

Ivry-sur-Seine, France, le 19 septembre 2016

## Communiqué

### Informations supplémentaires désormais disponibles

En lien avec la clôture de l'acquisition du capital social émis de Darty plc par le groupe Fnac SA (« *Fnac* »), qui a eu lieu le 12 septembre 2016, et à la suite de l'émission d'obligations récemment annoncée, la Fnac fournit les informations suivantes concernant Fnac et Darty plc :

- autres informations financières et opérationnelles sur la Fnac ;
- autres informations financières et opérationnelles sur Darty plc, à la date et pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016, indicateurs de performance clés de Darty plc à la date du 30 juin 2016 et états financiers intermédiaires consolidés et non audités de Darty plc aux dates et pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015 ; et
- autres informations financières et opérationnelles sur le nouveau groupe, les parts de marché du nouveau groupe, les facteurs de risque liés au nouveau groupe et les états financiers consolidés abrégés pro forma et non audités à la date et pour la période de douze mois close le 30 juin 2016.

Une copie de cette information (Exhibit A) est disponible ci-dessous.

#### CONTACT

ANALYSTES/INVESTISSEURS

Nadine Coulm

[nadine.coulm@fnac.com](mailto:nadine.coulm@fnac.com)  
+33 (0)1 55 21 18 63

## AVERTISSEMENT

Le présent communiqué et l'Exhibit A ne constituent pas une offre de vente ou d'émission, ni une sollicitation d'offre d'achat ou de souscription, des valeurs mobilières aux États-Unis au sens de la loi américaine sur les valeurs mobilières (*Securities Act*) de 1933, telle qu'amendée (la « *Loi sur les valeurs mobilières* »). Les obligations n'ont pas été et ne seront pas enregistrées en vertu de la Loi sur les valeurs mobilières. Les obligations ne peuvent pas être offertes ou vendues aux États-Unis en l'absence d'enregistrement ou d'une dispense applicable des exigences d'inscription de la Loi sur les valeurs mobilières. Toute offre publique de valeurs mobilières effectuée aux États-Unis se fera au moyen d'un prospectus qui peut être obtenu auprès de l'émetteur ou du détenteur de titres à vendre et qui contiendra des informations détaillées sur l'entreprise et son équipe de direction, ainsi que les états financiers.

Le présent communiqué et l'Exhibit A ne constituent pas et ne constitueront pas, en aucune circonstance, une offre publique, une invitation au public dans le cadre d'une offre au sens de la Directive 2010/73/UE du Parlement et du Conseil du 4 novembre 2003 mise en œuvre par les États membres de l'espace économique européen (la « *Directive Prospectus* »).

Le présent communiqué et l'Exhibit A ne constituent pas et ne font pas partie d'une offre ou d'une sollicitation d'offre d'achat ou de souscription de titres en France. Les obligations n'ont pas été et ne seront pas offertes ni vendues au public dans la République française (« *offre au public de titres financiers* ») au sens de l'Article L. 411-1 du Code monétaire et financier français et du Titre I du Livre II du Règlement général de l'Autorité des marchés financiers Français (l'« *AMF* »).

Les obligations ne peuvent être distribuées ou vendues dans la République française qu'en vertu de l'Article L. 411-2-II du Code monétaire et financier français aux personnes fournissant des services d'investissement de gestion de portefeuille pour compte de tiers et/ou des investisseurs qualifiés agissant pour leur propre compte ou un cercle restreint d'investisseurs agissant pour leur propre compte, tous tels que définis dans les articles L. 411-1, L. 411-2 et D. 411-1, D. 411-4, D. 744-1, D. 754-1 et D. 764-1 du Code monétaire et financier français et s'y conformant.

La distribution du présent communiqué et l'Exhibit A dans certaines juridictions peut être restreinte par la loi. Les personnes qui prennent possession du présent communiqué et l'Exhibit A doivent s'informer sur ces restrictions et les observer. Tout manquement à se conformer à ces restrictions peut constituer une violation de la législation sur les valeurs mobilières de ladite juridiction.

### Déclarations prospectives

Le présent communiqué et l'Exhibit A peuvent contenir des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives peuvent être identifiées par l'utilisation de termes à visée prospective, dont les termes « croit », « estime », « prévoit », « s'attend », « a l'intention », « pourrait », « fera » ou « devrait » ou, dans chaque cas, leur négation, ou autres variantes ou terminologie comparable. Ces déclarations prospectives comprennent tous les sujets qui ne sont pas des faits historiques et incluent des déclarations relatives aux intentions, croyances ou attentes actuelles de la Fnac ou de ses sociétés affiliées et concernant, entre autres, les résultats d'exploitation, la situation financière, les liquidités, les perspectives, la croissance et les stratégies de la Fnac ou de ses sociétés affiliées ainsi que les secteurs dans lesquels elles opèrent. Par leur nature, les déclarations prospectives comportent des risques et incertitudes parce qu'elles se rapportent à des événements et dépendent de circonstances qui peuvent se produire ou non à l'avenir. Les lecteurs sont avertis que les déclarations prospectives ne constituent pas des garanties de rendement futur et que les résultats d'exploitation, la situation financière et les

liquidités réels de la Fnac ou de ses sociétés affiliées, ainsi que le développement des secteurs dans lesquels elles opèrent peuvent différer substantiellement de ceux énoncés ou suggérés par les déclarations prospectives contenues dans le présent communiqué et dans l'Exhibit A. En outre, même si les résultats des opérations, la situation financière et les liquidités de la Fnac ou de ses sociétés affiliées ainsi que le développement des secteurs dans lesquels elles opèrent sont compatibles avec les déclarations prospectives contenues dans le présent communiqué et dans l'Exhibit A, ces résultats ou développements pourraient ne pas être indicatifs des résultats ou des développements dans les périodes futures.

## Exhibit A

Autres informations financières et opérationnelles de la Fnac .....	5
Autres activités et informations financières concernant Darty .....	17
Informations financières concernant Darty plc pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016. ....	20
Indicateurs clés de performance de Darty plc au 30 juin 2016 .....	28
États financiers consolidés intermédiaires non audités de Darty plc pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015 .....	32
Autres activités et information financière du Nouveau Groupe .....	53
Parts de marché du Nouveau Groupe.....	56
Facteurs de risque relatifs au Nouveau Groupe .....	58
Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016.....	67
Définitions .....	85

## **Autres informations financières et opérationnelles de la Fnac**

### Une marque emblématique

La Fnac est un leader européen de la vente au détail de produits électroniques et de produits éditoriaux. En France, la Fnac est leader sur les marchés des produits électroniques (13,7 % de part de marché en 2015) et des produits éditoriaux (16,6 % de part de marché en 2015) et la marque Fnac est reconnue comme une marque emblématique. La Fnac est également un acteur important en Espagne et au Portugal et est présente en Belgique, en Suisse et au Brésil. La Fnac a réussi à améliorer de manière constante sa position sur le marché au cours des dernières années, ce qui témoigne de la résilience du Groupe. En France, la Fnac a accueilli 114 millions de visiteurs dans ses magasins pendant la période de douze mois close le 30 juin 2016 et a affiché une moyenne de presque 9,3 millions de visiteurs uniques par mois sur son site Web (basée sur des données correspondant au premier trimestre 2016).

La Fnac combine une forte notoriété de marque, un réseau dense de 205 magasins (au 30 juin 2016) situés dans des endroits clés et une plateforme robuste de commerce électronique qui attire un grand nombre de visiteurs et de clients fidélisés. Grâce à la visibilité de sa marque, la Fnac a réussi à se doter d'une base très solide de clients fidèles d'un total de 6,2 millions d'adhérents à son programme de fidélisation, dont 4,3 millions sont en France (au 30 juin 2016). Ce nombre d'adhérents au programme de fidélisation de la Fnac a fortement augmenté en décembre entre les exercices financiers clos les 31 décembre 2013 et 31 décembre 2015 (de plus de 16 %). Au cours de la période de douze mois close le 30 juin 2016, le chiffre d'affaires généré par les adhérents du programme de fidélisation de la Fnac représentait 61,1 % du chiffre d'affaires total de la Fnac.

La marque Fnac jouit d'une forte reconnaissance spontanée (mesurée par le pourcentage des personnes qui, de façon tout à fait indépendante – sans aide ou suggestion– citent le nom d'une marque dans un secteur donné). En 2014, nous avons mandaté le CSA aux fins de réaliser une étude portant sur la reconnaissance de marque. La marque Fnac est arrivée en première place, tant en terme de reconnaissance spontanée qu'en terme de notoriété « top of mind ». 72 % des sondés en France ont cité le nom Fnac de manière spontanée comme étant une marque de référence pour les produits éditoriaux et 47 % des sondés en France ont cité le nom Fnac de manière spontanée comme étant une marque de référence pour les produits électroniques.

### Gamme de produits

L'offre de produits de la Fnac est diversifiée, avec d'un côté les produits électroniques orientés vers l'innovation et de l'autre les produits éditoriaux qui génèrent une fréquentation significative et une marge plus importante. Cette gamme de produits est soutenue par l'expertise des vendeurs et les conseils objectifs fournis en magasin, mais aussi par la qualité du service après-vente de la Fnac. Récemment, la Fnac a encore élargi son offre de produits électroniques et de produits éditoriaux en introduisant de nombreux nouveaux produits au cours de ces dernières années, notamment les espaces « Jeux et Jouets », qui offrent une large gamme pour enfants, les espaces « Maison – Design », qui proposent des appareils électroménagers à forte valeur ajoutée en termes d'innovation et de design, les espaces « Papeterie », axés sur des marques premium, et les espaces « Téléphonie », introduits avec succès sur l'ensemble du réseau de magasins en France au premier trimestre 2014. Ces nouvelles offres de produits contribuent de façon significative au chiffre d'affaires marchandises en apportant une contribution totale de 15,2 % pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, ce qui démontre la capacité d'adaptation et de recherche de nouveaux leviers de croissance de la Fnac.

## Modèle commercial omnicanal

Grâce à une reconfiguration poussée de ses capacités logistiques, la Fnac a élaboré une plateforme omnicanal intégrée qui lui permet d'exploiter au mieux les synergies existantes entre son réseau de magasins et sa présence en ligne, afin d'offrir à ses clients une vaste gamme de produits et de services. Les ventes de la Fnac générées sur le Web sont fortement influencées par la présence d'un magasin dans une région géographique déterminée (en effet, les clients sont plus enclins à réaliser des achats en ligne s'ils ont l'occasion de voir le produit physiquement ou s'ils ont la possibilité de venir chercher leurs produits directement grâce à l'option « Click & Collect » de la Fnac, qui leur permet de passer commande en ligne et de retirer le produit dans un magasin). C'est pourquoi, au cours des dernières années, la Fnac a augmenté le nombre de ses magasins de 176 magasins au 31 décembre 2013 à 205 magasins au 30 juin 2016, en mettant l'accent sur la création de nouveaux magasins dans de nouvelles régions sous de nouveaux formats (priorité étant donnée aux franchises, puisque la Fnac est d'avis que ce mode opérationnel limite les coûts d'investissement tout en continuant d'accroître sa visibilité). En parallèle, la Fnac a amélioré les connexions entre ses magasins et ses entrepôts afin de proposer les options « Click & Collect » et « Click-and-Mag », pour permettre au client en magasin d'accéder à toute la gamme de produits disponible en ligne et de se faire livrer à une destination de son choix. La Fnac a également renforcé son service de livraison en lançant « Fnac Express+ » : moyennant une commission annuelle et sans achat minimum requis, ce service autorise la livraison en un jour ouvrable de tout produit disponible en stock sur fnac.com au domicile d'un client ou à un point Relais Colis partout en France. La Fnac a également lancé un service de livraison en deux heures : « 2 Heures Chrono ». Le chiffre d'affaires omnicanal de la Fnac, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires généré par les sites Web, a été de 48,7 % sur la période de douze mois close le 30 juin 2016, en hausse de 44,1 % pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015 et de 33,3 % pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2014.

L'offre omnicanal de la Fnac a été améliorée ces dernières années grâce à la rénovation complète de l'architecture du site Web fnac.com en 2015, à la montée en puissance de la « MarketPlace » en France et dans la péninsule ibérique et à la mise au point de solutions m-commerce, qui donnent accès à l'offre en ligne via un site Web mobile amélioré ou à une application mobile.

L'offre omnicanal de la Fnac a été également améliorée par un effort accru quant à la compétitivité des prix. La Fnac a notamment adopté une stratégie commerciale agressive en se focalisant sur les prix, les promotions et sur des partenariats exclusifs avec certains fournisseurs. La Fnac a également coordonné ses politiques de fixation des prix entre les différents canaux de distribution et a aligné de façon sélective les prix de ses produits en ligne sur ceux de ses concurrents « pure player » Internet. Par conséquent, la différence de prix par rapport aux « pure players » Internet s'est réduite au cours des trois dernières années.

Pendant la période de douze mois close le 30 juin 2016, les ventes de notre réseau de magasins ont représenté 84,6 % de notre chiffre d'affaires consolidé et les ventes en ligne de la Fnac ont constitué 15,4 % du chiffre d'affaires. En France, le chiffre d'affaires omnicanal de la Fnac, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires généré par les sites Web, a été de 50,2 % et la contribution de la MarketPlace au volume d'affaires a représenté 18,2 % du volume d'affaires Web sur la période de douze mois close le 30 juin 2016.

Ces dernières années, nous avons investi afin de mettre à niveau notre plateforme m-commerce pour les transactions réalisées sur appareils mobiles, et cette dernière a enregistré une augmentation de fréquentation de 13,4 % en France en 2015 et représente actuellement 38,4% de la fréquentation de fnac.com. Par ailleurs, depuis fin 2013, nous avons lancé une multitude de nouvelles applications que nous tâchons d'améliorer en permanence :

- une application « Fnac Spectacles » lancée en France en 2013,
- une application « fnac.com » sur iOS mise à jour en France fin 2013 et
- une application « fnac.com » sur Android mise à jour en France en mai 2014.

### Réductions de coûts, génération de trésorerie et politique financière

Ces dernières années, la rentabilité opérationnelle de la Fnac a été dictée par des initiatives réussies de réduction des coûts, ainsi que par une bonne gestion des besoins en fonds de roulement et une réduction des niveaux de dépenses d'investissement. Cela a permis à la Fnac de générer cash-flow libre opérationnel important, représentant un montant total de 205,1 millions d'euros entre les exercices financiers 2013 et 2015.

La Fnac a mis en œuvre des initiatives, notamment par le biais du plan stratégique « Fnac 2015 », lancé en 2011, afin d'optimiser sa productivité et de transformer sa structure pour abaisser son seuil de rentabilité dans un contexte d'évolution des marchés. La Fnac a réalisé avec succès ses initiatives en matière de réduction des coûts, après avoir dépassé son objectif initial avec 247 millions d'euros d'économies entre les exercices financiers de 2012 et 2015. Les efforts de réduction des coûts ont porté sur : (i) l'optimisation des frais généraux, (par exemple l'amélioration de certains processus simplifiant le niveau des services fournis à la Fnac, la renégociation des contrats conclus avec les tiers et la négociation de réductions de loyer) et (ii) la réduction des charges du personnel, la simplification des organisations et processus internes, la mutualisation des fonctions et la refonte des régimes de rémunérations et d'avantages.

Nous avons continué à mettre en œuvre nos initiatives de réduction des coûts, en générant plus de 50 millions d'euros d'économies pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, en plus des 63 millions d'euros d'économies réalisées pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2014, des 74 millions d'euros d'économies pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2013 et des 60 millions d'euros d'économies pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2012.

## Autres données financières et opérationnelles de la Fnac

	Exercice clos le 31 décembre			Semestre clos le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin
	2013	2014	2015	2015	2016	2016
	(en millions d'euros, sauf indication contraire)					
EBITDA de la Fnac <sup>(1)</sup> .....	139,7	147,3	145,7	1,4	8,3	152,6
EBITDAR de la Fnac <sup>(1)</sup> .....	278,7	276,6	278,3	68,1	71,6	281,8
Marge brute .....	1 164,4	1 143,9	1 145,8	483,8	481,8	1 143,8
Résultat opérationnel courant .....	71,8	77,1	85,0	(29,0)	(23,4)	90,6
Dépenses d'investissement <sup>(2)</sup> .....	(48,5)	(48,7)	(57,6)	(20,6)	(34,2)	(71,2)
Cash-flow libre opérationnel de la Fnac <sup>(3)</sup> .....	48,0	72,4	84,7	(276,5)	(272,8)	88,4
Nombre de magasins <sup>(4)</sup> .....	176	184	199	189	205	205
Hausse/(Baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac (en %) <sup>(5)</sup> .....	(3,6) %	0,5 %	(0,5) %	(0,9) %	0,2 %	(0.1%)
Hausse/(Baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac en France (en %) <sup>(5)</sup> .....	(3.1) %	1,3 %	0,7 %	0,4 %	1,5 %	1,1 %
Ventes de la Fnac générées sur le Web (en %) <sup>(6)</sup> .....	13,2 %	13,9 %	15,0%	14,5 %	15,5 %	15,4 %
Chiffre d'affaires omnicanal de la Fnac, en pourcentage du chiffre d'affaires généré par les sites Web (en %) <sup>(6)</sup> .....	29,3 %	33,3 %	44,1 %	42,8 %	53,8 %	48,7 %
Nombre d'adhérents au programme de fidélité .....	5,3	5,6	6,2	5,6	6,2	6,2
Dette financière nette de la Fnac <sup>(7)</sup> ...	(460,9)	(535,1)	(544,1)	(256,8)	(67,7)	(67,7)

- (1) L'EBITDA de la Fnac correspond au résultat opérationnel courant avant dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs opérationnels immobilisés de la Fnac. L'EBITDAR de la Fnac représente l'EBITDA de la Fnac avant les paiements des loyers immobiliers. La Direction de la Fnac estime que son EBITDA et son EBITDAR sont utiles aux investisseurs car ils offrent une analyse des résultats d'exploitation, de la rentabilité et de la capacité de la Fnac à assurer le service de sa dette et parce que tant l'EBITDA de la Fnac que l'EBITDAR de la Fnac sont utilisés par la direction pour suivre l'évolution de la société, fixer des objectifs opérationnels et stratégiques et prendre des décisions commerciales importantes. L'EBITDA et l'EBITDAR de la Fnac sont fréquemment repris dans les rapports et sont couramment utilisés par les analystes, investisseurs et autres parties intéressées par notre secteur d'activité. Nous présentons l'EBITDA et l'EBITDAR de la Fnac afin de donner une meilleure idée de l'historique de ses résultats opérationnels, mais ces indicateurs ne doivent pas être considérés comme une alternative aux pertes/profits pour la période déterminée en tant qu'indicateur du rendement opérationnel de la Fnac, ni comme une alternative aux pertes/profits provenant d'activités d'exploitation en tant que mesure de notre liquidité. L'EBITDA de la Fnac et l'EBITDAR de la Fnac ne sont pas des mesures préparées conformément au référentiel IFRS. En outre, l'EBITDA et l'EBITDAR de la Fnac peuvent varier et peuvent ne pas être comparables à des mesures semblables utilisées par d'autres sociétés, y compris celles utilisées par Darty. Le tableau ci-dessous présente le rapprochement entre l'EBITDA de la Fnac et l'EBITDAR de la Fnac et le résultat opérationnel courant :

	Exercice clos le 31 décembre			Semestre clos le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin
	2013	2014	2015	2015	2016	2016
	(en millions €)					
<b>Résultat opérationnel courant</b> .....	71,8	77,1	85,0	(29,0)	(23,4)	90,6
Ajusté pour :						
Dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs opérationnels immobilisés <sup>(a)</sup> .....	68,0	70,2	60,6	30,4	31,8	62,0
<b>EBITDA de la Fnac</b> .....	<b>139,7</b>	<b>147,3</b>	<b>145,7</b>	<b>1,4</b>	<b>8,3</b>	<b>152,6</b>
Paiements de loyers <sup>(b)</sup> .....	139,0	129,3	132,6	66,7	63,3	129,2
<b>EBITDAR de la Fnac</b> .....	<b>278,7</b>	<b>276,6</b>	<b>278,3</b>	<b>68,1</b>	<b>71,6</b>	<b>281,8</b>

(a) Les dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs opérationnels immobilisés correspondent à la dépréciation nette et aux provisions sur actifs opérationnels non courants comptabilisés en résultat opérationnel courant.

(b) Les paiements de loyers correspondent aux paiements de loyers immobiliers hors coûts et dépenses accessoires engagés au titre de ces baux d'exploitation.

(2) Les dépenses d'investissement de la Fnac se rapportent principalement à l'ouverture de nouveaux magasins, à la rénovation des magasins existants, au lancement de nouveaux sites Web et aux investissements en logistique et sont également mentionnées dans les présentes comme dépenses d'investissement nettes.

(3) Le cash-flow libre opérationnel de la Fnac est égal aux flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles moins les dépenses d'investissement nettes. Les dépenses d'investissement nettes désignent les investissements opérationnels nets des cessions, hors contrats de location-financement. Le cash-flow libre opérationnel de la Fnac n'est pas une mesure établie conformément aux normes IFRS. Bien que nous présentions le cash-flow libre opérationnel de la Fnac dans le but d'améliorer la compréhension de notre liquidité historique, cet indicateur ne doit pas être considéré comme une alternative aux flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles. Le tableau ci-dessous présente un rapprochement des flux de trésorerie disponibles opérationnels de la Fnac avec les flux nets liés aux activités opérationnelles de la Fnac :

	Exercice clos le 31 décembre			Semestre clos le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin
	2013	2014	2015	2015	2016	2016
	(en millions €)					
<b>Flux nets liés aux activités opérationnelles</b> .....	<b>96,5</b>	<b>121,1</b>	<b>142,3</b>	<b>(255,9)</b>	<b>(238,6)</b>	<b>159,6</b>
Dépenses d'investissement nettes <sup>(a)</sup> .....	(48,5)	(48,7)	(57,6)	(20,6)	(34,2)	(71,2)
<b>Cash flow libre de la Fnac</b> .....	<b>48,0</b>	<b>72,4</b>	<b>84,7</b>	<b>(276,5)</b>	<b>(272,8)</b>	<b>88,4</b>

(a) Les dépenses d'investissement opérationnel nettes désignent les investissements opérationnels nets des cessions, à l'exclusion des contrats de location-financement.

(4) Le tableau ci-dessous présente la répartition des magasins (en propre et en franchise) de la Fnac par région géographique et format aux dates considérées :

	Au 31 décembre						Au 30 juin	
	2013		2014		2015		2016	
	En propre	En franchise	En propre	En franchise	En propre	En franchise	En propre	En franchise
<b>France</b> .....	<b>87</b>	<b>21</b>	<b>85</b>	<b>27</b>	<b>86</b>	<b>38</b>	<b>86</b>	<b>43</b>
Format traditionnel.....	71	1	71	1	71	3	71	4
Format Périphérie.....	16	-	14	-	14	-	14	-
Format Proximité.....	-	4	-	10	1	15	1	18
Format Connect.....	-	-	-	-	-	2	-	2
Format Travel.....	-	16	-	16	-	18	-	19
<b>Péninsule ibérique</b> .....	<b>44</b>	<b>-</b>	<b>47</b>	<b>-</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>48</b>	<b>1</b>
Format traditionnel.....	41	-	40	-	40	-	39	-
Format Proximité.....	1	-	5	-	6	1	6	1
Format Travel.....	2	-	2	-	2	-	2	-
Format Connect.....	-	-	-	-	-	-	1	-
<b>Brésil</b> .....	<b>11</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>
Format traditionnel.....	11	-	11	-	11	-	11	-
Format Travel.....	-	-	1	-	1	-	1	-
<b>Belgique et Suisse</b> : ...	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>13</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>15</b>	<b>-</b>
Format traditionnel.....	13	-	13	-	14	-	14	-
Format Proximité.....	-	-	-	-	-	-	1	-
<b>Total</b> .....	<b>155</b>	<b>21</b>	<b>157</b>	<b>27</b>	<b>160</b>	<b>39</b>	<b>161</b>	<b>44</b>

- (5) La hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac désigne le calcul de la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires entre une période donnée et la même période de l'exercice précédent, ajustée de façon à exclure les variations de périmètre comme les acquisitions ou les cessions des filiales, ainsi que l'ouverture et la fermeture des magasins en propre, et est exprimée en pourcentage de variation entre les deux périodes. Les pourcentages de hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac sont présentés aux cours de change constants avec le chiffre d'affaires exprimé en devises étrangères pour l'exercice ou la période N et l'exercice ou la période N-1 converti au taux de change moyen N. Le chiffre d'affaires des filiales acquises ou cédées (et des magasins en propre ouverts ou fermés) depuis le 1<sup>er</sup> janvier de l'exercice précédent est exclu du calcul de la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac. La hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre égal de la Fnac n'est pas une mesure préparée conformément au référentiel IFRS. Par opposition à la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de Darty, la hausse/(réduction) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac inclut les revenus des franchises et des services (alors que Darty les exclut du calcul de la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de Darty). La hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac en France signifie la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac, calculée sur la base des magasins et filiales de la zone France (y compris les magasins en franchise au Maroc, en Côte d'Ivoire et au Qatar).
- (6) Les ventes de la Fnac générées par les sites Web sont définies comme le pourcentage de notre chiffre d'affaires consolidé total tiré des achats effectués sur nos sites Web. Aux fins du calcul du chiffre d'affaires généré par les sites Web de la Fnac, les achats effectués sur ses sites Web ne comprennent pas le service « Click-and-Mag », où un vendeur dans un magasin passe une commande pour le client sur fnac.com lorsque le produit en question est en rupture de stock dans le magasin. Le chiffre d'affaires généré par les sites Web de la Fnac n'est pas une mesure préparée conformément aux normes IFRS.

Le chiffre d'affaires omnicanal de la Fnac, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires généré par les sites Web, est défini comme le chiffre d'affaires tiré de l'offre omnicanal de la Fnac exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires consolidé tiré des achats effectués sur ses sites Web. Le chiffre d'affaires généré par notre offre omnicanal comprend les commandes passées sur le site Web fnac.com via des services comme « 1hr Click & Collect » et « Click and Relais Colis » et collectées dans les magasins. Le chiffre d'affaires tiré de l'offre omnicanal de la Fnac comprend également les commandes passées sur le site Web fnac.com et passées dans les magasins par un vendeur, comme le service « Click-and-Mag ». Le chiffre d'affaires omnicanal de la Fnac exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires généré par les sites Web n'est pas une mesure établie conformément aux normes IFRS.

- (7) L'endettement financier net de la Fnac se compose de la dette financière brute minorée de la trésorerie et des équivalents de trésorerie. La dette financière brute se compose d'emprunts contractés auprès des établissements financiers, de dettes de location-financement, de découverts bancaires et d'autres passifs financiers. Le tableau ci-dessous présente le calcul de l'endettement financier net :

	Au 31 décembre			Au 30 juin
	2013	2014	2015	2016
	(en M €)			
Dette financière brute.....	0,7	0,5	0,6	51,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie....	(461,6)	(535,6)	(544,7)	(118,7)
<b>Endettement financier net .....</b>	<b>(460,9)</b>	<b>(535,1)</b>	<b>(544,1)</b>	<b>(67,7)</b>

### Saisonnalité et cycle d'innovation

Notre activité est saisonnière est marquée par une augmentation significative de la fréquentation des magasins et du trafic sur les sites Internet à l'approche des Fêtes de fin d'année. Par exemple, pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, 35,8 % de notre chiffre d'affaires consolidé (et même une fraction plus importante de l'EBITDA de la Fnac) ont été générés au cours du quatrième trimestre. En conséquence, nos besoins en fonds de roulement fluctuent et sont normalement à leur point le plus haut avant la période des Fêtes. Compte tenu de cette saisonnalité, des circonstances imprévues peuvent avoir un effet disproportionné sur notre activité si elles surviennent en cette période.

### Nombre de magasins

Au 30 juin 2016, la Fnac a loué tous ses emplacements de magasin. Au 30 juin 2016, environ 38 % des emplacements de magasins de la Fnac ont été loués auprès de neuf propriétaires.

### MarketPlace

Marketplace est une plateforme d'intermédiaires en ligne reliant les vendeurs et les acheteurs. Cette plateforme permet aux vendeurs professionnels et particuliers basés en France, en Espagne et au Portugal, répondant aux critères de qualité de services de la Fnac et gérés par une équipe Fnac dédiée, d'être référencés et d'utiliser le site fnac.com comme interface de vente en profitant de sa visibilité, de sa notoriété et de la sécurité de ses transactions. La MarketPlace est populaire en France et représente 17,4 % du volume d'affaires généré par les sites Web de la Fnac pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015 et se développe progressivement en Espagne et au Portugal.

### Programme de fidélisation

En 2015 en France, les adhérents au programme de fidélisation ont visité nos magasins trois fois plus souvent que les clients en général et ont dépensé, en moyenne, le double du montant qu'un non-adhérent débourse à chaque visite. En conséquence, les dépenses annuelles moyennes d'un adhérent au programme de fidélisation de la clientèle sur nos produits et services en France étaient six fois plus élevées que celle des non-adhérents en 2015 et ces dépenses moyennes étaient encore plus élevées pour les adhérents à notre programme de fidélisation « One » (qui comprend nos meilleurs clients). Nous pensons que les adhérents au programme de fidélisation en vigueur dans des pays autres que la France ont également tendance à générer des dépenses annuelles plus élevées que les non-adhérents.

### Nouvelles offres de produits

Les nouvelles offres de produits ont considérablement joué en faveur du chiffre d'affaires, avec une contribution au chiffre d'affaires marchandises de 15,2 % pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, par rapport aux 11,0% pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2014 et aux 5,9 % pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2013. Cette augmentation constante repose sur le déploiement des univers Papeterie en France, les gains de part de marché en téléphonie et objets

connectés et la solide performance d'autres offres de produits déployées en 2014 (Jeux et Jouets, Maison et Design).

Les nouveaux produits comme Jeux et Jouets, Maison & Design, Papeterie, Téléphonie et Produits connectés représentaient collectivement 16,3 % du chiffre d'affaires marchandises de la Fnac au cours du semestre clos le 30 juin 2016, soit une hausse de 2,5 % par rapport à la même période en 2015.

