

Fortes progressions du GMV : +28,2 % au T1 2015 et du chiffre d'affaires net : +17,8 %

AMSTERDAM, 10 avril 2015 — Cnova N.V. (NASDAQ et Euronext Paris: CNV) publie aujourd'hui son chiffre d'affaires net, son GMV (volume d'affaires) et d'autres informations relatives au premier trimestre 2015.

CNOVA	T1 2014	T1 2015	Croissance
GMV ⁽¹⁾ (en M€)	973,7	1 248,2	+28,2 %
Chiffre d'affaires net (en M€)	777,4	915,5	+17,8 %
Clients actifs ⁽²⁾ (en millions)	11,6	14,8	+27,6 %
Commandes ⁽³⁾ (en millions)	6,8	9,3	+38,2 %
Unités vendues (en millions)	11,5	16,0	+38,9 %
Part du trafic via les mobiles ⁽⁴⁾ (en %)	22,0 %	34,0 %	+1 193 pb

- **Pour le T1 2015, Cnova a enregistré une forte progression de +17,8 % de son chiffre d'affaires net par rapport au T1 2014**, en dépit d'une conjoncture économique difficile au Brésil. Cette croissance soutenue a été réalisée malgré la dépréciation du réal brésilien de plus de 10 %, qui est intervenue depuis l'annonce des objectifs pour le T1 2015 le 28 janvier dernier :
 - **Capacité de fidélisation des clients.** Au T1 2015, le volume par client unique est en hausse de +4,2 % pour Cnova et le nombre de commandes par client unique⁽⁵⁾ est en hausse de +11,9 % en France et +5,4 % au Brésil ;
 - **Forte progression du trafic enregistré via des mobiles :** +34,0 % au T1 2015 contre 22,0% au T1 2014 ;
 - **Poursuite de la stratégie d'expansion avec l'exploitation de 20 sites dans 11 pays** à la fin du T1 2015.
- **Cnova a enregistré, de nouveau, une forte progression trimestrielle de ses marketplaces, avec un taux de pénétration en forte hausse dans les deux zones géographiques :**
 - La quote part totale de la marketplace atteint 15,4 % du GMV au T1 2015 contre 8,5 % au T1 2014, ce qui représente une progression du volume d'affaires de +132 % en glissement annuel ;
 - Le nombre total de vendeurs s'élève à 8 650 au T1 2015 soit +110 % (en glissement annuel) et le nombre total de produits disponibles atteint 16 millions, soit +88 % par rapport au T1 2014.
- **Cnova a accéléré le rythme de ses investissements au T1 pour développer sa croissance future :**
 - Accélération du déploiement du réseau « click & collect » au Brésil et augmentation du nombre de points retrait pour les gros volumes en France ;
 - Renforcement des infrastructures pour améliorer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement et le service client :
 - Au Brésil, dans la région de São Paulo, regroupement de deux centres de distribution pour les petits volumes, au sein d'un entrepôt unique de Via Varejo à Jundiaí ;
 - En France, ouverture d'un nouvel entrepôt en Île-de-France pour les gros volumes au T1 2015 ; extension de l'entrepôt existant dans le Sud-Est ;
 - Investissement dans des systèmes informatiques stratégiques au Brésil (nouvel outil de recommandation clients pour inciter à l'achat, nouvel ERP et nouveaux systèmes de gestion des stocks et de service client), et en France (nouveau système de gestion des entrepôts et nouveau moteur de recherche).

CDISCOUNT - PRINCIPAUX INDICATEURS

CDISCOUNT	T1 2014	T1 2015	Croissance
GMV (en M€)	493,9	634,5	+28,5 %
Chiffre d'affaires net (en M€)	358,1	416,8	+16,4 %
Quotepart de la marketplace (en %) ⁽⁶⁾	14,8 %	24,7 %	+984 pb
Part du trafic via les mobiles ⁽⁴⁾ (en %)	31,1 %	44,9 %	+1 385 pb

