

Ivry, le 23 octobre 2013

Amélioration des tendances de chiffre d'affaires et stabilité du taux de marge brute au 3^{ème} trimestre 2013

- Chiffre d'affaires consolidé en baisse de -4,9% à taux de change constants, en légère amélioration par rapport au 1^{er} semestre (-5,2%), dans des marchés qui restent dégradés en Europe
- Accélération de la croissance des ventes internet dans toutes les zones géographiques
- Poursuite des gains de part de marché
- Stabilité du taux de marge brute
- Poursuite de la mise en œuvre des plans d'économies

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre

	T3 2013 en M€	Variation vs T3 2012		
		à taux de change courants	à taux de change constants	à taux de change et nombre de magasins constants
France	589,5	-4,7%	-4,7%	-4,7%
Péninsule Ibérique	146,7	-6,5%	-6,5%	-7,1%
Brésil	44,9	-16,6%	-0,2%	-0,6%
Autres pays	62,9	-7,0%	-6,2%	-6,2%
Groupe	844,0	-5,9%	-4,9%	-5,0%
<i>Rappel 1^{er} semestre</i>		<i>-5,8%</i>	<i>-5,2%</i>	<i>-6,4%</i>

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2013

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'est élevé à 844 millions d'euros au 3^{ème} trimestre 2013, en recul de -4,9% à taux de change constants, par rapport au 3^{ème} trimestre 2012.

Cette évolution reflète une légère amélioration par rapport au 1^{er} semestre 2013 (-5,2%), dans des marchés qui sont restés dégradés en Europe.

L'impact des taux de change a été défavorable de -1,0% en raison principalement de la dépréciation du réal brésilien par rapport à l'euro. A taux de change courants, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe baisse de -5,9%.

A nombre de magasins constants, l'amélioration de la tendance est plus marquée, avec un recul des ventes de -5,0% au 3^{ème} trimestre contre -6,4% au 1^{er} semestre.

En France, l'activité a été décevante en juillet et en août dans des marchés particulièrement dégradés. Sur cette période traditionnellement moins dynamique pour le Groupe, la Fnac a choisi de limiter ses investissements commerciaux et de les décaler afin d'en optimiser les effets. L'activité s'est ainsi sensiblement améliorée en septembre grâce à une campagne de rentrée des classes réussie.

La Péninsule Ibérique affiche également de meilleures tendances de ventes.

Au Brésil, l'amélioration de la performance amorcée au 2nd trimestre s'est confirmée avec des ventes stables sur la période, traduisant les premiers effets de la mise en place du plan de reconquête commerciale.

La croissance des ventes Internet a été plus soutenue au 3^{ème} trimestre portée par la France, la Péninsule Ibérique et le Brésil. Cette performance traduit la montée en puissance de la stratégie omnicanale du Groupe.

Le Groupe a maintenu sa dynamique de gains de part de marché, continuant ainsi à tirer profit de son plan de transformation commerciale.

A l'image du 1^{er} semestre, le taux de marge brute est stable, en dépit d'investissements commerciaux significatifs réalisés dans un environnement compétitif.

Le Groupe a poursuivi sa dynamique d'amélioration de l'efficacité opérationnelle et de réduction des coûts.

France

La France a enregistré une baisse de son chiffre d'affaires de -4,7% au 3^{ème} trimestre. A nombre de magasins constants, les ventes sont en recul de -4,7%, une évolution en amélioration par rapport au 1^{er} semestre (-5,3%).

Après un été difficile, la dynamique des ventes s'est améliorée sensiblement en septembre, soutenue par le plan d'animation commerciale offensif mis en œuvre pour la rentrée des classes.

L'accélération de la croissance des ventes internet et la progression du volume d'affaires de la market place à un rythme très élevé démontrent l'attractivité de Fnac.com, premier site français en termes de fréquentation au sein des distributeurs « click & mortar »*. Les ventes omnicanales (ie les commandes on-line reliées aux magasins) ont représenté près de 30% des ventes internet au 3^{ème} trimestre, attestant du succès de la stratégie omnicanale du Groupe.

* en nombre de visiteurs uniques - source Fevad 2nd trimestre 2013

Des espaces dédiés aux objets connectés ont été implantés sur l'ensemble du parc de magasins en septembre, cette nouvelle offre étant également disponible sur Fnac.com. Le déploiement des Espaces Kids, Papeterie et Maison & Design s'est poursuivi en ligne avec le plan de marche, l'objectif étant d'avoir équipé les ¾ du parc à fin décembre.

Les performances des magasins franchisés ont été satisfaisantes, avec une montée en puissance régulière des derniers magasins ouverts.

Le Groupe a ouvert ce jour un magasin d'une superficie de 2800 m² dans le nouveau centre commercial de Beaugrenelle (dans le 15^{ème} arrondissement de Paris).

