

CNOVA N.V.

Performance financière annuelle et activité du 4^{ème} trimestre 2024

Après deux années de transformation, 2024 a marqué un retour à la croissance pour Cnova et une amélioration significative de la performance opérationnelle portée par un plan de réinvestissement dont l'approche est fortement centrée sur le client

- **Sur base comparable¹, le GMV global² est progressivement revenu à la croissance à fin 2024**, après deux années de transformation : -12% au T1 2024, -9% au T2 2024, légère hausse au T3 2024 et **+2% au T4 2024**, soit une baisse globale de -5% sur l'année, dans un contexte difficile pour les marchés clés de Cdiscount, tels que la maison (-6%³ vs. 23) et les biens techniques (-1%³ vs. 23)
- **Le GMV Produit⁴ de Cdiscount.com a augmenté de +3% au T4 2024 vs. 23, notamment grâce à la performance robuste du Black Friday, et s'est amélioré trimestre après trimestre :**

Vs. 23	T1 2024	T2 2024	T3 2024	T4 2024
Ventes directes	-29%	-26%	-12%	-7%
Marketplace	-4%	-2%	+8%	+9%
GMV Produit	-15%	-11%	+1%	+3%

- **Le chiffre d'affaires a baissé de -13% en 2024 sur base comparable¹**, principalement en raison de l'accent mis par Cnova sur la rentabilité et de la décroissance des ventes directes, liée à la transition stratégique vers des services à forte marge tels que la Marketplace, comme en témoigne la part croissante des commissions Marketplace dans le chiffre d'affaires
- **Les revenus de services⁵ se sont élevés à 335 M€ en 2024, en hausse de +4% vs. 23**, ce qui représente 32% du chiffre d'affaires global sur base comparable¹, **en croissance de +5pts vs. 23**, principalement soutenus par les activités B2B
- Au 3^{ème} trimestre 2024, Cnova a lancé un **plan de réinvestissement centré sur le renforcement de l'identité de marque de Cdiscount et l'amélioration de la proposition de valeur à ses clients**, dans le but d'accroître la rentabilité opérationnelle et la trésorerie de Cnova
- **L'EBITDA hors IFRS 16⁶ s'est élevé à 47 M€ en 2024, en baisse de 2 M€ vs. 23**, principalement en raison du plan de réinvestissement et des investissements commerciaux & marketing associés à hauteur de 10 M€, qui ont généré une hausse importante de la marge contributive en fin d'année 2024
- **Les flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts se sont élevés à (39) M€ en 2024, en amélioration de +16 M€ vs. 23**, et ont bénéficié d'une amélioration structurelle et continue des flux de trésorerie opérationnels. **Les flux de trésorerie disponible se sont établis à (79) M€ en 2024, en amélioration de +120 M€ vs. 23**, avec des délais de paiement fournisseurs stables mais toujours limités suite au contexte de 2023
- Cnova a **développé de manière continue sa stratégie RSE avec des « produits plus responsables »** qui ont représenté 25% du GMV Produit en 2024 (+8pts vs. 23)
- **Le NPS global reste élevé et est en progression de +3pts en 2024 vs. 23**, porté par le NPS de la Marketplace (+3pts vs. 23) et le NPS des ventes directes (+2pts vs. 23)

AMSTERDAM - 20 février 2025, 7h45 CET Cnova N.V. (Euronext Paris : CNV ; ISIN : NL0010949392) (« Cnova ») publie aujourd'hui les résultats de son activité pour le 4^{ème} trimestre et les résultats financiers non audités de son exercice 2024.

¹ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

² Le GMV (Gross Merchandise Volume) est défini comme suit : toutes taxes comprises, GMV Produit de Cdiscount.com (ventes directes + Marketplace sur la base des commandes validées et expédiées) + autres revenus (Cdiscount Advertising, Fulfilment by Cdiscount, abonnements CDAV, etc.) + revenus B2B (C-Logistics & Octopia) + GMV généré par les services B2C (principalement Voyages & Mobile)

³ Données FEVAD qui couvrent la période de janvier 2024 à décembre 2024, comparativement à la même période l'année dernière

⁴ GMV expédié des ventes directes et de la Marketplace toutes taxes comprises

⁵ Y compris les commissions Marketplace, les revenus d'abonnement et autres revenus, les services d'Advertising, Fulfilment by Cdiscount, les extensions de garantie, les commissions des cartes CUP, les services B2C, Octopia B2B (Fulfilment-as-a-Service, Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service) et C-Logistics B2B

⁶ La réconciliation entre le résultat opérationnel, le ROC et l'EBITDA (y compris et hors IFRS 16) est présentée dans les annexes

Thomas Métivier, PDG de Cnova, a commenté :

« En 2024, nous avons connu un véritable virage qui a marqué un retour à la croissance pour Cdiscount.com, soutenu par un plan de réinvestissement audacieux et centré sur nos clients, qui a permis de réaliser des performances robustes au 4^{ème} trimestre, en particulier lors du Black Friday et en décembre. La Marketplace a renforcé son rôle-clé dans la croissance avec une attention particulière portée sur la qualité du catalogue. Parallèlement, les services d'Advertising et les activités de B2B ont contribué de manière active à la création de valeur et à l'amélioration structurelle de la performance opérationnelle.