### Billetterie Fnac

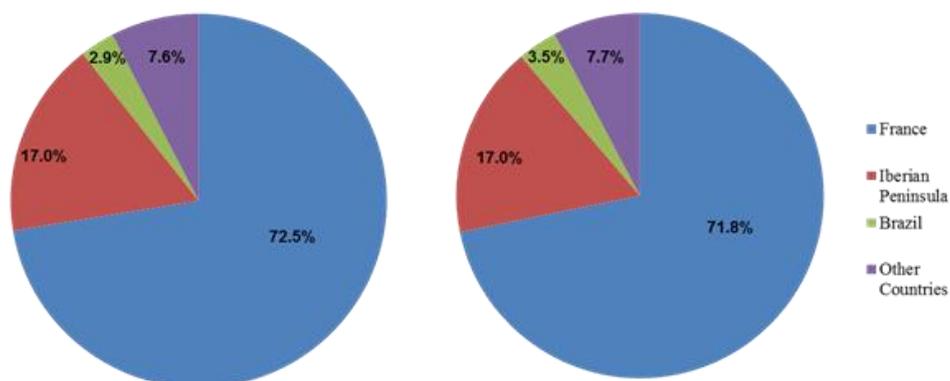
Nous disposons d'un pôle billetterie et spectacle connu sous le nom de « France Billet » qui est, à notre avis, le premier distributeur de billets pour les spectacles et événements en France en termes de volume de billets vendus. Au 31 décembre 2015, le réseau comptait plus de 1 600 points de vente en France, deux sites en propriété exclusive (fnacspectacles.com et francebillet.com), plus de 500 sites Web en marque blanche (ce qui implique que les sites utilisent des solutions et des ressources fournies par Fnac sans que son nom y soit mentionné) et plus de 8 300 affiliés (comme les comités d'entreprise). Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015, le pôle France Billet a vendu près de 11,5 millions de billets et a réalisé un chiffre d'affaires avoisinant les 436 millions d'euros en France, ce qui démontre sa capacité à générer de fortes marges et des flux de trésorerie. Au 31 décembre 2015, ce service proposait l'une des offres les plus variées en France, avec des billets vendus pour près de 56 000 événements au cours de l'exercice financier clos le 31 décembre 2015. Pour faciliter le retrait en magasin de billets commandés en ligne, nous avons installé des bornes de retrait de billets dans la plupart de nos magasins en France.

### Empreinte géographique

Nous avons traditionnellement concentré notre activité sur la France, qui demeure notre marché stratégique. Nous sommes également présents dans huit autres pays : l'Espagne, le Portugal (collectivement, la péninsule ibérique), le Brésil, la Belgique et la Suisse par l'entremise d'une combinaison de magasins en propre et en franchise, et le Maroc, le Qatar et la Côte-d'Ivoire par le biais des franchises (le chiffre d'affaires desquelles est comptabilisé en France). Nos magasins sont organisés selon des formats identiques et commercialisent tous la même gamme de produits dans chaque pays, sous réserve d'adaptations au marché local. Au 30 juin 2016, notre réseau mondial de distribution était composé de 205 magasins : 161 en propre et 44 en franchise. Les diagrammes ci-après présentent notre chiffre d'affaires par zone géographique pour la période de douze mois close le 30 juin 2016 et pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 :

Période de douze mois close le 30 juin 2016 :

Exercice clos le 31 décembre 2015 :



## France

Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution dans la région « France », que nous définissons comme nos activités en France, mais aussi nos opérations de franchise au Qatar, au Maroc et en Côte-d'Ivoire (qui comprenaient respectivement un, un et deux magasins), se composait de 129 magasins : 86 en propre et 43 en franchise. Il a permis de générer 2 802,3 millions d'euros de chiffre d'affaires et un résultat opérationnel courant de 65,7 millions d'euros (sur l'ensemble du réseau de magasins et des sites Internet) au cours de la période de 12 mois close le 30 juin 2016. En France, la Fnac est le leader en France sur les Produits techniques et les Produits éditoriaux, avec une part de marché en 2015 de 13,7% et 16,6% respectivement.. Depuis l'ouverture du premier magasin à Paris en 1957, la densification du réseau n'a cessé de s'accélérer à Paris et dans d'autres grandes villes du pays et la Fnac dispose désormais d'un réseau de magasins dense. Tous les magasins sont situés dans des endroits stratégiques en centre-ville ou en périphérie des villes et représentent un espace total de vente de 239 477 mètres carrés (au 31 décembre 2015), qui a attiré 114 millions de visiteurs au total pendant la période de douze mois close le 30 juin 2016. En 1999, la Fnac a lancé le site fnac.com, troisième site Web de e-commerce français en termes de visites uniques moyennes mensuelles, avec près de 9,3 millions de visiteurs uniques par mois (basé sur les données du premier trimestre 2016).

## Péninsule ibérique

Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution dans la péninsule ibérique comptait 49 magasins : 27 en Espagne et 22 au Portugal. Il a dégagé 655,6 millions d'euros de chiffre d'affaires et un résultat opérationnel courant de 21,1 millions d'euros (sur l'ensemble du réseau de magasins et des sites Internet) au cours de la période de 12 mois close le 30 juin 2016. Le premier magasin a été ouvert en Espagne en 1993 et le site Web fnac.es a été lancé en 2000. Nos magasins espagnols occupent un espace total de vente de 55 260 mètres carrés (au 31 décembre 2015) et ont attiré 33 millions de visiteurs au total au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015. Au Portugal, nous avons ouvert notre premier magasin en 1998 à Lisbonne et le site Web fnac.pt a été lancé en 2002. Nos magasins portugais occupent un espace total de vente de 34 789 mètres carrés (au 31 décembre 2015) et ont attiré 32 millions de visiteurs au total au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015.

## Brésil

Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution au Brésil comptait 12 magasins et le site Web fnac.com.br a été lancé en 2000. Il a généré 117,2 millions d'euros de chiffre d'affaires et un résultat opérationnel courant négatif de -3,6 millions d'euros (sur l'ensemble du réseau de magasins et des sites Internet) au cours de la période de 12 mois terminée le 30 juin 2016. Le premier magasin brésilien a été ouvert en 1999 à São Paulo. Nos magasins brésiliens occupent un espace total de vente de 25 699 mètres carrés (au 31 décembre 2015) et ont attiré 14 millions de visiteurs au total au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015.

## Belgique et Suisse

Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution en Belgique et en Suisse comptait 15 magasins. Il a permis de générer 292,7 millions d'euros de chiffre d'affaires et un résultat opérationnel courant de 7,4 millions d'euros (sur l'ensemble du réseau de magasins et des sites Internet) au cours de la période de 12 mois terminée le 30 juin 2016. Le premier magasin a été ouvert en 1981 à Bruxelles et le site Web fnac.be a été lancé en 2006. Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution en Belgique comptait dix magasins, pour un espace total de vente de 18 885 mètres carrés (au 31 décembre 2015), avec dix millions de visiteurs au total au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015. Notre premier magasin suisse a été ouvert rue de Rive, à Genève, en 2000. Au 30 juin 2016, notre réseau de distribution en Suisse romande comptait cinq magasins, pour un espace total de vente de 9 133 mètres carrés (au 31 décembre 2015), avec cinq millions de visiteurs au total au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015. Le site Web fnac.ch, lancé en 2004 avec des fonctions limitées en se concentrant principalement sur des services comme la billetterie, les coffrets cadeaux, le développement de photos et les livres numériques, a été entièrement rénové en juillet 2016 et offre désormais la gamme complète des produits Fnac.

## Risques de change

Nous avons généré 6,0 % de notre chiffre d'affaires sur la période de douze mois close le 30 juin 2016 dans des devises autres que l'euro, notamment en réal brésilien et en franc suisse.

## Produits éditoriaux

Les produits éditoriaux recouvrent à la fois les produits physiques (musique, vidéo, livres, jeux vidéo, papeterie, et jeux et jouets pour enfants) et les produits numériques (solution de lecture numérique et offres de contenu numérique). Au cours de la période de 12 mois terminée le 30 juin 2016, nous avons généré 1396,1 millions d'euros de chiffre d'affaires provenant de la vente de produits éditoriaux, soit 36,1 % de notre chiffre d'affaires consolidé.

## Passifs découlant des plans de retraite

Au 30 juin 2016, le plan de retraite suisse de la Fnac a connu un déficit de 5,4 millions d'euros qui est couvert par l'assurance.

## Formats de magasins

Le tableau suivant présente les différents formats de nos magasins au 30 juin 2016 :

Format	Superficie moyenne	Emplacement	Offre	Nombre de magasins (au 30 juin 2016)
Traditionnel	2 400 m <sup>2</sup>	Centre-ville - Centres commerciaux	Toute la gamme	139
Périphérie	2 000 m <sup>2</sup>	Périphérie des villes	Toute la gamme	14
Proximité	300 à 1 000 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Villes et petites villes</li> <li>• Grandes villes afin de compléter le réseau de magasins</li> </ul>	Toute la gamme	27
Travel	60 à 300 m <sup>2</sup>	Aéroports et gares.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits éditoriaux topiques</li> <li>• Électronique grand public axée sur la mobilité</li> </ul>	22
Connect	80 à 100 m <sup>2</sup>	Centre-ville Espace-magasin	Téléphonie et les objets connectés	3 magasins

## Technologie de l'information

Au cours des trois prochaines années, nous avons l'intention d'améliorer davantage notre infrastructure de technologies de l'information afin de soutenir notre croissance. Les principales initiatives portent sur le développement en ligne, l'installation de franchises, l'organisation de la place de marché, le déploiement du numérique en magasin et la refonte de certaines vieilles applications, et à cet égard, nous avons alloué 27 millions d'euros de dépenses d'investissement par an.

## Principaux actionnaires

Immédiatement après la finalisation de l'Acquisition, le capital social de la Fnac était composé de 26 122 771 actions ordinaires d'une valeur nominale d'un euro chacune.

Nom	Nombre d'actions ordinaires	Pourcentage de capital social émis
Artémis S.A. ....	6 451 845	24,7
Knight Vinke Asset Management LLC .....	3 038 987	11,6
Vivendi S.A. ....	2 944 901	11,3
DNCA Finance S.A. ....	2 459 977	9,4
Prudential plc.....	1 290 706	4,9
Public .....	9 936 354	38,0
Trésorerie .....	0	0,0
<b>Total.....</b>	<b>26 122 771</b>	<b>100,00</b>

## Rémunérations, autres bénéfices, actionnariat

La rémunération totale versée à M. Bompard, Président-directeur général de la Fnac, s'élevait à 11 512 766 € au titre de l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, composée d'une rémunération fixe, de rémunérations variables annuelles, de rémunérations variables pluriannuelles, de jetons de présence et d'avantages en nature. En outre, les sommes dues en 2015 et versées en 2016 à M. Bompard au titre de ses rémunérations variables annuelles et de ses jetons de présence étaient respectivement de 931 500 € et 28 733 €. Pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, M. Bompard a obtenu 65 982 instruments financiers équivalents à des options sur titres et 21 746 instruments financiers équivalents à des actions gratuites conformément au plan d'intéressement à long terme.

La rémunération totale due aux membres du Comité exécutif de la Fnac (hormis M. Bompard), au titre de l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, s'élevait à hauteur de 8 758 344 €. Par ailleurs, les membres du Comité exécutif de la Fnac (hormis M. Bompard) ont touché des gains d'un montant total de 3 209 152 € sur l'exercice de leurs options sur titres, conformément au plan d'intéressement à long terme. Pour l'exercice financier clos le 31 décembre 2015, les membres du Comité exécutif de la Fnac (hormis M. Bompard) se sont vu accorder au total 98 972 options sur titres et 12 361 actions gratuites au total conformément au plan d'intéressement à long terme.

Les principes et la mise en œuvre d'un plan d'intéressement à long terme conçu pour les principaux cadres du Groupe (hormis les administrateurs) ont été approuvés par le Conseil d'administration le 31 juillet 2013, le 22 octobre 2013, le 26 février 2014 et le 26 février 2015, respectivement, sur recommandation des Comités de nomination et de rémunération, conformément à l'autorisation accordée par l'Assemblée générale du 17 avril 2013. Le plan d'intéressement à long terme se compose d'une attribution d'options sur titres (qui après l'acquisition des droits ci-après autorise les bénéficiaires à souscrire des actions) pour les cadres qui ne sont pas administrateurs et d'une répartition d'actions gratuites entre les principaux cadres, les membres du groupe de leadership et les cadres et responsables à haut potentiel, afin de les aligner sur la performance du Groupe grâce à l'évaluation du cours de l'action. Par ailleurs, le plan d'intéressement à long terme prévoit l'octroi d'unités de valeur aux cadres autres que les administrateurs, ainsi que l'octroi d'instruments équivalents à des options sur titres et d'instruments équivalents à des actions gratuites au président-directeur général, qui seront versés en espèces en fonction du prix de l'action et qui n'autorisent pas les bénéficiaires à souscrire à des actions. Sous réserve que le bénéficiaire poursuive sa carrière au sein du Groupe à la fin de la période concernée et sous réserve de certains critères de performance de l'action Fnac définis pour chaque période d'acquisition des droits, les options sur titres, les instruments équivalents à des options sur titres et les unités de valeur seront acquis par tranche à la fin des périodes successives d'acquisition des droits et les actions gratuites et les instruments équivalents à des actions gratuites seront entièrement acquis à la date d'échéance.

Immédiatement après la finalisation de l'Acquisition, les administrateurs et les membres de la direction du Groupe, à titre individuel (y compris M. Bompard), détenaient 93 904 actions, des options sur titres acquises et non acquises leur donnant droit à 501 212 actions ordinaires et des actions gratuites acquises et non acquises leur donnant droit à 39 944 actions ordinaires.

## ***Autres activités et informations financières concernant Darty***

### Position de marché de Darty

En France, Darty est un co-leader du secteur des produits électroniques grand public (avec une part de marché de 10,6 % en 2015) et le leader du secteur des produits blancs (avec une part de marché de 18,7 % en 2015), un secteur qui regroupe le petit et le gros électroménager comme les réfrigérateurs, les machines à laver, les lave-vaisselle, les cafetières et les fers à repasser. De plus, Darty est un acteur majeur dans le secteur des produits électroniques grand public et des produits blancs en Belgique et aux Pays-Bas. Avec 437 magasins (au 30 juin 2016), Darty est très connu pour la qualité de son service client et de son service après-vente (y compris la qualité de ses services d'installation et de réparation de produits, et de ses extensions de garanties). Les marques sous lesquelles Darty opère, Darty, Vanden Borre et BCC, sont des marques très reconnues au sein de leurs marchés respectifs. À l'instar de la Fnac, Darty a également travaillé sur le développement de ses applications de ventes mobiles et en ligne en vue d'offrir à ses clients une expérience d'achat omnicanal fluide. Pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016, Darty a dégagé un chiffre d'affaires de 3 694,7 millions d'euros, un EBITDA de 126,7 millions d'euros et un EBITDAR de 226,9 millions d'euros.

### Stratégie

Darty a augmenté son nombre de magasins physiques (de 384 magasins au 30 avril 2014 à 437 magasins au 30 juin 2016), tout en développant en parallèle son canal de vente sur application mobile et en ligne en vue d'offrir à ses clients une expérience d'achat omnicanal fluide. Le site Internet français de Darty, Darty.com, attire en moyenne 5,3 millions de visiteurs uniques chaque mois (chiffre basé sur les données du premier trimestre de 2016). Pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016, les ventes sur Internet de Darty représentaient 16,7 %.

De la même manière, Darty s'est concentré sur la croissance de sa rentabilité par le biais de ses plans stratégiques « 4D » et « Confiance 4.0 ». Darty s'est concentré sur la maîtrise des coûts en centralisant les fonctions d'approvisionnement et les activités du siège social, ce qui lui a permis de réduire la structure régionale, le nombre de centres d'appels et d'éliminer les biens immobiliers non essentiels en propriété franche, Darty s'est également concentré sur son infrastructure de services après-vente et sur l'augmentation de sa pénétration « click & collect » afin de réduire les coûts de livraison en France. En accordant la même importance à la gestion des fonds de roulement qu'au faible niveau de dépenses de capital, Darty a été en mesure de dégager un cash flow libre opérationnel de 200,2 millions d'euros pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016 et la dette financière nette de Darty s'élevait à 181,1 millions d'euros à la clôture de cet exercice.

### Préférences des clients et mix de ventes de produits

Actuellement, le mix de ventes de produits de Darty est pondéré en faveur des produits blancs qui génèrent une marge brute globale plus élevée. Pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016, les produits blancs représentaient 44,3 % du chiffre d'affaires marchandises, les produits bruns 17,4 % du chiffre d'affaires marchandises, les produits gris 26,0 % du chiffre d'affaire marchandises et les accessoires 10,6 % du chiffre d'affaires marchandises (avec 1,7 % supplémentaire alloué à d'autres produits). Le pourcentage du chiffre d'affaires marchandises représenté par les produits gris a augmenté au cours de ces dernières années (de 28,3 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2014 à 26,1 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016), tandis que le pourcentage du chiffre d'affaires marchandises représenté par les produits bruns a légèrement augmenté (de 16,2 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2014 à 16,9 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016). Au cours de la

même période, les produits blancs ont également représenté un pourcentage accru du chiffre d'affaires marchandises (de 42,8 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2014 à 44,5 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016).

Avec l'acquisition par Darty de Mistergooddeal.com achevée le 1<sup>er</sup> avril 2014, le déploiement de magasins sous franchise et l'augmentation du nombre de magasins proposant l'offre cuisine, le Groupe a accru ses canaux de vente de produits blancs. Cependant, étant donné que Mistergooddeal.com offre des produits à prix d'entrée plus faibles et compte tenu des marges réduites résultant de la vente des produits aux franchises, une augmentation des ventes de ces deux nouveaux canaux pourrait avoir un impact négatif sur la marge brute de Darty.

## France

Au 30 avril 2016, Darty exploitait 295 magasins en France, dont 221 directement et 74 par l'intermédiaire de franchises et ces magasins avaient attiré un total de 70,6 millions de visiteurs pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016. Le groupe a dégagé un chiffre d'affaires de 2 951,3 millions d'euros (à travers le réseau de magasins et le site Internet) pour l'exercice clos le 30 avril 2016. En 1999, Darty a créé son site web qui attire en moyenne 5,3 millions de visiteurs uniques chaque mois (chiffre basé sur les données du premier trimestre de 2016).

## Belgique et Pays-Bas

Au 30 avril 2016, Darty exploitait directement 62 magasins en Belgique et 74 aux Pays-Bas, et ces magasins avaient attiré un total de 16,7 millions de visiteurs pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016. Darty a dégagé un chiffre d'affaires consolidé de 705,5 millions d'euros en Belgique et aux Pays-Bas (à travers le réseau de magasins et le site Internet) pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016.

## Force de travail

Grâce aux bonnes relations que Darty entretient avec ses salariés, le Groupe a été l'un des premiers détaillants à ouvrir des magasins supplémentaires le dimanche et, suite à la *loi Macron*, a porté le nombre total de magasins autorisés à ouvrir le dimanche à 25 en date du 30 juin 2016.

## Passifs retraite

Darty gère des régimes de prestations de retraite, principalement en France et au Royaume-Uni. Au Royaume-Uni, le Groupe gère un régime de retraite à prestations définies (le « *Comet Pension Scheme* ») dont les actifs sont détenus auprès d'un fonds de fiducie distinct. Ce régime a été fermé aux nouveaux arrivants le 1<sup>er</sup> avril 2004 et il a été mis fin à toute accumulation au titre de services futurs le 20 septembre 2007.

Au Royaume-Uni, les fiduciaires doivent convenir d'un plan de financement avec l'entreprise promotrice de sorte que toute lacune de financement puisse être comblée au moyen de cotisations supplémentaires et du rendement des placements. Pour réévaluer le niveau de cotisations exigé, des évaluations sont pratiquées régulièrement et les engagements du régime sont évalués à l'aide d'hypothèses prudentes (semblables à celles utilisées pour évaluer les passifs comptables). L'évaluation triennale de mars 2013 a été convenue avec les fiduciaires en mars 2014, de laquelle il a résulté en des paiements annuels fixes s'élevant à 10 millions de livres sterling par an en vue de combler un déficit de 73 millions de livres sterling à l'horizon mai 2019. Les cotisations de Darty dont le paiement devra être honoré durant l'exercice financier clos le 30 avril 2017 s'élèveront à 10 millions de livres sterling.

En France, les prestations post-retraite sont essentiellement fournies par le système public, bien que Darty ait mis en place des régimes de retraite capitalisés supplémentaires pour certains hauts dirigeants. Au 30 juin 2016, ces régimes de retraite accusaient un déficit de 8,7 millions d'euros. En outre, Darty est tenu de payer des indemnités de retraite sous la forme de montants forfaitaires aux salariés lorsqu'ils prennent leur retraite. Le droit à la retraite est garanti par le biais de l'achat d'une annuité auprès d'une compagnie d'assurances selon les modalités prévues par la loi. Aucun financement préalable n'est légalement requis, bien qu'un financement à hauteur de 17,4 millions d'euros ait été réservé pour les régimes d'indemnités de retraite au 30 avril 2016, dans le contexte des passifs IAS 19 estimés à 75,2 millions d'euros, ce qui a abouti à un déficit net de 57,8 millions d'euros.

Pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016, les passifs au Royaume-Uni ont été nettement réduits suite à la baisse de l'inflation (gain actuariel de 21,4 millions d'euros) et d'une contribution annuelle au déficit de 10 millions de livres sterling. Sur l'ensemble de l'exercice, le passif total a été réduit de 38,2 millions d'euros à 4,0 millions d'euros, essentiellement grâce au gain engendré par l'inflation et les cotisations versées pendant l'année.

#### Actifs incorporels

Au 30 juin 2016, des actifs non courants (y compris le goodwill) totalisant 922,1 millions d'euros ont été portés au bilan consolidé du Groupe, et les actifs incorporels (y compris le goodwill) et les immobilisations corporelles totalisant 355,1 millions d'euros ont été portés au bilan consolidé de Darty.

#### Nombre de magasins

Une partie de l'évolution du chiffre d'affaires de Darty au cours des périodes faisant l'objet des présentes est attribuable aux ouvertures nettes de nouveaux magasins. Au 30 avril 2014, 2015 et 2016, Darty exploitait respectivement 384, 400 et 431 magasins. Au 30 juin 2016, Darty exploitait 437 magasins, dont 355 en propre et 82 sous franchise. Les résultats financiers des magasins détenus en propre sont pleinement consolidés dans les comptes du Groupe. En outre, les biens vendus aux magasins exploités sous franchise sont constatés en tant que chiffre d'affaires marchandises et les redevances sur les produits générées par les magasins sous franchise par le biais des activités menées avec leurs clients sont constatés en tant que chiffre d'affaires services.

Au 30 juin 2016, Darty louait environ 75 % de ses magasins et environ 25 % des magasins de Darty étaient loués à cinq propriétaires.

#### Procédures judiciaires et contrôles fiscaux

Darty est également soumis à des contrôles fiscaux ponctuels et fait actuellement l'objet d'un contrôle fiscal en cours mené par les autorités fiscales françaises qui revendiquent jusqu'à 15,3 millions d'euros d'impôts et d'amendes impayés liés à la structure de holding de Darty. Les autorités fiscales françaises ont également effectué un redressement fiscal sur la TVA à l'encontre de Darty Telecom à travers Bouygues, son nouveau propriétaire. Si la demande d'appel de Bouygues était rejetée, l'exposition nette de Darty pourrait s'élever à 2,9 millions d'euros.

Darty loue certains de ses magasins et sites et conclut donc régulièrement des contrats de location qui doivent être renouvelés à l'occasion. Darty est partie à un conflit avec le propriétaire du site Pusignan, où il était prévu de transférer son entrepôt, après que Darty a refusé de prendre possession des locaux en raison des grands risques d'inondation. Le propriétaire réclame jusqu'à 11,1 millions d'euros de dommages et intérêts.

## **Informations financières concernant Darty plc pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016.**

### Saisonnalité

Les activités de Darty sont saisonnières. Darty a par le passé dégagé une plus grande partie de son chiffre d'affaires durant le second semestre de son exercice financier, ce qui est en grande partie attribuable à l'augmentation des dépenses des ménages pendant les fêtes de Noël, le « Black Friday » (week-end promotionnel du mois de novembre), le nouvel An et les soldes de janvier durant le troisième trimestre de l'exercice financier. Pour l'exercice clos le 30 avril 2016, cette période a permis à Darty de générer 41,4 % de son EBITDA pour les mois d'octobre, novembre et décembre. En raison de ces facteurs, les besoins en fonds de roulement de Darty fluctuent pendant l'année à cause des tendances saisonnières de son activité qui atteint normalement son paroxysme en octobre et en novembre, au moment où il constitue ses stocks pour la saison de pointe des fêtes de Noël.

### Produits

Darty offre une vaste gamme de produits et d'accessoires. L'offre produits de Darty est divisée en trois catégories principales : les produits blancs, les produits bruns et les produits gris, ainsi que les accessoires connexes. Dans le cadre de l'initiative de Darty visant à stimuler les échanges chez Darty, le Groupe s'est efforcé d'élargir sa gamme de produits, en particulier les produits venant compléter son offre actuelle de produits. L'introduction d'une offre de cuisines installées dans certains de ses magasins en France est un exemple de ces efforts. L'introduction de l'offre de cuisines installées a à son tour soutenu l'expansion de la part de marché de Darty dans le secteur des produits blancs. Au 30 avril 2016, 80 magasins Darty disposaient de l'offre cuisines, dont 11 magasins ajoutés au cours de l'exercice financier clos le 30 avril 2016. Un contrat de coentreprise a été conclu avec un partenaire en vue de fournir une offre cuisine chez Vanden Borre en Belgique.

Les produits blancs comprennent les MDA (major domestic appliances) et SDA (small domestic appliances). Les MDA comprennent les produits tels que les réfrigérateurs, les machines à laver et les lave-vaisselle. Les SDA comprennent les appareils et les accessoires de cuisine, comme les fours à micro-ondes, les cafetières et les fers à repasser, en sus des produits de beauté et de santé, comme les sèche-cheveux et les rasoirs électriques. En dépit du fait que les MDA en tant que catégorie font l'objet, dans l'ensemble, de niveaux d'innovation relativement faibles par rapport à d'autres catégories de produits, ils bénéficient néanmoins de l'innovation en termes de conception et de rationalité environnementale. Étant donné que le marché des MDA est bien établi et bénéficie d'un fort taux de pénétration des foyers, les ventes sont essentiellement non discrétionnaires et surtout alimentées par le besoin d'un consommateur de remplacer un produit particulier. En tant que catégorie, les SDA bénéficient d'un niveau d'innovation élevé (en particulier au niveau des appareils de cuisine, de beauté et de santé), ce qui a donné lieu, outre l'évolution des tendances en matière de style de vie, à une augmentation du volume des ventes et de la valeur de la catégorie SDA. Pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016, les ventes SDA et les ventes MDA représentaient respectivement 36,7 % et 63,3 % du chiffre d'affaires total pour les produits blancs.

Les produits bruns incluent les produits audio et visuels, comme les télévisions à écrans plats, les lecteurs DVD et Blu-ray, ainsi que les stations d'accueil. Pendant la période comprise entre 2004 et 2011, le volume des ventes dans le secteur de la vision a fortement augmenté, suite à l'introduction de la technologie à écran plat. Après un pic de ventes en 2010, le volume des ventes dans le secteur de la vision a reculé, bien qu'il ait récemment rebondi suite à la diffusion d'importantes manifestations sportives, comme le championnat de football européen de 2016, et suite au passage des canaux

terrestres à la haute définition mise en œuvre au début d'avril 2016 en France. Ce changement concernait environ trois millions de téléviseurs, ce qui a contraint les consommateurs à acheter soit un nouveau téléviseur, soit un décodeur.

Les produits gris comprennent les produits de télécommunications et multimédias, comme les smartphones, les ordinateurs portables, les tablettes, les appareils photo numériques, les imprimantes, les scanners, les jeux, les produits électroniques et les dispositifs connectés portables et fixes, comme les systèmes de contrôle énergétiques qui permettent aux consommateurs de contrôler la consommation d'énergie (essentiellement pour l'électricité et le chauffage) à partir d'applications sur leurs téléphones portables, l'éclairage, la sécurité, les dispositifs de suivi sanitaire et les montres. Les produits gris bénéficient d'un niveau d'innovation élevé, avec une croissance des ventes dans certains domaines (comme les smartphones) qui compensent la baisse enregistrée dans d'autres (comme les ordinateurs portables ou les appareils photo numériques). Étant donné que les consommateurs s'appuient de plus en plus sur la connectivité fournie par ces produits, ces derniers deviennent de plus en plus une partie essentielle de la vie moderne et, par conséquent, les achats de produits gris deviennent de plus en plus non discrétionnaires.

Les accessoires vendus par Darty comprennent une grande variété de produits venant compléter ses catégories de produits de base, comme les étuis de téléphones portables et de tablettes, les chargeurs, les étuis d'appareils photo et les câbles audio et de télévision.

Le tableau ci-dessous illustre la proportion de ventes de Darty au niveau des principales catégories de produits pour les exercices financiers clos les 30 avril 2014, 2015 et 2016 et pour la période close le 30 juin 2016.

	<b>Pourcentage du chiffre d'affaires marchandises de Darty</b>		
	<b>Exercice financier clos le 30 avril 2014</b>	<b>Exercice financier clos le 30 avril 2015</b>	<b>Exercice financier clos le 30 avril 2016</b>
Produits blancs .....	42,8%	44,6%	44,5%
Produits bruns.....	16,2%	16,2%	16,9%
Produits gris .....	28,3 %	26,5%	26,1%
Accessoires.....	10,7%	10,8%	10,6%
Autres.....	1,9%	1,8%	1,8%

Du fait des évolutions technologiques, l'offre de produits de Darty est elle aussi en constante évolution. Au niveau des MDA, l'innovation est axée sur le renforcement de l'efficacité énergétique des produits. Dans la catégorie MDA, l'innovation au niveau des machines à laver, par exemple, est focalisée sur l'amélioration de leur efficacité électrique et hydraulique. Le marché SDA est dynamique : des améliorations constantes sont apportées en termes de mode et de conception, avec l'arrivée de nouveaux produits pour la préparation des aliments, la santé et la beauté et des aspirateurs robotiques commercialisés régulièrement. Dans le secteur de la vision, deux nouvelles technologies d'écrans sont en train d'arriver sur le marché, notamment la technologie Ultra HD ou « 4K », qui donne une résolution d'écran quatre fois supérieure à celle d'un écran « HD » et « OLED » (diodes organiques électroluminescentes) et permet de produire des écrans courbés et flexibles. Au niveau du son, l'innovation a récemment permis le développement de barres de son qui améliorent l'expérience télévision, des systèmes hi-fi sans fils comme Sonos, des stations d'accueil et des casques à portées agrandies pour lesquels la conception et la mode deviennent une caractéristique de plus en plus importante. Pour ce qui est des produits gris, les portées, les tailles et les capacités des smartphones

continuent à évoluer, ce qui offre des opportunités d'augmentation des ventes en vue de compenser la baisse des ventes au sein des catégories d'anciens produits (comme les ordinateurs portables).

Darty ne vend pas seulement toutes les grandes marques, mais aussi un certain nombre de marques propres et de marques sous licence. Lorsque Darty vend une marque sous licence, le Groupe acquiert le droit de vendre des marchandises (exclusivement fabriquées pour Darty) sous le nom d'un fabricant indépendant, avec une image et une notoriété de marque de marque établies. Les marques propres sont utilisées par Darty selon le modèle de prix d'entrée pour toute gamme de produits et les marques sous licence sont généralement utilisées pour les points de vente à prix moyens. Les marques propres de Darty sont Proline (utilisée pour toutes les catégories de produits), Temium (utilisée pour les accessoires), IT works (utilisée pour les multimédias), Okoia (utilisée pour les soins de la personne) et Aerian (utilisée pour le traitement de l'air). Les marques sous licence de Darty sont Hitachi (utilisée pour toutes les catégories de produits), JVC (utilisée pour la vision), Brandt (utilisée pour le son et la vision), Moulinex (utilisée pour les fours à micro-ondes) et Electrolux (utilisée pour les appareils de cuisine).