Le Groupe a par ailleurs annoncé le 26 septembre un projet d'adaptation de ses effectifs dans les métiers du disque (visant 180 postes sur un effectif de 800). Des discussions sont en cours avec les organisations syndicales sur les modalités de mise en œuvre de ce plan.

Péninsule Ibérique

Les ventes de la zone ont reculé de -6,5% au 3^{ème} trimestre, contre -8,8% au 1^{er} semestre.

La Péninsule Ibérique affiche une croissance à deux chiffres de ses ventes Internet, en accélération par rapport au 1^{er} semestre.

Le Groupe a renforcé sa stratégie omnicanale en Espagne et au Portugal. Lancée en mai en Espagne, la market place a contribué à 20% des volumes Internet sur la période, démontrant ainsi l'attractivité du site Fnac.es.

Fnac.pt, qui a continué à renforcer son leadership sur le marché internet au 3^{ème} trimestre, a également démarré sa market place fin septembre. La part des ventes omnicanales s'élève à environ 30% des ventes internet de la zone Péninsule Ibérique à fin septembre.

La politique volontariste de réallocation des espaces et d'implantation de nouvelles familles de produits se poursuit sur la zone. A fin septembre, les espaces Kids et Papeterie sont présents dans respectivement 75% et près de 100% du parc de magasins. Les espaces Maison & Design sont en cours de déploiement.

Le Portugal a ouvert son 1^{er} magasin Travel à l'aéroport de Lisbonne le 17 juillet. La performance des ventes est très satisfaisante. Un 1^{er} magasin de proximité sera ouvert en décembre au cœur du quartier d'affaires de Lisbonne.

Brésil

Au 3^{ème} trimestre, la performance des ventes s'est améliorée significativement au Brésil, reflétant les effets du plan de reconquête commerciale mis en œuvre au 2nd trimestre. Les ventes du 3^{ème} trimestre sont ainsi stables (-0,2%), contre une baisse de -8,9% au 1^{er} semestre 2013 (à taux de change constant).

L'amélioration de la performance est tirée principalement par le site internet, qui affiche une très forte croissance de ses ventes, mais également par le réseau de magasins.

Autres Pays

Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre est en recul de -6,2% à taux de change constant, une évolution en ligne avec celle du 1^{er} semestre (-5,9%), dans des marchés en repli sur un grand nombre de catégories.

Le déploiement des nouveaux espaces s'est poursuivi au 3^{ème} trimestre, tant en Belgique qu'en Suisse. A la fin de l'année, les espaces Kids et Maison & Design seront déployés sur l'ensemble du parc de magasins de la zone.

Développement à l'international

Le Groupe a annoncé, le 13 octobre, la signature d'un accord de franchise avec Darwish Holding, pionnier dans la distribution spécialisée au Moyen-Orient pour s'implanter au Qatar. Un premier magasin Fnac ouvrira à Doha à l'automne 2014, au sein du centre commercial Lagoona Mall.

Perspectives

La performance des ventes du 3^{ème} trimestre a été réalisée dans un contexte macro-économique qui reste peu favorable, avec des marchés en fort repli sur certaines catégories.

Les marchés devraient rester difficiles jusqu'à la fin de l'année. Le Groupe entend néanmoins en limiter les effets sur ses ventes et ses résultats grâce à la poursuite de sa dynamique de gains de part de marché, consécutive à la mise en œuvre du plan de transformation de son modèle commercial, et à une gestion attentive de ses marges. Le Groupe continuera son plan d'efficacité opérationnelle et de recherche d'économies de coûts.

CONTACTS

ANALYSTES / INVESTISSEURS

Nadine Coulm

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

PRESSE

Laurent Glepin

laurent.glepin@fnac.com
+33 (0)1 55 21 53 07

ANNEXES

Chiffre d'affaires à fin septembre 2013

	9mois 2013 en M€	Variation vs 9M 2012		
		à taux de change courants	à taux de change constants	à taux de change et nombre de magasins constants
France	1750,4	-4,2%	-4,2%	-5,1%
Péninsule Ibérique	432,4	-8,0%	-8,0%	-8,7%
Brésil	136,8	-17,2%	-5,9%	-7,6%
Autres pays	193,9	-6,8%	-6,0%	-6,0%
Groupe	2513,5	-5,8%	-5,1%	-5,9%

Parc de magasins

	31-déc-12	30-juin-13	30-sept-13
France	104	107	107
Intégrés	88	88	88
Franchisés *	16	19	19
Péninsule Ibérique	42	42	43
Intégrés	42	42	43
Franchisés	0	0	0
Brésil	11	11	11
Intégrés	11	11	11
Franchisés	0	0	0
Autres pays	13	13	13
Intégrés	13	13	13
Franchisés	0	0	0
Groupe	170	173	174
Intégrés	154	154	155
Franchisés	16	19	19

* y compris le magasin au Maroc