Pour 2025, nous souhaitons maintenir cette dynamique en poursuivant nos investissements, en renforçant fortement les aspects-clés de l'expérience client, en faisant progresser nos initiatives RSE et en tirant parti des capacités de l'IA Générative, le tout dans le cadre de notre approche centrée sur le client. »

Indicateurs financiers

Performance financière (M€)	2023	2024	Variation vs. 23	
			Publiée	Comparable ⁷
GMV total (TTC)	2 804,3	2 665,5	(5,0)%	(4,6)%
Plateforme e-commerce	2 704,1	2 544,9	(5,9)%	(5,5)%
Dont Ventes directes	928,4	759,6	(18,2)%	
Dont Marketplace	1 392,0	1 436,1	+3,2%	
GMV Produit (Ventes directes & Marketplace)	2 320,5	2 195,7	(5,4)%	
Quote-part Marketplace	60,0%	65,4%	+5,4pts	
Dont Services B2C	150,1	153,8	+2,5%	
Dont Autres revenus	233,6	195,5	(16,3)%	(12,6)%
Activités B2B	100,2	120,6	+20,3%	
Dont Revenus B2B d'Octopia	27,5	37,9	+37,6%	
Dont Activités Retail & Autres d'Octopia	54,8	47,2	(14,0)%	
Dont C-Logistics	17,8	35,5	+99,0%	
Chiffre d'affaires	1 196,7	1 039,1	(13,2)%	(12,7)%
EBITDA^{6,8}	81,2	72,1	(9,0) M€	
En % du chiffre d'affaires	6,8%	6,9%	+0,2pt	
EBITDA hors IFRS 16^{6,9}	49,9	47,4	(2,5) M€	
En % du chiffre d'affaires	4,2%	4,6%	+0,4pt	
Résultat opérationnel courant	(15,0)	(17,2)	(2,2) M€	
En % du chiffre d'affaires	(1,3)%	(1,7)%	(0,4)pt	
Autres charges opérationnelles non courantes	(24,7)	(14,9)	+9,9 M€	
Résultat financier	(57,7)	(57,8)	(0,2) M€	
Résultat avant impôts	(97,4)	(89,9)	+7,5 M€	

⁷ Les données en base comparable excluent Carya et Neosys (activités cédées) ainsi que Géant et Cdiscount Pro (abandonnées)

⁸ EBITDA (incluant IFRS 16) : résultat opérationnel courant des activités ordinaires ajusté des dépréciations & amortissements

⁹ Historiquement appelé « EBITDA après loyers » dans nos communiqués de performance financière et d'activité, renommé « EBITDA hors IFRS 16 » afin de le distinguer de l'« EBITDA ajusté après paiements des loyers » présenté par Casino, qui correspond essentiellement à l'EBITDA diminué (i) des remboursements de passifs locatifs et des intérêts payés sur ces passifs (y compris d'éventuels contrats de location déficitaires) et (ii) des frais de gestion de Casino

Flux de trésorerie disponible (M€)	2023	2024	Variation vs. 23
EBITDA hors IFRS 16	49,9	47,4	(2,5) M€
(-) Dépenses d'investissement	(63,4)	(56,5)	+6,9 M€
(-) Coûts financiers du CB4X	(24,7)	(19,6)	+5,1 M€
(+/-) Autres charges opérationnelles non courantes (cash) ¹⁰	(16,1)	(10,1)	+6,0 M€
Flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts	(54,3)	(38,7)	+15,6 M€
(+/-) Variation du besoin en fonds de roulement & impôts	(143,9)	(39,8)	+104,0 M€
Flux de trésorerie disponible¹¹	(198,2)	(78,6)	+119,6 M€
Dette financière nette¹²	(589,5)	(704,3)	(114,9) M€
Variation de la dette financière nette	(217,0)	(114,9)	+102,1 M€

Faits marquants du 4^{ème} trimestre

GMV	T4 2024 vs. 23
Evolution du GMV total sur base comparable ¹	+2,1%
Croissance du GMV Marketplace	+9,1%
Croissance de la quote-part du GMV Marketplace	+3,8pts

Le GMV global a augmenté de +2,1% au 4^{ème} trimestre par rapport à l'année dernière sur base comparable¹, après s'être progressivement amélioré au cours des trimestres précédents (-12,4% au T1 2024 vs. 23, -9,2% au T2 2024 vs. 23 et une légère croissance au T3 2024 vs. 23), avec :

- **La Marketplace** qui contribue à hauteur de +4,6pts (+9,1% vs. 23), positivement impactée par la dynamique de fin d'année avec une croissance du GMV de +20,1% en décembre 2024 vs. 23. La quote-part du GMV Marketplace a augmenté de +3,8pts et s'élève à 64,2% au 4^{ème} trimestre 2024. Les catégories de produits de téléphonie, d'ameublement, informatiques et de sport ont enregistré des performances positives au 4^{ème} trimestre 2024 par rapport à l'année dernière
- **Les ventes directes** qui contribuent à hauteur de -2,3pts (-7,0% vs. 23), malgré une reprise progressive en 2024 et une tendance favorable en décembre (+10,5% vs. 23). Cette baisse était principalement liée à la transition stratégique de Cnova vers un modèle économique orienté sur les activités de service. Les catégories de produits de petit électroménager et de jeux & jouets ont bien performé au 4^{ème} trimestre 2024 par rapport à l'année dernière
- **Les activités Fulfilment-as-a-Service d'Octopia** qui contribuent à hauteur de +0,2pt (+16,3% vs. 23), soutenues par un nombre croissant de colis expédiés (+23,0% vs. 23)
- **Les activités B2B de C-Logistics** qui contribuent à hauteur de +0,5pt (+73,8% vs. 23), avec une hausse du nombre de colis expédiés pour des clients externes (+37,7% vs. 23) et l'expansion de son nouveau client spécialisé dans les produits de luxe depuis son lancement au 1^{er} trimestre 2024

