



Jeudi 18 juin 2015

Résultats de l'exercice clos le 30 avril 2015

Réalisation de notre plan stratégique « Nouvelle Confiance »

- Investissement dans nos initiatives de croissance :
 - Ouverture de 39 magasins franchisés sur l'exercice, avec une augmentation significative des ventes ;
 - Croissance de plus de 22% des ventes en ligne en France incluant Mistergooddeal.com soit, une pénétration web de plus de 17% des ventes de produits ;
 - Développement de l'offre cuisine dans 16 magasins supplémentaires soit, un total de 71 magasins ; et
 - Performances renforcées de BCC avec l'acquisition de 18 magasins qui permet de devenir un acteur majeur aux Pays-Bas.
- Surperformance des marchés en France et aux Pays-Bas.
- Elimination des pertes sur nos marchés non stratégiques avec la cession de notre participation dans Datart en République Tchèque et en Slovaquie.

Principaux éléments financiers de l'exercice clos le 30 avril 2015

- Hausse du chiffre d'affaires du Groupe de 3,2% à 3 512,1 millions d'euros (2014 : 3 404,4 millions d'euros). Recul du chiffre d'affaires à surface égale de 1,6 % en comparaison à une forte performance l'année dernière et, à des conditions de marché difficiles.
- Augmentation du résultat opérationnel à 60,3 millions d'euros (2014 : 53,4 millions d'euros) après une baisse des charges exceptionnelles liée à la finalisation des restructurations et qui compense largement la baisse de la contribution de l'activité.
- Bénéfice de 13,8 millions d'euros (perte en 2014 : 6,6 millions d'euros). Bénéfices de base par action de 2,7 centimes (perte/action en 2014 : 0,6 centimes).
- Flux de trésorerie généré par l'activité qui atteint 60,7 millions d'euros (2014 : 18,4 millions d'euros). Sorties nettes de trésorerie, comprenant les activités non poursuivies, de 36,5 millions d'euros (2014 : 39,5 millions d'euros). Dette nette à la fin de l'exercice de 223,8 millions d'euros (2014 : 185,2 millions d'euros).
- Le Conseil d'administration recommande un dividende final de 2,625 centimes par action (2014 : 2,625 centimes), soit un dividende total pour l'exercice de 3,5 centimes par action (2014 : 3,5 centimes).
- *Contribution de l'activité¹ de 74,9 millions d'euros (2014 : 85,5 millions d'euros) impactée par le recul des ventes à surface égale et la pression sur la marge brute, partiellement compensés par les réductions de coûts et, par les investissements dans Mistergooddeal.com et le développement de l'offre cuisine.*
- *Résultat ajusté du groupe² avant impôts de 51,3 millions d'euros (2014 : 72,1 millions d'euros), intégrant la hausse des charges financières consécutives au refinancement. Bénéfice ajusté par action de 5,8 centimes (2014 : 6,5 centimes).*

Alan Parker, Président, a commenté:

« Nous avons accompli notre plan stratégique Nouvelle Confiance dans des conditions de marché difficiles. Nous avons finalisé l'élimination de nos activités non stratégiques, nos parts de marché ont continué à augmenter et le groupe a atteint, plus tôt que prévu, son objectif d'économies de coûts de 50 millions d'euros. De nouvelles initiatives de croissance ont également été définies et mises en œuvre.



« Nous devons continuer à progresser pour augmenter la valeur actionnariale à moyen terme et disposons d'une base solide pour l'avenir. Au vue des progrès réalisés, j'ai le plaisir de vous annoncer que le Conseil recommande un dividende final de 2,625 centimes par action, soit un dividende total stable de 3,5 centimes par action. »

Régis Schultz, Directeur général, a déclaré :

« Au cours des deux dernières années, le plan Nouvelle Confiance a été réalisé. Nous avons bâti la meilleure offre multicanal sur nos trois marchés stratégiques.

Dans le groupe, de nombreuses innovations ont été mises en place avec la livraison à domicile le jour même pour tous les produits, sur le service après-vente, en particulier en France avec le « Bouton », premier objet connecté dédié au service, sur le crédit avec la première carte de fidélité connectée et dans nos magasins avec la digitalisation de plus de 60 magasins.

Suite à l'acquisition de 18 magasins rentables, BCC est devenu l'acteur majeur de la vente multicanal aux Pays-Bas. L'ensemble de ces initiatives nous a permis de gagner des parts de marché en France et aux Pays-Bas.

