestre.

Sur le premier trimestre, le chiffre d'affaires du Groupe affiche une croissance en données comparables dans toutes les zones géographiques, avec +0,3% sur le segment France-Suisse, +0,4% en Péninsule Ibérique et +2,2% au Benelux. L'impact des intempéries est estimé à environ -0,4pt de croissance sur le trimestre.

Déploiement de Confiance+ et finalisation de l'intégration Fnac Darty

Le plan stratégique Confiance+ se déploie rapidement, accompagnant l'achèvement de l'intégration Fnac Darty.

Le Groupe a ainsi enrichi au cours du trimestre son écosystème partenarial en concluant un partenariat stratégique avec **Google**, afin de déployer des corners dédiés dans l'ensemble de ses magasins. Fnac Darty renforce ainsi son rôle de partenaire clé dans l'accompagnement du lancement de nouvelles technologies et saura bénéficier pleinement de l'essor des marchés des assistants vocaux connectés et de l'intelligence artificielle.

Le déploiement des accords à l'achat avec **Carrefour** progresse rapidement, avec des premières négociations communes encourageantes et un système de gouvernance pérenne déjà mis en place. L'impact de ce partenariat devrait être limité sur l'exercice 2018, le plein effet étant attendu en 2019.

Enfin, le Groupe a également renforcé son partenariat avec **Orange** pour favoriser la diffusion de nouveaux modes de lectures numériques grâce à une nouvelle offre de livres audio. Fnac Darty consolide ainsi sa position de leader sur la distribution de produits éditoriaux.

Les chantiers relatifs à **l'intégration Fnac Darty** se sont poursuivis ce trimestre. La spécialisation des stocks et des centres de logistique est en cours. La convergence des systèmes informatiques progresse conformément au plan. La nouvelle organisation des sièges est désormais en place, et le processus de déménagement est en cours de finalisation.

Les échanges d'expertises entre les deux enseignes permettent aux activités Services d'accélérer fortement leur développement. Les initiatives entre enseignes se sont poursuivies, avec des corners « Travaux Photo » désormais déployés dans une vingtaine de magasins Darty.

Ces différents chantiers permettent la poursuite du déploiement des synergies, avec notamment un plein effet ce trimestre de celles portant sur les achats directs et indirects.

Avancées opérationnelles du modèle omnicanal

Les activités e-commerce sont marquées, ce trimestre, par des performances solides à l'international avec une croissance à deux chiffres des ventes, et des marketplaces qui poursuivent leur développement rapide. En France, les performances sont contrastées sur les produits techniques avec un marché de l'IT atone, alors que le segment de la téléphonie reste dynamique. A noter également, un effet de base défavorable en jeux vidéo, lié à des lancements de consoles au premier trimestre 2017.

Le Groupe a poursuivi, par ailleurs, une politique commerciale maîtrisée malgré un environnement concurrentiel toujours exigeant, en particulier sur le digital.

Le maillage territorial s'est quant à lui renforcé, avec un rythme d'expansion soutenu avec l'ouverture de 11 nouveaux franchisés au cours du trimestre. Le parc compte désormais 737 magasins, dont 219 franchises.

Les ventes omnicanales sont ainsi en croissance de près de 3 points par rapport au premier trimestre 2017, et atteignent 47% des commandes internet.

Renégociation des conditions des facilités de crédit

Fnac Darty a finalisé, le 18 avril 2018, la renégociation des conditions financières, et l'allongement de la maturité des facilités de crédit signées le 20 avril 2016 avec ses partenaires bancaires.

La maturité finale de l'emprunt à terme (« Term Loan »), d'un notionnel de 200 millions d'euros, sera prolongée de deux ans, à avril 2023, avec un calendrier d'amortissement en conséquence.

La maturité de la ligne de crédit revolving, d'un notionnel de 400 millions d'euros, sera également étendue à avril 2023.

Au-delà des extensions de maturité, cette opération reflète, dans l'amélioration des frais financiers, le renforcement du modèle opérationnel, et la nouvelle dimension de Fnac Darty.

Le succès de cet « Amend and Extend » démontre également la confiance des banques partenaires dans la stratégie du Groupe.

ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SEGMENT DE REPORTING

France-Suisse

Au premier trimestre, les ventes du segment France-Suisse s'établissent à 1 303 millions d'euros et sont en recul de -0,3% en réel, notamment impactées par les cessions de magasins Darty, demandées par l'Autorité de la Concurrence en 2017, et par un effet négatif lié à la dépréciation du franc suisse. En données comparables, les ventes sont en croissance de +0,3%. Le trimestre a été marqué par des conditions météorologiques défavorables, ayant fortement impacté le trafic.