¹⁰ Fait référence aux autres charges opérationnelles non courantes (compte de résultat) hors éléments « non-cash » tels que les mises au rebut d'actifs, les dépréciations d'actifs, les gains ou pertes sur cessions d'actifs et autres éléments

¹¹ Flux de trésorerie disponible des activités poursuivies avant charges financières

¹² La dette financière nette inclut les positions de compte courant vis-à-vis du Groupe Casino, la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les découverts bancaires, le Prêt Garanti par l'État (PGE), le financement des stocks et d'autres passifs financiers

Chiffre d'affaires	T4 2024 vs. 23
Evolution du chiffre d'affaires sur base comparable ¹	(5,3)%

Le chiffre d'affaires s'est élevé à 324 M€ au 4^{ème} trimestre 2024, en baisse de -5,3% sur base comparable¹. L'évolution du chiffre d'affaires est principalement liée à :

- La baisse des revenus des ventes directes, impactés par la transition volontaire de Cnova vers davantage d'activités de service, comme en témoigne la quote-part de GMV Marketplace en hausse de +3,8pts vs. 23
- Partiellement compensée par la croissance des revenus de services, principalement tirée par la dynamique des activités logistiques B2B, avec des revenus en hausse par rapport à l'année dernière pour l'offre de Fulfilment-as-a-Service d'Octopia et pour l'offre B2B de C-Logistics

Revenus de services (M€)	T4 2023	T4 2024	Variation vs. 23
Revenus Marketplace (commissions et services logistiques) ¹³	55,8	52,5	(6,0)%
Revenus nets des services d'Advertising ¹⁴	22,6	22,9	+1,6%
Revenus des services B2C ¹⁵	3,7	3,5	(4,2)%
Revenus des activités B2B ¹⁶	11,4	16,7	+47,4%
Revenus de services	93,4	95,7	+2,4%
<hr/>			
Revenus de services en % du chiffre d'affaires ¹	27,3%	29,5%	+2,2pts
Quote-part GMV Marketplace	60,5%	64,2%	+3,8pts

Les revenus de services se sont élevés à 96 M€ au 4^{ème} trimestre 2024, en augmentation de +2,4% vs. 23, ce qui représente 29,5% du chiffre d'affaires sur base comparable¹ (+2,2pts vs. 23), avec :

- **Les revenus de la Marketplace¹³** qui sont en baisse de -6,0% vs. 23, principalement en raison du recul de -14,3% vs. 23 des revenus du *Fulfilment by Cdiscount*, notamment en lien avec la diminution du nombre de colis expédiés (-13,8% vs. 23), partiellement compensé par la hausse des commissions Marketplace, avec un effet volume positif en partie atténué par un effet mix catégorie défavorable
- **Les revenus nets des services d'Advertising¹⁴** qui ont crû de +1,6% vs. 23. Cette dynamique a essentiellement été portée par le Retail Media des vendeurs Marketplace (+11,6% vs. 23), notamment en lien avec la hausse du GMV Marketplace (+9,1% vs. 23). La plateforme *Cdiscount Ads Retail Solution* (CARS) a enregistré une performance robuste, illustrée par la croissance des produits sponsorisés (+11,8% vs. 23)
- **Les revenus des services B2C¹⁵** qui sont en baisse de -4,2% vs. 23, avec un impact négatif des services associés aux ventes directes (extensions de garantie et cartes), tandis que les revenus de *Cdiscount Voyages* ont progressé de +35,6% vs. 23, malgré la rationalisation des dépenses marketing en lien avec le focus sur la rentabilité, notamment soutenus par les offres commerciales avec les compagnies aériennes et les tours opérateurs
- **Les revenus des services B2B¹⁶** qui ont augmenté de +47,4% vs. 23, principalement portés par la dynamique des services logistiques B2B, comme démontré par le nombre croissant de colis expédiés par C-Logistics B2B (+37,7% vs. 23) et par Octopia Fulfilment-as-a-Service (+23,0% vs. 23)

¹³ Y compris commissions Marketplace après réductions, abonnements, services logistiques et autres éléments fournis aux vendeurs

¹⁴ Y compris les revenus des services d'Advertising fournis aux fournisseurs et aux vendeurs. Les chiffres de l'année 2023 ont été ajustés des revenus d'abonnement et des revenus logistiques qui ont été réalloués aux activités correspondantes

¹⁵ Y compris les services de voyage et de mobile, les commissions des cartes CUP, les services d'extension de garanties et autres

¹⁶ Y compris Fulfilment-as-a-Service, Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service (Octopia) et les activités B2B de C-Logistics

