

## TRANSCRIPT CONFERENCE TELEPHONIQUE FNAC DARTY DU 15 OCTOBRE 2024

**Enrique Martinez**  
*Directeur général*

Bonjour à toutes et à tous,

Je suis très heureux de vous retrouver aujourd'hui pour commenter la performance de nos activités sur les 9 premiers mois de l'année. Une performance qui nous permet de relever notre guidance de ROC pour l'exercice 2024, j'y reviendrai dans ma conclusion.

Avant tout je voudrais partager avec vous notre fierté d'avoir contribué au succès populaire des Jeux Olympiques et Paralympiques à travers la billetterie, il s'agit du record absolu de billets vendus dans l'histoire des JO, et de nos prestations de services. Nous avons tous pu partager des moments forts en émotion et donc inscrire nos marques Fnac et Darty dans un élan fédérateur et très valorisant.

Si nous revenons à notre performance à fin septembre, elle s'inscrit dans la dynamique des résultats que nous affichons depuis le début de l'année et repose notamment sur la bonne exécution de notre plan stratégique Everyday.

Elle est portée par la combinaison de nos offres variées, de l'innovation produits et de nos services à forte valeur ajoutée. Ces derniers continuent de séduire nos clients et contribuent significativement à notre croissance.

Nous approchons aujourd'hui de la clôture de l'offre d'acquisition d'Unieuro. Nous sommes convaincus de la création de valeur que cette opportunité stratégique et unique apportera à notre Groupe et à ses parties prenantes. Je crois au succès de cette opération qui nous permettrait de confirmer notre position de leader européen de la distribution spécialisée.

**Je passe la parole à Jean-Brieuc Le Tinier, notre directeur financier.**

**Jean-Brieuc Le Tinier**  
*Directeur financier*

### 9M 2024 HIGHLIGHTS

Merci.

Nous sommes, comme Enrique l'a déjà mentionné, très satisfaits de la performance réalisée ce trimestre, grâce notamment à une croissance high-single digit de nos activités de Services.

Sur les 9 premiers mois, nous affichons un chiffre d'affaires en croissance de 1% en données publiées et quasi stable en données comparables, ainsi que des gains de parts de marché dans la majorité de nos catégories.

Au 3ème trimestre, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros, en croissance de +0,5% en données publiées et en léger recul de -0,6% en données comparables.

Le taux de marge brute, hors impact dilutif de la franchise et effets de périmètre, est en progression de 50 points de base sur les 9 premiers mois de l'année, et de plus de 100 points de base au T3, j'y reviendrai dans quelques instants.

### REVENUE AND GROSS MARGIN PERFORMANCE

En slide 3, regardons maintenant plus en détail les performances de vente par canal, par région, et par catégorie de produits sur la période.

Par canal tout d'abord. Le poids des ventes online se maintient toujours à un niveau élevé de 21%. La complémentarité de nos magasins et de nos plateformes digitales est encore une fois démontrée, avec une part du Click & Collect qui représente plus de la moitié des ventes en ligne à fin septembre.

#### **Par zone géographique maintenant.**

La **zone France-Suisse**, est quasi stable sur les 9 premiers mois à données comparables. Le Groupe surperforme une nouvelle fois le marché français qui reste en territoire négatif à fin août à -2,0% quand nous affichons un taux de croissance quasi stable à fin septembre de -0,4%.

Je vous rappelle que l'effet périmètre correspond principalement à la fermeture de 3 shop-in-shop Manor en Suisse non francophone, intervenues au 1<sup>er</sup> semestre 2024.

#### **Passons maintenant à la Péninsule Ibérique.**

Les ventes affichent une excellente performance de +5,7% sur le 3<sup>ème</sup> trimestre permettant ainsi d'atteindre une croissance de +1,8% sur les 9 premiers mois de l'année. Une meilleure situation macro-économique dans la région est venue soutenir la consommation. Au Portugal, l'intégration de MediaMarkt, consolidé depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2023, se poursuit et le chiffre d'affaires réalisé par les 10 magasins s'élève à environ 75M€ à date.