- **Au cours de ce trimestre, Cdiscount a enregistré une nouvelle progression de +16,4 % de son chiffre d'affaires net, à 416,8 millions d'euros au T1 2015** contre 358,1 millions d'euros au T1 2014
 - Expansion du réseau « **click & collect** » : 19 100 points au 31 mars 2015 dont 593 pour les gros volumes, ce qui représente une progression de +34 % par rapport au T1 2014 ;
 - Accroissement de la fidélisation clients : **nombre de commandes par client unique⁽⁵⁾ en hausse de +11,9 % par rapport au T1 2014 et nombre d'articles par client unique en progression de +11,1 %.**
- **La quotepart de la marketplace de Cdiscount atteint 24,7 % du GMV au T1 2015 :**
 - Le GMV de la marketplace a augmenté de 111 % en glissement annuel ;
 - Le nombre total de produits disponibles a augmenté de 79 % en glissement annuel, grâce à la hausse de +106 % du nombre de vendeurs.
- **Cdiscount a investi dans de nouveaux projets pour le développement de la croissance :**
 - Hausse du nombre d'abonnés « **Cdiscount-à-volonté** » ;
 - **Développement accéléré** de 4 nouveaux sites spécialisés : lancement prévu au T2 2015 ;
 - **Accélération de la stratégie d'ouvertures de sites dans de nouveaux pays :**
 - implantation dans 8 nouveaux pays prévue avant la fin de l'année 2015 ;
 - excellente dynamique de croissance au Vietnam et en Thaïlande, où 453 points retrait ont été mis en place au sein des magasins BigC ;
 - ouverture d'un nouveau site au Panama en janvier dernier ;

CNOVA BRAZIL - PRINCIPAUX INDICATEURS

CNOVA BRAZIL	T1 2014	T1 2015	Croissance
GMV (en MR\$)	1 554,6	1 978,4	+27,3 %
GMV (en M€)	479,8	613,7	+27,9 %
Chiffre d'affaires net (en MR\$)	1 358,7	1 607,6	+18,3 %
Chiffre d'affaires net (en M€)	419,4	498,7	+18,9 %
Quotepart de la marketplace (en %) ⁽⁷⁾	2,1 %	6,3 %	+425 pb
Part du trafic via les mobiles ⁽⁴⁾ (en %)	15,0 %	25,1 %	+1 019 pb

- **Dans une conjoncture morose, le modèle stratégique de Cnova Brazil, bien positionné sur son marché, a permis la progression de +18,3 % de son chiffre d'affaires en R\$:**
 - Positionnement tarifaire solidement établi depuis la fin du T3 2014 : Cnova Brazil propose les prix les plus bas sur la majeure partie de son offre ;
 - Nombre de commandes par client unique⁽⁵⁾ en hausse de +5,4 %.

- **Cnova Brazil a accentué sa politique d'investissements stratégiques afin d'améliorer le service client et développer sa croissance,**
 - Doublement du nombre de points retrait par rapport au T4 2014, qui compte 210 points au T1 2015, avec la disponibilité immédiate des produits dans certains magasins de Casas Bahia et Pontofrio ;
 - Investissements dans un nouveau système d'ERP ainsi que dans de nouveaux systèmes de gestion des stocks et de service clients pour accompagner la croissance. Lancement d'un nouvel outil de recommandation clients pour inciter à l'achat ;
 - Au Brésil, dans la région de São Paulo, regroupement de deux centres de distribution pour les petits volumes au sein d'un entrepôt unique de Via Varejo⁽⁸⁾. Ouverture programmée de deux entrepôts dans les régions du Centre-Ouest et du Sud ;
 - Investissements sélectifs en coûts marketing pour accélérer l'acquisition de nouveaux clients ;
 - Ressources Humaines, recrutements sélectifs pour renforcer les domaines stratégiques : marketplaces, points retrait, logistique et informatique.
- **Accélération de la croissance de la marketplace de Cnova Brazil :**
 - Lancement réussi de **trois nouvelles marketplaces** (Casas Bahia, Pontofrio et Cdiscount Brasil au T1 2015 afin de capitaliser sur la notoriété des marques de Cnova ;
 - La quote part totale de la marketplace de Cnova Brazil atteint 6,3 % du GMV au T1 2015 contre 2,1 % au T1 2014, soit une hausse de +295 % du volume d'affaires de la marketplace en glissement annuel.

⁽¹⁾ GMV » (Gross Merchandise Volume, volume d'affaires TTC) – Le GMV comprend les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace, après retours, toutes taxes comprises.

⁽²⁾ Clients actifs au 31 mars – Clients ayant effectué au moins un achat sur nos sites au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.

⁽³⁾ Commandes passées – Valeur totale des commandes passées avant annulation due à la détection de fraudes ou à l'absence de paiement par les clients.