Performance financière de l'année 2024

Cnova N.V. (M€)	Année		Variation
	2023	2024	vs. 23
GMV total (TTC)	2 804,3	2 665,5	(5,0)%
Chiffre d'affaires	1 196,7	1 039,1	(13,2)%
Marge brute	362,1	364,3	+2,2 M€
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>30,3%</i>	<i>35,1%</i>	<i>+4,8pts</i>
<i>En % du GMV (HT)</i>	<i>15,5%</i>	<i>16,4%</i>	<i>+0,9pt</i>
Frais d'exploitation (hors DAP)	(280,9)	(292,2)	(11,3) M€
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>(23,5)%</i>	<i>(28,1)%</i>	<i>(4,6)pts</i>
<i>En % du GMV (HT)</i>	<i>(12,0)%</i>	<i>(13,2)%</i>	<i>(1,1)pt</i>
EBITDA	81,2	72,1	(9,0) M€
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,9%</i>	<i>+0,2pt</i>
<i>En % du GMV (HT)</i>	<i>3,5%</i>	<i>3,2%</i>	<i>(0,2)pt</i>
Dotations aux Amortissements et Provisions	(96,2)	(89,3)	+6,8 M€
Résultat opérationnel courant	(15,0)	(17,2)	(2,2) M€
Autres charges opérationnelles non courantes	(24,7)	(14,9)	+9,9 M€
Résultat financier	(57,7)	(57,8)	(0,2) M€
Résultat avant impôts	(97,4)	(89,9)	+7,5 M€
Impôts	(28,6)	(3,1)	+25,6 M€
Résultat net	(129,7)	(94,5)	+35,2 M€
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	<i>(125,9)</i>	<i>(93,0)</i>	<i>+33,0 M€</i>

Le chiffre d'affaires a atteint 1 039 M€ en 2024, une baisse de -13,2% et de -12,7% sur base comparable¹ par rapport à 2023. L'évolution du chiffre d'affaires a été essentiellement impactée par la baisse des revenus des ventes directes, partiellement compensée par la croissance des revenus de services, dans le cadre de la transition stratégique volontaire de Cnova vers des services à plus forte marge, comme en témoigne l'augmentation des revenus d'Octopia B2B et de C-Logistics B2B ainsi que l'amélioration de la quote-part GMV Marketplace.

La marge brute s'est établie à 364 M€ en 2024, en hausse de 2 M€ vs. 23, ce qui représente 35,1% du chiffre d'affaires. Grâce à la transition du modèle économique de Cnova vers plus de services à forte marge, le taux de marge brute s'est amélioré de +4,8pts vs. 23, avec des effets relatifs principalement issus des activités Marketplace, des services d'Advertising et des activités B2B.

Les frais d'exploitation (hors DAP) se sont élevés à 292 M€ en 2024, ce qui représente 28,1% du chiffre d'affaires (-4,6pts vs. 23), soit une détérioration de 11 M€ par rapport à 2023, avec :

- **Les coûts de distribution** (hors DAP) qui se sont dégradés de 4 M€ vs. 23, principalement en raison de la hausse des coûts logistiques B2B, en lien avec le développement du Fulfilment-as-a-Service d'Octopia et des activités B2B de C-Logistics, notamment avec l'expansion de son nouveau client spécialisé dans les produits de luxe. Les coûts de distribution ont aussi été impactés négativement par l'inflation, partiellement compensée par les effets années-pleines des économies du Plan d'Efficienc e sur les coûts d'entrepôts (hors économies sur les loyers d'entrepôts qui sont prises en compte dans l'EBITDA hors IFRS 16), et par des effets volume positifs sur les coûts logistiques variables

- **Les dépenses marketing** (hors DAP) qui se sont dégradées de 10 M€ vs. 23, dans le cadre de la stratégie de Cnova qui vise à accroître l'acquisition client, à renforcer l'identité de marque de Cdiscount et à améliorer la proposition de valeur à ses clients. Cette stratégie, notamment incarnée par un plan de réinvestissement, a entraîné une augmentation des dépenses média-marque - avec le lancement de la nouvelle identité de marque de Cdiscount en juin 2024 - ainsi que des coûts d'acquisition marketing
- **Les coûts de technologie et de contenu** (hors DAP) qui se sont améliorés de 1 M€ vs. 23, et ont bénéficié de l'optimisation des effectifs, notamment avec la rationalisation du personnel dédié aux ventes directes, tout en renforçant les effectifs de la Marketplace
- **Les frais généraux et administratifs** (hors DAP) qui se sont améliorés de 1 M€ vs. 23, principalement grâce aux effets année-pleine du Plan d'Efficienc e sur les effectifs et les charges de personnel associées, ainsi qu'aux économies réalisées sur les dépenses administratives

Par conséquent, l'**EBITDA** a atteint 72 M€ en 2024, ce qui représente 6,9% du chiffre d'affaires (+0,2pt vs. 23), en décroissance de (9) M€ vs. 23, ce qui ne tient pas compte des impacts positifs du Plan d'Efficienc e sur les loyers d'entrepôts (pris en compte sous l'EBITDA, conformément à la norme IFRS 16). L'**EBITDA hors IFRS 16** s'est élevé à 47 M€, en baisse de (2) M€ en 2024 par rapport à l'année dernière.

Les Dotations aux Amortissements et Provisions (DAP) se sont élevées à (89) M€ en 2024, en amélioration de +7 M€ vs. 23, principalement en raison de la rationalisation des dépenses d'investissement et des capacités d'entrepôt, puisque les DAP tiennent compte de l'amortissement de l'actif du droit d'utilisation, qui représente le droit des locataires d'exploiter les éléments loués sur la durée d'un contrat de location, conformément à la norme IFRS 16.