Nous avons aussi investi dans des initiatives de croissance en France avec l'ouverture de 39 magasins franchisés sur l'exercice, avec le développement de nos ventes en ligne qui augmentent de plus de 22% avec l'intégration de Mistergooddeal.com et par l'extension de l'offre cuisine à 16 magasins supplémentaires pour atteindre 71 magasins avec cuisine.

Malgré des signes d'amélioration de la confiance des consommateurs, les cycles produits continueront à avoir un impact négatif sur nos marchés qui demeureront compliqués. Grâce au plan Nouvelle Confiance, nous avons construit des bases solides et continuons à investir dans notre offre client, à réduire nos coûts et à améliorer notre rentabilité.»

¹ La contribution de l'activité correspond au résultat opérationnel avant la quote-part des joint-ventures, intérêts et taxes des entreprises associées, fluctuations des options sur les intérêts minoritaires et charges afférentes, gains sur actifs disponibles à la vente, cout du régime de retraite britannique, éléments exceptionnels, dépréciation et amortissement des immobilisations incorporelles liées aux acquisitions.

² Exclut la quote-part des joint-ventures, intérêts et taxes des entreprises associées, fluctuations des options sur les intérêts minoritaires et charges afférentes, gains sur actifs disponibles à la vente, cout du régime de retraite britannique, éléments exceptionnels, intérêts nets des régimes de retraite, dépréciation et amortissement des immobilisations incorporelles liées aux acquisitions.

Une présentation destinée aux analystes et institutions financières aura lieu aujourd'hui à 09:00 chez UBS, 1 Finsbury Avenue, Londres, EC2M 2PP. Une diffusion web en direct sera disponible sur notre site Internet www.dartygroup.com, et enregistrée afin de permettre un accès ultérieur dans la journée.

Darty plc publiera le 10 septembre 2015 un point d'activité intermédiaire pour le premier trimestre de l'exercice allant du 1^{er} mai 2015 au 31 juillet 2015.

Pour toute demande d'informations

Analystes

Darty plc

Simon Ward +44 (0) 20 7269 1400

Presse

Royaume-Uni - RLM Finsbury

Rollo Head / Jenny Davey +44 (0) 20 7251 3801

France - Le Public Système

Ségolène de Saint Martin +33 1 41 34 22 06 / +33 6 16 40 90 73

Caroline Revah

Certaines déclarations présentées dans cette annonce sont de nature prévisionnelle. Ces déclarations ont été établies sur la base de prévisions actuelles et sont soumises à certains risques et incertitudes susceptibles d'amener les résultats définitifs à différer sensiblement des futurs résultats exprimés par ces déclarations prévisionnelles. Sauf dispositions contraires prévues par la loi, la réglementation ou les normes comptables applicables, Darty plc ne s'engage aucunement à actualiser ou à réviser ces déclarations prévisionnelles, que ce soit en réponse à de nouvelles informations, à la survenue de nouveaux événements ou à toute autre circonstance.



Rapport du Directeur général

En décembre 2012, nous avons lancé notre plan stratégique « Nouvelle Confiance » dont les principaux éléments étaient :

- éliminer les pertes de nos activités non stratégiques et se recentrer sur les marchés stratégiques ;
- créer de la valeur grâce à notre position de leader et à notre maîtrise des coûts ; et
- identifier des relais de croissance future.

Après l'arrêt de nos activités au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne et en Turquie, nous avons finalisé l'élimination des pertes sur les marchés non stratégiques avec la cession de notre participation majoritaire dans Datart en République Tchèque et en Slovaquie en août 2014. Nous nous concentrons désormais sur nos marchés stratégiques en France, en Belgique et aux Pays-Bas.

En février 2015, BCC, notre activité aux Pays-Bas, a finalisé l'acquisition de 18 magasins rentables auprès de HiM Retail, renforçant ainsi sa position sur le marché. Les magasins complètent géographiquement le portefeuille de BCC et portent le nombre total de magasins à 75 – BCC devenant un acteur majeur de la distribution électrodomestique multicanal sur son marché. La plupart des magasins ont été rebrandés et enregistrent une croissance moyenne des ventes de l'ordre de 15%.

Les « 4D »

Nous avons développé en 2013 un plan en 4 points (« 4D ») ayant pour objectif de créer de la valeur et de réduire les coûts, en nous concentrant sur la France, notre principal marché.