#### Nouvelles catégories de produits

Darty a introduit de nouvelles catégories et de nouveaux rayons en magasin pour les accessoires connectés liés à la maison (« Maison Connectée ») et la santé (« Santé Connectée »), dans le but d'exploiter la demande croissante en technologies « connectées ». Ceci comprend des produits tels que les systèmes de contrôle de l'énergie, l'éclairage, la sécurité, les appareils de traçabilité de la santé et les montres. La première série de produits connectés a généré 6,4 millions de revenus supplémentaires pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016. Darty a élargi son offre à nouvelles catégories de produits et à une gamme étendue de catégories existantes en s'approvisionnant chez environ 200 fournisseurs externes, avec plus de 300 000 produits actuellement proposés via le site [mistergooddeal.com](http://mistergooddeal.com). Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, Darty est également devenu fournisseur de produits blancs pour le site La Redoute, une grande société française de vente par correspondance.

Darty est également convaincu de la croissance du marché de services et produits domestiques connectés en France, et Darty a commencé à exploiter cette opportunité avec l'ouverture d'une marketplace pour les services à domicile. En partenariat avec HelloCasa, le service « Darty Petits Travaux » offre aux clients la possibilité de réserver des services en ligne, dans des domaines tels que la plomberie, l'électricité, le jardinage et le nettoyage professionnel pour un prix fixe.

#### Distribution omnicanal

Darty est convaincu de l'importance d'interagir avec ses clients par l'intermédiaire de plusieurs canaux, tels que ses magasins, son site Internet, ses applications mobiles et ses centres d'appel. Cet omnicanal lui permet d'avoir de plus grands contacts avec ses clients et ces derniers peuvent ainsi avoir plus d'options pour apprendre à connaître et acheter ses produits et services. Darty pense qu'Internet lui offre une grande opportunité de croissance de son chiffre d'affaires à l'avenir. Ainsi, le canal web de Darty réduit à la fois ses marges brutes et ses marges de bénéfices en résultat des produits spécifiques vendus en ligne et lui permet de soutenir la concurrence des acteurs exclusivement basés en ligne. Au cours de ces dernières années, Darty a continué à jouir d'une augmentation régulière du nombre de ses visiteurs et d'une importante augmentation de ses ventes attribuables à son site Internet. Les ventes générées par le site web de Darty ont progressé de 13,6 % à 16,5 % depuis l'exercice financier clos le 30 avril 2014 à l'exercice financier clos le 30 avril 2016 et le site Internet français de Darty, [Darty.com](http://Darty.com), attire en moyenne 5,3 millions de visiteurs uniques chaque mois (chiffre basé sur les

données du premier trimestre de 2016). Les ventes générées sur Internet de Darty bénéficient également de l'impact positif de la présence d'un magasin dans une région particulière (les clients sont généralement plus enclins à faire leurs achats en ligne s'ils ont eu l'occasion de voir le produit en personne ou s'ils ont bénéficié de l'option de retrait immédiat comme l'offre de Darty « click & collect »). La capacité de Darty à pleinement intégrer ses canaux de vente web et en magasin et d'offrir à ses clients une expérience d'achat fluide et rentable pourrait porter atteinte à son chiffre d'affaires et au résultat d'exploitation. Darty a l'intention de poursuivre ses efforts en vue d'optimiser sa plateforme omnicanal.

Les différents canaux de vente de Darty se complètent et les décisions d'achat des clients peuvent être influencées par leurs expériences sur les différents canaux. Par exemple, les clients peuvent voir les produits en magasin puis décider de les acheter soit en magasin, soit sur le site Internet ou sur l'application mobile. Autrement, les clients peuvent faire leur recherche en ligne avant de se rendre en magasin pour voir le produit et discuter de leur achat potentiel avec les vendeurs sur place. Le site Internet et les applications mobiles de Darty ne constituent pas seulement un canal de vente à part entière, mais favorisent également les ventes du réseau de magasins physiques. De la même manière, les ventes générées sur le site de Darty sont stimulées par la présence d'un magasin dans une zone géographique déterminée (les clients sont plus enclins à effectuer un achat sur le site s'ils ont pu voir le produit en magasin ou s'ils peuvent bénéficier de l'option de retrait immédiat, telle que l'offre « Click & Collect »). Le réseau intégré de stockage, de logistique et de service après-vente de Darty est accessible sur tous les canaux de distribution.

Darty estime que le niveau élevé d'intégration entre ces différents canaux et sa forte présence en ligne le distingue de la plupart de ses concurrents et notamment des sites d'achat exclusivement en ligne. Pour Darty, Internet offre une opportunité précieuse de croissance des ventes à l'avenir. Au cours des dernières années, Darty a continué à afficher une croissance stable en termes de nombre de visiteurs en ligne et son site Internet fait partie des 15 sites de vente au détail les plus consultés en France avec une moyenne de 5,3 millions de visiteurs uniques par mois (selon les données du premier trimestre 2016). La stratégie de passage au numérique de Darty vise à exploiter au maximum cet avantage concurrentiel.

D'après des recherches menées par Darty France, un client omnicanal (c'est-à-dire un client qui associe l'offre en magasin et en ligne pour rechercher, acheter et recevoir des produits Darty, en commandant, par exemple, un produit en ligne pour le récupérer en magasin) se rend en moyenne plus souvent en magasin ou sur le site Web qu'un client à canal unique. En moyenne, les clients multicanaux dépensent plus et achètent dans plus de catégories différentes. Toutes les activités Darty proposent un service « Click & Collect » qui permet aux clients d'acheter en ligne et de récupérer leurs produits en magasin. Darty a adapté ses options de livraison pour installer des points de collecte spécifiques en magasin et des casiers « Click & Collect » dans les magasins les plus fréquentés en France. Le service « Click & Collect » connaît un gros succès et constitue un segment en pleine croissance pour les ventes en ligne Darty, avec une augmentation de 66 % entre les exercices financiers clos les 30 avril 2015 et 2016.

### Parc de magasins

Au 30 avril 2016, Darty exploitait (directement ou par le biais de franchises) 431 magasins au total, avec une surface d'espace de vente au détail d'environ 467 200 mètres carrés. L'objectif de Darty est de favoriser les magasins de taille moyenne (surface moyenne de 1 078 mètres carrés) qui lui permettent

de vendre des produits dans toutes les gammes de prix et d'offrir aux clients une qualité de service élevée. Darty continue à améliorer son parc de magasins, notamment en relocalisant certains magasins dans des zones commerciales. En France, les magasins Darty sont principalement situés dans des zones très peuplées avec une forte présence au sein ou à proximité de grandes villes, telles que Paris, Lyon et Marseille. Les autres magasins Darty sont généralement situés hors des villes, dans des centres commerciaux ou des zones commerciales. Darty bénéficie d'une forte présence dans les gros centres commerciaux périphériques et régionaux. De plus, afin d'étendre sa présence dans les zones françaises moins peuplées, et notamment celles de moins de 100 000 habitants, Darty a mis en place un réseau de franchises. Ce réseau lui a permis d'agrandir son parc de magasins, pour un niveau d'investissement limité, et de toucher de petites zones d'attraction où un grand magasin classique serait trop cher à exploiter. Le premier magasin franchisé a ouvert en mars 2014. Au 30 avril 2016, Darty détenait 74 magasins franchisés en France, dont 34 ont été ouverts durant l'exercice financier clos le 30 avril 2016. La hausse des ventes générée par l'acquisition d'une franchise Darty a été très marquée pour ces magasins anciennement indépendants et ceux qui sont sous franchise depuis deux ans affichent une hausse moyenne de 17 % du chiffre d'affaires de Darty à périmètre constant. Au 30 avril 2016, le réseau de franchises a atteint un niveau qui devient rentable pour Darty.

Le tableau ci-dessous présente le nombre de magasins et leur surface de vente totale pour chaque marché au 30 avril 2016.

	France		Belgique		Pays-Bas	
	En propre	En franchise	En propre	En franchise	En propre	En franchise
<b>Nombre de magasins .....</b>	221	74	62	0	74	0
<b>Surface de vente (en mètres carrés)..</b>	319 365	45 982	56 017	0	86 917	0

Depuis la fin de l'exercice financier clos le 30 avril 2015, Darty s'emploie à connecter ses magasins, notamment en installant le wi-fi dans les magasins et en équipant le personnel de tablettes pour présenter aux clients une plus large gamme de produits que celle disponible sur place. Les tablettes permettent également de comparer les prix avec ceux des concurrents et plus récemment, des tests d'achat en ligne effectués sur place avec des vendeurs équipés de tablettes ont également été réalisés pour éviter aux clients d'aller payer en caisse. Darty met également en place des tests d'utilisation de tickets électroniques pour indiquer les prix et des informations produits aux clients. Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, 59 magasins supplémentaires ont été connectés et plus de 1 000 vendeurs équipés de tablettes, ce qui amène le nombre de vendeurs connectés à presque 2 200 dans 123 magasins au 30 avril 2016. Une nouvelle étape de passage au numérique est actuellement en cours de test en magasin, avec l'utilisation de tickets électroniques pour indiquer instantanément les prix et les informations sur les produits aux clients.

#### Sites Internet et Mistergooddeal

Dans le cadre de son approche multicanal, Darty France dispose d'une offre en ligne sur son site Internet darty.com. Les ventes générées par le site Web de Darty ont augmenté de 13,6 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2014 à 16,5 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2015 et l'exercice financier clos le 30 avril 2016. Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2015, l'option « Click & Collect » a fortement gagné en popularité auprès des clients, représentant plus de 24 % des ventes en ligne de Darty. Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, le chiffre d'affaires des ventes de l'offre récompensée « Click & Collect » a augmenté de 66 %. Darty a également introduit une

section consacrée aux services et abonnements sur son site darty.com et lancé un nouveau site de réseau social, www.36000solutions.com, qui permet aux utilisateurs d'interagir et de profiter des conseils et solutions spécialisés de Darty. Le site Internet a remporté le prix « Favori » des clients dans sa catégorie en 2013. Darty a également reçu le prix de l'innovation LSA pour ses casiers « Click & Collect » en 2013. Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, Darty a modernisé son site mobile pour améliorer sa présentation, son apparence, son contenu et sa navigation.

En 2014, Darty a racheté mistergooddeal.com, un canal de vente en ligne, afin de capter le marché des produits d'entrée de gamme et services à petit budget qui, au 30 juin 2016, est totalement intégré à l'infrastructure logistique de Darty. Les clients peuvent désormais récupérer les produits achetés sur mistergooddeal.com dans les magasins Darty plutôt que dans des points de collecte indépendants. Mistergooddeal.com s'est recentré sur l'offre de produits électroniques au cours des deux derniers exercices financiers. Aucun service n'est inclus dans les achats de produits sur mistergooddeal.com et les clients doivent payer des frais supplémentaires pour obtenir un service spécifique (y compris la livraison) lorsqu'ils achètent sur mistergooddeal.com.

En Belgique et aux Pays-Bas, les ventes en ligne de Darty sont passées de 13,1 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2015 à 14,6 % pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016.

Le tableau ci-dessous présente le montant des ventes en ligne Darty par secteur d'activité et par pays pour les exercices financiers clos les 30 avril 2014, 2015 et 2016.

	CA au 30 avril 2014	Ventes en ligne Darty au 30 avril 2014	CA au 30 avril 2015	Ventes en ligne Darty au 30 avril 2015	CA au 30 avril 2016	Ventes en ligne Darty au 30 avril 2016
(en millions d'euros, sauf indication contraire)						
France.....	365,8	14,3 %	437,6	17,4 %	442,4	17,0 %
Belgique et Pays-Bas....	74,2	11,1 %	89,2	13,1 %	100,6	14,6 %

## Stratégie de marketing

Les principaux instruments d'image de marque et de publicité de Darty sont ses magasins, ses sites Internet et applications mobiles, ainsi que des affiches et publicités à la radio, dans la presse locale et en ligne. Toutes ses opérations de marketing sont prises en charge par des équipes internes et des conseillers externes et appliquées au niveau local, par marque et par pays.

Le canal télévisé est parfois utilisé pour faire connaître les nouvelles offres et nouveaux services de la marque, comme les cuisines en France. Darty renforce également son programme de gestion de la relation client par e-mail, avec l'envoi d'offres directes et personnalisées. Au 30 avril 2016, Darty possédait une base de données d'environ dix millions de foyers et utilise ces informations pour personnaliser l'expérience d'achat du client avec des recommandations personnalisées, des bouquets automatisés et des solutions « one click ». Pendant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, plusieurs campagnes ont été mises en place afin de relancer les clients inactifs, cibler les clients qui déménagent ou promouvoir certaines nouvelles catégories de produits.

En France, où Darty bénéficie d'une image de marque spontanée de 61 % pour les produits blancs (d'après un sondage TNS de mars 2016), les campagnes de marketing actuelles sont destinées à promouvoir le nouveau positionnement de marque et à soutenir l'augmentation de l'offre.

En Belgique et aux Pays-Bas, les campagnes marketing actuelles ciblent le sponsoring des bulletins météo à la télévision, les publicités à la radio locale, ainsi que des affiches, distributions mensuelles de prospectus dans les boîtes aux lettres et publicités en ligne.

## Clients

Darty a commencé à utiliser sa base de données de dix millions de foyers pour personnaliser l'expérience d'achat des clients avec des recommandations personnalisées, des bouquets automatisés et des solutions « one click ». Darty cherche également à améliorer la fidélité de ses clients et durant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, Darty a modernisé son offre de crédit existante par le biais de la carte de crédit connectée Darty Visa, afin de rendre le financement des achats très attractif. Les transactions effectuées avec la carte de crédit Darty Visa donnent droit à des bons-cadeaux qui peuvent être utilisées pour des achats futurs. La carte offre également d'autres avantages, telle que l'inscription gratuite à « Le Bouton », des offres spéciales sur certains produits, des soirées shopping VIP et un accès à des offres de financement flexibles et au crédit gratuit. Durant l'exercice financier clos le 30 avril 2016, Darty a lancé un nouveau réseau social avec Wibilong (fournisseur de services), permettant aux clients de rejoindre des groupes sociaux en ligne pour discuter des caractéristiques produits avant ou après leur achat.

## Chaîne d'approvisionnement

En tant que leader de ses marchés clés, Darty estime offrir à ses fournisseurs un accès privilégié aux clients. Les dix premières marques vendues par Darty sont Samsung, Apple, Sony, Proline, Phillips, Whirlpool, Electrolux, Acer, Bosch et Asus. Pour l'exercice financier clos le 30 avril 2016, ces marques représentaient 50,3 % du chiffre d'affaires marchandises total de Darty. Darty maintient et exploite des relations solides et anciennes avec une liste étendue de fournisseurs, qui lui permettent de bénéficier des nouveaux projets de lancement de produits des fournisseurs. Darty peut compter sur son approche ciblée sur le service et sa puissance d'achat qui découle de sa capacité à acheter de gros volumes de produits. Par conséquent, Darty est en mesure de négocier des conditions d'approvisionnement avantageuses avec ses fournisseurs et peut obtenir d'autres avantages, tel que l'accès exclusif à certains produits et à une assistance marketing et commerciale.

## Gestion des stocks et des produits

Darty utilise un processus de prévision des ventes pour sa gestion des stocks afin d'optimiser la répartition des produits dans ses magasins et de planifier ses niveaux de stocks. Au 30 avril 2016, les stocks âgés de plus d'un an représentaient seulement 1,77 % de l'inventaire de Darty. L'offre de produits en magasin de Darty est continuellement optimisée par l'équipe d'achat centralisée. Darty reçoit quotidiennement des bilans électroniques sur les niveaux de vente de ses produits dans son parc de magasins. Grâce à ces informations, Darty peut assurer un réapprovisionnement continu de manière quotidienne. Ces informations sont également utilisées en interne par pays et sur une base européenne pour certaines catégories, afin d'adapter son offre de produits à l'évolution des goûts des clients et aux nouvelles tendances technologiques. En outre, Darty mesure la performance de vente de ses différents produits à l'aide d'indicateurs de performance clés spécifiques, tels que le taux de rotation du stock et la marge, afin de réaliser des projections pour la demande de produits attendue pour les mois à venir. Darty surveille différentes gammes de produits et compare leur performance avec celle de ses concurrents chaque semaine sur la base de données GfK.

## Effectifs

Au 30 avril 2016, Darty employait 11 412 personnes à plein temps et 605 personnes de manière temporaire. Le tableau suivant présente la répartition des employés en contrat à durée indéterminée (CDI) et ceux en contrat à durée déterminée (CDD) au 30 avril 2014, 2015 et 2016.

	30 avril					
	2014		2015		2016	
	CDI	CDD	CDI	CDD	CDI	CDD
France.....	9 746	390	9 427	485	9 266	427
Belgique.....	1 070	39	1 036	36	1 059	59
Pays-Bas.....	925	73	1 088	102	1 087	119
<b>Total .....</b>	<b>11 741</b>	<b>502</b>	<b>11 551</b>	<b>623</b>	<b>11 412</b>	<b>605</b>

En tant que société de distribution engagée à fournir un service client d'excellence, une des principales différences et forces de Darty sont ses employés. Darty estime qu'un personnel bien formé est la clé du succès et par conséquent, le groupe insiste beaucoup sur ses programmes de formation destinés à améliorer la connaissance des produits du personnel en magasin. Darty France dispose de modules en ligne pour former son personnel et a également mis au point des modules supplémentaires consacrés à la livraison à domicile et au service après-vente.

## Technologie de l'information

Pour l'exercice clos le 30 avril 2016, Darty a dépensé plus de 8,9 millions d'euros en investissements opérationnels liés à l'informatique (sans compter les investissements opérationnels au niveau des magasins). Les principales applications informatiques de Darty comprennent des solutions groupées chez Darty France, telles que SAP pour la comptabilité, Hyperion pour le reporting, Clickview et Cognos pour les informations commerciales, Siebel pour la gestion de la relation client, Logistic Manager pour la gestion des entrepôts, HR Access pour les ressources humaines et Websphere Commerce pour les magasins et le site Web. En Belgique et aux Pays-Bas, les investissements opérationnels de Darty sont principalement liés au SAP, à Microsoft et à des solutions développées en interne. Les systèmes informatiques clés de Darty sont utilisés pour gérer, suivre et livrer les commandes, gérer le stock et contrôler la qualité et interagir avec les fournisseurs et autres partenaires externes. Darty compte également sur différents logiciels pour ses systèmes à la fois de front-office et de back-office. Darty a recours à des entreprises réputées, dont ATOS, pour le contrôle de ses systèmes informatiques afin de s'assurer qu'ils respectent les plus hautes normes de fiabilité, de continuité opérationnelle et de performance. Les systèmes informatiques clés de Darty sont répliqués et conservés sur les deux principaux sites ATOS de Croissy et Aubervilliers pour les systèmes ouverts et sur deux sites allemands à Essen pour les ordinateurs centraux et tous ses magasins sont informatiquement reliés au siège et aux sites de back-up. Les bases de données de Darty sont automatiquement sauvegardées tous les jours et les bases de données clés sont dupliquées en temps réel sur deux sites. Des plans de continuité opérationnelle ont été mis au point pour répondre à de possibles incidents futurs. Ces plans sont régulièrement révisés, testés et mis à jour.

En 2013, Darty a lancé un nouveau projet d'amélioration de son infrastructure informatique et de soutien de sa croissance, dont une grande partie a déjà été mise en place au 30 avril 2016. Les principales initiatives ont porté sur le développement en ligne, l'installation de franchises, l'organisation de la market-place, le déploiement du numérique en magasin et la refonte de certaines vieilles applications.

## Indicateurs clés de performance de Darty plc au 30 juin 2016

	Exercice clos le 30 avril		Période de deux mois close le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin	
	2014	2015	2016	2015	2016	
	(modifié) <sup>(a)</sup>					
(en millions d'euros, sauf indication contraire)						
EBITDA de Darty <sup>(1)</sup> .....	128,8	118,8	121,0	5,9	11,6	126,7
EBITDAR de Darty <sup>(1)</sup> .....	227,9	222,1	225,1	23,2	25,0	226,9
Résultat opérationnel courant de Darty <sup>(2)</sup> .....	85,5	74,9	93,1	(2,5)	4,1	99,7
Dépenses d'investissement <sup>(3)</sup> .....	61,9	50,7	45,3	6,6	7,3	45,9
Cash flow libre opérationnel de Darty <sup>(4)</sup> .....	(37,9)	(8,7)	136,0	(133,6)	(69,4)	200,2
Nombre de magasins <sup>(5)</sup> .....	384	400	431	406	437	437
Hausse/(Baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de Darty (en %) <sup>(6)</sup> .....	1,7%	(1,6)%	3,9%	(2,7)%	6,4%	5,2%
Ventes en ligne de Darty (en %) <sup>(7)</sup> .....	13,6 %	16,5 %	16,5 %	15,8 %	17,1 %	16,7 %
Hausse/(Baisse) du chiffre d'affaires généré par les ventes en ligne de Darty (en %) <sup>(7)</sup> .....	12,7 %	22,2 %	3,1 %	(3,5) %	14,1 %	5,5 %
Dettes financières nettes de Darty <sup>(8)</sup> .....	185,2	223,8	108,8		181,1	181,1

(a) Cette modification est le résultat de la vente des activités non poursuivies en 2015, du reclassement de la CVAE du résultat opérationnel en impôts et du reclassement des coûts des régimes de retraite britanniques, qui passent de frais financiers en charges d'exploitation.

(1) L'EBITDA de Darty représente les résultats opérationnels courants de Darty (tels que définis ci-dessous) ultérieurement ajustés pour les dotations aux amortissements et les profits/(pertes) constatés sur la cession de biens immobiliers, d'installations, d'équipements et de biens incorporels, y compris leur radiation. L'EBITDAR de Darty représente l'EBITDA de Darty avant les paiements de loyers. La direction de Darty pense que l'EBITDA et l'EBITDAR de Darty sont utiles aux investisseurs ; la direction de Darty s'en sert pour mesurer sa rentabilité, car ces ajustements éliminent des éléments qui ont moins d'influence sur la performance opérationnelle de base de Darty. L'EBITDA et l'EBITDAR de Darty ne sont pas des agrégats préparés conformément aux normes IFRS et ne doivent pas être considérés comme une alternative aux pertes/profits pour la période déterminée selon la norme IFRS en tant qu'indicateur de la performance opérationnelle de Darty, ou comme une alternative aux flux liés aux activités opérationnelles en tant que mesure de sa liquidité. En outre, l'EBITDA et l'EBITDAR de Darty peuvent varier et peuvent ne pas être comparables à des agrégats semblables utilisées par d'autres sociétés, y compris celles utilisées par la Fnac. Le tableau ci-dessous présente une réconciliation de l'EBITDA et de l'EBITDAR de Darty par rapport aux profits/(pertes) provenant des activités poursuivies :

	Exercice clos le 30 avril		Période de deux mois close le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin	
	2014					
	(modifié) <sup>(a)</sup>	2015	2016	2015	2016	2016
(en millions d'euros)						
<b>Profits/(pertes) des activités poursuivies</b> .....	<b>10,8</b>	<b>15,1</b>	<b>2,1</b>	<b>(10,4)</b>	<b>(1,8)</b>	<b>10,7</b>
Impôts .....	26,6	17,8	26,3	(4,8)	0,6	31,7
Frais financiers.....	16,0	27,4	25,4	4,2	4,1	25,3
Amortissement et dépréciation des actifs incorporels relatifs aux acquisitions .....	-	0,1	0,6	0,1	0,0	0,5
Éléments exceptionnels	29,4	13,7	36,5	8,1	0,5	28,9
Coûts du régime des retraites au Royaume Uni .....	1,4	1,3	1,4	0,2	0,6	1,8
Gains sur cession d'actifs disponibles à la vente .....	(2,7)	(1,4)	-	-	-	-
Mouvement d'options et frais associés aux non contrôlés.....	3,2	-	-	-	-	-
Quote-part des joint-ventures, intérêts des associés, impôt sur les sociétés	0,8	0,9	0,8	0,1	0,2	0,9
<b>Résultats opérationnels courants de Darty</b> .....	<b>85,5</b>	<b>74,9</b>	<b>93,1</b>	<b>(2,5)</b>	<b>4,1</b>	<b>99,7</b>
Ajusté pour :						
Dotations aux amortissements .....	51,5	50,7	49,4	8,4	7,5	48,5
(Profits)/Pertes sur la cession de biens immobiliers, d'installations, d'équipements et de biens incorporels, y compris leur radiation.....	(8,2)	(6,8)	(21,5)	(0)	(0)	(21,5)
<b>EBITDA de Darty</b> .....	<b>128,8</b>	<b>118,8</b>	<b>121,0</b>	<b>5,9</b>	<b>11,6</b>	<b>126,7</b>
Loyers immobiliers <sup>(b)</sup> .....	99,1	103,3	104,1	17,3	13,4	100,2
<b>EBITDAR de Darty</b> .....	<b>227,9</b>	<b>221,1</b>	<b>225,1</b>	<b>23,2</b>	<b>25,0</b>	<b>226,9</b>

(a) Cette modification est le résultat de la vente d'activités non poursuivies en 2015, du reclassement de la CVAE du résultat opérationnel en impôts et du reclassement des coûts des régimes de retraite britanniques, qui passent de frais financiers en charges d'exploitation.

(b) Représente les loyers à payer de locations simples.

L'EBITDA et l'EBITDAR de Darty pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, présentés dans le tableau ci-dessus, sont différents de l'EBITDA et l'EBITDAR de Darty pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, présentés et utilisés dans les états financiers consolidés abrégés pro forma et non audités. Cette différence est due à un reclassement de certains éléments aux fins de la préparation des comptes pro forma pour suivre la méthode de calcul utilisée pour l'EBITDA et l'EBITDAR de la Fnac. En particulier, (i) la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence est exclue de l'EBITDA et de l'EBITDAR de Darty dans les comptes pro forma et (ii) les profits/(pertes) constatés sur la cession de biens immobiliers, d'installations, d'équipements et de biens incorporels, y compris leur radiation, sont inclus dans l'EBITDA et dans l'EBITDAR de Darty dans les comptes pro forma. Suite à ce reclassement, les informations de l'EBITDA et de l'EBITDAR de Darty pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, présentées et utilisées dans le montant des états financiers consolidés abrégés pro forma et non audités, s'élèvent respectivement à 145,8 et 245,9 millions d'euros, tandis que l'EBITDA et l'EBITDAR de Darty, présentés dans le tableau ci-dessus, s'élèvent respectivement à 126,7 et 226,9 millions d'euros.

(2) Le résultat opérationnel courant de Darty représente le résultat opérationnel total avant la quote-part des joint-ventures, intérêts des associés, impôt sur les sociétés, le mouvement d'options et de frais associés aux intérêts non contrôlés, les gains sur cession d'actifs disponibles à la vente, les coûts du régime des retraites au Royaume Uni, des éléments exceptionnels, et les amortissements et la dépréciation des actifs incorporels relatifs aux acquisitions, y compris leur radiation. La direction de Darty pense que ses résultats opérationnels courants sont utiles aux investisseurs et s'en sert pour mesurer sa rentabilité, car ces ajustements éliminent des éléments ayant un effet moins marqué sur la performance opérationnelle de base de Darty.

- (3) Les dépenses d'investissement représentent l'achat de biens immobiliers, d'installations, d'équipements et de biens incorporels, comme indiqué dans les informations sur les flux de trésorerie consolidés de Darty.
- (4) Le cash flow libre opérationnel de Darty est défini comme la trésorerie générée par les activités opérationnelles, les cessions d'activités, les activités non poursuivies et les cessions d'investissements disponibles à la vente, minorés des dépenses d'investissement nettes provenant des activités poursuivies. Darty présente le cash flow libre opérationnel pour faciliter la compréhension de l'historique de ses liquidités. Le cash flow libre opérationnel de Darty n'est pas un agrégat préparé conformément aux normes IFRS et ne doit pas être considéré comme une alternative au cash flow opérationnel déterminé selon les normes IFRS. Le tableau ci-dessous présente une réconciliation du cash flow libre opérationnel de Darty avec le cash flow net de Darty provenant des activités poursuivies pour les périodes présentées :

	Exercice clos le 30 avril		Période de deux mois close le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin	
	2014		2015		2016	
	(modifié) <sup>(a)</sup>	2015	2016	2015	2016	
	(en millions d'euros)					
<b>Flux nets liés aux activités opérationnelles</b> .....	<b>(12,9)</b>	<b>16,6</b>	<b>143,9</b>	<b>(127,0)</b>	<b>(66,7)</b>	<b>204,1</b>
Cessation d'activités .....	1,9	-	-	-	-	0,0
Vente d'actifs disponibles à la vente .....	2,7	1,4	1,0	-	-	1,0
Dépenses d'investissements nettes provenant des activités poursuivies <sup>(b)</sup> ...	(32,2)	(36,8)	(12,0)	(6,6)	(7,3)	(12,7)
Activités non poursuivies.....	2,6	10,1	3,1	-	4,7	7,8
<b>Cash-flow libre opérationnel de Darty</b> .....	<b>(37,9)</b>	<b>(8,7)</b>	<b>136,0</b>	<b>(133,6)</b>	<b>(69,4)</b>	<b>200,2</b>

- (a) Cette modification est le résultat de la vente d'activités non poursuivies en 2015, du reclassement de la CVAE du résultat opérationnel en impôts et du reclassement des coûts des régimes de retraite britanniques, qui passent de frais financiers en charges d'exploitation.
- (b) Représente l'achat de biens immobiliers, d'installations et d'équipements ainsi que les revenus de la vente de biens immobiliers, d'installations et d'équipements, et l'achat d'actifs incorporels.
- (5) Le tableau ci-dessous présente la distribution des magasins Darty en propre et en franchise par région géographique aux dates concernées :

	Au 30 avril						Au 30 juin	
	2014		2015		2016		2016	
	en propre	En franchise	en propre	En franchise	en propre	En franchise	En propre	En franchise
France.....	224	0	222	43	221	74	219	82
Belgique.....	59	0	60	0	62	0	63	0
Pays-Bas .....	58	0	75	0	74	0	73	0
Datart	43	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b> .....	<b>384</b>	<b>0</b>	<b>357</b>	<b>43</b>	<b>357</b>	<b>74</b>	<b>355</b>	<b>82</b>

- (6) La hausse/(baisse) du chiffre d'affaires de Darty à périmètre constant est calculée sur la base des magasins ouverts pendant une année complète et après quatre semaines complètes d'activités. Les magasins au sein desquels des espaces commerciaux ont été ajoutés ou qui ont été totalement rénovés (y compris l'ajout d'une mezzanine), ce qui inclut des dépenses en d'investissement opérationnel majeures, sont exclus des calculs de hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de Darty. Les ventes provenant des sites Internet sont incluses. Par opposition à la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de la Fnac, la hausse/(baisse) du chiffre d'affaires à périmètre constant de Darty exclut les revenus des franchises et des services (alors que la Fnac inclut ces deux éléments dans le calcul de la hausse/(baisse) de son chiffre d'affaires à périmètre constant).
- (7) Les ventes en ligne de Darty sont définies comme les ventes générées via les sites Web et les applications mobiles transactionnelles de Darty en pourcentage du chiffre d'affaires total des marchandises. La hausse du chiffre d'affaires généré par les sites en ligne de Darty est définie comme la croissance des ventes de Darty réalisées directement sur le site internet de Darty et livrées à domicile ou retirées via « Click & Collect ».