Le résultat opérationnel courant s'est élevé à (17) M€, en détérioration de (2) M€ vs. 23, principalement en raison de la diminution de l'EBITDA de (9) M€ vs. 23, partiellement compensée par l'amélioration des DAP de +7 M€ vs. 23.

Les autres charges opérationnelles non courantes ont atteint (15) M€ en 2024, en amélioration de +10 M€ par rapport à 2023. L'année 2024 a été principalement impactée par des coûts de restructuration, des provisions pour litige ainsi que par des dépréciations et cessions d'actifs.

Le résultat financier s'est élevé à (58) M€, relativement stable par rapport à l'année dernière, impacté par des charges d'intérêt sur les emprunts plus élevées (y compris la position de compte courant vis-à-vis du Groupe Casino), principalement en raison de tirages plus élevés, compensées par des charges d'intérêt sur les passifs locatifs moins élevées et des coûts plus faibles liés au financement du paiement en 4 fois (« CB4X »). La baisse des coûts financiers du CB4X provient d'un effet volume, avec la baisse du GMV Produit⁴ de -5,4% en 2024 vs. 23, combiné à une meilleure sélection des profils de risque des clients et à un recouvrement des dettes plus efficient.

Le résultat net s'est élevé à (94) M€, en amélioration de 35 M€ par rapport à 2023, porté par la diminution des impôts par rapport à l'année dernière, en raison d'une perte exceptionnelle de 26 M€ comptabilisée en décembre 2023 en lien avec le changement de reconnaissance des actifs d'impôts différés de C-Logistics.

Flux de trésorerie disponible (M€)	2023	2024	Variation vs. 23
EBITDA hors IFRS 16	49,9	47,4	(2,5) M€
(-) Dépenses d'investissement	(63,4)	(56,5)	+6,9 M€
(-) Coûts financiers du CB4X	(24,7)	(19,6)	+5,1 M€
(+/-) Autres charges opérationnelles non courantes (cash) ¹⁰	(16,1)	(10,1)	+6,0 M€
Flux de trésorerie disponible avant variation du BFR & impôts	(54,3)	(38,7)	+15,6 M€
(+/-) Variation du besoin en fonds de roulement & impôts	(143,9)	(39,8)	+104,0 M€
Flux de trésorerie disponible¹¹	(198,2)	(78,6)	+119,6 M€
Dette financière nette¹²	(589,5)	(704,3)	(114,9) M€
Variation de la dette financière nette	(217,0)	(114,9)	+102,1 M€

Les flux de trésorerie disponible se sont élevés à (79) M€ en 2024, **en amélioration de +120 M€ vs. 23**, principalement en raison :

- De flux de trésorerie disponible avant variation du besoin en fonds de roulement & impôts plus robustes, grâce à :
 - Un EBITDA robuste malgré le plan de réinvestissement lancé par Cnova au 3^{ème} trimestre 2024, avec des investissements commerciaux et marketing dédiés ayant impacté l'EBITDA qui a baissé de (2) M€ vs. 23
 - Des dépenses d'investissement rationalisées (+7 M€ vs. 23), principalement grâce à des décisions stratégiques qui visent à concentrer les investissements sur la plateforme technique de Cdiscount.com, sur l'expérience des clients et des vendeurs, sur la Marketplace et sur les services d'Advertising
 - Un suivi rigoureux des coûts financiers du CB4X (+5 M€ vs. 23) et des éléments non récurrents plus faibles (+6 M€ vs. 23)
- D'une variation du besoin en fonds de roulement & impôts renforcée (+104 M€), qui bénéficie de délais de paiement fournisseurs stables mais toujours limités suite au contexte de 2023, tout en étant impactée par la baisse du GMV des ventes directes (-18,2% vs. 23)

Faits marquants 2024 de l'activité

La Marketplace de Cdiscount a poursuivi son expansion en 2024, se positionnant comme l'un des principaux moteurs de croissance rentable de Cnova.

La **quote-part du GMV Marketplace** a atteint 65,4% en 2024 (+5,4pts vs. 23, +26,9pts vs. 19), ce qui confirme le choix stratégique de Cnova de tendre vers plus de revenus Marketplace. Les tendances d'évolution du GMV Marketplace se sont progressivement améliorées trimestre après trimestre en 2024 : -4,2% au T1 2024 vs. 23, -1,8% au T2 2024 vs. 23, +7,8% au T3 2024 vs. 23 et +9,1% au T4 2024 vs. 23, soit une croissance annuelle de +3,2% vs. 23 (+15,3% vs. 19), ce qui a dépassé le marché global Marketplace français qui a crû de +1,8% en 2024 vs. 23 selon la Fevad.

Ce développement de la Marketplace a été soutenu par une hausse de la satisfaction client, mesurée par le NPS Marketplace qui s'est amélioré de +18pts par rapport à 2019 et de +3pts par rapport à 2023, ainsi que par le renforcement des services de livraison proposés aux vendeurs Marketplace, avec le *Fulfilment by Cdiscount* qui couvre 39,5% du GMV Marketplace en 2024 (+1,5pt vs. 23).