Enfin, la **zone Belgique-Luxembourg** affiche des ventes à données comparables quasi stables sur les 9 premiers mois. Les ventes bénéficient notamment d'une croissance soutenue des services.

**Passons aux évolutions par catégorie** et commençons avec les **produits éditoriaux**. La performance du livre est très bien orientée, soutenue par l'engouement pour de nouvelles tendances de lecture. Cette performance n'a pas compensé le fort recul du gaming toujours impacté par une base de comparaison particulièrement élevée en 2023, mais dont le taux de marge brute est bien inférieur.

Les **services** continuent de progresser dans toutes les régions, avec la poursuite du développement de nos offres par abonnement et notamment du déploiement de Darty Max et de Fnac Vie Digitale.

Les **produits techniques** sont en légère croissance sur 9 mois. Au 3<sup>ème</sup> trimestre, la téléphonie a connu un ralentissement en raison de lancements de nouveaux produits qui ont connu un démarrage plus progressif que l'an dernier. Les ordinateurs bénéficient de la poursuite du cycle de renouvellement et des innovations entamés au second trimestre.

Les ventes de **produits d'électroménager** sont en croissance. L'excellente dynamique du petit électroménager se poursuit, tirée par les nombreuses innovations techniques ou les lancements de nouveaux produits dans les univers de la cuisson, de la beauté et du traitement des sols. Les ventes de gros électroménager restent quant à elles en retrait.

Enfin, il est à noter la solide performance de la **diversification** et notamment des univers du jeux-jouets et de la papeterie qui affichent des croissances solides depuis le début de l'année.

Pour terminer, un mot sur la tendance d'évolution du **taux de marge brute**. Il est important de noter qu'en dehors de l'impact négatif de l'effet technique dilutif lié à la franchise et des

changements de périmètre essentiellement au Portugal, le taux de marge brute est en croissance de plus de 100 points de base au T3 2024 par rapport à 2023.

Cette hausse est principalement liée à la croissance des services ainsi qu'à un mix produits favorable, confirmant ainsi la pertinence du plan Everyday. Le Groupe a notamment bénéficié des belles dynamiques des services, du petit électroménager et du livre.

Au global, sur les neuf premiers mois de l'année, le Groupe affiche un taux de marge brute en croissance de +50 points de base, hors effet franchise et des changements de périmètre.

**Enrique.**

**Enrique Martinez**  
*Directeur général*

### **ENVISAGED UNIEURO ACQUISITION UPDATE**

Sur ce slide 4, je reviens sur le projet stratégique d'acquisition d'Unieuro.

L'offre est ouverte jusqu'au 25 octobre et nous sommes très déterminés et très confiants dans notre capacité à la réussir.

Je vous rappelle que le prix offert d'environ 12€ par action représentant une prime de 42% sur le prix spot de Unieuro le 15 juillet 2024. La prime est également de 20% sur la moyenne des objectifs des analystes avant l'annonce.

Cette valorisation qui a été jugée équitable d'un point de vue financier par les deux experts financiers indépendants désignés par le conseil d'administration d'Unieuro.

Enfin, nous avons abaissé le seuil minimal d'acceptation de l'offre à 66,67 % du capital d'Unieuro. Ceci reflète notre volonté de mettre en œuvre avec succès cette Offre Publique d'Achat.

Ce projet est structurant pour notre groupe pour les années à venir et nous permettrait de jouer un rôle clé dans la consolidation du marché européen.

Avec Unieuro, nous formerions un Groupe de plus de 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 30 000 collaborateurs et plus de 1500 magasins.

Ce serait également une opération créatrice de valeur pour toutes les parties prenantes et nous anticipons de réaliser plus de 20 M€ de synergies en année pleine, provenant de la massification des achats et des marques propres.