La performance des produits techniques a été pénalisée par le ralentissement des segments informatique et photographie, alors que la téléphonie reste dynamique. Les ventes de produits éditoriaux sont en croissance, tirées notamment par une bonne performance du livre. Les produits blancs ont bénéficié de l'innovation dans le petit électroménager. Enfin, les catégories de diversification, ainsi que les services ont poursuivi une croissance forte sur le trimestre.

Sur la période, le Groupe ouvre 11 magasins en franchise, dont 6 Darty et 5 Fnac.

Péninsule Ibérique

Le chiffre d'affaires de la Péninsule Ibérique s'établit à 152 millions d'euros, en croissance de +3,4% en réel et +0,4% en données comparables.

Les ventes du Portugal sont en forte croissance, tirées par l'expansion et une bonne dynamique de consommation. Le Groupe poursuit ses gains de parts de marché, tant sur les produits techniques que sur les produits éditoriaux.

L'Espagne affiche une très bonne résistance avec des ventes stables, dans un environnement commercial impacté par l'incertitude politique, et par un fort effet calendaire lié au décalage de la semaine sainte.

Benelux

Le chiffre d'affaires du segment Benelux s'établit à 231 millions d'euros, en croissance de +4,2% en réel et +2,2% en données comparables.

En Belgique, l'activité est en forte croissance sur le trimestre, bénéficiant des effets de l'expansion et d'une bonne performance des produits blancs. Les sites e-commerce affichent également une croissance soutenue.

Aux Pays-Bas, dans un contexte concurrentiel toujours tendu, le Groupe récolte les premiers fruits de son plan de transformation, avec des ventes en croissance, malgré les impacts des fermetures de magasins. Les ventes web affichent une très forte croissance, suite à l'implémentation de la nouvelle stratégie marketing de l'enseigne. L'optimisation du parc s'est poursuivie avec la fermeture de deux magasins. Le plan de redressement des performances opérationnelles avance de manière très satisfaisante.

Taux de marge brute en croissance par rapport au premier trimestre 2017

En dépit de l'effet dilutif de la franchise, la marge brute reste en croissance sur le trimestre, grâce aux effets des synergies et de l'impact positif de la croissance des activités de services. La politique commerciale est restée bien maîtrisée.

PERSPECTIVES

Dans un contexte de consommation toujours atone, Fnac Darty reste focalisé sur son excellence opérationnelle et devrait bénéficier, au second trimestre, d'une activité commerciale tirée par les opérations liées à la coupe du monde de football.

Fnac Darty confirme son objectif de 130 millions d'euros de synergies déployées fin 2018.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER TRIMESTRE 2018

Jean-Briec Le Tinier, Directeur Financier du Groupe, animera une conférence téléphonique pour les investisseurs et les analystes le jeudi 19 avril 2018 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 : 51729948#

Coordonnées de réécoute de la conférence téléphonique disponible jusqu'au mercredi 18 juillet 2018

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 : 418751868#

CONTACTS

ANALYSTES /
INVESTISSEURS

Stéphanie Constand

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

PRESSE

Benjamin Perret

benjamin.perret@fnacdarty.com
+33 (0)1 55 21 54 13

Alexandre André

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

FNAC DARTY

ANNEXES

PARC DE MAGASINS

	31-déc-17	Ouverture	Fermeture	31-mars-18
France et Suisse	516	11	0	527
<i>Traditionnel Fnac</i>	85	2	0	87
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	19	0	0	19
<i>Proximité Fnac</i>	42	3	0	45
<i>Connect Fnac</i>	5	0	0	5
<i>Darty</i>	350	6	0	356
<i>Fnac Darty France</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	204	11	0	215
Péninsule Ibérique	59	0	0	59
<i>Traditionnel Fnac</i>	42	0	0	42
<i>Travel Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Proximité Fnac</i>	13	0	0	13
<i>Connect Fnac</i>	2	0	0	2
<i>Dont magasins franchisés</i>	4	0	0	4
Benelux	153	0	2	151
<i>Traditionnel Fnac</i>	10	0	0	10
<i>Proximité Fnac</i>	1	0	0	1
<i>Darty</i>	142	0	2	140
Groupe Fnac Darty	728	11	2	737
<i>Traditionnel Fnac</i>	137	2	0	139
<i>Périphérie Fnac</i>	14	0	0	14
<i>Travel Fnac</i>	21	0	0	21
<i>Proximité Fnac</i>	56	3	0	59
<i>Connect Fnac</i>	7	0	0	7
<i>Darty</i>	492	6	2	496
<i>Fnac/Darty</i>	1	0	0	1
<i>Dont magasins franchisés</i>	208	11	0	219

La zone France-Suisse comprend 9 magasins étrangers Fnac : trois au Maroc, un au Congo, un au Cameroun, deux en Côte d'Ivoire et deux au Qatar ; 15 magasins dans les DOM-TOM

DEFINITIONS DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

VARIATION DU CHIFFRE D’AFFAIRES 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 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.