Au cours de l'année 2024, Cnova a poursuivi **l'amélioration de son approche centrée sur le client**, avec des investissements commerciaux et marketing, initiés au 2^{ème} trimestre, qui visent à renforcer l'acquisition et la fidélité des clients :

- Le NPS¹⁷ global s'est amélioré de +2,7pts vs. 23, et atteint 56,6pts en 2024, porté à la fois par le NPS Marketplace (+3,2pts vs. 23) et par le NPS des ventes directes (+1,6pts vs. 23)
- Le 2^{ème} semestre 2024 marque un retour à une stratégie de croissance offensive, avec une hausse des dépenses marketing d'acquisition depuis le 2^{ème} trimestre et un plan de réinvestissement lancé au 3^{ème} trimestre qui se concentre sur le client et l'identité de marque, ce qui a mené à une augmentation du nombre de nouveaux clients de +18% au T4 2024 vs. 23
- Le 24 juin 2024, Cdiscount.com a lancé sa nouvelle identité de marque, basée sur trois piliers stratégiques : « *Moins cher* », « *Malin* » et « *Engagé* ». Au 4^{ème} trimestre, Cdiscount a lancé une campagne médiatique omnicanale pour promouvoir cette nouvelle image de marque (diffusion à la radio, à la télévision et panneaux publicitaires)



Le GMV des services B2C a augmenté de +2,5% vs. 23, et a atteint 154 M€ en 2024 :

- Le GMV de *Cdiscount Mobile* (forfaits mobile) a augmenté de +14,4% vs. 23
- Malgré la rationalisation des dépenses marketing qui vise à privilégier la rentabilité, le GMV de *Cdiscount Voyages* a légèrement progressé de +0,2% vs. 23, avec plus de 200 000 passagers qui ont voyagé via *Cdiscount Voyages* en 2024

Cnova a poursuivi l'expansion de ses activités B2B.

La solution Marketplace clé en main d'Octopia offre des services Marketplace modulaires et prêts à l'emploi aux commerçants et e-commerçants internationaux :

- Les revenus de Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service se sont multipliés par 3,1 en 2024 vs. 23, avec un GMV sous-jacent généré par les vendeurs d'Octopia multiplié par 2,5 vs. 23
- Fulfilment-as-a-Service a enregistré une bonne performance, avec des revenus en hausse de +15,3% en 2024 vs. 23, et un nombre de colis expédiés qui a dépassé les 2 millions en 2024, en croissance de +27,9% vs. 23

C-Logistics a lancé avec succès en 2024 sa **solution B2B** pour deux nouveaux clients, spécialisés respectivement dans les produits de luxe et l'alimentation personnalisable pour animaux de compagnie.

Les revenus B2B de C-Logistics ont augmenté de +99,0% en 2024 vs. 23, principalement grâce à la croissance du nombre de colis expédiés pour les clients externes (x2 vs. 23) et à la montée en puissance de son client spécialisé dans les produits de luxe depuis son lancement au 1^{er} trimestre 2024.

¹⁷ Net Promoter Score (NPS)

Cnova poursuit ses initiatives pour renforcer son approche centrée sur le client à travers l'Intelligence Artificielle Générative (« IAG »).

Des algorithmes alimentés par l'intelligence artificielle ont été mis en œuvre tout au long du parcours client, ce qui permet d'améliorer la pertinence du moteur de recherche de Cdiscount.com (+3,0pts de taux de clic du moteur de recherche au T4 2024 vs. 23).

En 2024, il y a eu plus de 520 000 conversations entre les clients de Cdiscount et les chatbots du service client dédiés à l'avant-vente et à l'après-vente.

Pour améliorer son catalogue de produits et sa commercialisation, Cnova a développé en interne et déployé des cas d'usage IAG spécifiques depuis mai 2023, tels que :

- L'enrichissement des caractéristiques des produits : à ce jour, les caractéristiques d'environ 14 millions de produits ont été améliorées par l'IAG
- Reclassification des produits : à ce jour, environ 29 millions de produits ont été reclassifiés par l'IAG, avec une hausse d'environ 30% de la conversion sur ces produits
- Amélioration des titres et des descriptions des produits : à ce jour, environ 17 millions de produits ont été traités par l'IAG

Cnova poursuit également ses actions en faveur de **l'amélioration de son efficacité interne** grâce à l'Intelligence Artificielle Générative :

- Une hausse de la productivité jusqu'à +20% pour les développeurs qui utilisent GitHub Copilot
- En 2024, Cnova a organisé un *Hackathon* sur les agents d'intelligence artificielle afin de démocratiser l'IA Générative auprès de ses collaborateurs, ce qui a permis de générer de nombreux nouveaux cas d'usage

Les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux tels que le climat, l'éthique des affaires et le capital humain sont au cœur des activités de Cnova.

Accélérer la transition vers une consommation responsable est clé dans la stratégie de Cnova et constitue un pilier de la nouvelle identité de marque de Cdiscount, lancée en juin 2024.

Réduction de l'impact sur le climat

- Les « *produits plus responsables*¹⁸ » ont atteint un nouveau record avec une quote-part du GMV Produit qui a atteint 25,2% en 2024 (+8,1pts vs. 23) et 25,3% lors du Black Friday
- En 2024, de nouveaux critères ont été ajoutés au programme « *produits plus responsables* », notamment le « *Reconditionné en France* »

Favoriser une économie plus circulaire

- Accélération du programme « *Cdiscount Reprise* » avec une multiplication par 10 du nombre de retours de produit
- De nouveaux partenariats ont été signés avec des experts du reconditionnement tels que Reficio (petit électroménager) et Ninety (smartphones)
- En 2024, Cnova a signé le *Sustainable Consumption Pledge*, une initiative entreprise par la Commission Européenne