Enfin cette opération préserverait notre flexibilité financière pour poursuivre notre politique d'allocation du capital.

### **2024 OUTLOOK REVISED UP**

Pour conclure, nous abordons la fin de l'année avec confiance en restant focalisés sur la rigueur de notre gestion financière.

Nous constatons des premiers signes encourageants du côté macro-économique avec notamment la baisse de l'inflation et le début de la diminution des taux d'intérêts.

Ces éléments, associés à une performance remarquable des services, nous conduisent à relever notre guidance de ROC pour l'année :

Nous attendons désormais un niveau de Résultat Opérationnel Courant pour 2024 supérieur à 180 M€, contre au moins 171 M€ auparavant.

Nous maintenons notre objectif d'un cash-flow opérationnel cumulé d'environ 500 millions d'euros sur la période 2021-2024. Cela veut dire que nous devrions atterrir à un niveau de 180 M€ en 2024.

Enfin, nous sommes très mobilisés sur la réussite des grands rendez-vous commerciaux de fin d'année : les 70 ans de la Fnac, les 50 ans du contrat de confiance de Darty, le Black Friday et Noël comme chaque année.

J'aborde donc cette fin d'année avec détermination, convaincu que le groupe dispose d'atouts solides pour créer de la valeur très durable.

Je vous remercie pour votre attention. Jean-Brieuc et moi sommes maintenant disponibles pour répondre à vos questions.

Avec Jean-Brieuc, nous sommes maintenant disponibles pour répondre à vos questions.

### QUESTIONS/REPONSES

**Opérateur** : Mesdames et Messieurs, si vous souhaitez poser une question, veuillez appuyer sur \*1 sur le clavier de votre téléphone. La première question nous vient de la part de Clément Genelot de Bryan Garnier, c'est à vous.

**Clément Genelot (Bryan Garnier)** : Bonsoir, j'ai 2 questions sur la marge brute pour commencer. La progression assez importante est aussi due à la billetterie qui a un effet relatif. Et ensuite concernant la guidance, une consommation moins bonne en France est-elle intégrée, au vu d'un contexte de débat politique sur une éventuelle hausse des impôts ?

**Jean-Brieuc Le Tinier** : Merci. La marge n'est pas liée à la billetterie car les billets ont été vendus avant le T3, donc pas d'impact. La catégorie marche bien mais c'est une toute petite partie des 100bps d'amélioration au T3. Surtout la progression du taux de marge brute repose sur la part de services, notamment els abonnements puis également grâce au mix produits avec des catégories en progression à forte marge (petit électroménager, livres etc...) alors que le gaming performe moins bien.

Les signes encourageants macro, le cycle produits et l'innovation devraient soulager le pouvoir d'achat, et être bénéfiques. On a intégré une prudence mais on n'anticipe pas à très court terme d'impact très significatif sur la consommation.

**Opérateur** : La prochaine question est de la part de Christian Devisme, CM CIC, c'est à vous.

**Christian Devismes (CM CIC)** : Bonsoir Messieurs, 2 questions. Sur la billetterie : si l'antitrust n'a pas autorisé encore l'opération pendant l'été est-ce pour ne pas perturber les ventes de billets. Donc ma question, 14 mois après l'annonce, avez-vous des nouvelles ? Seconde question, sur les projets du gouvernement d'augmenter les impôts, entre 7% et 10% d'impact négatif j'ai calculé, y a-t-il des report déficitaires ou d'autres éléments qui pourraient modifier l'impact sur les prochaines années ?

**Enrique Martinez** : malheureusement non pas de report déficitaire en France, pas d'élément technique dans nos bilan qui permettrait d'en limiter l'impact, nous aurons un impact complet. Rien de définitif pour le moment, on attend d'avoir le PLF définitif.

**Christian Devismes (CM CIC)** : Oui, évidemment.

**Enrique Martinez** : sur la billetterie, nous attendons les accord en cours à la fois en UE et Suisse, Nous n'avons pas encore obtenu les 2, on attend.