- (8) La dette financière nette de Darty désigne la dette financière de Darty (emprunts totaux et location-financement) minorée de la valeur de sa trésorerie et de ses équivalents de trésorerie. Le tableau ci-dessous présente un calcul de la dette financière nette de Darty :

	Au 30 avril			Au 30 juin
	2014	2015	2016	2016
	(en millions d'euros)			
Dette financière.....	260,7	310,7	265,9	266,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(75,5)	(86,9)	(157,1)	(85,1)
<b>Dette financière nette de Darty .....</b>	<b>185,2</b>	<b>223,8</b>	<b>108,8</b>	<b>181,1</b>

### Résumé des informations géographiques de Darty

Le tableau ci-dessous présente les revenus consolidés de Darty sur une base géographique pour les périodes indiquées.

	Exercice clos le 30 avril			Période de deux mois close le 30 juin		Période de douze mois close le 30 juin
	2014	2015	2016	2015	2016	2016
	(modifié) <sup>(a)</sup>					
	(en millions d'euros)					
Darty France .....	2 717,7	2 813,5	2 951,3	401,5	434,7	2 984,5
Darty Belgique et Pays-Bas.....	686,7	698,6	705,5	102,5	107,3	710,3
<b>Total du Groupe</b>	<b>3 404,4</b>	<b>3 512,1</b>	<b>3 656,8</b>	<b>504,0</b>	<b>541,9</b>	<b>3 694,7</b>

- (a) Cette modification est le résultat de la vente d'activités non poursuivies en 2015, du reclassement de la CVAE du résultat opérationnel en impôts et du reclassement des coûts des régimes de retraite britanniques, qui passent de frais financiers en charges d'exploitation.

***États financiers consolidés intermédiaires non audités de Darty plc pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015***

Compte de résultat du Groupe

État des variations des capitaux propres du Groupe

Bilan du Groupe

Tableau des flux de trésorerie du Groupe

Notes aux états financiers

***Les états financiers et les notes aux états financiers ci-dessous ont été traduits de l'anglais et sont mis à la disposition du lecteur pour son information, étant entendu que la version anglaise fait foi.***

## COMPTE DE RÉSULTAT DU GROUPE

Pour une période de deux mois	30 juin 2016 millions €	30 juin 2015 millions €
<b>Revenu</b>	<b>541,9</b>	<b>504,0</b>
Bénéfice d'exploitation du Groupe	2,6	-11,3
Part des bénéfices après impôt revenant aux co-entreprises et entreprises associées	0,3	0,2
<b>Bénéfice d'exploitation total</b>	<b>2,9</b>	<b>-11,0</b>
<b>Analysé comme :</b>		
Résultat d'exploitation	4,1	-2,5
Part des charges d'intérêt et d'impôt revenant aux co-entreprises et entreprises associées	-0,2	-0,1
Coûts des régimes de retraite britanniques hérités	-0,6	-0,2
Éléments exceptionnels	-0,5	-8,1
Amortissements et perte de valeur relative à l'acquisition de biens incorporels	—	-0,1
<b>Bénéfice d'exploitation total</b>	<b>2,8</b>	<b>-11,0</b>
Coûts financiers	-4,1	-4,1
<b>Bénéfice avant impôts</b>	<b>-1,2</b>	<b>-15,2</b>
<b>Impôts</b>	<b>-0,6</b>	<b>4,8</b>
<b>Bénéfice de l'exercice découlant des activités poursuivies</b>	<b>-1,8</b>	<b>-10,4</b>
<b>Perte de l'exercice découlant des activités abandonnées</b>	<b>3,9</b>	<b>0,1</b>
<b>Bénéfice/(Perte) de l'exercice</b>	<b>2,1</b>	<b>-10,2</b>
<b>Bénéfice/(Perte) attribuable :</b>		
– aux propriétaires de la société mère	2,1	-10,2
– aux intérêts non contrôlés	0,0	0,0

## ÉTAT DES VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES DU GROUPE

	<u>Total en millions €</u>
<b>Au 1<sup>er</sup> mai 2016, modifié</b>	<b>-311,6</b>
<b>Bénéfice de la période découlant des activités poursuivies</b>	<b>-1,8</b>
<b>Bénéfice de la période découlant des activités abandonnées</b>	<b>3,9</b>
<b>Autres éléments du résultat étendu/(charges) :</b>	
Réévaluations des avantages postérieurs à l'emploi	10,4
Impôt sur les autres éléments du résultat étendu	-4,0
	<u>6,4</u>
<b>Éléments recyclables en résultat :</b>	
Écart de change	-0,1
Juste valeur des couvertures de flux de trésorerie	2,1
Impôt sur les autres charges	-0,8
	<u>1,2</u>
<b>Total des autres éléments du résultat étendu/(charges) pour la période</b>	<b>9,7</b>
<b>Transactions avec les propriétaires :</b>	
Dividendes versés par la société mère	0,0
Régime d'actionariat des salariés	0,1
Autres (non significatif)	-0,1
	<u>0,0</u>
<b>Au 30 juin 2016</b>	<b>-301,9</b>
<b>Au 1<sup>er</sup> mai 2015, modifié</b>	<b>-323,9</b>
<b>Bénéfice de la période découlant des activités poursuivies</b>	<b>-10,4</b>
<b>Bénéfice de la période découlant des activités abandonnées</b>	<b>0,1</b>
<b>Éléments recyclables en résultat :</b>	
Écart de change	-1,2
	<u>-1,2</u>
<b>Total des autres éléments du résultat étendu/(charges) pour la période</b>	<b>-11,4</b>
<b>Transactions avec les propriétaires :</b>	
Dividendes versés par la société mère	0,0
Régime d'actionariat des salariés	0,0
	<u>0,0</u>
<b>Au 30 juin 2015</b>	<b>-335,3</b>

## BILAN DU GROUPE

	30 juin 2016 millions €	30 juin 2015 millions €
<b>Actifs</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles	57,5	68,1
Biens immobiliers, usines et équipements	297,6	319,9
Investissements	15,8	15,3
Actifs financiers disponibles à la vente	0,0	1,0
Autres créances	9,6	9,7
<b>Total des actifs non courants</b>	<b>380,5</b>	<b>414,0</b>
<b>Actifs courants</b>		
Inventaires	559,8	505,7
Créances commerciales et autres dettes	234,9	240,7
Créances d'impôt sur les bénéficiaires	22,4	9,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	85,1	55,8
<b>Total des actifs courant</b>	<b>902,2</b>	<b>811,3</b>
<b>Total actif</b>	<b>1 282,7</b>	<b>1 225,2</b>
<b>Passifs</b>		
<b>Passifs courants</b>		
Emprunts	-14,9	-23,5
Impôts sur le bénéfice à payer	-28,3	-4,9
Créances commerciales et autres dettes	-991,1	-798,5
Provisions	-0,2	-1,8
<b>Total des passifs courants</b>	<b>-1 034,5</b>	<b>-828,7</b>
<b>Passif non courant</b>		
Emprunts	-245,8	-390,6
Autres dettes	-217,4	-216,1
Impôts reportés sur le bénéfice à payer	-27,2	-20,9
Prestations de retraite	-59,1	-103,2
Provisions	-0,5	-0,8
<b>Passif financier non circulant global</b>	<b>-550,1</b>	<b>-731,7</b>
<b>Total passif</b>	<b>-1 584,6</b>	<b>-1 560,4</b>
<b>Engagements nets</b>	<b>-301,9</b>	<b>-335,2</b>
<b>Capitaux propres attribuables aux actionnaires de la société mère</b>		
Capital social	158,9	158,9
Autres réserves	1 018,7	1 012,0
Pertes accumulées	-1 478,7	-1 505,2
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>-301,1</b>	<b>-334,3</b>
Intérêts non contrôlés	-0,8	-0,9
<b>Total des capitaux</b>	<b>-301,9</b>	<b>-335,2</b>

## TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE DU GROUPE

Pour une période de deux mois	30 juin 2016 millions €	30 juin 2015 millions €
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles</b>	-60,2	-119,7
Intérêts payés/reçus	-1,3	-2,4
Impôts payés	-5,3	-4,8
<b>Trésorerie nette provenant des/(utilisée dans les) activités opérationnelles</b>	<b>-66,7</b>	<b>-127,0</b>
Cession des activités abandonnées, y compris la trésorerie et les découverts réglés	4,7	
Achat de biens immobiliers, d'usines et d'équipement	-5,3	-5,5
Produit de la vente de biens immobiliers, d'usines et d'équipements	0,0	
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-2,0	-1,1
<b>Trésorerie nette affectée aux activités d'investissement</b>	<b>-2,6</b>	<b>-6,6</b>
Tirages/(Remboursements) d'emprunts	-2,6	100,4
Dividendes versés aux actionnaires, société mère	—	—
<b>Trésorerie nette provenant des activités de financement</b>	<b>-2,6</b>	<b>100,4</b>
<b>Augmentation nette de la trésorerie, des équivalents de trésorerie et des découverts bancaires</b>	<b>-71,9</b>	<b>-33,1</b>
Trésorerie, équivalents de trésorerie et découverts bancaires en début de période	152,1	86,7
Trésorerie, équivalents de trésorerie et découverts bancaires en fin de période	80,2	53,6

## Notes aux états financiers

### 1 Méthodes comptables

Les principales méthodes comptables appliquées pour la préparation de ces états financiers consolidés sont expliquées ci-dessous. Ces méthodes ont été appliquées de la même manière pour les périodes présentées, sauf indication contraire.

Les informations financières comprennent les états financiers consolidés de Darty plc pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2015 et le 30 juin 2016, préparés selon les méthodes comptables énoncées ci-dessous. Darty plc (la Société), et ses filiales (formant ensemble le Groupe), est un détaillant de produits d'électricité multicanaux. La Société est une *public limited company* constituée et domiciliée au Royaume-Uni.

### Périmètre de consolidation

Les états financiers consolidés comprennent les états financiers de la Société, de ses filiales, des co-entreprises et des entreprises associées. Toutes les filiales consolidées importantes clôturent leur exercice financier au 30 avril.

### Consolidation

#### (a) Filiales

Les filiales sont toutes les entités (y compris les entités structurées) que le Groupe contrôle. Le Groupe contrôle une entité lorsqu'il est exposé à des rendements variables, ou détient des droits y afférents, en vertu de sa participation avec l'entité et peut influencer sur ces rendements en exerçant son pouvoir sur l'entité. Les filiales sont entièrement consolidées à partir de la date à laquelle le contrôle est transféré au Groupe. Elles sont déconsolidées à partir du moment où ce contrôle cesse.

Le Groupe applique la méthode de l'acquisition pour tenir compte des regroupements d'entreprises. Le coût d'une acquisition est évalué à la juste valeur du règlement, y compris les acquisitions d'actifs, les instruments en capitaux propres et les passifs encourus ou assumés à la date d'acquisition. Les coûts liés à l'acquisition sont comptabilisés en charges. Les actifs et passifs identifiables acquis et les passifs éventuels identifiables repris lors d'un regroupement d'entreprises sont évalués initialement à leur juste valeur à la date de l'acquisition, indépendamment de la participation ne donnant pas le contrôle. L'excédent du coût de l'acquisition sur la juste valeur de la part du Groupe dans les actifs nets identifiables acquis est comptabilisé en tant que goodwill. Si le coût de l'acquisition est inférieur à la juste valeur des actifs nets de la filiale acquise, la différence est constatée directement dans le compte de résultat. Le Groupe reconnaît, au cas par cas, les participations ne donnant pas le contrôle de la société acquise, soit à leur juste valeur, soit au prorata des intérêts non contrôlés par rapport aux montants comptabilisés des actifs nets identifiables de la société acquise.

Le Groupe traite les transactions réalisées avec des entités dans lesquelles les participations ne donnent pas le contrôle de la même manière que celles réalisées avec les actionnaires du Groupe. Pour l'achat de participations ne donnant pas le contrôle, la différence entre le montant payé et la valeur comptable de la part acquise des actifs nets de la filiale est portée aux capitaux propres. Les gains ou pertes sur cessions de participations ne donnant pas le contrôle sont également portés aux capitaux propres.

Les transactions entre entreprises, notamment les produits, les charges, les bilans et les pertes latentes résultant des opérations entre les entreprises du Groupe, sont éliminées lors du processus de consolidation. Les pertes latentes sont également éliminées, mais considérées comme un indicateur de la dépréciation de l'actif transféré.

## **(b) Entreprises associées et co-entreprises**

Les entreprises associées sont toutes les entités sur lesquelles le groupe peut exercer une influence notable, sans pouvoir de contrôle, avec en général une participation de 20 à 50 % des droits de vote. Les co-entreprises sont toutes les entités sur lesquelles le Groupe exerce un contrôle conjoint avec des partenaires.

Les participations dans des entreprises associées et des co-entreprises sont comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence. Selon la méthode de la mise en équivalence, l'investissement est initialement comptabilisé au coût et la valeur comptable est augmentée ou diminuée pour comptabiliser la quote-part de l'investisseur dans les résultats de l'entreprise détenue après la date d'acquisition. L'investissement du Groupe dans des entreprises associées et les co-entreprises comprend le goodwill (net de toutes pertes de valeur cumulées) reconnu lors de l'acquisition.

La quote-part du Groupe dans les pertes/bénéfices réalisés par les entreprises associées et les co-entreprises après l'acquisition de celles-ci est comptabilisée dans le compte de résultat, sa quote-part dans les ajustements de valeurs de ces entités postérieures à leur acquisition est ajustée par rapport à la valeur comptable de l'investissement et sa quote-part dans les variations des réserves de ces entités postérieures à leur acquisition est comptabilisée en réserves. Lorsque la quote-part du Groupe dans les pertes d'une entreprise associée ou d'une co-entreprise est égale ou supérieure à sa participation dans cette même entité, y compris toute créance non garantie, le Groupe ne comptabilise aucune perte supplémentaire, à moins qu'il n'ait encouru des obligations ou qu'il n'ait effectué des paiements au nom de l'entreprise associée ou de la co-entreprise.

Les bénéfices latents sur des opérations réalisées entre le Groupe, ses entreprises associées et ses co-entreprises sont éliminés jusqu'à concurrence de la participation du Groupe dans ces entités. Les pertes latentes sont également éliminées, sauf si la transaction fournit la preuve d'une dépréciation de l'actif transféré.

## **Conversion de devises étrangères**

### **(a) Devises fonctionnelle et de présentation**

Les éléments inclus aux états financiers de chaque entité du Groupe sont calculés dans la devise **de l'environnement économique principal dans lequel l'entité opère** (« la devise fonctionnelle »). Les états financiers consolidés sont présentés en euros, l'Euro qui est la devise **fonctionnelle majoritaire des filiales** et la devise **de présentation du Groupe**.

### **(b) Transactions et soldes**

Les transactions libellées en devises étrangères sont converties dans la devise fonctionnelle, en appliquant les taux de change en vigueur aux dates des transactions. Les gains et pertes sur devise étrangère relatifs aux emprunts, à la trésorerie ou aux équivalents de trésorerie sont présentés dans le compte de résultat aux postes des produits ou coûts financiers. Tous autres gains ou pertes sur devise étrangère sont présentés dans le compte de résultat au poste du résultat d'exploitation, excepté lorsqu'ils sont reportés dans les capitaux propres au titre de couverture des flux de trésorerie et des investissements nets.

Les variations de juste valeur des actifs financiers monétaires libellés en devises étrangères et classés comme disponibles à la vente se distinguent entre les écarts de conversion résultant des variations du coût amorti de ces actifs et autres variations de leur valeur comptable. Les écarts de conversion sont portés au compte de résultat et les autres variations de valeur comptable sont comptabilisées dans les autres éléments du résultat global.

Les écarts de conversion sur les actifs et passifs financiers non monétaires, comme les actions, détenus à leur juste valeur par le biais du compte de résultat sont portés au compte de résultat en tant que gains

ou pertes à la juste valeur. Les écarts de conversion sur les actifs financiers non monétaires, comme les actions, et classés comme disponibles à la vente sont inclus dans la réserve de juste valeur et comptabilisés dans les autres éléments du résultat global.

## **(c) Sociétés du Groupe**

Les résultats et la situation financière de toutes les activités du Groupe qui sont libellés dans une devise fonctionnelle différente de la devise de présentation sont convertis dans la devise de présentation comme suit :

- (i) les actifs et les passifs pour chaque bilan présenté sont convertis au taux de clôture à la date du bilan,
- (ii) les produits et charges pour chaque compte de résultat sont convertis aux taux de change moyens et
- (iii) les écarts de conversion qui en résultent sont présentés en tant que composante distincte des capitaux propres.

Lors de la consolidation, les écarts de conversion provenant de la conversion des investissements nets dans des opérations étrangères et d'emprunts ou autres instruments de devise désignés comme couverture de ces investissements sont inscrits dans les capitaux propres.

Le goodwill et l'ajustement de la juste valeur découlant de l'acquisition d'opérations étrangères sont traités en tant qu'actifs ou passifs d'une opération étrangère et convertis au taux de clôture.

Lors de la vente d'une opération étrangère, les écarts de conversion sont transférés au compte de résultat en tant que gain ou perte de cession.

## **Utilisation de mesures ajustées**

Darty plc estime que le résultat opérationnel courant, le résultat ajusté avant impôt, l'EBITDA et le résultat ajusté par action fournissent des informations supplémentaires utiles concernant les tendances sous-jacentes et les performances commerciales. Ils sont définis comme suit :

- Le résultat opérationnel courant désigne le résultat d'exploitation total avant la quote-part des joint-ventures, intérêts des associés, impôt sur les sociétés, gains sur la cession d'actifs disponibles à la vente, coût du régime des retraites au Royaume-Uni, éléments exceptionnels et, amortissement et dépréciation des actifs incorporels relatifs aux acquisitions.
- L'EBITDA désigne le résultat opérationnel courant avant la dépréciation et l'amortissement et les gains/(pertes) sur cession d'immobilisations corporelles et incorporelles (y compris les radiations).
- Le résultat ajusté avant impôt désigne le résultat opérationnel courant moins les coûts financiers hors intérêts nets sur régimes de retraite.

Un rapprochement du résultat opérationnel courant et de la détermination du résultat selon les PCGR est présenté dans le Compte de résultat du Groupe. Un rapprochement de l'EBITDA et du résultat selon les PCGR est présenté à la note 4 « Analyse par segment ».

Ces mesures sont utilisées par le Groupe dans le cadre de l'analyse interne de la performance et des ententes de primes d'incitation pour les employés.

Les présentes dispositions n'ont pas été définies par les normes IFRS et, par conséquent, ne sont pas comparables à des mesures du résultat intitulées de manière similaire et adoptées par d'autres sociétés. Elles n'ont pas vocation à remplacer les mesures du bénéfice selon les PCGR, ni à les supplanter.

## Éléments exceptionnels

Le Groupe définit les éléments exceptionnels comme des éléments non récurrents, dont la nature ou le volume déformerait la comparabilité des résultats du Groupe d'une année à l'autre. Les éléments exceptionnels se rapportent principalement aux coûts associés à une restructuration importante (c'est-à-dire les indemnités de licenciement, les charges de location importantes, les pertes de valeur d'actifs et autres radiations), aux coûts associés à une perturbation importante de l'activité ou à une modification significative des estimations comptables qui fausserait le résultat sous-jacent.

## Informations relatives aux segments

Le Groupe fonde ses systèmes de reporting internes sur certains secteurs à présenter. Ces secteurs sont utilisés par le principal décideur opérationnel, à savoir le Directeur général du Groupe, pour évaluer la performance et l'allocation des ressources.

Les segments soumis à reporting sont les suivants :

- France (Darty et Mistergooddeal.com)
- Belgique et Pays-Bas (Vanden Borre et BCC)

Les ventes entre les segments sont réalisées dans des conditions de pleine concurrence.

## Immobilisations incorporelles

### (a) Goodwill

Le goodwill désigne l'excédent de la juste valeur d'acquisition sur la juste valeur de la part d'intérêt du Groupe dans les actifs, passifs et passifs éventuels nets identifiables et la juste valeur des intérêts minoritaires d'une filiale ou entreprise associée acquise à la date d'acquisition. Le goodwill résultant d'acquisitions de filiales est inclus dans les immobilisations incorporelles. Le goodwill résultant d'acquisitions d'entreprises associées est inclus dans la valeur comptable des placements dans les entreprises associées et est soumis à un test de dépréciation dans le cadre du bilan global. Le goodwill comptabilisé séparément est soumis à un test de dépréciation au moins une fois par an ou plus fréquemment lorsque des événements ou des changements de situation indiquent une dépréciation potentielle et est valorisé à sa valeur nominale diminuée des pertes de valeur. Les pertes de valeur constatées sur le goodwill ont un caractère permanent. Les gains et les pertes découlant d'une cession d'une opération incluent la valeur comptable de tout goodwill associé à l'opération vendue.

Le goodwill est alloué aux unités génératrices de trésorerie (UGT), afin d'en vérifier la dépréciation. Chacune de ces UGT est une unité autonome séparée au sein du Groupe, pour laquelle la direction de l'unité assume et contrôle la gestion des flux de trésorerie de l'unité de manière indépendante. Dans la pratique, ces unités désignent chaque chaîne de magasins acquise.

### (b) Autres immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont présentées au coût historique, déduction faite des amortissements cumulés et des dépréciations.

- (i) Les coûts relatifs aux logiciels sont directement associés au développement de produits logiciels identifiables et uniques contrôlés par le Groupe. Dans le cas où il est probable qu'ils produisent des bénéfices économiques supérieurs aux coûts au-delà d'un an, ils sont comptabilisés en tant qu'immobilisations incorporelles. Les coûts ne satisfaisant pas les critères de comptabilisation sont comptabilisés en charges lorsqu'ils sont encourus. Les coûts de développement qui sont directement attribuables à la conception et aux essais de logiciels identifiables et uniques

contrôlés par le Groupe sont comptabilisés en tant qu'immobilisations incorporelles, lorsque les critères suivants sont satisfaits :

- il est techniquement possible d'achever le produit logiciel et de l'utiliser ou de le vendre ;
- la direction a l'intention d'achever le produit logiciel et de l'utiliser ou de le vendre ;
- le produit logiciel peut être utilisé ou vendu ;
- la manière dont le produit logiciel générera des bénéfices économiques potentiels futurs peut être démontrée ;
- des ressources adéquates techniques, financières et autres sont disponibles pour achever le développement et pour utiliser et vendre le produit logiciel ; et
- toute dépense relative au produit logiciel au cours de son développement peut être évaluée de manière fiable.

Les frais directs incluent le développement de logiciels, les coûts relatifs aux employés et une quote-part appropriée de frais généraux. Les licences de logiciels acquises sont capitalisées en fonction des frais encourus pour acheter et installer les logiciels en question. Ces frais sont amortis selon le mode linéaire sur la durée d'utilité estimée (entre deux et cinq ans).

- (ii) Les montants relatifs au droit au bail payés en vue d'accéder à certains locaux loués ou à un droit à faire du commerce sur un site sont comptabilisés en tant qu'immobilisations incorporelles. La valeur d'utilité de ces éléments est calculée à l'aide de taux de croissance et de facteurs d'actualisation considérés pertinents pour l'UGT concernée. Ces coûts sont amortis en prenant en compte leur valeur résiduelle (valeur d'utilité) sur la durée d'utilité estimée (entre 15 et 20 ans) selon le mode linéaire. Si la valeur d'utilisation calculée est supérieure à la valeur comptable, aucun amortissement n'est pratiqué.

## **Immobilisations corporelles**

Les terrains et bâtiments sont principalement constitués des points de vente, des entrepôts et des bureaux. Les installations, agencements et équipements comprennent les installations et les aménagements des locataires, les équipements informatiques et électroniques et les véhicules à moteur et les véhicules commerciaux. Toutes les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût historique, déduction faite des amortissements et dépréciations cumulées. Le coût historique inclut toute dépense directement imputable à l'acquisition des immobilisations.

Les immobilisations en cours de construction représentent le coût d'achat, de construction et d'installation des immobilisations corporelles en amont de leur utilisation productive. Elles ne sont pas amorties jusqu'à leur mise en service et transférées dans la catégorie permanente et appropriée d'immobilisations corporelles suite à l'achèvement de leur construction, à moins que des circonstances indiquent une dépréciation de l'immobilisation nécessitant une provision immédiate.

Les coûts ultérieurs sont intégrés à la valeur comptable de l'immobilisation ou comptabilisés en tant qu'actif séparé, selon le cas. Ces coûts sont intégrés à la valeur comptable de l'immobilisation uniquement lorsqu'il est probable que les bénéfices économiques futurs associés à cette immobilisation iront au Groupe, que le coût de cette immobilisation peut être évalué de manière fiable, que la durée de vie utile de l'immobilisation est supérieure à un exercice comptable complet et que les coûts sont supérieurs à 1 000 € (ou l'équivalent). Tout autre coût relatif à des réparations ou à la maintenance est comptabilisé au compte de résultat pour l'exercice financier au cours duquel ils ont été encourus.

Les terrains ne sont pas amortis. L'amortissement des autres immobilisations est calculé selon le mode linéaire aux fins d'allouer leur coût, déduction faite de la valeur résiduelle estimée de leur durée de vie utile estimée. Les périodes d'amortissement pour les principales catégories sont les suivantes :

## Terrains et bâtiments

Bâtiments sur sol propre	20 ans à la valeur résiduelle
Bâtiments à bail long	20 ans ou le temps restant sur le bail si plus court
Bâtiments à bail court	Sur le temps restant sur le bail
Installation et aménagement des locataires	Entre 5 et 20 ans

## Installations, agencements et équipements

Ordinateurs et équipement électronique	Entre 2 et 4 ans
Voitures à moteur et véhicules commerciaux	Entre 2 et 5 ans

Les valeurs résiduelles et les durées de vie utile des immobilisations sont révisées et ajustées, le cas échéant, à la date de chaque bilan. La valeur comptable d'un actif est immédiatement comptabilisée à sa valeur recouvrable si la valeur comptable estimée d'une immobilisation est supérieure à sa valeur recouvrable. Quand les propriétés sont vendues, la différence entre le produit de la vente et la valeur comptable nette est comptabilisée au compte de résultat.

## Dépréciation d'actifs

Les actifs qui ont une durée de vie utile indéfinie, comme le goodwill, ne font pas l'objet d'un amortissement et sont soumis à un test de dépréciation annuel. Les actifs faisant l'objet d'un amortissement ou d'une dépréciation sont soumis à un test de dépréciation lorsque des événements ou des changements de situation indiquent que la valeur comptable n'est pas recouvrable ou que l'utilisation d'un actif ne générera pas un avantage économique supérieur à la valeur comptable. Une perte de valeur est comptabilisée à raison de l'excédent de la valeur comptable d'un actif sur sa valeur recouvrable. La valeur recouvrable est le montant le plus élevé entre sa juste valeur diminuée des coûts de la vente et sa valeur d'utilité.

Aux fins d'évaluation de la dépréciation, les actifs sont regroupés aux niveaux les plus bas pour lesquels il existe des flux de trésorerie individuellement identifiables (UGT). Concernant les immobilisations corporelles et incorporelles, autres que le goodwill, l'UGT est considérée comme étant chaque magasin. Le taux d'actualisation applicable est basé sur le coût moyen pondéré du capital du Groupe avec les ajustements nécessaires au regard des risques associés à l'activité concernée.

Toute charge de dépréciation est comptabilisée au compte de résultat pour l'année au cours de laquelle elle a été encourue. Les actifs non financiers, autres que le goodwill, qui auraient subi une dépréciation font l'objet d'une révision concernant la reprise éventuelle de la perte de valeur à chaque date de clôture. Lorsqu'une dépréciation, autre que celle sur un goodwill, est reprise ultérieurement en raison d'un changement dans l'estimation initiale, la valeur comptable de l'actif est augmentée pour atteindre l'estimation révisée de sa valeur recouvrable.

## Instruments financiers

### Actifs financiers

Le Groupe classe ses actifs financiers selon les catégories suivantes : à la juste valeur par le biais du compte de résultat, prêts et créances et disponibles à la vente. La classification dépend de l'objectif pour lequel les actifs financiers ont été acquis. La direction détermine la classification de ses actifs financiers lors de la comptabilisation initiale.

### (a) Actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat

La catégorie des actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat détenus à des fins de transaction : un actif financier qui est acquis principalement en vue d'être cédé à court terme. Les instruments dérivés sont classés comme étant détenus à des fins de transaction, à moins qu'ils ne soient considérés comme des instruments de couverture et que la couverture ne soit effective à des fins comptables. Les actifs de cette catégorie sont classés en tant qu'actifs circulants.

Les instruments financiers désignés à la juste valeur par le biais du compte de résultat lors de leur comptabilisation initiale : ils incluent les actifs financiers qui ne sont pas détenus à des fins de transaction, qui peuvent être cédés, gérés et dont la performance peut être évaluée à la juste valeur conformément à la stratégie d'investissement et de gestion des risques de la Société.

Les gains et pertes réalisés et latents découlant de variations de la juste valeur des actifs financiers par le biais du compte de résultat sont inclus dans les coûts/produits financiers au compte de résultat pour la période au cours de laquelle ils ont été encourus.

## **(b) Prêts et créances**

Les prêts et créances sont des actifs financiers non dérivés assortis de paiements fixes ou déterminables qui ne sont pas cotés sur un marché actif. Ils sont comptabilisés au poste des actifs circulants, sauf lorsque l'échéance se situe dans les 12 mois suivant la date de clôture, au moment où ils sont comptabilisés en actifs circulants. Les prêts et créances du Groupe comprennent les créances commerciales et autres, ainsi que la trésorerie et les équivalents de trésorerie dans le bilan. Ils sont initialement comptabilisés à la juste valeur et ultérieurement comptabilisés au coût amorti.

## **(c) Actifs financiers disponibles à la vente**

Les actifs financiers disponibles à la vente ne sont pas des instruments dérivés et sont soit désignés dans cette catégorie, soit ne sont pas classés dans une quelconque autre catégorie. Ils sont comptabilisés au poste des actifs non courants, sauf si la direction a l'intention de céder l'investissement dans les 12 mois à compter de la date de clôture.

Le Groupe évalue à chaque date de clôture s'il existe une indication objective de dépréciation d'un actif financier ou d'un groupe d'actifs financiers.

## **Passifs financiers**

### **(a) Passifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat**

La catégorie des passifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat détenus à des fins de transaction : un passif financier qui est acquis principalement en vue d'être cédé à court terme. Les instruments dérivés sont classés comme étant détenus à des fins de transaction, à moins qu'ils ne soient considérés comme des instruments de couverture et que la couverture est effective à des fins comptables. Les passifs de cette catégorie sont classés en tant que passifs circulants.

Les instruments financiers désignés à la juste valeur par le biais du compte de résultat lors de leur comptabilisation initiale : ils incluent les passifs financiers qui ne sont pas détenus à des fins de transaction, qui peuvent être cédés, gérés et dont la performance peut être évaluée à la juste valeur conformément à la stratégie d'investissement et de gestion des risques de la Société.