¹⁸ Produits économes en énergie et plus réparables, certifiés par des labels reconnus tels que « Fabriqué en France » et « Reconditionné en France »

Vers une logistique neutre en carbone

- Hausse des moyens de transport alternatifs sur le dernier kilomètre (+20% vs. 23)
- Développement du chargement en vrac (+8% vs. 23) pour réduire les espaces de transport vides
- Participation à un groupe de travail, mené par La Poste, qui accompagne la mise en place de la norme AFNOR SPEC « *E-commerce : information aux consommateurs sur l'impact environnemental de leurs choix de livraison* »
- Actions en faveur de la mutualisation des colis et du zéro suremballage, ce qui a permis d'éviter environ 900 000 emballages en 2024
- Plus de 88% des colis ont fait l'objet d'initiatives de réduction du vide en 2024

Assurer des pratiques éthiques sur l'ensemble de la chaîne de valeur

- Dans le cadre de sa politique active de gestion des enjeux éthiques, des audits basés sur le référentiel ICS ont été mandatés dans les usines qui fabriquent les produits en marque propre de Cdiscount
- Cnova a aussi effectué une évaluation ESG de ses principaux fournisseurs et vendeurs Marketplace, par l'intermédiaire d'un tiers indépendant. A fin 2024, 55% du GMV a été couvert

Développer le capital humain

- Cdiscount a été récompensé pour la 6^{ème} fois en tant que « *Diversity Leader* » par le Financial Times, ce qui constitue une reconnaissance des politiques de l'entreprise en faveur de la diversité, de l'égalité des chances, de la parité hommes-femmes, et contre la discrimination
- Des résultats concrets illustrent les efforts et réalisations de l'entreprise, tels que l'index de l'égalité professionnelle qui a atteint 93/100 (publié en mars 2024), une notation RSE officielle et reconnue, certifiée par l'État, qui mesure l'égalité hommes-femmes au travail

Le 12 février 2025, Cnova a annoncé que, dans le cadre de la procédure de rachat obligatoire, la Chambre des entreprises a jugé que le prix proposé est équitable et a ordonné le transfert de toutes les actions de Cnova détenues par d'autres actionnaires à Casino

Pour plus d'information, un communiqué de presse dédié est disponible sur le site de Cnova

A propos de Cnova N.V.

Cnova N.V., leader français du e-commerce, sert 7,0 millions de clients actifs via son site à la pointe de l'innovation, Cdiscount. Cnova N.V. propose à ses clients B2C une offre de produits à des prix très attractifs, des options de livraison rapides et commodes, des solutions de paiement pratiques et innovantes ainsi que des services de voyage et de divertissement. Cnova N.V. sert aussi des clients B2B à l'international à travers Octopia (solution Marketplace-as-a-Service), Cdiscount Advertising (services d'Advertising pour vendeurs et marques) et C-Logistics (solution e-commerce logistique de bout en bout). 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. Les informations disponibles ou accessibles depuis les sites mentionnés ci-dessus ne font pas partie de ce communiqué de presse.

Le présent communiqué de presse contient des informations réglementées (gereguleerde informatie) au sens de la loi de supervision néerlandaise sur les marchés financiers (Wet op het financieel toezicht) qui doivent être rendues publiques conformément aux législations néerlandaise et française. Ce communiqué de presse est émis uniquement à des fins d'information.

Cnova Relations Investisseurs :investor@cnovagroup.com

Tél : +33 6 79 74 30 94

Contact presse :directiondelacommunication@cdiscount.com

Tél : +33 6 18 33 17 86

cdiscount@vae-solis.com

Tél : +33 6 17 76 79 71

Annexes

Etats financiers consolidés (non audités) de Cnova N.V. de l'année 2024

Compte de résultat consolidé (M€)	2023	2024
Chiffre d'affaires	1 196,7	1 039,1
Coûts d'achat des marchandises vendues	(834,5)	(674,8)
Marge brute	362,1	364,3
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>30,3%</i>	<i>35,1%</i>
Frais d'exploitation	(377,1)	(381,5)
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>(31,5)%</i>	<i>(36,7)%</i>
Coûts de distribution	(126,3)	(125,7)
Dépenses marketing	(69,3)	(78,8)
Coûts de technologie et de contenu	(138,6)	(134,9)
Frais généraux et administratifs	(42,9)	(42,1)
Résultat opérationnel courant ⁽¹⁾	(15,0)	(17,2)
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>(1,3)%</i>	<i>(1,7)%</i>
Autres charges opérationnelles non courantes	(24,7)	(14,9)
Résultat opérationnel	(39,7)	(32,1)
Résultat financier	(57,7)	(57,8)
Résultat avant impôt	(97,4)	(89,9)
Charge d'impôt	(28,6)	(3,1)
Quote-part du résultat des entreprises associées	0,1	(0,0)
Résultat net des activités poursuivies	(125,9)	(93,0)
Résultat net des activités abandonnées ⁽²⁾	(3,7)	(1,5)
Résultat net de l'ensemble consolidé	(129,7)	(94,5)
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>(10,8)%</i>	<i>(9,1)%</i>
Part du groupe ⁽³⁾	(125,6)	(94,2)
Intérêts ne donnant pas le contrôle ⁽³⁾	(4,1)	(0,3)
Bénéfice de base par action (€) ⁽⁴⁾	(0,35)	(0,27)

1) Résultat opérationnel avant autres produits et charges opérationnels (frais stratégiques et de restructuration, frais juridiques, charges de dépréciation et de cession d'actifs)