⁽⁴⁾ Part du trafic via des appareils mobiles hors sites web spécialisés et sites web internationaux.

⁽⁵⁾ Nombre de clients ayant effectué au moins un achat au 31 mars sur nos sites au cours de la période des trois mois écoulés correspondante.

⁽⁶⁾ Quote part de la marketplace du site www.cdiscount.com. La quote part de la marketplace représente le chiffre global au cours du trimestre.

⁽⁷⁾ Quote part de la marketplace rapportée au GMV total. La quote part de la marketplace représente le chiffre global au cours du trimestre.

⁽⁸⁾ Fermeture du centre de distribution de Tambore et transfert des produits légers depuis le centre de distribution de Cajamar (qui servira uniquement pour les gros colis) vers un entrepôt Via Varejo basé à Jundiaí.

Déclarations prospectives

Outre les données historiques présentées, le présent communiqué de presse est susceptible de contenir des déclarations de nature prospective (forward-looking statements) au sens des dispositions du U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995, de l'Article 27A du U.S. Securities Act de 1933 et de l'Article 21E du U.S. Securities Exchange Act de 1934. Ces déclarations prospectives peuvent inclure des prévisions relatives aux résultats à venir de Cnova et, sont parfois identifiées par l'utilisation de termes tels que « anticiper », « supposer », « croire », « continuer », « pouvoir », « estimer », « s'attendre à », « avoir pour objectif », « planifier », « potentiel », « prédire », « projeter », « futur », « rechercher » ou de termes ou expressions similaires. Les déclarations prospectives contenues dans le présent communiqué de presse sont fondées sur les attentes et les prévisions actuelles de la direction de Cnova et sont sujettes à de nombreux risques, incertitudes et changements de circonstances, difficilement prévisibles et généralement en dehors du contrôle de Cnova. D'importants facteurs peuvent impliquer que les résultats effectivement réalisés par Cnova diffèrent significativement de ceux qui sont exprimés dans les déclarations prospectives. Ces facteurs comprennent notamment : la capacité de Cnova à accroître sa base de clients ; sa capacité à maintenir et renforcer la renommée de ses marques ; sa capacité à gérer efficacement sa croissance ; les évolutions affectant les technologies utilisées par Cnova ; l'évolution de l'environnement économique, commercial, concurrentiel, réglementaire au niveau mondial, national, régional ou local ; ainsi que d'autres facteurs décrits dans la section « Facteurs de risque » du rapport annuel dans le formulaire 20-F déposé auprès de la U.S. Securities and Exchange Commission les 31 mars 2015, et dans tout autre document déposé auprès de celle-ci. Les déclarations prospectives contenues dans le présent communiqué de presse sont données uniquement à la date du présent communiqué de presse. Les facteurs ou événements susceptibles d'entraîner une variation significative des résultats effectivement réalisés par Cnova par rapport aux déclarations contenues dans le présent communiqué de presse sont aléatoires, de sorte qu'il n'est pas possible pour Cnova d'anticiper tous ces facteurs ou événements. En dehors de toute obligation légale ou réglementaire à sa charge, Cnova ne prend aucun engagement de publier des mises à jour des déclarations prospectives, que ce soit en raison d'éléments nouveaux ou d'évolutions postérieures ou de toute autre circonstance.

À propos de CNOVA N.V.

Cnova N.V. est un des acteurs majeurs du e-Commerce à l'échelle mondiale qui comprend les sites de Cdiscount en France, au Brésil, en Colombie, en Equateur, au Panama, en Thaïlande, au Vietnam, en Côte d'Ivoire, au Sénégal, au Cameroun, et en Belgique, ainsi que les sites Extra.com.br, Pontofrio.com et Casasbahia.com.br au Brésil. Cnova N.V. propose à ses plus de 13 millions de clients une large gamme de produits de plus de 16 millions d'offres au travers de prix attractifs et de solutions innovantes de livraison et de paiement. Cnova N.V. fait partie du Groupe Casino, groupe de distribution mondial. Les communiqués de Cnova N.V. sont disponibles à l'adresse www.cnova.com/investor-relations.aspx. Les informations disponibles ou accessibles depuis les sites mentionnés ci-dessus ne font pas partie de ce communiqué de presse.

Contact Cnova Relations Investisseurs :

investor@cnova.com

Tel: +31207950671

Contact Media:

Cnova N.V.

Head of Communication: +33 6 80 39 50 71

directiondelacommunication@cnovagroup.com