### **(b) Passifs financiers au coût amorti**

Les emprunts et découverts bancaires porteurs d'intérêts sont initialement comptabilisés à la juste valeur, déduction faite des coûts de transaction imputables. Suite à la comptabilisation initiale, les emprunts porteurs d'intérêts sont comptabilisés au coût amorti, en tenant compte de la différence entre le coût et la valeur de rachat dans le compte de résultat pendant la durée des emprunts, sur la base d'un intérêt effectif.

Les dettes commerciales ne produisent pas d'intérêts et sont comptabilisées au coût amorti.

## **Instruments financiers dérivés**

Tous les instruments dérivés sont initialement comptabilisés à la juste valeur à la date à laquelle le contrat dérivé est conclu et sont ultérieurement réévalués à leur juste valeur à chaque date de clôture. Tous les instruments dérivés sont classés comme étant des investissements détenus à des fins de transaction (une sous-catégorie des actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat), à moins qu'ils ne soient considérés comme des instruments de couverture des flux de trésorerie. Ils sont évalués comme tels à chaque date de clôture et les variations de valeur sont intégralement comptabilisées au compte de résultat.

L'efficacité de la couverture des instruments dérivés désignés comme couvertures des flux de trésorerie est soumise à une évaluation régulièrement. Dans le cas où les exigences de cette évaluation ne sont pas satisfaites par les instruments dérivés, ils sont immédiatement reclassés en tant qu'investissements détenus à des fins de transaction et traités en conséquence. Dans le cas où la couverture des instruments dérivés se révèle efficace, les fluctuations de la valeur sont cumulées dans les réserves de capitaux propres (net d'impôt différé) et sont recyclés par rapport aux produits ou charges du compte de résultat lorsque l'opération de couverture est réalisée. Si la couverture des instruments dérivés se révèle inefficace, toute fluctuation de la valeur est directement comptabilisée au compte de résultat.

Les documents du Groupe au début de la transaction décrivent la relation existant entre les instruments de couverture et les éléments couverts, ainsi que ses objectifs et stratégies en matière de gestion des risques pour la réalisation des différentes opérations de couverture. Le Groupe documente aussi les analyses qu'il pratique à la date de lancement et par la suite de manière régulière et qui prouvent que les instruments dérivés détenus dans un but de couverture compensent très efficacement les variations de la juste valeur ou les flux de trésorerie des éléments couverts.

La juste valeur des instruments financiers qui sont négociés sur un marché actif (tels que les instruments dérivés négociés sur un marché réglementé et les titres « disponibles à la vente ») repose sur les prix du marché à la date de clôture. Le prix du marché appliqué pour les actifs financiers détenus par le Groupe correspond au prix d'achat en vigueur ; le prix du marché approprié pour les passifs financiers correspond au prix de vente en vigueur.

La juste valeur des instruments financiers qui ne sont pas négociés sur un marché actif (tels que les instruments dérivés négociés de gré à gré) est déterminée à l'aide de techniques d'évaluation. Le Groupe a recours à différentes méthodes et formulent des hypothèses basées sur la conjoncture du marché à la date de clôture de chaque exercice.

## **Stocks**

Les stocks sont évalués à la plus petite des deux valeurs suivantes : leur coût ou leur valeur nette de réalisation. Le coût des stocks est déterminé selon la méthode du coût unitaire moyen pondéré. La valeur des stocks comprend le prix d'achat, les coûts associés à l'acheminement des produits au lieu et dans l'état présent, les coûts de la chaîne d'approvisionnement (notamment les coûts de transport des produits aux entrepôts, les frais logistiques au sein des entrepôts et les coûts d'acheminement des produits aux magasins), ainsi que les remises commerciales, ristournes et autres subventions. La valeur nette de réalisation correspond au prix de vente estimé dans le cours normal des activités, déduction faite de l'ensemble des coûts estimatifs encourus pour rendre le produit concerné vendable. Des provisions appropriées ont été constituées, si nécessaire, en prévision de stocks à rotation lente, de stocks obsolètes et de stocks défectueux.

## **Créances commerciales**

Les créances commerciales sont initialement comptabilisées à leur juste valeur, puis au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif, déduction faite des provisions pour dépréciation. Une

provision pour dépréciation des créances commerciales est établie lorsqu'il existe des preuves objectives que le Groupe ne sera pas en mesure de recouvrer la totalité des montants échus conformément aux dispositions contractuelles initiales des créances. Lorsqu'une créance est considérée irrécouvrable, elle est radiée du compte de résultat. Les recouvrements subséquents de montants radiés antérieurement sont portés en diminution des « frais de vente » au compte de résultat.

## **Trésorerie et équivalents de trésorerie**

La trésorerie et équivalents de trésorerie couvrent les disponibilités, les dépôts bancaires à vue et les placements liquides à court terme dont les échéances initiales sont égales ou inférieures à trois mois, ainsi que les découverts bancaires assortis d'un droit de compensation. Les découverts bancaires figurent au poste des dettes financières dans les passifs courants du bilan, mais inclus en tant que trésorerie et équivalents de trésorerie aux fins du calcul des flux de trésorerie.

## **Capital social**

Le Groupe possède une seule catégorie d'actions, à savoir des actions ordinaires classées en tant que capitaux propres.

Les coûts marginaux directement imputables à l'émission de nouvelles actions sont inscrits au poste des capitaux propres sous la forme d'une déduction, nette d'impôts, des produits. Les coûts marginaux directement imputables à l'émission de nouvelles actions ou options ou à l'acquisition d'une activité sont comptabilisés au poste des coûts d'acquisition dans le cadre de la contrepartie d'acquisition.

## **Dettes fournisseurs**

Les dettes fournisseurs sont initialement comptabilisées à la juste valeur, puis valorisées au coût amorti selon la méthode du taux d'intérêt effectif, le cas échéant. Les dettes fournisseurs sont des obligations de payer des biens et services acquis auprès de fournisseurs dans le cadre du cours normal des affaires. Elles sont comptabilisées en tant que passifs courants si le paiement est exigible dans les douze mois suivant la date du bilan.

## **Emprunts**

Les emprunts sont initialement comptabilisés à la juste valeur, nette des coûts de transaction engagés. Ils sont par la suite déclarés au coût amorti ; toute différence entre les produits (nets des coûts de transaction) et la valeur du rachat est comptabilisée au compte de résultat sur la durée des emprunts selon la méthode du taux d'intérêt effectif. Pour les passifs au coût amorti, la valeur comptable est proche de la juste valeur, car l'impact de l'actualisation selon les taux d'intérêt du marché à la clôture de la période de reporting est insignifiant.

Les emprunts sont comptabilisés en tant que passifs courants, sauf si le Groupe possède un droit inconditionnel de différer le règlement du passif pendant au moins 12 mois après la date du bilan.

## **Impôt sur le revenu courant et différé**

L'impôt sur le revenu courant est l'impôt à payer prévu sur les recettes imposables au titre de l'exercice. La charge d'impôt courant est calculée sur la base des lois fiscales en vigueur ou substantiellement en vigueur à la date du bilan dans les pays où la société et ses filiales opèrent et génèrent des recettes imposables. La direction évalue périodiquement les positions prises dans les déclarations d'impôt en ce qui concerne les situations dans lesquelles la réglementation fiscale en vigueur est sujette à interprétation. Elle établit des provisions, le cas échéant, sur la base des montants prévus à payer aux autorités fiscales.

L'impôt sur le revenu différé est intégralement constaté en utilisant la méthode du report variable sur les différences temporaires entre la base fiscale de l'actif et du passif et leurs valeurs comptables dans les états financiers consolidés. L'impôt sur le revenu différé est constaté sur les différences temporaires liées aux investissements dans des filiales et des participations, sauf quand le Groupe est capable de contrôler la date à laquelle la différence temporaire s'inversera et s'il est probable que la différence temporaire ne s'inversera pas dans un avenir prévisible. L'impôt différé n'est pas comptabilisé s'il résulte de la comptabilisation initiale d'un actif ou d'un passif dans une transaction autre qu'un regroupement d'entreprises qui, au moment de la transaction, n'affecte ni le résultat comptable ni le bénéfice ou la perte imposable.

Les impôts différés sont calculés sur la base des taux d'imposition (et des lois fiscales) en vigueur ou substantiellement en vigueur à la date d'établissement du bilan et qui doivent s'appliquer une fois que l'actif d'impôt différé est réalisé ou que le passif d'impôt différé est réglé. La comptabilisation des actifs d'impôt différé prend en considération les critères de comptabilisation de la norme IAS 12 sur la base du jugement du Groupe concernant la probabilité de futurs bénéfices imposables disponibles au titre desquels les différences temporaires peuvent être utilisées.

Les actifs et passifs d'impôt différé sont compensés s'il existe un droit juridiquement exécutoire de compenser les actifs et passifs d'impôts exigibles et s'ils concernent des impôts sur les revenus prélevés par la même autorité fiscale sur la même entité imposable ou sur des entités imposables différentes dans la mesure où existe une intention de régler les soldes dus sur une base nette.

L'impôt est constaté au compte de résultat, sauf s'il concerne des éléments constatés dans les autres éléments du résultat global ou directement dans les capitaux propres. Dans un tel cas, l'impôt est également constaté dans les autres éléments du résultat global ou directement dans les capitaux propres, respectivement.

## **Avantages du personnel**

### **(a) Prestations de retraite**

Le Groupe gère des régimes de retraite surtout au Royaume-Uni et en France, en sus des cotisations versées aux régimes obligatoires financés par l'État. Les régimes soutenus par la société sont généralement financés par le biais de paiements à des compagnies d'assurances ou à des fonds en fiducie, tels que déterminés sur la base de calculs actuariels périodiques ou en vertu des lois locales. Le Groupe possède à la fois des régimes à cotisations définies et des régimes à prestations définies.

Un régime à cotisations définies est une prestation de retraite en vertu de laquelle le Groupe verse des cotisations fixes à une entité distincte. Le Groupe n'a aucune obligation légale ou implicite de verser des cotisations supplémentaires si le fonds ne détient pas suffisamment d'actifs pour verser à tous les salariés les avantages auxquels ils ont droit au titre des services réalisés durant les périodes actuelle et précédente. Un régime à prestations définies est un régime de retraite qui n'est pas un régime à cotisations définies. En général, les régimes à prestations définies définissent le montant de la retraite que recevra le salarié lorsqu'il aura pris sa retraite, souvent en fonction d'un ou de plusieurs facteur(s), comme l'âge, les années de service et le salaire.

Pour les régimes à prestations définies, le passif constaté au bilan est la valeur actuelle de l'engagement de prestation définie à la date du bilan moins la juste valeur des actifs du régime. L'engagement de prestation définie est calculé annuellement par des actuaires indépendants selon la méthode des unités de crédit projetées. La valeur actuelle de l'engagement est déterminée en actualisant les futures sorties de fonds estimées sur la base du taux d'intérêt des obligations d'entreprises de haute qualité libellées dans la monnaie de paiement des prestations et dont l'échéance est proche de celle de l'engagement au titre des prestations de retraite.

Les réévaluations découlant des ajustements liés à l'expérience et les changements d'hypothèses actuarielles sont immédiatement constatés dans l'état du résultat global. Le coût des services passés

est immédiatement porté au compte de résultat. Les charges du régime liées à l'ancien régime de retraite britannique ont été comptabilisées au compte de résultat en tant que coûts d'exploitation.

Pour les régimes à cotisations définies, le Groupe verse des cotisations à des régimes d'assurance retraite publics ou privés sur une base obligatoire, contractuelle ou volontaire. Le Groupe n'a aucun autre engagement supplémentaire une fois que les cotisations ont été versées. Les cotisations sont enregistrées en tant que charges résultant des avantages accordés au personnel lorsqu'elles deviennent exigibles. Les cotisations payées d'avance sont portées à l'actif dans la mesure où elles sont remboursables ou donnent lieu à une réduction des paiements futurs.

## **(b) Rémunération fondée sur des actions**

Le Groupe gère des régimes de rémunération dénoués en fonds propres ou en trésorerie. La juste valeur des services des salariés reçus en échange de l'octroi d'options est constatée en tant que charge. Le montant total de cette charge est déterminé en se référant à la juste valeur de l'option octroyée, hors effet de conditions d'acquisition ne dépendant pas du marché (par exemple, objectifs de rentabilité et de croissance des ventes). Les hypothèses concernant le nombre d'options susceptibles d'être exercées font partie des conditions d'acquisition ne dépendant pas du marché. À chaque date de bilan, le Groupe révisé ses estimations concernant le nombre d'options susceptibles d'être exercées. L'impact de toute révision des estimations initiales, le cas échéant, est constaté au compte de résultat en contrepartie des capitaux propres.

## **(c) Indemnités de licenciement**

Des indemnités de licenciement sont dues si le salarié est licencié avant la date de son départ à la retraite normale ou si le salarié accepte un départ volontaire en échange de ces indemnités. Le Groupe constate les indemnités de licenciement lorsqu'elles sont engagées de manière démontrable soit en vue de licencier d'actuels salariés conformément à un plan formel détaillé sans possibilité de retrait, soit en versant des indemnités de licenciement suite à une offre faite en vue d'encourager un départ volontaire. Les indemnités dont le paiement échoit plus de 12 mois après la date d'établissement du bilan sont actualisées.

## **Provisions**

Les provisions sont comptabilisées lorsque, en vertu d'une obligation légale ou implicite actuelle du Groupe résultant d'événements passés, il est plus probable qu'improbable qu'une sortie de ressources sera nécessaire pour éteindre cette obligation. Les provisions sont évaluées à la valeur actuelle des dépenses considérées comme nécessaires pour éteindre l'obligation en utilisant un taux avant impôt qui reflète l'appréciation actuelle du marché de la valeur temps de l'argent et les risques spécifiques de l'obligation. La hausse de la provision due à l'écoulement du temps est enregistrée en tant que charge d'intérêts. Les provisions sont actualisées lorsque la valeur temps de l'argent est significative. Si le Groupe a un contrat onéreux, l'obligation actuelle en vertu du contrat est constatée et évaluée en tant que provision. La provision est le coût le plus faible entre le coût de sortie du contrat et le coût d'exécution de l'obligation.

Une provision pour garantie estime les futurs coûts des réparations sous garantie qui seront exécutées sur des produits déjà vendus. Cette provision concerne les périodes au cours desquelles les garanties arriveront à échéance et est calculée sur une base annuelle constante.

Les provisions pour restructuration, dont les pénalités relatives aux résiliations de baux et les versements d'indemnités de licenciement, sont uniquement constatées lorsque les plans sont suffisamment détaillés et bien avancés et lorsque les personnes concernées ont été suffisamment informées à la date du bilan ou avant celle-ci. Aucune provision n'est constatée au titre de pertes d'exploitation futures.

Une provision est constatée lorsqu'il existe une obligation implicite actuelle de pourvoir aux coûts de restructuration. C'est le cas lorsqu'il existe un plan formel et détaillé de restructuration identifiant au moins l'activité ou la partie de l'activité concernée, les principaux sites concernés et l'emplacement, les fonctions et le nombre approximatif de salariés devant être indemnisés pour licenciement.

## **Comptabilisation des produits**

Les produits comprennent la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir en échange de la vente de biens et services, nets de la taxe sur la valeur ajoutée, des rabais et des remises et après élimination des ventes au sein du Groupe.

Le Groupe comptabilise les produits lorsque le montant de ces derniers peut être évalué de manière fiable, lorsqu'il est probable que de futurs avantages économiques iront à l'entité et lorsque des critères spécifiques sont satisfaits pour chacune des activités du Groupe comme décrit ci-dessous. Le montant des produits n'est considéré comme évalué de manière fiable qu'une fois que tous les imprévus relatifs à la vente ont été résolus. Le Groupe base ses estimations sur des résultats historiques, en tenant compte du type de client, du type de transaction et des conditions propres à chaque contrat.

Les produits issus de la vente de biens sont comptabilisés au point de vente d'un produit au client ou au moment de sa livraison au client, à savoir à la date la plus tardive des deux. Les ventes de détail sont généralement réglées en espèces ou par carte bancaire ou de crédit.

Certaines sociétés du Groupe vendent des produits assortis d'un droit de retour. L'expérience accumulée est utilisée pour estimer et constituer une provision pour la valeur de ces retours au moment de la vente.

Darty est habilité à facturer des droits d'entrée au franchisé en vue d'établir les liens nécessaires (essentiellement liés aux technologies de l'information) avec l'infrastructure de Darty. Ces droits d'entrée sont constatés lors de l'ouverture du magasin. Sur une base continue, le franchisé paiera une redevance de licence au titre de l'utilisation de la marque et cette redevance est cumulée lorsque les droits sont utilisés. En outre, le franchisé achètera des stocks et dédommagera Darty au regard des frais de logistique et de la couverture de service après-vente au titre de chaque vente de produit. Les ventes de stocks sont constatées après le transfert du titre de propriété à l'acheteur.

Les produits issus des services sont comptabilisés durant l'exercice comptable pendant lequel les services sont fournis, par référence à l'achèvement de la transaction spécifique, évaluée sur la base de la prestation fournie proportionnellement au total des services devant être fournis. Les produits résultant des redevances et des franchises sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité des engagements, conformément à la teneur des contrats concernés.

Le Groupe vend des contrats d'extension de garantie et de services. Lorsque le Groupe doit remplir certaines obligations en vertu de ces contrats, il comptabilise les produits correspondants sur la période pendant laquelle la couverture est fournie, à l'exclusion de toute période de garantie gratuite du fabricant. Les coûts directs associés à la vente de la garantie sont également différés et imputés sur la période durant laquelle la couverture est fournie.

Lorsque le Groupe vend un contrat d'extension de garantie ou de service et que la responsabilité contractuelle relève d'une compagnie d'assurance tierce, le produit de la commission relative au contrat de garantie assuré est comptabilisé au moment de sa vente. Lorsqu'une partie de l'engagement en vertu de ces contrats est réassuré par le Groupe, le produit de la réassurance est comptabilisé au cours de la période de risque, à l'exclusion de toute période couverte par la garantie du fabricant.

Si une extension de garantie est vendue par un franchisé, Darty fournira tous les services d'assistance après-vente et supportera donc les risques et les avantages liés à cette garantie. À l'instar d'autres ventes d'extension de garantie, le produit correspondant et le coût direct de la vente de l'extension de garantie (par ex., la commission du franchisé) est réparti sur l'ensemble de la période de risque.

## **Produits financiers et charges financières**

Les produits financiers et charges financières sont constatés *prorata temporis* selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

## **Baux**

Les contrats de location dans le cadre desquels une part importante des risques et avantages inhérents à la propriété incombe au bailleur sont considérées comme des contrats de location simple. Les paiements effectués en vertu de baux de location simple (nets des éventuels avantages financiers reçus du bailleur) sont comptabilisés en charges au compte de résultat selon le mode linéaire sur la durée du contrat de location.

Les avantages reçus et à recevoir incitant à entrer dans un contrat de location simple sont également comptabilisés sur une base linéaire pendant toute la période de location couverte par le bail, à moins qu'une autre base systématique de comptabilisation ne soit représentative de l'échelonnement dans le temps des avantages qu'en retirera l'utilisateur du bien loué.

Les primes de location à recevoir sont comptabilisées en tant que paiement préalable au bilan et amorties sur une base linéaire pendant toute la période de location couverte par le bail, à moins qu'une autre base systématique de comptabilisation ne soit représentative de l'échelonnement dans le temps des avantages qu'en retirera l'utilisateur du bien loué.

Les frais encourus au titre des baux de location simple sont ajustés ponctuellement afin de refléter l'impact des révisions de loyers du marché. En particulier, en France, en Belgique et en Hollande, il existe une indexation annuelle par rapport à l'inflation des prix locaux. Cette indexation est convenue sur une base annuelle et les coûts sont ajustés lorsqu'elle est convenue et cumulés à compter de cette date.

## **Dividendes**

Les dividendes sont constatés lorsque le droit d'en recevoir le versement est certain.

La distribution de dividendes aux actionnaires de la Société est constatée en tant que passif aux états financiers du Groupe pour la période durant laquelle les dividendes sont approuvés par les actionnaires de la Société. Les dividendes intérimaires sont constatés au cours de la période pendant laquelle ils sont versés.

## **Actifs détenus à des fins de vente et activités non poursuivies**

Les actifs et les activités sont classés en tant qu'actifs et activités détenus à des fins de vente et déclarés à la valeur la plus faible entre la valeur comptable et la juste valeur moins les frais de vente si leur valeur comptable est recouvrée ou réglée principalement par le biais d'une transaction de vente plutôt qu'à travers leur utilisation continue. Une activité abandonnée est un élément des activités du Groupe représentant une ligne d'activité majeure distincte qui a été cédée ou abandonnée ou qui remplit les critères permettant de la classer comme détenue en vue de la vente.

## **Estimations et jugements comptables essentiels**

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus exige l'utilisation de certaines estimations et hypothèses susceptibles d'avoir une incidence sur les montants d'actifs et de passifs déclarés à la date des états financiers et sur les montants des produits et des frais déclarés pendant la période comptable concernée. Bien que ces estimations soient faites par la direction au mieux de ses connaissances actuelles, les montants effectifs pourraient être différents de ces estimations.

## **a) Dépréciation d'actifs estimée**

Le Groupe teste annuellement si le goodwill doit être réduit de valeur conformément au principe comptable décrit dans cette note. En outre, d'autres tests de dépréciation sont réalisés dès que la performance ou un changement de circonstances indique qu'une dépréciation peut devenir nécessaire. Les valeurs recouvrables provenant des unités génératrices de trésorerie (UGT) ont été déterminées sur la base de calculs de la valeur d'utilité. Ces calculs exigent l'utilisation d'estimations qui comprennent des prévisions de flux de trésorerie pour chaque UGT et des taux d'actualisation basés sur le coût moyen pondéré du capital, avec des ajustements appropriés pour les risques associés à l'activité concernée. Veuillez vous reporter à la note sur les immobilisations incorporelles et à la note sur les immobilisations corporelles pour de plus amples informations sur les hypothèses clés utilisées dans le cadre de ces passages en revue des immobilisations.

## **(b) Prestations de retraite**

Le Groupe gère des régimes de prestations de retraite, notamment en France et au Royaume-Uni. Tout déficit ou excédent issu des régimes de prestations définies est constaté au bilan. Le montant enregistré correspond à la différence entre les actifs et les passifs du régime à la date du bilan. Les actifs du régime sont basés sur la valeur de marché à cette date. Les passifs du régime sont basés sur les estimations actuarielles de la valeur actuelle des prestations de retraite futures ou autres prestations qui seront à payer aux membres. Les hypothèses les plus sensibles utilisées pour calculer les passifs prévus sont les taux de mortalité, l'inflation des prix et le taux d'actualisation utilisé pour calculer la valeur actuelle des passifs. La principale hypothèse financière employée est le taux d'actualisation réel, à savoir le surplus entre le taux d'actualisation et le taux d'inflation.

## **c) Fiscalité**

Un jugement significatif est nécessaire pour déterminer la provision nécessaire au titre des impôts sur le revenu. Il existe un certain nombre de transactions fiscales complexes soumettant l'ensemble Groupe à certaines expositions fiscales. Le Groupe constate les passifs liés aux problèmes fiscaux anticipés sur la base des estimations concernant le fait de savoir si des impôts supplémentaires seront à payer. Lorsque l'issue fiscale finale de ces questions est différente des montants initialement enregistrés, ces différences auront un impact sur l'impôt sur le revenu et les provisions pour impôt différé pour la période durant laquelle cette détermination est faite.

## **d) Stocks**

Les stocks sont évalués au plus faible de leur coût moyen et de leur valeur nette de réalisation. Les coûts comprennent le coût d'achat direct et les frais généraux encourus pour acheminer les stocks à leur emplacement actuel et dans leur état actuel, deux types de frais qui sont évalués selon une formule de coût moyen pondéré (voir la note 16). La valeur nette réalisable représente le prix de vente estimé dans le cadre du cours normal des activités moins les coûts estimés pour réaliser la vente des stocks concernés. La valeur nette réalisable comprend, le cas échéant, des provisions pour les stocks à circulation lente et les stocks endommagés. La provision représente la différence entre le coût du stock et sa valeur réalisable nette estimée, sur la base du vieillissement. Le calcul de ces provisions exige certaines appréciations, dont la prévision de la demande des consommateurs, l'environnement promotionnel, concurrentiel et économique, ainsi que les tendances en matière de pertes d'inventaire.

## **e) Produits des fournisseurs**

Les contributions à recevoir des fournisseurs sont importantes et la comptabilité comporte un élément de jugement afin de déterminer le montant et le moment de la comptabilisation de ces produits. La plus grande partie des contributions des fournisseurs provient de contrats annuels conclus avec les fournisseurs pour des rabais sur les volumes, parfois tributaires d'objectifs convenus. Les acquéreurs négocient les contrats dont la durée varie en fonction du fournisseur, le rapprochement de chaque fournisseur étant effectué dans le but de garantir que tous les rabais comptabilisés ont été

adéquatement échelonnés et sont recouvrables. Tous les rabais sont inclus aux coûts de vente. Lorsque des contributions de fournisseurs sont fournies sur la base d'activités ou de services spécifiques réalisés, elles sont comptabilisées au cours de la période pendant laquelle ces services ont été fournis. Le financement d'une campagne de marketing spécifique est déduit des frais de marketing au cours de la période de la campagne.

## Principaux taux de change

	Livre sterling	Livre turque	Couronne tchèque
Taux moyen – exercice clos le 30 juin 2016	0,7905	3,2737	27,0615
Taux à la clôture – 30 juin 2016	0,8265	3,206	27,131
Taux moyen – exercice clos le 30 avril 2016	0,7385	3,1678	27,1078
Taux à la clôture – 30 avril 2016	0,7840	3,2025	27,0560
Taux moyen – exercice clos le 30 avril 2015	0,7771	2,8347	27,5794
Taux à la clôture – 30 avril 2015	0,7312	2,9995	27,4630
Taux moyen – exercice clos le 30 avril 2014	0,8414	2,7506	26,5792
Taux à la clôture – 30 avril 2014	0,8219	2,9295	27,4550

## 2 Analyse par segment

Jun 2016 Pour une période de deux mois	France M€	Pays-Bas M€	Belgique M€	Sans affectation M€	Activités poursuivies du Groupe M€
<b>Produits</b>	<b>434,7</b>	<b>51,3</b>	<b>56,0</b>	<b>0,0</b>	<b>541,9</b>
Résultat opérationnel du Groupe	5,9	-3,5	1,6	-1,5	2,6
Quote-part du résultat après impôt des entreprises associées et des co-entreprises	0,3	—	—	—	0,3
<b>Résultat opérationnel total</b>	<b>6,2</b>	<b>-3,5</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,9</b>
<i>Composé de :</i>					
Résultat des activités de distribution	7,4	-3,5	1,7	-1,6	4,1
Quote-part des intérêts et impôts des entreprises associées et des co- entreprises	-0,2	—	—	—	-0,2
Variation des options et charges connexes sur intérêts non contrôlés	-1,1	0,0	-0,1	0,8	-0,4
Charges de l'ancien régime de retraite britannique	—	—	—	-0,6	-0,6
Éléments exceptionnels	—	—	—	-0,1	-0,1
Amortissement et perte de valeur d'immobilisations incorporelles liées à l'acquisition	—	—	—	—	—
<b>Résultat opérationnel total</b>	<b>6,2</b>	<b>-3,5</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,9</b>
Frais financiers	0,3	-0,2	0,0	-4,2	-4,1
<b>Résultat avant impôt sur le résultat</b>	<b>6,5</b>	<b>-3,7</b>	<b>1,6</b>	<b>-5,70</b>	<b>-1,2</b>

Jun 2016 Pour une période de deux mois	France M€	Pays-Bas M€	Belgique M€	Sans affectation M€	Activités poursuivies du Groupe M€
Charge d'impôts sur le résultat	11,7	0,0	0,0	-12,3	-0,6
<b>Bénéfice de l'exercice des activités poursuivies</b>	<b>18,3</b>	<b>-3,7</b>	<b>1,6</b>	<b>-18,0</b>	<b>-1,8</b>
<b>Jun 2015 Pour une période de deux mois</b>	<b>France M€</b>	<b>Pays-Bas M€</b>	<b>Belgique M€</b>	<b>Sans affectation M€</b>	<b>Activités poursuivies du Groupe M€</b>
<b>Produits</b>	<b>398,6</b>	<b>48,1</b>	<b>54,4</b>	<b>2,9</b>	<b>504,0</b>
Résultat opérationnel du Groupe	-7,0	-3,2	1,4	-2,4	-11,2
Quote-part du résultat après impôt des entreprises associées et des co-entreprises	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2
<b>Résultat opérationnel total</b>	<b>-6,8</b>	<b>-3,2</b>	<b>1,4</b>	<b>-2,4</b>	<b>-11,0</b>
<i>Composé de :</i>					
Résultat des activités de distribution	1,6	-3,1	1,4	-2,4	-2,5
Quote-part des intérêts et impôts des entreprises associées et des co-entreprises	-0,1	—	—	—	-0,1
Variation des options et charges connexes sur intérêts non contrôlés	—	—	—	—	0,0
Charges de l'ancien régime de retraite britannique	—	—	—	-0,2	-0,2
Éléments exceptionnels	-8,3	—	—	0,2	-8,1
Amortissement et perte de valeur d'immobilisations incorporelles liées à l'acquisition	—	-0,1	—	0,0	-0,1
<b>Résultat opérationnel total</b>	<b>-6,8</b>	<b>-3,2</b>	<b>1,4</b>	<b>-2,4</b>	<b>-11,0</b>
Frais financiers	0,1	0,0	0,0	-4,2	-4,1
<b>Résultat avant impôt sur le résultat</b>	<b>-6,7</b>	<b>-3,3</b>	<b>1,4</b>	<b>-6,6</b>	<b>-15,2</b>
Charge d'impôts sur le résultat	0,7	0,0	0,0	4,1	4,8
<b>Bénéfice de l'exercice des activités poursuivies</b>	<b>-6,0</b>	<b>-3,3</b>	<b>1,4</b>	<b>-2,5</b>	<b>-10,4</b>

### 3 Risques fiscaux

La direction a évalué les risques fiscaux potentiels, en prenant en compte les contrôles fiscaux en cours portant sur les différentes entités du Groupe, et a constitué des provisions en conséquence.

Une société du Groupe a reçu une mise en demeure de l'administration fiscale française, portant sur un montant de 15,3 millions d'euros d'impôts impayés et de pénalités relatifs à la structure de la société holding du Groupe. Des conseils professionnels étendus ont été obtenus pour les deux périodes closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015. Les négociations se poursuivent et une rencontre avec l'administration fiscale est prévue pour la fin septembre 2016. Une provision a été constituée sur la base de notre meilleure estimation de son issue attendue au 30 juin 2015 et au 30 juin 2016.

## 4 Événements postérieurs

Le 18 juillet 2016, l'autorité française de la concurrence annonçait sa décision d'approuver l'Acquisition. Suite à cette annonce, la FNAC a annoncé avoir déclaré son Offre inconditionnelle à tous les égards et qu'elle détenait ou avait reçu des acceptations valables de son Offre pour plus de 75 % des actions de Darty.