2) Conformément à la norme IFRS 5 (actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées), le résultat net des activités abandonnées pour la période close le 31 décembre 2024 est principalement lié au règlement du litige Via Vajero. Le résultat net des activités abandonnées pour la période close le 31 décembre 2023 est principalement lié à Carya (société cédée en décembre 2023) et à l'accord de réorganisation avec Via Vajero

3) Ces lignes tiennent compte des activités abandonnées

4) Bénéfice de base par action hors activités abandonnées

Bilan consolidé (M€)	2023 Fin décembre	2024 Fin décembre
ACTIFS		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11,0	14,8
Créances clients	92,7	79,2
Stocks	100,5	97,4
Créances d'impôts courants	1,8	1,2
Autres actifs courants	144,9	138,8
Total actifs courants	351,0	331,4
Autres actifs non courants	7,1	6,2
Impôts différés actifs	15,0	12,5
Droit d'utilisation	71,4	64,4
Immobilisations corporelles	16,4	14,1
Immobilisations incorporelles	208,4	185,2
Ecart d'acquisition	60,7	58,2
Total actifs non courants	379,1	340,7
Actifs détenus en vue de la vente	0,0	0,0
TOTAL ACTIFS	730,1	672,1
PASSIF		
Provisions courantes	4,5	4,9
Dettes fournisseurs	252,9	191,4
Passif financier courant	183,6	41,1
Dettes de loyers courantes	31,0	20,7
Dettes d'impôts exigibles	55,3	51,3
Autres passifs courants	205,1	212,2
Total passifs courants	732,4	521,6
Engagements de retraite et autres avantages du personnel long-terme	6,4	7,3
Provisions non courantes	0,4	0,2
Passif financier non courant	416,9	678,0
Dettes de loyers non courantes	64,4	55,0
Autres dettes non courantes	16,1	13,1
Impôts différés passifs	0,1	0,0
Total passifs non courants	504,3	753,7
Capital social	17,3	17,3
Réserves consolidées	(591,6)	(687,6)
Capitaux propres part du groupe	(574,4)	(670,4)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	67,8	67,2
Capitaux propres	(506,6)	(603,2)
TOTAL PASSIF	730,1	672,1

Tableau de flux de trésorerie consolidé <i>(M€)</i>	2023	2024
Résultat net des activités poursuivies part du groupe	(121,9)	(92,7)
Intérêts ne donnant pas le contrôle	(4,1)	(0,3)
Résultat net des activités poursuivies	(125,9)	(93,0)
Dotations aux amortissements et provisions	96,2	89,3
Pertes / (gains) liés aux cessions d'actifs non courants et dépréciations d'actifs	15,8	7,1
Autres éléments non cash	(1,1)	3,9
Résultat financier	57,7	57,8
Charges / (produits) d'impôts y compris différés	28,6	3,1
Impôts versés	(2,5)	(0,1)
Variation du besoin en fonds de roulement (BFR)	(146,3)	(37,8)
<i>Stocks</i>	45,2	1,8
<i>Dettes fournisseurs</i>	(173,9)	(56,1)
<i>Créances clients</i>	(14,2)	17,4
<i>Autres éléments</i>	(3,4)	(0,8)
Flux nets de trésorerie générés par les activités poursuivies	(77,5)	30,5
Flux nets de trésorerie générés par les activités abandonnées	(3,7)	(4,9)
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	(63,3)	(56,5)
Acquisition d'actifs financiers non courants	(0,1)	0,0
Produits de cession d'actifs corporels, incorporels et financiers non courants	3,1	2,9
Décaissements / encaissements liés aux cessions / acquisitions de filiales	7,1	(0,4)
Paiements des prêts accordés (y compris aux parties liées)	155,2	(1,0)
Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités poursuivies	102,1	(55,0)
Flux nets de trésorerie des opérations d'investissement des activités abandonnées	1,7	0,0
Dividendes payés aux intérêts minoritaires	-	-
Produits des prêts reçus	45,4	181,1
Augmentation des emprunts et dettes financières	7,0	0,1
Remboursement des emprunts et dettes financières	(0,2)	-
Remboursement des dettes de location	(26,5)	(28,4)
Intérêts payés sur les dettes de location	(7,1)	(4,3)
Intérêts financiers nets versés	(43,7)	(46,3)
Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités poursuivies	(25,2)	102,2
Flux nets de trésorerie des opérations de financement des activités abandonnées	(1,1)	(0,0)
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie	0,0	0,1
Variation de trésorerie (activités poursuivies)	(0,6)	77,7
Variation de trésorerie (activités abandonnées)	(3,2)	(4,9)
Trésorerie et équivalents de trésorerie - Ouverture	(54,3)	(58,1)
Trésorerie et équivalents de trésorerie - Clôture	(58,1)	14,7

Réconciliation des données chiffrées 2024 - Du résultat opérationnel à l'EBITDA

<i>M€</i>	Y compris IFRS 16	Impacts IFRS 16	Hors IFRS 16
Résultat opérationnel	(32,1)	(5,5)	(37,5)
(-) Autres charges opérationnelles non courantes	14,9	(0,0)	14,8
Résultat opérationnel courant	(17,2)	(5,5)	(22,7)
(-) Dotations aux Amortissements et Provisions	89,3	(19,2)	70,1
EBITDA	72,1	(24,7)	47,4