1. Dynamiser le commerce en renforçant notre engagement auprès des clients ;
2. Digitaliser Darty en continuant à améliorer l'offre multicanal et nos sites Internet leaders ;
3. Développer la marque en améliorant notre offre produits, nos services et en développant notre clientèle ; et
4. Diminuer les coûts en réalisant des économies.

1. *Dynamiser le commerce*

Au cours de l'exercice, nous avons organisé un certain nombre d'événements pour stimuler l'activité commerciale. La campagne « Coupe du Monde » a rencontré un franc succès, elle a généré de fortes ventes de téléviseurs en mai et en juin. Les soldes de juillet ont, elles aussi, été bien accueillis par les clients. Les ventes liées à la campagne « Back to school » menée de fin août à fin septembre ont été inférieures aux attentes en raison de stocks insuffisants et, les soldes de janvier ont été impactés par les événements survenus à Paris en début d'année.

Lors de ces campagnes un contrôle hebdomadaire des prix en magasin et en ligne a été effectué. Sur une base « service compris », nous sommes toujours très compétitifs par rapport à toutes les enseignes de distribution et l'ensemble des pure players du web. Nous sommes à nouveau n°1 dans le sondage TNS Sofres. Nous avons célébré les 40 ans du « Contrat de Confiance » -notre promesse en termes de prix, choix et service auprès de nos clients- et, en avons profité pour simplifier et moderniser le Contrat.

Chez Darty, les livraisons, installations et le SAV sont historiquement compris dans la majorité des achats de produits. La livraison « payante » est désormais proposée sur 2 créneaux horaires - 7h / 9h, et 17h / 21h,- et, une livraison « Chronopost » le jour suivant est proposée pour les équipements non volumineux commandés avant 13h. En mars, nous avons lancé la livraison payante le jour même avant 21h pour les gros équipements commandés avant 16h dans les régions parisienne et lyonnaise et, nous proposons également à Paris l'intervention du SAV le jour même en cas de prise de contact avant 16h. Nous avons depuis récupéré la place de n°1 en livraison à domicile et pris de l'avance sur tous nos concurrents en matière de service après-vente (source : sondage TNS).

À la fin de l'exercice, nous avons lancé la Carte de Crédit Connectée, dans le but de proposer aux clients une carte innovante qui va au-delà de la simple solution de financement. Pour 15 euros par an, remboursés ensuite sous la forme de bons d'achats Darty, les clients reçoivent une carte de crédit/débit Visa, qui est aussi de carte de fidélité. À chaque fois qu'un client utilise la carte pour effectuer trois transactions d'un



montant supérieur à 50 euros chez Darty, ils recevront une carte cadeau de 10 euros. Les autres avantages incluent un abonnement gratuit au service « Le Bouton », premier objet connecté dédié au service 24 heures sur 24 lancé l'an dernier, des offres spéciales sur certains produits, des soirées shopping VIP ainsi qu'un accès à des offres de financement flexibles et à des crédits gratuits.

2. Digitaliser Darty

En tant que leader de la distribution multicanal, nous continuons à développer une approche identique entre nos sites web et nos magasins. Nous avons poursuivi le programme de digitalisation des magasins. Nous les avons équipés d'une connexion wifi, les vendeurs sont également équipés de tablettes pour faire des démonstrations produits, indiquer les prix et la disponibilité produits et, nous avons installé de grands écrans d'affichage. 64 magasins, dont deux franchisés, étaient digitalisés à la fin de l'exercice soit, plus de 1 200 tablettes utilisées par le personnel. 340 écrans ont également été installés dans 30 magasins. Tout au long de l'année, nous avons constaté une amélioration du taux des ventes réalisées via des tablettes. Elles ont représenté 14% des ventes en magasin, les meilleurs magasins approchant les 40%. Nous comptons digitaliser 60 magasins supplémentaires au cours de l'exercice 2015/2016.

Les visites sur Darty.com ont progressé de 22% durant l'année pour atteindre plus de 160 millions. Le site web a évolué vers la fin de l'exercice en vue d'améliorer son design, son contenu et, de le rendre encore plus moderne, claire et facile d'utilisation.

Le « Click and Collect », service qui permet aux clients de réserver en ligne et de récupérer leur produit une heure plus tard dans le magasin de leur choix, a fortement progressé. L'utilisation du service progresse de 540 points de base, représente 20% des ventes web et a atteint 30% au cours du mois de décembre, contre 20% l'année passée.