En conséquence, certaines dépenses conditionnées par la conclusion réussie de l'Offre ont été contractées fin juillet et août, pour un montant total estimé à 36,86 millions d'euros, dont le détail est le suivant :

- Commissions finales des avocats/banques/conseillers : 16,25 millions d'euros
- Accélération des paiements sur la base d'actions effectués en numéraire : 11,52 millions d'euros
- Plan de départ de l'équipe dirigeante : 9,09 millions d'euros

Fin août, le crédit renouvelable était tiré à hauteur de 100 millions d'euros. Une partie de ce montant a été utilisée pour payer les dépenses détaillées ci-dessus.

### **Autres activités et information financière du Nouveau Groupe**

#### Acquisition

Le 12 septembre 2016, la Fnac a achevé l'acquisition de Darty, leader du secteur des Produits blancs et co-leader (avec la Fnac) du secteur des Produits techniques en France en 2015, suite à un certain nombre d'offres concurrentes présentées dans le contexte d'une offre de rachat proposée par la Fnac et des entreprises affiliées à Steinhoff International Holdings N.V., à l'issue desquelles la Fnac a été finalement retenue en juin 2016.

Le 18 mai 2016, la Fnac a publié son document d'offre aux actionnaires de Darty, qui énonce les modalités finales de l'offre de rachat de l'intégralité du capital émis et à émettre de Darty par la Fnac. Suite à la mise en œuvre par la Fnac d'une procédure de cession forcée, la Fnac a finalisé l'Acquisition du capital social émis de Darty, dont un total de 162 255 232 actions Darty (représentant 30,6 % du capital social émis de Darty) s'accompagne du choix de recevoir la contrepartie sous forme d'actions de la Fnac, soit en vertu d'acceptations de l'offre, soit en vertu de choix effectués dans le cadre de la cession forcée.

#### Autres éléments financiers et opérationnels pro forma

**Au 30 juin 2016 et pour  
la période de douze  
mois close le 30 juin  
2016**

**(en millions d'euros)**

Nombre de magasins du Nouveau Groupe .....	642
EBITDA pro forma <sup>(1)</sup> .....	298,4
EBITDAR pro forma <sup>(1)</sup> .....	527,7
EBITDA pro forma après ajustement <sup>(2)</sup> .....	428,4
Endettement financier net pro forma <sup>(3)</sup> .....	632,4
Ratio de l'endettement financier net pro forma sur l'EBITDA pro forma après ajustement .....	1,5x

- (1) Nous définissons l'EBITDA pro forma comme le résultat opérationnel courant pro forma avant amortissement et dépréciation et l'EBITDAR pro forma comme l'EBITDA pro forma ajusté des charges de loyer. Veuillez trouver ci-dessous un rapprochement de l'EBITDA pro forma et de l'EBITDAR pro forma pour la période indiquée :

	<b>Période de douze mois close le 30 juin 2016</b>
	<b>(en millions d'euros)</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> .....	<b>187,9</b>
Amortissements et dépréciations .....	110,5
<b>EBITDA pro forma</b> .....	<b>298,4</b>
Charges de loyers .....	229,3
<b>EBITDAR pro forma</b> .....	<b>527,7</b>

- (2) Nous définissons l'EBITDA pro forma après retraitement comme l'EBITDA pro forma ajusté pour prendre en considération les synergies de coûts et de chiffre d'affaires anticipées. Veuillez trouver ci-dessous un rapprochement de l'EBITDA pro forma à l'EBITDA pro forma après ajustement pour la période indiquée :

	<b>Période de douze mois close le 30 juin 2016</b>
	<b>(en millions d'euros)</b>
<b>EBITDA pro forma</b> .....	<b>298,4</b>
Synergies de coûts <sup>(a)</sup> .....	110,0
Synergies de chiffre d'affaires <sup>(a)</sup> .....	20,0
<b>EBITDA pro forma après ajustement</b> .....	<b>428,4</b>

- (a) Les synergies de coûts, pour un montant de 110,0 millions d'euros, comprennent :

- Des améliorations des conditions d'achat en France, liées à (i) l'alignement des conditions entre la Fnac et Darty sur les Produits bruns et les Produits gris et (ii) des gains liés au volume suite à l'augmentation de la taille du Nouveau Groupe entraînant une amélioration de la capacité de négociation avec les fournisseurs. La Fnac s'efforcera également d'extrapoler les gains français aux autres régions géographiques (par la création d'une plateforme européenne d'achats) et d'exploiter la plateforme asiatique de Darty afin de se procurer certains produits de la Fnac directement en Asie ;
- Des économies sur les coûts logistiques résultant d'une mutualisation des plateformes logistiques, et notamment des entrepôts ;
- Des économies liées aux charges d'exploitation en magasin, notamment (i) l'effet de volume lié à la massification de certains contrats de fournisseurs et (ii) des gains de productivité liés au coût de la sécurité (concernant en particulier la mutualisation de certaines fonctions pour les magasins Fnac et Darty présentant une proximité géographique) ;
- Des économies sur les coûts informatiques liées à la fusion de certains systèmes informatiques de la Fnac et de Darty et des économies sur les achats de certains services informatiques ; et
- Des économies sur les coûts centraux liées à (i) la fermeture du siège britannique de Darty et l'élimination de certains coûts associés, notamment les coûts de cotation de Darty, et (ii) l'élimination des redondances dans certaines fonctions, certains coûts centraux et de siège, des fonctions d'encadrement, des coûts immobiliers et des frais de marketing en France et en Belgique.

Les synergies de chiffre d'affaires, pour un montant de 20,0 millions d'euros, comprennent le chiffre d'affaires anticipé de certaines initiatives de vente croisée, comme les espaces Fnac axés sur des Produits éditoriaux dans certains magasins Darty, afin d'augmenter le trafic, et des espaces Darty dans certains magasins de la Fnac, afin d'améliorer l'offre de Produits blancs de la Fnac et d'augmenter l'assortiment de produits à marge élevée dans l'espace disponible en magasin. Nous entendons également faciliter la vente croisée de produits et services par nos canaux virtuels et étendre l'offre de billetterie de la Fnac à certains magasins Darty en France et en Belgique.

Environ la moitié du total des synergies devrait se composer de synergies de chiffre d'affaires et de l'amélioration des conditions d'approvisionnement tandis que le reste des synergies devrait se composer d'économies de

coûts logistiques, d'économies liées aux dépenses opérationnelles internes, d'économies liées aux nouvelles technologies et d'économies liées aux coûts sociaux.

Les frais ponctuels qui devraient être engagés pour réaliser les synergies précitées, que nous estimons, au total, entre 105 et 110 millions d'euros, prévus pour l'essentiel pour les exercices clos les 31 décembre 2017 et 2018, n'ont pas été déduits. Les synergies présentées représentent le montant intégral des synergies que nous prévoyons de réaliser d'ici à la fin 2019. Les investisseurs sont toutefois invités à noter qu'il est prévu de réaliser 5 % environ des synergies en 2016 seulement et que ces synergies progresseront à environ 50 % en 2017, 90 % en 2018 et 100 % par la suite.

Bien que ces synergies aient été estimées sur la base d'une analyse et d'un examen attentifs de Darty, les investisseurs sont priés de noter que ces chiffres sont des estimations et que rien ne garantit que nous parviendrons à réaliser une quelconque de ces synergies ou économies sur coûts dans le délai prévu et les coûts que nous engagerons pour essayer de réaliser ces synergies pourraient se révéler supérieurs aux avantages en découlant. En outre, la Fnac estime que des effets de « dé-synergie » peuvent se produire du fait de l'Acquisition (qui comprennent le coût de la cession de six magasins mentionnés dans l'Acquisition et du manque à gagner de ces magasins correspondant), qui n'ont pas été déduits. Pour parvenir à l'estimation des synergies, la Fnac a posé les hypothèses suivantes : (i) il n'y aura pas d'impact sur les opérations sous-jacentes de l'une ou l'autre entreprise ni sur leur capacité à réaliser des affaires avec des clients et (ii) il n'y aura pas de changement important dans la situation macroéconomique, politique ou juridique des marchés ou régions où opèrent la Fnac et Darty à même d'affecter substantiellement l'exécution ou les coûts de réalisation des économies sur coûts envisagées.

- (3) L'endettement financier net pro forma représente les emprunts pro forma à long terme plus les emprunts pro forma à court terme moins la trésorerie et les équivalents de trésorerie pro forma.

## Refinancement

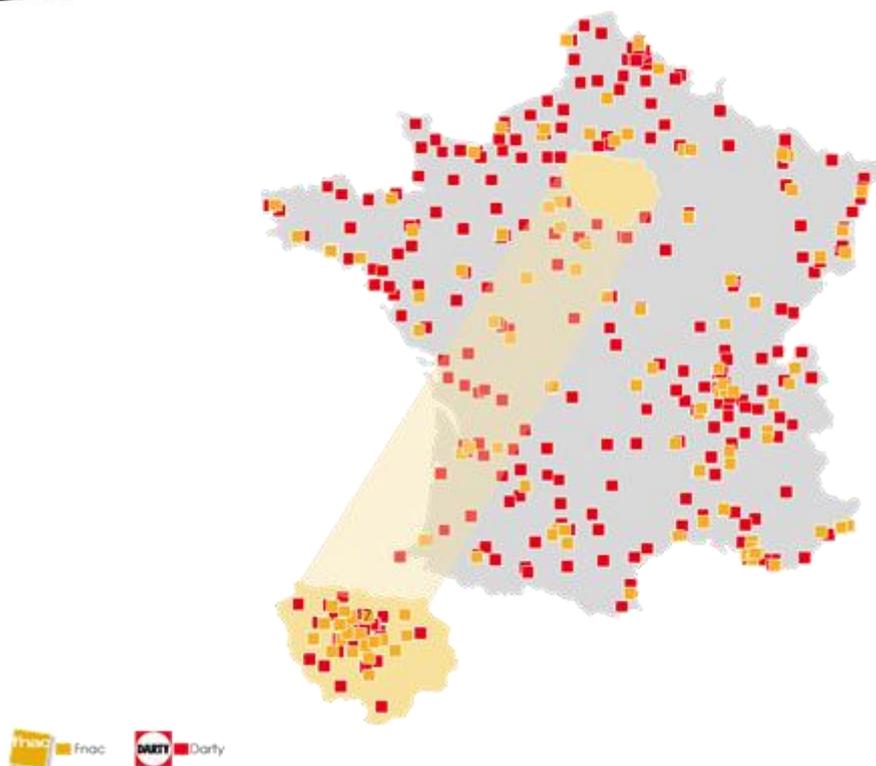
Dans le cadre de l'Acquisition, la Fnac a conclu la Convention de crédit senior, qui prévoit un Crédit relais de 950,0 millions d'euros et un Crédit renouvelable de 400,0 millions d'euros. Le 23 juin 2016, un Crédit à terme de 200,0 millions d'euros a été contracté aux termes de la Convention de crédit senior, dont les engagements annulaient une part égale des engagements du Crédit relais. Un prêt s'élevant au montant total de 200,0 millions d'euros disponibles dans le cadre du Crédit à terme a été tiré le 26 juillet 2016 et une partie de l'engagement dans le cadre du Crédit relais, d'un montant de 500,0 millions d'euros, a été tirée le 1<sup>er</sup> août 2016 afin de financer la contrepartie en numéraire payée dans le cadre de l'Acquisition. Le reste de l'engagement aux termes du Crédit relais, pour un montant de 250,0 millions d'euros, a été tiré le 6 septembre 2016 afin de financer, avec la trésorerie, le rachat intégral des Obligations Darty.

## Aperçu des activités du groupe

Le Nouveau Groupe possède un réseau dense de 642 magasins (au 30 juin 2016), principalement dans la région France (430), dans la péninsule ibérique (49), en Belgique (73) et aux Pays-Bas (73), mais aussi au Brésil (12) et en Suisse (5), ce portefeuille étant constitué de divers formats de magasins.

Le Nouveau Groupe réunira l'« *agitateur culturel* » (expression que les clients associent à la Fnac) et le « *contrat de confiance* » (expression emblématique de Darty).

La carte suivante présente les implantations des magasins Darty et Fnac en France au 30 juin 2016 :



Au cours de la période de douze mois close le 30 juin 2016, le Nouveau Groupe a généré 75,4 % de son chiffre d'affaires consolidé en France (ce qui inclut les franchises au Qatar, Maroc et Côte d'Ivoire), 8,6 % dans la péninsule ibérique, 1,8 % au Brésil et 14,2 % en Belgique, aux Pays-Bas et en Suisse.

### Effectifs

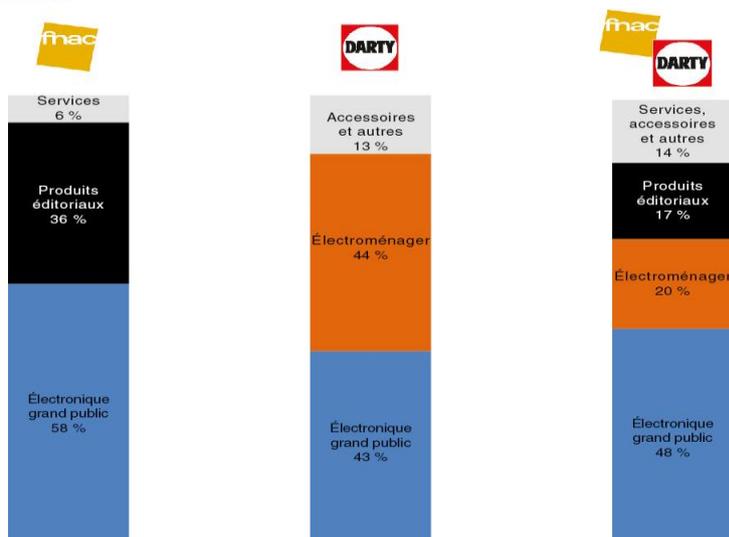
Au 31 décembre 2015, la Fnac employait 14 086 salariés et, au 30 avril 2016, l'effectif de Darty s'élevait à 12 017 salariés.

### **Parts de marché du Nouveau Groupe**

Ces parts de marché ont été calculées en se fondant sur une définition constante des marchés de la Fnac et de Darty et, de ce fait, peuvent différer des parts de marché indiquées par le passé.

L'Acquisition permettra au Nouveau Groupe de se positionner en tête des Produits techniques et des Produits blancs en France, avec 24,3 % de parts de marché des Produits techniques, et 18,9 % de parts de marché des Produits blancs (données de 2015). Le Nouveau Groupe sera également un acteur central de Produits éditoriaux en France (16,6 % de parts de marché).

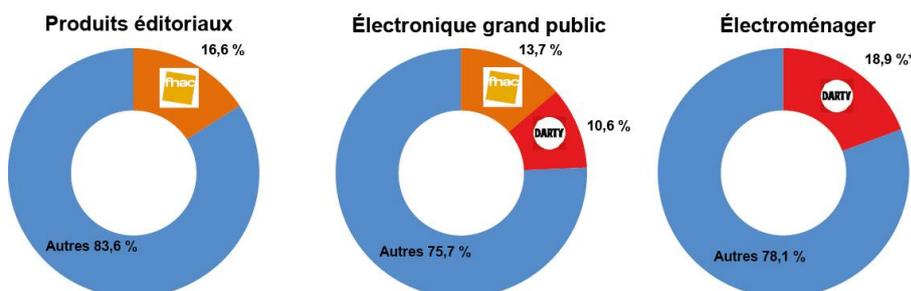
Le Nouveau Groupe offre une gamme de produits diversifiée et équilibrée, composée de Produits techniques, de Produits blancs et de Produits éditoriaux et fournit également à ses clients une large gamme de services. Le graphique qui suit présente la répartition du chiffre d'affaires du Nouveau Groupe par produit et service pour la période de douze mois close le 30 juin 2016 :



Sur une base pro forma (en tenant compte de l'Acquisition, du Refinancement et du paiement des honoraires et frais y afférents), pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, le Nouveau Groupe a généré un chiffre d'affaires de 7 562,5 millions d'euros et un EBITDA pro forma après ajustement de 428,4 millions d'euros.

En pro forma pour l'Acquisition, le Nouveau Groupe a généré 48,2 % de son chiffre d'affaires dans les Produits techniques, 20,4 % dans les Produits blancs, 17,4 % dans les Produits éditoriaux et 10,8 % dans les Services et certains autres éléments au cours de la période de douze mois close le 30 juin 2016.

Le Nouveau Groupe devrait avoir la plus grosse part des marchés des Produits éditoriaux, des Produits techniques et des Produits blancs en France et une part de marché importante des Produits éditoriaux, comme l'indiquent les diagrammes ci-dessous.



\* inclut 0.2 % de la part de marché de la Fnac

## ***Facteurs de risque relatifs au Nouveau Groupe***

### ***Le succès du Nouveau Groupe dépend en partie des nouvelles technologies et des nouveaux produits développés par des tierces parties, notamment ses fournisseurs et autres fabricants.***

Bien que le Nouveau Groupe ait le choix dans la sélection des produits vendus dans ses magasins, il n'a aucun contrôle sur le développement des produits par les fabricants, y compris sur les nouvelles technologies intégrées à ces produits ou leurs caractéristiques ou conceptions attrayantes pour le client. Dans le cas où les fournisseurs et/ou les fabricants du Nouveau Groupe desservant ces fournisseurs seraient dans l'incapacité de développer des produits conformes aux demandes des clients, la gamme de produits offerte par le Nouveau Groupe sera impactée et les recettes des ventes pourraient baisser, les clients réalisant leurs dépenses discrétionnaires ailleurs. Cela pourrait avoir un effet indésirable important sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

### ***Le Nouveau Groupe est exposé à un risque de troubles économiques, sociaux et politiques.***

Des événements négatifs ont récemment touché la France et ont impacté le secteur des affaires et généré des troubles politiques et sociaux. Dans le cas où l'instabilité sociale s'intensifierait, par exemple lors de la prochaine élection présidentielle au printemps 2017 ou lors des prochaines élections parlementaires en juin 2017, le Nouveau Groupe pourrait être exposé à un risque plus élevé d'interruption de l'activité à cause de l'instabilité économique, politique ou sociale. Les coûts relatifs à la sécurité du Nouveau Groupe pourraient augmenter suite à une agitation sociale ou des violences accrue(s). La fréquentation pourrait alors être impactée par des incidents émanant de cette agitation sociale ou de ces violences. Il est possible qu'une reprise ou la persistance de toute incertitude sociale et politique, ainsi que tout impact négatif en résultant sur la situation économique française, entraînent des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

### ***Le Nouveau Groupe ne peut garantir à quiconque le succès d'une quelconque de ses stratégies.***

La performance future du Nouveau Groupe dépend de sa capacité à identifier, développer et mettre en œuvre ses stratégies. Le Nouveau Groupe ayant établi une plateforme de croissance et de développement stratégique pour étendre son activité, l'échec du déploiement de cette dernière et de l'utilisation du capital et d'autres ressources pourraient impacter négativement les initiatives prévues. En outre, à la suite de l'Acquisition, la Fnac a reformulé sa stratégie pour le Nouveau Groupe et continuera de la reformuler. De mauvaises évaluations ou des défauts dans la mise en œuvre de la stratégie du Nouveau Groupe pourraient avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

### ***Les campagnes publicitaires du Nouveau Groupe pourraient se révéler inefficaces.***

Les ventes du Nouveau Groupe dépendent en grande partie du succès de ses campagnes publicitaires. Le Nouveau Groupe fait appel à diverses plateformes de marketing, la plus importante étant le moteur de recherche Google sur lequel le Groupe s'appuie fortement. Toute hausse des prix imposée par Google pour ses services pourrait augmenter les coûts de marketing du Nouveau Groupe de manière inattendue.

Ponctuellement, le Nouveau Groupe devra actualiser ou renouveler ses campagnes publicitaires, ce qui nécessitera des dépenses supplémentaires. Dans le futur, le Nouveau Groupe pourrait, par exemple, renforcer ses efforts marketing de manière significative, notamment dans les domaines de la publicité, de l'optimisation des moteurs de recherche et de sa présence dans les médias sociaux. Ces initiatives pourraient ne pas parvenir à attirer de nouveaux clients ou à générer les volumes d'achats anticipés. De manière générale, le Nouveau Groupe ne peut pas garantir que ses efforts de marketing généreront le niveau attendu de notoriété de sa marque, promouvront la croissance en termes de nombre de clients ou développeront le volume des ventes. Concernant les marchés sur lesquels le Nouveau Groupe a déjà atteint un taux de pénétration important, il peut être plus difficile et coûteux d'attirer de nouveaux clients. Dans le cas où une campagne publicitaire serait un échec, les investissements réalisés se révéleront inefficaces et le Nouveau Groupe pourrait faire face à une diminution de la demande des clients et à une baisse des ventes associée, ce qui pourrait avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***L'activité du Nouveau Groupe pourrait être négativement impactée par des changements d'algorithme ou de dynamique des moteurs de recherche ou par la désintermédiation des moteurs de recherche.***

Le Nouveau Groupe se repose en partie sur plusieurs moteurs de recherche Internet, comme Google, pour générer une importante fréquentation de ses sites Internet, ce qui lui permet de réaliser une part substantielle de ses recettes. La capacité du Nouveau Groupe à maintenir un nombre élevé de visiteurs sur ses sites Internet n'est pas entièrement sous son contrôle. La stratégie d'optimisation des moteurs de recherche (*search engine optimization*, « SEO ») de ses concurrents pourrait entraîner un meilleur classement par page des sites Internet de ces derniers par rapport à ceux du Nouveau Groupe, ou les moteurs de recherche Internet pourraient revoir leurs méthodologies afin d'améliorer leurs résultats de recherche, ce qui pourrait affecter négativement le classement du Nouveau Groupe dans les résultats de recherche par page. En outre, des avis en ligne négatifs des clients pourraient entraîner un déclasserment des sites Internet du Nouveau Groupe par les moteurs de recherche. Dans le cas où les sociétés de moteur de recherche modifieraient leurs algorithmes de recherche d'une manière qui serait défavorable au Nouveau Groupe, ou dans le cas où la stratégie d'optimisation des moteurs de recherche de ses concurrents serait plus efficace que celle du Nouveau Groupe, cela pourrait avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***Une partie significative des magasins du Nouveau Groupe est exploitée par des franchisés et cette situation de mixité d'exploitation présente un certain nombre d'inconvénients et de risques.***

Au 30 juin 2016, environ 18,8 % des magasins Darty et 21,5 % des magasins Fnac étaient des franchises. Le Nouveau Groupe reçoit des revenus sous la forme de redevances et de commissions de la part des franchisés, ainsi que de la vente des produits dans les magasins franchisés. Certains franchisés peuvent fixer librement leurs prix et passer commande à des parties autres que le Nouveau Groupe, ce qui peut impacter les recettes du Nouveau Groupe. Le Nouveau Groupe a une influence limitée sur les franchisés et une capacité limitée à pratiquer des changements en matière de propriété commerciale et de gestion du magasin. Les franchisés pourraient également ne pas souhaiter ou être dans l'incapacité de mettre en œuvre des initiatives stratégiques. Bien que le Nouveau Groupe ait certains droits en matière de résiliation de franchise en cas de non-respect des stipulations contractuelles, il pourrait ne pas être capable d'identifier les problèmes ou de prendre des mesures

suffisamment rapidement pour empêcher ses résultats d'exploitation et sa réputation d'en pâtir. Les principaux concurrents du Nouveau Groupe pourraient avoir un meilleur contrôle sur leurs réseaux de magasins respectifs du fait qu'ils sont propriétaires de leurs magasins, plaçant le Nouveau Groupe en position de désavantage concurrentiel.

En outre, il existe un risque que le Nouveau Groupe puisse faire l'objet d'une perte en termes de ventes nettes, ainsi que d'une interruption de l'activité dans un ou plusieurs de ses points de vente si un nombre significatif de franchisés existants ou futurs cessaient leurs activités avec le Nouveau Groupe ou si un nombre significatif de franchisés, licenciés ou autres partenaires commerciaux existants ou futurs rencontraient des difficultés financières et devenaient insolubles ou faisaient l'objet d'une procédure de faillite ou de procédures aux effets similaires. Le Nouveau Groupe est limité dans sa capacité à faire respecter les obligations des franchisés en cas de procédure de faillite ou d'insolvabilité et peut ne pas être en mesure de recouvrer les créances impayées, notamment les commissions de franchise et de licencié, ainsi que les redevances et les paiements sur les produits. Par ailleurs, les produits stockés dans les locaux de ces franchisés, licenciés ou partenaires commerciaux, selon le cas, peuvent être saisis par les créanciers et vendus à des prix inférieurs aux prix de vente recommandés, réduisant par la même occasion la valeur de la marque du Nouveau Groupe, et cela pourrait avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

En outre, le Nouveau Groupe pourrait être impacté par la loi « El Khomri » portant sur le travail, la modernisation du dialogue avec les employés et la sécurisation des parcours professionnels, votée en 2016 par le Parlement français. La loi El Khomri reste floue sur plusieurs points et cela pourrait potentiellement soumettre le Nouveau Groupe à des poursuites judiciaires, par exemple, dans le cas où un franchiseur ne respecte pas l'obligation de divulgation d'informations au Haut Conseil du dialogue social ou dans le cas où le contrat de franchise est converti en un contrat de travail suite à l'ingérence du franchiseur dans la gestion du franchisé. La loi ne mentionne aucune sanction spécifique en cas de non-respect de ces règles par le franchiseur. Néanmoins, toute poursuite judiciaire de la sorte pourrait engendrer des dépenses imprévues et nécessiter un temps de gestion important.

***Le Nouveau Groupe a droit en France à un crédit d'impôt pour l'emploi, récemment promulgué. Néanmoins, les bénéfices obtenus peuvent être négativement impactés par des modifications dans la loi ou dans l'application des règles comptables associées.***

En décembre 2012, le Gouvernement français a adopté le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (ou le « CICE »), dans le cadre de la politique gouvernementale française visant à promouvoir le marché de l'emploi en France et à améliorer la compétitivité de l'économie française. Conformément au CICE, les sociétés françaises recevront une subvention de 6 % des salaires bruts payés à leurs employés en 2014 et les années suivantes. Le montant du CICE est calculé sur la base des salaires bruts payés au cours de chaque année civile aux employés dont les salaires sont inférieurs à un maximum de 250 % du salaire minimum légal français. Conformément aux dispositions du CICE, le salaire brut est calculé sur la base des heures de travail normales plus les heures supplémentaires (mais sans prendre en compte la majoration payable en cas d'heures supplémentaires).

Conformément aux règles comptables en vigueur à la date des présentes, le Nouveau Groupe est en mesure de comptabiliser le bénéfice relatif au CICE auquel il est éligible en tant que déduction des dépenses liées au personnel. Par conséquent, le bénéfice du CICE aura un impact positif sur le revenu opérationnel et l'EBITDA du Nouveau Groupe.

Le bénéfice du CICE pour un quelconque exercice financier ne pourra être utilisé, au cours d'une période initiale de quatre années, que pour réduire l'impôt sur les sociétés payable par le Nouveau Groupe. La partie du bénéfice du CICE qui ne sera pas utilisée à des fins de réduction de l'impôt sur les sociétés au cours de la période initiale de quatre années sera payable au Nouveau Groupe par le Trésor français à la fin de cette période.

Par ailleurs, considérant les pressions sur le budget de l'État en France, le Gouvernement français pourrait décider à tout moment de modifier sa politique et de limiter l'application du CICE (par exemple, en modifiant la base de calcul du CICE), de fixer des conditions spécifiques aux sociétés recherchant à bénéficier de ce crédit ou de le supprimer dans son intégralité. Si la situation économique française s'améliore, le Gouvernement pourrait également décider que le CICE n'est plus nécessaire à l'amélioration du marché de l'emploi et de la compétitivité économique française et, par conséquent, pourrait abroger cette loi pour des raisons budgétaires ou autres. Rien ne garantit donc que le Nouveau Groupe pourra continuer de bénéficier du CICE. Toute modification du CICE, notamment les modifications des conditions ou exigences que les sociétés doivent satisfaire afin de bénéficier du CICE ou de tout traitement comptable y afférent, pourrait entraîner la diminution ou la suppression de l'impact positif du CICE sur les résultats d'exploitation du Nouveau Groupe.

***La législation fiscale française pourrait restreindre la capacité du Nouveau Groupe à appliquer le report fiscal des pertes en France.***

Le Nouveau Groupe peut reporter des actifs d'impôt différé dans son bilan, reflétant des économies d'impôt futures résultant des écarts entre les impôts et la valeur comptable des actifs ou passifs ou des reports fiscaux des pertes d'entités du Nouveau Groupe. La réalisation effective de ces actifs dans les prochaines années dépend de la législation et de la réglementation fiscales, du résultat des éventuels audits fiscaux et des performances futures des entités pertinentes. En particulier, conformément à l'article 209, I, alinéa 3 du Code général des impôts, le montant du report fiscal français des pertes qui viendrait réduire le bénéfice imposable pour un quelconque exercice fiscal donné est limité à 1 million € plus 50 % de la portion des bénéfices imposables dépassant 1 million €. Toute diminution de la capacité du Nouveau Groupe à utiliser ses actifs suite à des modifications des lois et réglementations, à une éventuelle réévaluation fiscale ou à des résultats plus faibles que prévu pourrait avoir des effets indésirables sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***Le Nouveau Groupe pourrait surestimer les synergies qui résulteront de l'Acquisition ou sous-estimer les coûts de mise en œuvre de ces synergies.***

L'Acquisition a été conclue le 12 septembre 2016. Le principal objectif de l'Acquisition était de créer de la valeur pour le Nouveau Groupe, particulièrement grâce à des synergies en matière d'achat, d'optimisation de la logistique, de regroupement des fonctions administratives et d'économies dans les achats. Néanmoins, les synergies sur lesquelles le projet d'Acquisition s'est fondé pourraient ne pas se réaliser comme prévu. Le Nouveau Groupe pourrait avoir surestimé les synergies qui résulteront de l'Acquisition ou sous-estimé le coût de mise en œuvre de ces synergies et de tels coûts pourraient contrebalancer les bénéfices de ces synergies. Le montant des synergies a été calculé en partant du principe que le Groupe conserve les deux marques, Fnac et Darty, et leurs concepts commerciaux bien distincts suite à la conclusion de l'Acquisition.

Les bénéfices anticipés dépendront en partie de la possibilité d'intégrer les activités de Darty de manière efficace et efficiente aux activités du Groupe et de la possibilité de générer les bénéfices escomptés à partir des sources prévues pour les synergies. De nombreuses décisions opérationnelles et

stratégiques concernant Darty suite à l'acquisition par le Groupe n'ont pas encore été prises et pourraient ne pas avoir été identifiées intégralement. Ces décisions pourraient représenter de véritables défis pour la direction, notamment l'intégration des systèmes et du personnel des deux sociétés, et poser des risques spécifiques, notamment des passifs imprévus potentiels, des pertes exceptionnelles ou des frais de restructuration importants, des coûts imprévus et la perte d'employés essentiels. En particulier, certains employés existants ou potentiels pourraient avoir des incertitudes quant à leur future situation au sein du Nouveau Groupe, ce qui pourrait avoir des effets négatifs significatifs sur la capacité du Groupe et de Darty à recruter et maintenir en poste les responsables et autres employés essentiels, ainsi que sur le moral des employés. En outre, la concentration des efforts sur l'intégration des activités pourrait détourner les ressources de gestion.