**Opérateur** : La prochaine question est de la part de Emmanuelle Vigneron, HSBC, c'est à vous.

**Emmanuelle Vigneron (HSBC)** : Bonsoir, je voudrais revenir sur la marge brute, pourriez-vous nous donner des indications sur la tendance pour le T4 ? et la deuxième question, pourriez-vous nous donner plus d'informations sur la performance de Nature & Découvertes ?

**Jean-Brieuc Le Tinier** : Nous avons vu que les services impactent favorablement la marge brute, c'est vrai depuis le début de l'année été encore davantage au T3. On attend une marge brute plutôt bien orientée. La beauté des services qui sont résilients. Donc nous pensons que la marge brute sera mieux orientée au T4 que l'an dernier sans donner de précisions à ce stade.

**Enrique Martinez** : Concernant Nature & Découvertes, il faut considérer que ca suit sa vie. IL faut savoir que l'année se joue au T4, il y a une grosse accélération des ventes que nous avons préparée soigneusement avec les équipes mais il faut vraiment attendre l'année pleine pour avoir une vraie vision commerciale de la performance de Nature & Découvertes.

**Opérateur** : La prochaine question est de la part de Alessandro Cuglietta, KeplerCheuvreux, c'est à vous.

**Alessandro Cuglietta (KPC)** : Oui bonsoir Messieurs. J'ai 2 petites questions. Concernant la révision de la guidance. Pourriez-vous nous dire pourquoi avoir relevé maintenant ? quels sont les drivers qui expliquent cette révision à la hausse ? une géographie en particulier comme la péninsule Ibérique ? Deuxième question, Weavenn, auriez-vous quelques éléments à nous donner ? Le ramp up est-il en ligne avec ce que vous attendiez ? Y a-t-il de nouveaux éléments dont vous pourriez nous parler ?

**Enrique Martinez** : Commençons avec weavenn. Ca se passe très bien. Les chiffres sont modestes, c'est une activité qui démarre, mais nous sommes exactement en ligne avec ce qu'on attendait, On sera plus disert aux annuels

**Jean-Brieuc Le Tinier** : Sur la guidance, la révision à la hausse de la guidance. Comme nous l'avons déjà dit, ce sera mieux que l'an dernier. L'inflation diminue, nous sommes de retour à un contexte plus normal. Nous avons une solide maîtrise des couts, c'est donc plus simple avec une inflation qui baisse. De plus, la marge brute qui est drivée par les services. Les services commencent à vraiment contribuer, c'est une activité moins cyclique que la vente de produits. Nous sommes donc plus confiants sur la fin d'année.

**Opérateur** : La prochaine question est de la part de Marie Line Fort, Bernstein, c'est à vous.

**Marie Line Fort (Bernstein)**: Bonsoir, j'avais une question sur la marge brute, au S1, l'impact dilutif des franchises a été de 20 bps, doit-on s'attendre à ce niveau pour le reste de l'année?

**Jean-Brieuc Le Tinier** : oui, c'est l'ordre de grandeur. Cela peut varier en fonction du niveau de stock des franchisés mais oui 20 à 25 pdb . Il n'y a pas de raison que cela augmente significativement.

**Marie Line Fort** : C'est donc la raison pour laquelle vous avez relevé votre guidance ou bien y a-t-il d'autres éléments que la marge brute ?

**Jean-Brieuc Le Tinier :** Comme je viens de le dire à Alessandro, Le modèle des services devient profitable, avec la normalisation de l'inflation observée à fin septembre, il est plus facilement maîtrisable une inflation de 1,2% .

**Opérateur :** Je vous rappelle que si vous souhaitez poser une question, vous devez appuyer sur \*1 de votre téléphone. Messieurs, nous n'avons plus de questions, alors permettez-moi de vous redonner la parole.

**Enrique Martinez :** Eh bien, merci beaucoup pour votre temps, et à bientôt.