La Fnac pense que des synergies négatives pourraient apparaître suite à l'Acquisition (notamment le coût de désinvestissement de six magasins et les pertes associées aux recettes relatives à ces magasins), qui n'ont pas été déduites des synergies estimées.

Pour identifier les synergies estimées, Fnac a formulé les prévisions suivantes : (i) il n'y aura aucun impact important sur les opérations sous-jacentes des deux sociétés ou sur leur capacité à développer leur activité auprès de leurs clients et (ii) il n'y aura aucun changement significatif au niveau macroéconomique, politique ou juridique dans les marchés ou régions dans lesquels la Fnac et Darty opèrent, qui puisse impacter de manière substantielle la mise en œuvre ou les coûts relatifs aux économies proposées. Aucune garantie ne peut être donnée quant à la réalisation de ces prévisions.

Il ne peut être garanti que l'intégration des activités, de la gestion et de la culture de Darty à celles du Groupe sera effectuée dans les temps ou de manière efficace. En outre, la capacité du Nouveau Groupe à réaliser les synergies prévues est soumise à d'importantes incertitudes et contingences relatives à l'activité, à l'économie et à la concurrence, qui ne sont pas sous son contrôle, comme les modifications de la réglementation régissant ou ayant un impact sur son secteur, les modifications de l'environnement politique en France, les difficultés opérationnelles, les préférences des clients et les changements en termes de concurrence ou de conditions générales du secteur ou de l'économie. Par conséquent, le Nouveau Groupe peut avoir surestimé les synergies qui résulteront de l'Acquisition ou avoir sous-estimé les coûts de mise en œuvre de ces synergies. L'échec de la mise en œuvre des synergies prévues pourrait avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***Dans le cas où il existe des difficultés importantes et imprévues en matière d'intégration des activités du Groupe à celles de Darty, l'activité du Nouveau Groupe pourrait être négativement impactée.***

Il pourrait être difficile d'intégrer les activités et opérations du Groupe à celles de Darty (et inversement) et la restructuration des organisations pourrait induire un risque structurel opérationnel, ainsi qu'un risque de perte d'efficacité, et détourner l'attention de la direction des activités courantes. Les difficultés d'intégration des activités des deux groupes pourraient inclure, notamment :

- la gestion d'un groupe nettement plus vaste,
- la coordination d'organisations séparées géographiquement,
- le détournement potentiel de l'attention et des ressources de la direction à l'égard d'autres opportunités stratégiques et de problèmes opérationnels,
- la fidélisation des clients existants tout en attirant de nouveaux clients,

- le maintien du moral des employés et la fidélisation des dirigeants et autres employés essentiels,
- l'intégration de deux cultures d'entreprise uniques, qui pourraient se révéler incompatibles,
- la possibilité d'hypothèses erronées relatives aux attentes concernant l'intégration et le processus d'acquisition,
- des problèmes dans la réalisation des efficacités d'exploitation prévues, des opportunités commerciales et des perspectives de croissance,
- la consolidation des infrastructures organisationnelles et administratives et l'élimination des opérations redondantes,
- des problèmes dans l'intégration des rapports financiers, du contrôle interne, de la technologie de l'information, des communications et autres systèmes,
- des modifications des lois et réglementations applicables et
- la gestion des coûts relatifs aux impôts ou des inefficiences associées en lien avec l'intégration des opérations du Nouveau Groupe.

Nombre de ces facteurs ne seront pas sous le contrôle du Nouveau Groupe et chacun d'entre eux pourrait entraîner des coûts importants et des pertes de recettes, mais aussi faire perdre du temps et de l'énergie à la direction, ce qui pourrait avoir des effets indésirables importants sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***Une partie des contrats de Darty contient des stipulations en matière de changement de contrôle, ce qui pourrait autoriser ses contreparties à résilier leur contrat dans des circonstances telles que l'Acquisition.***

Certains des contrats de Darty contiennent des stipulations relatives au « changement de contrôle », qui obligent Darty à notifier la contrepartie d'un changement de contrôle éventuel, ou contiennent des formulations qui peuvent être interprétées comme la possibilité, sous certaines conditions, pour la contrepartie de résilier le contrat. Darty n'a pas notifié l'Acquisition à toutes les contreparties auxquelles il est dans l'obligation de le faire conformément aux stipulations contractuelles et Darty n'a pas demandé d'accord formel auprès de chacune des contreparties qui jouiraient d'un droit de résiliation dans le cadre d'une stipulation contractuelle de changement de contrôle. Depuis l'annonce de l'Acquisition, Darty n'a reçu aucun avis formel ou aucune demande d'une quelconque contrepartie concernant son droit de résiliation découlant du changement de contrôle. Néanmoins, rien ne garantit que les contreparties n'exerceront pas leur droit de résiliation dans le futur. Dans le cas où un nombre important de ces contrats serait résilié suite à l'Acquisition, le Nouveau Groupe pourrait se trouver dans l'obligation de conclure de nouveaux contrats. Certaines de ces nouvelles contreparties pourraient se trouver dans une position de négociation plus avantageuse que celle des contrats de Darty négociés initialement. Par conséquent, le Nouveau Groupe pourrait être dans l'incapacité de conclure des contrats de substitution ou pourrait être contraint de conclure des contrats moins favorables. Chacun de ces événements pourrait avoir des effets indésirables significatifs sur l'activité, les résultats d'exploitation et la situation financière du Nouveau Groupe.

***La finalisation de l'acquisition pourrait aboutir à la suppression de certains postes de direction ou à la résiliation de certains contrats de certains dirigeants clés du Groupe et de Darty ainsi qu'au versement d'indemnités connexes.***

Certains dirigeants clés et autres salariés du Groupe et de Darty et de leurs filiales respectives peuvent résilier leurs postes d'administrateurs ou leurs contrats de travail de leur propre initiative ou de celle du Nouveau Groupe suite à l'Acquisition. Si certains membres de la haute direction du Nouveau Groupe quittent leurs fonctions, le Nouveau Groupe peut ne pas être en mesure de trouver des successeurs en temps opportun ou ne pas en trouver du tout et ses activités pourraient alors être perturbées. Ces départs pourraient donner lieu au paiement d'indemnités de licenciement, d'indemnités de départ et à d'autres demandes susceptibles d'avoir un effet négatif significatif sur les activités du Nouveau Groupe, sa situation financière et son résultat.

***Toute interruption majeure des relations de travail, perturbation liée au travail ou grève suivant la finalisation de l'Acquisition pourrait fortement entraver la capacité du Nouveau Groupe à mener ses activités.***

Certaines synergies liées à l'Acquisition concernent les coûts du travail et peuvent donner lieu à des licenciements susceptibles de faire naître des mécontentements parmi les salariés du Nouveau Groupe. Étant donné que les activités du Nouveau Groupe exigent une grande intensité de main-d'œuvre, il ne peut être garanti que la finalisation de l'Acquisition ne sera pas suivie de grèves, arrêts de travail, ralentissements du travail ou autres conflits sociaux susceptibles de gravement perturber les opérations du Nouveau Groupe ou d'entacher sa réputation. Tout arrêt de travail, grève, ralentissement de travail ou autre conflit social risque également de contraindre le Nouveau Groupe à devoir supporter des frais sécuritaires ou juridiques imprévus ou donner lieu à des augmentations de salaires et d'avantages, ce qui pourrait avoir un effet négatif significatif sur les activités, le résultat et la situation financière du Nouveau Groupe.

***Les états financiers et autres informations financières de Darty utilisés pour préparer l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée peuvent ne pas être indicatifs des futurs résultats de Darty en tant que partie intégrante du Nouveau Groupe.***

L'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée donnant effet à l'Acquisition, au refinancement et au paiement des frais et charges liées à ce qui précède. L'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée est basée sur des estimations et des hypothèses préliminaires que le Groupe considère raisonnables et sont uniquement fournies à titre illustratif. Les résultats historiques et autres informations financières de Darty ne sont pas nécessairement indicatifs de la contribution des opérations de Darty au Nouveau Groupe. Les estimations et les hypothèses utilisées pour calculer l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée peuvent être très différentes des résultats actuels ou futurs du Nouveau Groupe. Par conséquent, l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée ne prétend pas présenter les résultats qui auraient été obtenus si l'Acquisition avait été finalisée à la date supposée ou pour les périodes présentées, ou les résultats qui pourraient être obtenus à l'avenir, et l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée ne donne effet à aucun événement autre que ceux présentés dans l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée et les notes connexes. Par conséquent, il convient de ne pas accorder une confiance exagérée à l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée.

***Le Nouveau Groupe peut ne pas être en mesure de mettre en œuvre ou d'adapter efficacement sa stratégie commerciale post-Acquisition.***

Le Groupe a basé sa stratégie, et en particulier sa décision d'acquérir Darty, en se fondant sur sa vision du marché, notamment sur le fait que les détaillants se tournent vers la consolidation en vue d'atteindre la portée nécessaire pour rester compétitifs au sein de leur secteur. En tant qu'entité de plus grande taille et plus diversifiée avec une structure capitalistique plus solide, le Groupe est d'avis que le Nouveau Groupe sera mieux positionné pour répondre de manière proactive aux répercussions des fluctuations de marché quant à leurs activités respectives. Cependant, le Nouveau Groupe opère au sein d'un marché affecté par les instabilités économiques, concurrentielles et réglementaires et le Nouveau Groupe doit régulièrement adapter son modèle économique afin de prendre en compte les fluctuations de marché, notamment en formulant des politiques d'établissement de prix, en adaptant ses structures de coûts, en rationalisant son organisation opérationnelle et en adaptant sa stratégie commerciale. Si les mesures mises en œuvre par le Nouveau Groupe ne sont pas adaptées aux demandes, aux attentes ou aux habitudes réelles des consommateurs, les rendements des investissements réalisés, les objectifs financiers, la part de marché et le chiffre d'affaires pourraient en souffrir. Par conséquent, tout développement de la stratégie commerciale du Nouveau Groupe qui n'est pas suffisamment bien adapté aux tendances réelles et aux demandes, attentes et habitudes des consommateurs sur les marchés de vente de détail au sein desquels il opère pourrait avoir un effet négatif significatif sur les activités, le résultat et la situation financière du Nouveau Groupe.

***La modification de la norme comptable financière utilisée pour la comptabilisation des baux peut limiter la flexibilité dont jouit le Nouveau Groupe à l'égard de ses obligations financières.***

L'International Accounting Standards Board (« IASB ») a développé une nouvelle norme pour les baux, l'IFRS 16, qui remplace l'IAS 17 utilisée pour les contrats de baux. L'IFRS 16 établit les principes relatifs à la constatation, l'évaluation, la présentation et la déclaration des contrats de baux. Sous réserve de son adoption par l'Union européenne, les entreprises sont tenues d'appliquer l'IFRS 16 à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019. En vertu de l'IFRS 16 publiée par l'IASB en janvier 2016 (dont l'application anticipée est autorisée pour les entreprises qui adoptent également l'IFRS 15), les entreprises seront tenues d'adopter une approche dite de « droit d'utilisation » pour la comptabilité de leurs contrats de baux. En vertu de cette approche, l'utilisateur du bien loué est considéré comme acquérant un droit d'utilisation d'un bien en vertu d'un contrat de baux et comme payant pour ce droit sous la forme de redevances. Les utilisateurs du bien loué seront tenus de déclarer leurs droits et engagements associés aux contrats de baux figurant dans leurs bilans. En vertu de ces changements, l'utilisateur du bien loué doit constater les actifs et passifs liés aux contrats de baux de plus de douze mois et pour lesquels l'actif sous-jacent présente désormais une valeur faible.

En raison de l'IFRS 16, même si la situation économique du Nouveau Groupe n'a pas fondamentalement changé, il sera tenu de constater ses engagements au titre des contrats de baux simples figurant dans son bilan. Étant donné que la Fnac loue tous ses magasins et que Darty loue la grande majorité de ses magasins, le changement de traitement comptable des contrats de baux en vertu de l'IFRS 16 peut grandement changer la présentation du bilan du Nouveau Groupe et avoir une incidence sur la comparabilité de ses actifs et passifs d'une année à l'autre. Bien que le Nouveau Groupe ait encore à évaluer l'impact total de la nouvelle norme régissant les contrats de baux et décider de l'approche à adopter pour la transition, le bilan du Nouveau Groupe correspondant au premier exercice financier d'application de cette norme devrait être très différent des bilans des exercices financiers précédents. Ainsi, au 31 décembre 2015, les engagements de la Fnac au titre des contrats

de baux simples s'élevaient à 389,6 millions d'euros et, au 30 avril 2016, les engagements de Darty au titre des contrats de location simples s'élevaient à 249,2 millions d'euros, et la majorité de ces engagements seront constatés dans leurs bilans respectifs après l'entrée en vigueur de l'IFRS 16. En outre, l'interprétation des engagements financiers du Nouveau Groupe, laquelle s'appuie sur des ratios fondés en partie sur des contrats de location financement testés ponctuellement, peut être entravée par la constatation des contrats de location simples du Nouveau Groupe sur son bilan après l'application de l'IFRS 16. Ceci pourrait avoir un effet négatif significatif sur la capacité du Nouveau Groupe à augmenter son niveau d'endettement à l'avenir et limiter ainsi sa flexibilité opérationnelle, ce qui pourrait à son tour avoir un effet négatif sur les activités, le résultat et la situation financière du Nouveau Groupe.

***L'incapacité de la Fnac à ouvrir le dimanche dans les villes touristiques de France pourrait poser un risque stratégique et économique.***

Les négociations avec les syndicats visant à permettre aux magasins Fnac d'ouvrir le dimanche dans les régions touristiques de France sont actuellement suspendues. Si ces négociations ne reprennent pas et échouent, la Fnac peut perdre des parts de marché face à la concurrence d'autres acteurs et perdra le chiffre d'affaires qui aurait été généré par les ouvertures de magasins le dimanche.

***Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée pour l'exercice de douze mois clos le 30 juin 2016.***

1 Détails de la Transaction

1.1 Modalités de la Transaction

1.2 Objectif de l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée

2 Base de préparation de l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée

2.1 Données financières historiques utilisées et ajustements effectués

3 Ajustement de l'information financière et pro forma

3.1 Compte de résultat consolidé pro forma pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016

3.2 État de la situation financière consolidée pro forma au 30 juin 2016

3.3 Notes afférentes à l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée

***L'information financière et les notes ci-dessous ont été traduites de l'anglais et sont mises à la disposition du lecteur pour son information, étant entendu que la version anglaise fait foi.***

## 1 Détails de la Transaction

### 1.1 Modalités de la Transaction

L'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée n'a pas été préparée conformément aux exigences de la Réglementation S-X de la loi « Exchange Act », des réglementations de l'Union européenne contenues dans le Règlement (CE) N° 809/2004, de la mise à jour par l'ESMA des recommandations du CERVM en vue d'une application cohérente du règlement (ESMA/2011/81), des IFRS ou des GAPP des États-Unis. Ni les ajustements ni l'information financière pro forma n'ont été audités ou examinés conformément aux GAAS français ou aux GAAS américains.

La transaction consiste à acquérir la totalité du capital social de Darty Plc (« *Darty* ») en échange d'actions du Groupe Fnac SA (« *Fnac* ») plus une somme supplémentaire en espèces (l'« Acquisition »).

Le 18 juillet 2016, l'Autorité de la concurrence française a annoncé qu'elle avait décidé d'autoriser l'acquisition de Darty par la Fnac.

Elle a demandé à la Fnac de vendre cinq points de vente actuels et un point de vente planifié des réseaux combinés de la Fnac et de Darty en France, totalisant plus de 400 magasins. Les points de vente devant être vendus sont Darty Belleville, Darty Italie 2, Fnac Beaugrenelle, Darty Saint-Ouen et Darty Vélizy, ainsi que le Darty Cuisine de Wagram qui devait bientôt ouvrir ses portes. L'impact de la fermeture de ces points de vente n'a pas été pris en compte dans le cadre de la préparation de l'information financière pro forma.

Au 15 septembre 2016, la date de préparation de l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée, la Fnac détient toutes les actions de Darty.

Le paiement pour l'acquisition des actions Darty a été effectué comme suit :

En millions d'euros

<b>Contribution transférée</b>	<b>1 077, 6</b>
<i>dont ont été payés en espèces avant juin 2016 (1)</i>	<i>321, 1</i>
<i>dont le paiement en actions représente : 30,55 % de Darty (1 action du Groupe Fnac SA pour 25 actions de Darty Plc)</i>	<i>332, 3</i>
<i>dont ont été payés en espèces après juin 2016 (2)</i>	<i>424, 2</i>
<i>Total payé en espèces (1) + (2)</i>	<i>745, 4</i>

### 1.2 Objectif de l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée

L'objectif de l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée pour l'entité combinée Fnac-Darty (l'« Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée ») consiste à illustrer l'impact que l'Acquisition et son financement, le refinancement de l'obligation de Darty par la Fnac (le « Refinancement ») et l'annulation de tous les crédits précédents contractés par la Fnac qui ne sont pas réputés être encore utilisés (les « Crédits » et, conjointement au Refinancement et à l'Acquisition, les « Transactions ») auraient eu sur l'état de la situation financière consolidé historique daté au 30 juin 2016 et sur le compte de résultat consolidé non-audité pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016 (en ce compris le financement de l'Acquisition et le Refinancement) si les Transactions avaient eu lieu à une date antérieure. L'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée n'est pas nécessairement indicative du futur résultat d'exploitation ou de la future situation financière du Nouveau Groupe Fnac-Darty. Rien ne garantit que les tendances indiquées dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée soient représentatives des résultats ou de la performance futurs du Nouveau Groupe Fnac-Darty. Les résultats consolidés et l'état de la situation financière consolidé du futur Nouveau Groupe Fnac-Darty peuvent donc grandement différer du compte de résultat et de l'état de la situation financière présentés dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée.

## 2 Base de préparation de l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée

### 2.1 Données financières historiques utilisées et ajustements effectués

L'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée a été préparée en millions d'euros, l'euro étant la monnaie fonctionnelle des sociétés-mères des groupes Fnac Darty et la monnaie dans laquelle les états financiers consolidés historiques du Groupe Fnac et du Groupe Darty sont libellés.

L'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée comprend ce qui suit :

- Compte de résultat consolidé pro forma pour l'exercice allant du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016 ;
- État de la situation financière consolidée pro forma au 30 juin 2016 ; et
- Notes explicatives.

Compte tenu des dates de clôture différentes du Groupe Fnac (31 décembre) et du Groupe Darty (30 avril), des informations disponibles pour le Groupe Darty et du caractère très saisonnier des activités de ces deux groupes, le compte de résultat consolidé pro forma a été préparé pour la période de douze mois close le 30 juin 2016.

L'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée reflète les Transactions (y compris l'acquisition de Darty Plc et ses filiales, le financement de la transaction et le refinancement de Darty par la Fnac) comme si elles avaient eu lieu le 30 juin 2016 pour les besoins de l'état de la situation financière consolidée pro forma et, le 1<sup>er</sup> juillet 2015, pour les besoins du compte de résultat consolidé pro forma. L'Acquisition sera constatée en tant que regroupement d'entreprises conformément aux dispositions de l'IFRS 3 révisée.

L'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée a été préparée sur la base des informations historiques suivantes :

- Pour le Groupe Fnac : l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée a été préparée sur la base des états financiers consolidés audités pour l'exercice budgétaire clos le 31 décembre 2015, tel qu'illustré dans le Document de référence de 2015 enregistré auprès de l'AMF, l'autorité des marchés financiers française, le 19 avril 2016 sous le numéro R.16-023 et les états financiers consolidés condensés qui ont fait l'objet d'un passage en revue, pour le semestre clos le 30 juin 2015 et le 30 juin 2016, ainsi que les rapports semestriels de 2015 et de 2016. Le compte de résultat consolidé non-audité pour l'exercice de douze mois allant du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016 a été obtenu en ajoutant les flux du compte de résultat consolidé du semestre clos le 30 juin 2016 et du semestre clos le 31 décembre 2015. Le compte de résultat consolidé pour le semestre clos le 31 décembre 2015 a été obtenu en prenant la différence entre le compte de résultat consolidé correspondant à l'exercice budgétaire clos le 31 décembre 2015 et le compte de résultat consolidé du semestre clos le 30 juin 2016. Le compte de résultat consolidé obtenu de cette manière est défini comme étant : « DERNIER EXERCICE DE DOUZE MOIS CLOS LE 30 JUIN 2016 » ou données « DDM ».
- Pour le Groupe Darty : l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée a été préparée sur la base des états financiers consolidés audités pour l'exercice clos le 30 avril 2016 et les états financiers consolidés intérimaires non-audités pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015. Le compte de résultat consolidé non-audité pour l'exercice de douze mois allant du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016 a été préparé sur la base du compte de résultat consolidé audité pour l'exercice budgétaire clos le 30 avril 2016, avec l'ajout des flux des comptes de résultat des périodes intérimaires de deux mois closes le 30 juin 2016, moins ceux de la période intermédiaire de deux mois close le 30 juin 2015, tel qu'illustré dans les états financiers consolidés intérimaires non-audités de Darty pour les périodes de deux mois closes le 30 juin 2016 et le 30 juin 2015. Le compte de résultat consolidé obtenu de cette manière est défini comme étant : « DERNIER EXERCICE DE DOUZE MOIS CLOS LE 30 JUIN 2016 » ou données « DDM ».

Le Groupe Fnac SA et Darty Plc préparent leurs états financiers consolidés conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS), telles qu'adoptées par l'Union européenne. Les états financiers consolidés de Darty Plc n'ont fait l'objet d'aucune réserve ni observation de la part de leur commissaire aux comptes. Les états financiers consolidés de Groupe Fnac SA n'ont fait l'objet d'aucune réserve ni observation de la part de leur commissaire aux comptes non plus.

En outre, étant donné les calendriers, il n'a pas été possible de procéder aux ajustements suivants :

- harmonisation des principes comptables de Darty en vue d'assurer leur cohérence par rapport à ceux de la Fnac ;
- reconstitution des provisions pour litiges et passifs éventuels ; et
- évaluation des actifs et passifs identifiables à la juste valeur conformément à l'IFRS 3 révisée.

Les éléments suivants, qui seront exclusivement dus aux changements à venir, ne sont pas pris en compte dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée :

- les nouveaux coûts résultant de la réorganisation et des changements à venir (à la fois le changement de stratégie ou de la structure organisationnelle et les impacts des fermetures des points de vente exigées par l'Autorité de concurrence française dans le cadre de sa décision rendue le 18 juillet 2016) ; et
- les synergies et les économies d'échelle étant donné que celles-ci sont considérées comme des projections.

En outre, la Fnac et Darty n'ont entretenu aucune relation antérieure répondant à la définition de transactions réciproques au moment de l'exécution réelle de la Transaction, et donc aucun ajustement n'est reflété dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non-auditée.

## 3 États financiers et ajustements pro forma

### 3.1 Compte de résultat consolidé pro forma pour la période du 1<sup>er</sup> juillet 2015 au 30 juin 2016

En millions d'euros	Données historiques de la Fnac (12 derniers mois) (chapitre 2)	Données historiques de Darty (12 derniers mois) (chapitre 2)	Combinaison des données financières historiques de la Fnac et de Darty (12 derniers mois)	Ajustements pro forma (12 derniers mois)			Combinaison d'ajustements pro forma (12 derniers mois)	États financiers pro forma (12 derniers mois)
				Acquisition de DARTY (note 2)*	Financement de la transaction (note 3)	Coûts de transaction (note 4)		
Revenus	3 867,8	3 694,7	7 562,5	0,0	0,0	0,0	0,0	7 562,5
Coût des ventes	-2 724,0	-2 601,7	-5 325,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-5 325,7
<b>Marge brute</b>	<b>1 143,8</b>	<b>1 093,0</b>	<b>2 236,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2 236,8</b>
Charges de personnel	-552,7	-609,5	-1 162,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-1 162,2
Autres produits et charges d'exploitation	-500,5	-386,2	-886,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-886,7
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>90,6</b>	<b>97,3</b>	<b>187,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>187,9</b>
Autres produits et charges opérationnels non courants	-30,9	-31,1	-62,0	-15,4	0,0	-40,4	-55,8	-117,8
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>59,7</b>	<b>66,2</b>	<b>125,9</b>	<b>-15,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-40,4</b>	<b>-55,8</b>	<b>70,0</b>
Charges financières courantes	-14,0	-25,3	-39,4	0,0	-15,0	0,0	-15,0	-54,4
Charges financières non courantes	-18,7	0,0	-18,7	0,0	-34,5	0,0	-34,5	-53,2
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>27,0</b>	<b>40,8</b>	<b>67,8</b>	<b>-15,4</b>	<b>-49,5</b>	<b>-40,4</b>	<b>-105,3</b>	<b>-37,5</b>
<b>Résultat avant impôts hors charges non courantes</b>	<b>76,6</b>	<b>71,9</b>	<b>148,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-15,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-15,0</b>	<b>133,5</b>
Impôt sur le résultat**	-11,3	-31,7	-43,0	0,0	17,0	19,0	36,0	-7,0
Part des résultats des sociétés mises en équivalence	0,0	1,6	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6
<b>Bénéfice net des activités poursuivies</b>	<b>15,7</b>	<b>10,8</b>	<b>26,5</b>	<b>-15,4</b>	<b>-32,5</b>	<b>-21,5</b>	<b>-69,3</b>	<b>-42,9</b>
Bénéfice net des activités non poursuivies	0,0	5,3	5,3	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3
<b>Bénéfice net consolidé</b>	<b>15,7</b>	<b>16,1</b>	<b>31,8</b>	<b>-15,4</b>	<b>-32,5</b>	<b>-21,5</b>	<b>-69,3</b>	<b>-37,5</b>
Part Groupe intérêts non contrôlés	15,1	15,8	30,9	-15,4	-32,5	-21,5	-69,3	-38,4
	0,6	0,3	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9

En millions d'euros

Résultat d'exploitation courant	90,6	97,3	187,9	0,0	0	0,	0,0	0,0	187,9
Amortissements et dépréciations	62,0	48,5	110,5	0,0	0	0,	0,0	0,0	110,5
<b>EBITDA***</b>	<b>152,6</b>	<b>145,8</b>	<b>298,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>0,</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>298,4</b>
Loyers	129,2	100,1	229,3	0,0	0	0,	0,0	0,0	229,3
<b>EBITDAR***</b>	<b>281,8</b>	<b>245,9</b>	<b>527,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>0,</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>527,7</b>

\* Les coûts d'acquisition comprennent le reclassement en compte de résultat de la variation de la juste valeur des actions Darty comptabilisée dans l'état du résultat global consolidé au 30 juin 2016.

\*\* Le montant de l'incidence fiscale des ajustements pour les états pro forma a été calculé en utilisant le taux standard de 34,43 %. \*\*\* L'EBITDA pour Darty pour la période de douze mois prenant fin le 30 juin 2016, selon la définition de l'EBITDA de la Fnac, inclut les profits/pertes sur cession d'immobilisations de 21,5 millions d'euros et exclut la part des résultats des profits des sociétés mises en équivalence pour 2,4 millions d'euros.

### 3.2 État consolidé de la situation financière pro forma au 30 juin 2016

En millions d'euros	Données historiques de la Fnac (12 derniers mois) (chapitre 2)	Données historiques de Darty (12 derniers mois) (chapitre 2)	Combinaison des données financières historiques de la Fnac et de Darty (12 derniers mois)	Ajustements pro forma (12 derniers mois)			Combinaison des ajustements pro forma (12 derniers mois)	États financiers pro forma (12 derniers mois)
				Acquisition de DARTY (note 2)*	Financement de la transaction (note 3)	Coûts de transaction (note 4)		
Goodwill	332,5	19,0	351,5	1 388,6	0,0	0,0	1 388,6	1 740,1
Immobilisations incorporelles non courantes	70,2	38,5	108,7	0,0	0,0	0,0	0,0	108,7
Immobilisations corporelles non courantes	148,7	297,6	446,3	0,0	0,0	0,0	0,0	446,3
Investissements dans des sociétés selon méthode de la mise en équivalence	2,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
Actifs financiers non courants	326,7	15,8	342,5	-321,1	0,0	0,0	-321,1	21,4
Actifs d'impôts différés	41,9	0,0	41,9	0,0	10,3	21,7	32,1	74,0
Autres actifs non courants	0,1	9,6	9,7	0,0	0,0	0,0	0,0	9,7
<b>Actifs non courants</b>	<b>922,1</b>	<b>380,5</b>	<b>1 302,6</b>	<b>1 067,5</b>	<b>10,3</b>	<b>21,7</b>	<b>1 099,6</b>	<b>2 402,2</b>
Stocks	448,1	559,8	1 007,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1 007,9
Créances clients	77,3	234,9	312,2	0,0	0,0	0,0	0,0	312,2
Créances d'impôts exigibles	7,2	22,4	29,6	0,0	0,0	0,0	0,0	29,6
Autres actifs financiers circulants	25,5	0,0	25,5	0,0	-15,9	0,0	-15,9	9,6

En millions d'euros	Données historiques de la Fnac (12 derniers mois) (chapitre 2)	Données historiques de Darty (12 derniers mois) (chapitre 2)	Combinaison des données financières historiques de la Fnac et de Darty (12 derniers mois)	Ajustements pro forma (12 derniers mois)			Combinaison des ajustements pro forma (12 derniers mois)	États financiers pro forma (12 derniers mois)
				Acquisition de DARTY (note 2)*	Financement de la transaction (note 3)	Coûts de transaction (note 4)		
Autres actifs circulants	96,6	0,0	96,6	0,0	0,0	0,0	0,0	96,6
trésorerie et équivalents de trésorerie	118,7	85,1	203,8	-424,2	502,5	-54,3	24,0	227,8
<b>Actifs courants</b>	<b>773,4</b>	<b>902,2</b>	<b>1 675,6</b>	<b>-424,2</b>	<b>486,6</b>	<b>-54,3</b>	<b>8,1</b>	<b>1 683,7</b>
Actifs détenus en vue de la vente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total actifs</b>	<b>1 695,5</b>	<b>1 282,7</b>	<b>2 978,2</b>	<b>643,2</b>	<b>496,9</b>	<b>-32,5</b>	<b>1 107,7</b>	<b>4 085,9</b>
Capital social	19,6	0,0	19,6	6,5	0,0	0,0	6,5	26,1
Réserves liées au capital	650,6	-301,1	349,5	627,7	-19,7	-26,8	581,2	930,7
Réserves de conversion	-7,4	0,0	-7,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-7,4
Autres réserves	-38,2	0,0	-38,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-38,2
<b>Capitaux propres, Part revenant au Groupe</b>	<b>624,6</b>	<b>-301,1</b>	<b>323,5</b>	<b>634,1</b>	<b>-19,7</b>	<b>-26,8</b>	<b>587,6</b>	<b>911,2</b>
Capitaux propres, intérêts non contrôlés	7,3	-0,8	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	6,5
<b>Capitaux propres</b>	<b>631,9</b>	<b>-301,9</b>	<b>330,0</b>	<b>634,1</b>	<b>-19,7</b>	<b>-26,8</b>	<b>587,6</b>	<b>917,7</b>
Emprunts et dettes financières à long terme**	0,4	249,5	249,9	9,1	584,0	0,0	593,1	843,0
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	87,0	59,1	146,1	0,0	0,0	0,0	0,0	146,1
Passifs d'impôts différés	0,0	27,2	27,2	0,0	0,0	0,0	0,0	27,2
Autres passifs non circulants**	0,0	213,7	213,7	0,0	0,0	0,0	0,0	213,7
Provisions non courantes	0,0	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
<b>Passifs non courants</b>	<b>87,4</b>	<b>550,1</b>	<b>637,5</b>	<b>9,1</b>	<b>584,0</b>	<b>0,0</b>	<b>593,1</b>	<b>1 230,5</b>
Emprunts et dettes financières à court terme***	50,6	16,6	67,2	0,0	-50,0	0,0	-50,0	17,2
Autres passifs financiers circulants***	18,9	0,0	18,9	0,0	-17,3	0,0	-17,3	1,6
Dettes fournisseurs	575,9	989,4	1 565,3	0,0	0,0	-5,7	-5,7	1 559,6
Provisions courantes	12,6	0,2	12,8	0,0	0,0	0,0	0,0	12,8
Dettes d'impôts exigibles	13,1	28,3	41,4	0,0	0,0	0,0	0,0	41,4
Autres passifs courants	305,1	0,0	305,1	0,0	0,0	0,0	0,0	305,1
<b>Passifs courants</b>	<b>976,2</b>	<b>1 034,5</b>	<b>2 010,7</b>	<b>0,0</b>	<b>-67,3</b>	<b>-5,7</b>	<b>-73,0</b>	<b>1 937,7</b>
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total passifs</b>	<b>1 695,5</b>	<b>1 282,7</b>	<b>2 978,2</b>	<b>643,2</b>	<b>496,9</b>	<b>-32,5</b>	<b>1 107,7</b>	<b>4 085,9</b>

- \* Les coûts d'acquisition comprennent le reclassement en compte de résultat de la variation de la juste valeur des actions Darty comptabilisées dans l'état du résultat global consolidé au 30 juin 2016.
- \*\* Le montant d'emprunt à long terme et de la dette financière des données historiques de Darty comprend 3,7 millions d'euros de crédit-bail qui ont été classés dans Autres passifs non circulants dans les États financiers semestriels de Darty au 30 juin 2016.
- \*\* Le montant de l'emprunt à court terme et de la dette financière des données historiques de Darty comprend 1,7 millions d'euros de crédit-bail qui ont été classés dans Dettes fournisseurs dans les États financiers semestriels de Darty au 30 juin 2016.

### 3.3 Notes sur les États financiers consolidés abrégés pro forma et non audités

#### Note 1 : Préparation des données historiques DDM pour la Fnac et Darty

La méthode utilisée pour établir les données historiques de Darty DDM est expliquée au chapitre 2.1.

Les méthodes utilisées pour présenter l'historique du compte de résultat DDM et l'état historique de la situation financière sont celles utilisées par le Groupe Fnac SA pour présenter ses états financiers historiques.

#### Note 2 : Acquisition de Darty

Comme expliqué au chapitre 1 Détail de la Transaction, l'acquisition du groupe Darty Plc et de ses filiales dans le cadre de l'Acquisition doit être comptabilisée conformément aux normes IFRS 3 révisées (Regroupements d'entreprises) et impliquerait également que le goodwill soit déterminé comme étant la différence entre la juste valeur de la contrepartie transférée et la juste valeur du montant des actifs et passifs identifiables (à quelques exceptions près). Cependant, dans le contexte de l'Information financière consolidée condensée pro forma non auditée et sans information disponible sur la juste valeur des actifs et passifs identifiables, le goodwill est déterminé comme étant la différence entre la contrepartie transférée, déterminée conformément aux méthodes ci-dessous et la valeur nette comptable des actifs et passifs comptabilisés dans l'état consolidé de la situation financière du Groupe Darty au 30 juin 2016, à l'exception de l'émission d'obligation et du Crédit renouvelable, pour lesquelles les justes valeurs estimées en tenant compte des frais d'émission non amortis ont été utilisées, et à l'exception des écarts d'acquisition comptabilisés dans les états financiers de Darty. En conséquence, ce qu'on appelle goodwill « préliminaire » déterminé ci-après n'est pas le goodwill qui sera comptabilisé dans les états financiers consolidés du Groupe Fnac-Darty qui seront préparés pour l'exercice prenant fin le 31 décembre 2016.

Le goodwill est déterminé comme suit :

En millions d'euros	Juin 2016
Immobilisations nettes	355,1
Exclusion du goodwill de Darty	(19,0)
Autres actifs	927,6
Autres passifs	(1 584,6)
<b>Immobilisations nettes consolidées</b>	<b>(320,9)</b>
Frais d'émission de la dette obligataire non amortie et frais d'émission du crédit renouvelable non amortis de Darty*	(9,1)
<b>Actifs nets acquis</b>	<b>(330,0)</b>
<b>Contrepartie</b>	<b>1 077,6</b>
<b>Goodwill préliminaire</b>	<b>1 407,6</b>

- \* La ligne « Frais d'émission obligataire et coût du Crédit renouvelable de Darty non amortis » apparaît dans les notes des états financiers consolidés du Groupe Darty au 30 juin 2016. Ces frais d'émission sont liés à l'émission obligataire pour 6,4 millions d'euros et le Crédit renouvelable pour 2,7 millions d'euros.

En millions d'euros

<b>Contribution transférée</b>	<b>1 077,6</b>
<i>dont payé en espèces avant juin 2016 (1)</i>	321,1
<i>dont paiement de contrepartie en actions : 30,55 % de Darty (1 action du Groupe Fnac SA pour 25 actions de Darty Plc)</i>	332,3
<i>dont payé en espèces après juin 2016 (2)</i>	<u>424,2</u>
<i>Total payé en espèces (1)+(2)</i>	<u>745,4</u>
Nombre total d'actions Darty (en millions)	529,6
Pourcentage acquis en actions	30,55%
Nombre d'actions Darty payées en actions Fnac (en millions)	161,8
Parité Darty / Fnac*	25,0
Nombre d'actions émises par la Fnac (en millions)	6,47
valeur des actions de la Fnac (en euros)	<u>1,0</u>
<b>Ajustement au capital social</b>	<b><u>6,5</u></b>
<b>Ajustement aux réserves</b>	<b><u>325,8</u></b>
valeur des actions de la Fnac (en €**)	51,34
Nombre d'actions émises x valeur de l'action Fnac (en millions)	332,3

- \* Sur la base d'une action Fnac à 54,60 € et d'une action Darty à 170 pence sur la base d'un taux de change de 1,282149 € = 1 livre à la date de l'offre finale (22 avril 2016).

- \*\* Prix à date de la prise de contrôle = 18 juillet 2016 comme étant la date à laquelle l'Autorité de la concurrence a autorisé l'acquisition de Darty par la Fnac.

Le goodwill préliminaire est déterminé comme étant la différence entre la contrepartie transférée telle que définie ci-dessus et la valeur nette comptable des actifs et passifs comptabilisés dans les États consolidés de la situation financière du groupe Darty au 30 juin 2016, sous réserve des exceptions décrites ci-dessus.

Les évaluations finales des actifs et des passifs et la comptabilisation de l'acquisition seront finalisées à l'issue de l'Acquisition, sur la base des rapports d'évaluation et d'autres études effectuées par des spécialistes d'évaluation externes.

Ce calcul préliminaire est réalisé uniquement aux fins de l'établissement de l'Information financière consolidée condensée pro forma non audité et non auditées et est donc hypothétique et peut être sujet à modifications.

La détermination de la juste valeur des actifs acquis et des passifs supposés peut conduire à l'imputation de certains actifs identifiables acquis qui ont une durée de vie limitée et par conséquent peuvent être dépréciés ou amortis. Par conséquent, les résultats futurs du Groupe pourraient être matériellement touchés par les frais de dépréciation ou d'amortissement liés à ces actifs identifiables acquis.

En ce qui concerne l'agrégation des données financières historiques de la Fnac et de Darty au 30 juin 2016, l'impact des ajustements du regroupement d'entreprises sur l'information financière consolidée condensée pro forma non-auditée est le suivant :

En millions d'euros	Acquisition de DARTY (note 2)*
Goodwill	1 388,6
Immobilisations incorporelles non courantes	0,0
Immobilisations corporelles non courantes	0,0
Investissements dans des sociétés selon méthode de la mise en équivalence	0,0
Actifs financiers non circulants	-321,1
Actifs d'impôts différés	0,0
Autres actifs non circulants	0,0
<b>Actifs non circulants</b>	<b>1 067,5</b>
Stocks	0,0
Créances clients	0,0
Créances d'impôts exigibles	0,0
Autres actifs financiers circulants	0,0
Autres actifs circulants	0,0
trésorerie et équivalents de trésorerie	-424,2
<b>Actifs circulants</b>	<b>-424,2</b>
Actifs détenus en vue de la vente	0,0
<b>Total actifs</b>	<b>643,2</b>
Capital social	6,5
Réserves liées au capital	627,7
Réserves de conversion	0,0
Autres réserves	0,0
<b>Capitaux propres, Part revenant au Groupe</b>	<b>634,1</b>
Capitaux propres, intérêts non contrôlés	0,0
<b>Capitaux propres</b>	<b>634,1</b>
Emprunts et dettes financières à long terme	9,1
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	0,0
Passifs d'impôts différés	0,0
Autres passifs non circulants	0,0
Provisions non courantes	0,0
<b>Passifs non circulants</b>	<b>9,1</b>
Emprunts et dettes financières à court terme	0,0
Autres passifs financiers circulants	0,0
Dettes fournisseurs	0,0
Provisions courantes	0,0
Dettes d'impôts exigibles	0,0
Autres passifs circulants	0,0
<b>Passifs circulants</b>	<b>0,0</b>
Dettes associées à des actifs détenus à fins de vente	0,0
<b>Total passifs</b>	<b>643,2</b>
Revenus	0,0
Coût des ventes	0,0

En millions d'euros	Acquisition de DARTY (note 2)*
<b>Marge brute</b>	<b>0,0</b>
Charges de personnel	0,0
Autres produits et charges d'exploitation	0,0
<b>Résultat d'exploitation courant</b>	<b>0,0</b>
Autres produits et charges opérationnels non circulants	-15,4
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>-15,4</b>
Charges financières courantes	0,0
Charges financières non courantes	0,0
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-15,4</b>
<b>Résultat avant impôts hors charges non courantes</b>	<b>0,0</b>
Impôt sur le résultat**	0,0
Part des résultats des sociétés mises en équivalence	0,0
<b>Bénéfice net des activités poursuivies</b>	<b>-15,4</b>
Bénéfice net des activités non poursuivies	0,0
<b>Bénéfice net consolidé</b>	<b>-15,4</b>
Part Groupe	-15,4
intérêts non contrôlés	0,0

\* Les coûts d'acquisition comprennent le reclassement en compte de résultat de la variation de la juste valeur des actions Darty comptabilisées dans l'état du résultat global consolidé au 30 juin 2016.

\*\* Le montant de l'incidence fiscale des ajustements pour les états pro forma a été calculé en utilisant un taux standard de 34,43 %.

À la date du 30 juin 2016, les actions Darty détenues par le Groupe Fnac (29,7 %) figuraient dans les comptes semestriels consolidés et non audités du groupe Fnac comme actifs financiers non courants, plus précisément comme titres disponibles à la vente et évalués à leur juste valeur. La variation de la juste valeur de ces actions a été reconnue comme autre résultat global dans les comptes semestriels consolidés et non audités du groupe Fnac au 30 juin 2016 pour un montant de -15,4 millions d'euros. Après la prise de contrôle en juillet 2016, cette variation de juste valeur a été reclassée en compte de résultat dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non auditée.

Dans l'Information financière consolidée condensée pro forma non auditée, la contrepartie transférée est calculée en fonction du nombre d'actions Darty en circulation au 30 juin 2016 (529,6 millions d'actions) et tient compte de l'issue de la troisième offre augmentée (parité de 1 action du Groupe Fnac SA pour 25 actions de Darty Plc pour l'échange d'actions et de 170 pence par action Darty pour le paiement en espèces).

### *Note 3 : Financement de la transaction*

Dans le cadre de l'opération de financement, les États consolidés pro forma de la situation financière reflètent le remplacement des « anciennes modalités de financement » qui existaient dans les deux groupes au 30 juin 2016, par les « nouvelles modalités de financement » pour l'application combinée des deux groupes.

Anciennes modalités de financement :

- Émission obligataire Darty de 250 millions d'euros

- 250 millions d'euros Crédit renouvelable Fnac, dont 50 millions d'euros ont été tirés au 30 juin 2016
- 225 millions d'euros de Crédit renouvelable Darty, non tirés au 30 juin 2016
- Crédit-relais : une partie du Crédit-relais a été tirée le 1er août 2016 afin de financer l'Acquisition et une partie a été tirée le 6 septembre 2016 afin de financer le rachat intégral des obligations Darty et payer les frais.

Nouvelles modalités de financement :

- Émission obligataire de 650 millions d'euros
- Prêt à terme (PT) de 200 millions d'euros, dont l'intégralité apparaît comme tirée dans les hypothèses pro forma
- Crédit renouvelable de 400 millions d'euros, n'apparaissant pas comme tirée dans les hypothèses pro forma.

L'Information financière consolidée condensée pro forma non auditée présentée dans le présent communiqué a été établie pour illustrer l'effet de l'Acquisition, du Refinancement et du paiement des frais et dépenses liés à ce qui précède. Ils ont été établis sur la base d'une Offre d'obligations d'un montant principal cumulé de 650 millions d'euros. L'Information financière pro forma établie sur la base d'un montant principal cumulé d'obligations distinct serait différente de l'Information financière consolidée condensée pro forma non auditée présentée dans le présent communiqué. En particulier, les frais financiers pro forma, le bénéfice net consolidé pro forma, la trésorerie et équivalents de trésorerie pro forma, les emprunts et dettes financières à long terme pro forma seraient significativement différents de l'Information financière pro forma présentée dans le présent communiqué.

Le principe qui a été adopté est donc de présenter un solde de trésorerie pro forma qui corresponde à la position réelle des entités combinées à la date d'acquisition, moins -47,5 millions d'euros de frais devant être versés dans le cadre du financement de l'acquisition :

En millions d'euros	Financement de la transaction (note 3)
Remboursement obligataire Darty de 250 millions d'euros	-250,0
Remboursement du Crédit renouvelable Fnac (250 millions d'euros)	-50,0
Émission d'obligations à taux élevé	650,0
Émission de prêts à terme	200,0
<b>Ajustement de la structure financière</b>	<b>550,0</b>
Coûts d'établissement à décaisser au second semestre 2016	-28,4
Frais liés au remboursement des obligations Darty	-19,1
<b>Décaissements liés à la structure financière</b>	<b>-47,5</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>502,5</b>

Les ajustements pro forma pour le compte de résultat permettent de présenter, dans le compte de résultat consolidé pro forma, le coût global du financement de l'acquisition, à l'exclusion de certains frais financiers historiques qui sont considérés comme interchangeables en vertu de la nouvelle structure financière.

En millions d'euros	Ajustements pro forma	Reclassement pro forma	Financement de la transaction (note 3)
Annulation des frais financiers sur les obligations Darty de 250 millions d'euros	14,6		
Annulation des frais financiers sur le Crédit renouvelable Darty de 225 millions d'euros	1,5		
Annulation/Reclassement des frais financiers sur le Crédit renouvelable Fnac de 250 millions d'euros	3,3	1,6	
<b>Annulation des frais interchangeables</b>	<b>19,4</b>	<b>1,6</b>	<b>21,0</b>
Intérêt sous les « Nouvelles modalités de financement »	-32,0		
Intérêt pour inutilisation du Crédit renouvelable de 400 millions d'euros	-4,0		
<b>Nouveaux frais standard de la structure financière</b>	<b>-36,0</b>		<b>-36,0</b>
<b>Ajustement des frais financiers circulants</b>	<b>-16,6</b>	<b>1,6</b>	<b>-15,0</b>
Amortissement / reclassement accéléré des frais des « anciennes modalités de financement »	-30,1	-1,6	
Amortissement sur 12 mois des coûts de mise en place des « nouvelles modalités de financement »	-2,8		
<b>Ajustement des frais financiers non circulants</b>	<b>-32,9</b>	<b>-1,6</b>	<b>-34,5</b>
<b>Total des ajustements financiers</b>	<b>-49,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-49,5</b>

L'annulation des frais interchangeables se reflète dans un montant de revenu de +19,4 millions d'euros.

Les frais standard de la nouvelle structure financière les remplaçant, reconnus comme un ajustement dans les États financiers pro forma, s'élèvent à -36 millions d'euros :

- Le taux d'intérêt pris en considération pour les obligations de 650 millions d'euros s'élève à 4 %, entraînant une dépense d'intérêt annuelle de (-26 millions d'euros).
- Le taux d'intérêt pris en considération pour le prêt à terme de 200 millions d'euros s'élève à 3 %, entraînant une dépense d'intérêt annuelle de (-6,0 millions d'euros).
- La commission pour non utilisation du Crédit renouvelable de 400 millions d'euros (-4.0 million d'euros).

Les ajustements financiers non courants dans le Compte de résultat consolidé pro forma s'élèvent à -32,9 million d'euros. Ces frais incluent principalement l'amortissement accéléré des coûts des « anciennes modalités de financement » déboursés ou engagés pour une contrepartie totale de -30,1 millions d'euros :

- Coûts liés au remboursement anticipé de la caution Darty d'un montant de (-14,1 millions d'euros)
- Coûts de mise en place du Crédit-relais et du Crédit renouvelable Fnac historique (-13,9 millions d'euros)
- Radiation de la valeur résiduelle d'une option d'instrument de couverture (-2,1 millions d'euros).

En outre, l'Information financière consolidée condensée pro forma non audité inclut un ajustement sur le classement de charges financières historiques pour un montant de (1,6 million d'euros). Cet ajustement concerne le coût de mise en place du Crédit renouvelable historique de la Fnac de 250 millions d'euros. Il a un impact positif sur les « Charges financières courantes » (+1,6 million d'euros) et un impact négatif sur les « Charges financières non courantes » (-1,6 million d'euros).

En ce qui concerne l'agrégation des données financières historiques de la Fnac et de Darty au 30 juin 2016, l'impact des ajustements pro forma sur le financement de la transaction est le suivant :

En millions d'euros	Financement de la transaction (note 3)
Goodwill	0,0
Actifs incorporels non circulants	0,0
Actifs corporels non circulants	0,0
Investissements dans des sociétés selon la méthode de mise en équivalence	0,0
Actifs financiers non circulants	0,0
Actifs d'impôts différés	10,3
Autres actifs non circulants	0,0
<b>Actifs non circulants</b>	<b>10,3</b>
Stocks	0,0
Créances clients	0,0
Créances d'impôt exigibles	0,0
Autres actifs financiers circulants	-15,9
Autres actifs circulants	0,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	502,5
<b>Actifs circulants</b>	<b>486,6</b>
Actifs détenus en vue de la vente	0,0
<b>Total actifs</b>	<b>496,9</b>
Capital social	0,0
Réserves liées au capital	-19,7
Réserves de conversion	0,0
Autres réserves	0,0
<b>Capitaux propres, Part revenant au Groupe</b>	<b>-19,7</b>
Capitaux propres, intérêts non contrôlés	0,0
<b>Capitaux propres</b>	<b>-19,7</b>
Emprunts et dettes financières à long terme	584,0
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	0,0
Passifs d'impôts différés	0,0
Autres passifs non circulants	0,0
Provisions non courantes	0,0
<b>Passifs non circulants</b>	<b>584,0</b>
Emprunts et dettes financières à court terme	-50,0
Autres passifs financiers circulants	-17,3
Dettes fournisseurs	0,0
Provisions courantes	0,0
Dettes d'impôts exigibles	0,0
Autres passifs circulants	0,0
<b>Passifs circulants</b>	<b>-67,3</b>
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	0,0
<b>Total passifs</b>	<b>496,9</b>

La ligne « Emprunts et dettes financières à long terme » (c.-à-d. 584 millions d'euros) comprend l'émission de l'obligation à haut rendement et le Prêt à terme pour 850 millions d'euros, le remboursement des Obligations Darty pour -250,0 millions d'euros, le paiement de l'intérêt couru sur les Obligations Darty de -4,9 millions d'euros et le décaissement du coût de mise en place de l'émission de la caution à haut rendement pour -11,1 millions d'euros.

En millions d'euros	Financement de la transaction (note 3)
Revenus	0,0
Coût des ventes	0,0
<b>Marge brute</b>	<b>0,0</b>
Charges de personnel	0,0
Autres produits et charges d'exploitation	0,0
<b>Résultat d'exploitation courant</b>	<b>0,0</b>
Autres produits et charges d'exploitation non courants	0,0
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>0,0</b>
Charges financières courantes	-15,0
Charges financières non courantes	-34,5
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-49,5</b>
<b>Résultat avant impôts hors charges non courantes</b>	<b>-15,0</b>
Impôt sur le résultat**	17,0
Part des résultats des sociétés mises en équivalence	0,0
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>-32,5</b>
Résultat net des activités non poursuivies	0,0
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>-32,5</b>
Part Groupe	-32,5
intérêts non contrôlés	0,0

\*\* Le montant de l'incidence fiscale des ajustements pour l'information pro forma a été calculé en utilisant le taux d'imposition standard de 34,43 %.

#### *Note 4 : Coûts de la transaction*

Ces coûts ont été négociés par le Groupe Fnac SA pour l'intégralité de l'Acquisition, sans aucune distinction entre les coûts dus à l'augmentation de capital liée à la partie des actions de Darty réglées en capitaux propres, les coûts liés à la partie des actions de Darty réglées en espèces et les coûts liés à l'Acquisition dans son ensemble. Ils ont donc été attribués aux réserves consolidées, en fonction de l'estimation du pourcentage de la contrepartie transférée réglée en capitaux propres, avec le reste des coûts comptabilisé en résultat.

Le montant des frais de transaction engagés par le Groupe Fnac est estimé à 26,3 millions d'euros et comptabilisé dans l'Information pro forma comme suit :

En millions d'euros	Contrepartie transférée	Moyenne pondérée	Coûts alloués avant impôts	Coûts alloués après impôts
Impact sur le capital social	332,3	30,8%	8,1	5,3
Impact sur le Compte de résultat	745,4	69,2%	18,2	11,9
<b>Total</b>	<b>1 077,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>26,3</b>	<b>17,2</b>

Les coûts de la transaction de 26,3 millions d'euros se décomposent entre 8,1 millions d'euros pour les réserves consolidées et 18,2 millions d'euros pour le compte de résultat consolidé avant impôt. La ventilation des coûts de la transaction sera également soumise à une analyse plus approfondie basée sur les coûts finaux de la transaction dans le cadre de l'établissement des États financiers consolidés de la Fnac pour l'exercice clos au 31 décembre 2016. Il s'agit d'un statut préliminaire basé sur les informations disponibles à ce moment-là et peut donc être sujet à modification.

L'effet de l'impôt est calculé selon un taux d'imposition standard de 34,43 %. Il suppose que les actifs d'impôts différés pourront être récupérés, sur la base de la projection à moyen terme du revenu imposable.

Les coûts liés à l'intégration de Darty n'ont pas été pris en compte dans l'Information pro forma.

Les coûts de la transaction comprennent également les coûts ponctuels de 19,5 millions d'euros liés à la prise de contrôle de Darty et engagés par Darty auprès des banques afin de protéger les intérêts de ses actionnaires et 17,3 millions d'euros liés aux primes et aux intéressements à long terme pour les anciens dirigeants.

En millions d'euros	Frais alloués avant impôt	Frais alloués après impôt
Frais de la transaction Darty	36,9	24,2
<b>Total</b>	<b>36,9</b>	<b>24,2</b>

En ce qui concerne l'agrégation des données financières historiques de la Fnac et de Darty au 30 juin 2016, l'impact des ajustements pro forma sur les coûts de la transaction est le suivant :

En millions d'euros	Coûts de la transaction (note 4)
Goodwill	0,0
Actifs incorporels non circulants	0,0
Actifs corporels non circulants	0,0
Investissements dans des sociétés selon la méthode de mise en équivalence	0,0
Actifs financiers non circulants	0,0
Actifs d'impôts différés	21,7
Autres actifs non circulants	0,0
<b>Actifs non circulants</b>	<b>21,7</b>
Stocks	0,0
Créances clients	0,0
Créances d'impôts exigibles	0,0
Autres actifs financiers circulants	0,0
Autres actifs circulants	0,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	-54,3
<b>Actifs circulants</b>	<b>-54,3</b>
Actifs détenus en vue de la vente	0,0
<b>Total actifs</b>	<b>-32,5</b>
Capital social	0,0
Réserves liées au capital	-26,8
Réserves de conversion	0,0
Autres réserves	0,0
<b>Capitaux propres, Part revenant au Groupe</b>	<b>-26,8</b>
Capitaux propres, intérêts non contrôlés	0,0
<b>Capitaux propres</b>	<b>-26,8</b>
Emprunts et dettes financières à long terme	0,0
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	0,0
Passifs d'impôts différés	0,0
Autres passifs non circulants	0,0
Provisions non courantes	0,0
<b>Passifs non circulants</b>	<b>0,0</b>
Emprunts et dettes financières à court terme	0,0
Autres passifs financiers circulants	0,0
Dettes fournisseurs	-5,7
Provisions courantes	0,0
Dettes d'impôts exigibles	0,0
Autres passifs circulants	0,0
<b>Passifs circulants</b>	<b>-5,7</b>
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	0,0
<b>Total passifs</b>	<b>-32,5</b>

La ligne « Trésorerie et équivalents de trésorerie » comprend 40,4 millions d'euros de coûts de la transaction comptabilisés au compte de résultat, 8,1 millions d'euros comptabilisés en capital social et le paiement de 5,7 millions d'euros de dettes fournisseurs pour tenir compte de la situation de trésorerie dans les États consolidés pro forma de la situation financière au 30 juin 2016.

En millions d'euros	Coûts de la transaction (note 4)
Revenus	0,0
Coût des ventes	0,0
<b>Marge brute</b>	<b>0,0</b>
Charges de personnel	0,0
Autres produits et charges d'exploitation	0,0
<b>Résultat d'exploitation courant</b>	<b>0,0</b>
Autres produits et charges d'exploitation non courants	-40,4
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-40,4</b>
Charges financières courantes	0,0
Charges financières non courantes	0,0
<b>Résultat avant impôt</b>	<b>-40,4</b>
<b>Résultat avant impôts hors charges non courantes</b>	<b>0,0</b>
Impôt sur le résultat**	19,0
Part des résultats des sociétés mises en équivalence	0,0
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>-21,5</b>
Résultat net des activités non poursuivies	0,0
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>-21,5</b>
Part Groupe	-21,5
Intérêts non contrôlés	0,0

\*\* Le montant de l'incidence fiscale des ajustements pour les états pro forma a été calculé en utilisant le taux d'imposition standard de 34,43 %.

## Définitions

- « *Acquisition* » désigne l'acquisition par la Fnac de 100 % du capital social émis de Darty.
- « *BCC* » désigne les activités « *BCC* » de Darty aux Pays-Bas.
- « *Comet* » désigne le groupe d'entreprises qui, à compter du 3 février 2012 (soit la date de prise d'effet de la vente de ce groupe par Darty plc), comprenait le Groupe Comet plc, ses filiales et Triptych Insurance N.V.
- « *Convention de crédit de premier rang* » désigne la convention de crédit de premier rang datée du 20 avril 2016, telle que modifiée, conclue entre la Fnac, le Crédit Agricole la Corporate and Investment Bank, Natixis, Société Générale et certaines autres institutions financières telles que définies aux présentes.
- « *Crédit à terme* » désigne le prêt à terme mis à disposition dans la Convention de Crédit de premier rang.
- « *Crédit-relais* » désigne le crédit-relais à terme d'accès aux marchés financiers mis à disposition dans la Convention de Crédit de premier rang.
- « *Crédit renouvelable* » désigne le crédit renouvelable mis à disposition dans la Convention de crédit de premier rang.
- « *Darty* » désigne Darty plc et ses filiales.
- « *Électronique grand public* » désigne les Produits gris et les Produits bruns. Dans le cas de la Fnac, Électronique grand public comprend également la gamme de produits « Maison – Déco » (*Home & Design*) de la Fnac.
- « *euro* » ou « *€* » désigne la devise légale de l'Union monétaire européenne.
- « *Fnac* », « *Groupe* », « *nous* », « *notre* » et « *nos* » désignent la Fnac et ses filiales, à l'exclusion de Darty.
- « *GEM* » désigne le gros électroménager, tel que réfrigérateurs, machines à laver et lave-vaisselle.
- « *GfK* » désigne la société d'étude de marché Gesellschaft für Konsumforschung.
- « *IFRS* » désigne les normes internationales en matière d'information financière (*International Financial Reporting Standards*), telles qu'adoptées par l'UE.
- « *Nouveau Groupe* » désigne le Groupe Fnac, S.A. et ses filiales, incluant Darty qui a été acquis par la Fnac dans le cadre de l'Acquisition.
- « *Obligations* » désigne l'offre obligataire annoncée le 19 septembre 2016.
- « *Obligations Darty* » désigne les obligations de premier rang de 250 millions d'euros à 5,875 % à échéance en 2021 émis par Darty Financements S.A.S. qui ont été échangées en vertu du refinancement.
- « *Offre* » désigne l'émission d'Obligations.
- « *PEM* » désigne le petit électroménager tel que : équipements et accessoires de cuisine comme microondes, cafetières et fers à repasser, ainsi que les produits de santé et de beauté comme les sèche-cheveux et rasoirs électriques.

« *Produits blancs* » désigne le gros électroménager (GEM) et le petit électroménager (PEM).

« *Produits bruns* » désigne les produits audio et d'image tels que téléviseurs, photographie, systèmes de sonorisation et casques d'écoute/écouteurs.

« *Produits éditoriaux* » désigne à la fois les produits physiques (musique, vidéo, livres, jeux, papeterie, et jeux et jouets pour enfants) et les produits numériques (solution de lecture numérique et offres de contenu numérique).

« *Produits gris* » désigne les produits de télécommunications et multimédias tels que : ordinateurs personnels, tablettes, imprimantes, scanners et jeux.

« *Refinancement* » désigne l'offre, l'entrée dans le Crédit-relais, le Crédit à terme et le Crédit renouvelable et, dans chaque cas, l'utilisation du produit de ceux-ci, y compris mais non limité au rachat des Obligations Darty, l'annulation et le remboursement intégral de la dette en vertu de la convention de crédit multidevises renouvelable de 225 millions d'euros établie par Darty Financements S.A.S. le 13 février 2014 et l'annulation et le remboursement intégral de la dette en vertu de la convention de crédit renouvelable de 250 millions d'euros de la Fnac datée du 19 avril 2013 (modifiée le 24 juin 2014).

« *Royaume-Uni* » désigne le Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord.

« *UE* » désigne l'Union européenne.

« *Vanden Borre* » désigne les activités « Vanden Borre » de Darty en Belgique.

« *Vivendi* » désigne le groupe Vivendi, dont Vivendi S.A.

\* \* \*