3. Développer la marque

En nous appuyant sur notre position de leader du service, nous avons lancé « Le Bouton » à l'échelle nationale en octobre. En appuyant sur le « bouton » connecté ou via une application mobile, les clients peuvent être rappelés en moins d'une minute par un de nos techniciens 24h/24, 7 jours sur 7. L'assistance est assurée à distance ou si nécessaire à domicile. Le service est universel car il concerne les produits achetés chez Darty ou non, sous garantie et hors garantie.

Le service est disponible moyennant un faible abonnement mensuel de 3 euros/mois, ou 8 euros/mois produits multimédia inclus, auquel s'ajoute 25 euros pour le bouton connecté. Plus de 35 000 boutons étaient en circulation à la fin de l'exercice, incluant des abonnements de 6, 12 ou 24 mois associés à des extensions de garantie. Notre objectif est d'intégrer « Le Bouton » à l'offre d'extension de garantie.

En tant que leader du marché en France, nous profitons du soutien des principaux fabricants, ce qui nous permet d'accéder à des produits exclusifs et d'être le premier à les commercialiser. Cela s'est notamment traduit par des ventes importantes de télévisions grand écran OLED et Ultra HD/4K durant la Coupe du Monde de football en mai et en juin. De plus en plus de produits connectés et d'espaces dédiés en magasin ainsi qu'en ligne sont aussi introduits dans l'offre maison et santé, dans des domaines tels que la sécurité connectée, l'éclairage, les thermostats et les traqueurs d'activités.

Grâce à la progression de la marque Darty, notre taux de recommandation a augmenté au cours du deuxième semestre de l'année. Nous avons aussi reçu plusieurs prix au cours de l'année dont, le prix LSA pour le service « Click and Collect », le prix Drive to Store de la Nuit des Rois 2015 pour le Bouton et le prix « IREF Satisfaction Clients » 2015-2016. Nous avons également constaté une amélioration de l'implication des collaborateurs dans notre sondage annuel.

4. Diminuer les coûts

À l'échelle du Groupe, nous avons ciblé des économies de coûts sur trois ans de 50 millions d'euros d'ici 2015/2016, réalisables par le développement d'un modèle plus efficace, par l'adaptation de la structure de



coûts et par l'exploitation des synergies entre les entités du Groupe. Pour accélérer et réaliser ces économies d'ici 2014/15, un plan de réorganisation a été mis en place en France l'année dernière et s'est déroulé comme prévu. 30 millions d'euros d'économies ont été dégagés au cours des deux dernières années et, les 20 millions d'économies restants ont été pleinement atteints au cours de cet exercice. Le total des coûts sous-jacents du groupe, hors acquisition de Mistergooddeal.com, a reculé, de plus de 2%, à 27 millions d'euros, malgré des coûts supplémentaires liés à la hausse de l'activité en magasin. Alors que ce programme majeur est désormais finalisé, nous continuons à saisir toutes les opportunités pour améliorer l'efficacité des coûts dans nos activités. Nous nous concentrons tout particulièrement en France, sur l'infrastructure du SAV pour 2015/16 et sur la progression du service « Click and Collect » de manière à réduire davantage les coûts de livraisons à domicile.

Nous continuons également à gérer nos biens en pleine propriété afin de garantir une valeur maximale pour le groupe. Après 45 millions d'euros de produits totaux issus de cessions au cours des deux dernières années, 13,9 millions d'euros ont été enregistrés sur cet exercice et, un montant équivalent est prévu pour 2015/16.



Initiatives de croissance

Comme nous l'avons précédemment indiqué, nous avons identifié et mis en place en 2013, différentes initiatives pour consolider notre croissance future :

- Le développement du réseau Darty dans des zones de chalandise plus restreintes grâce à l'ouverture de magasins franchisés ;
- Le développement de l'offre « prix bas/services à la demande » grâce à Mistergooddeal.com ; et
- L'augmentation du nombre de magasins qui proposent l'offre cuisine en France.

Franchises

Darty est le leader du marché en France avec 70% de consommateurs qui se trouvent à moins de 30 minutes en voiture d'un magasin. Les 30% restants représentent une opportunité pour exploiter davantage l'infrastructure existante de notre offre multicanal. Ces consommateurs résident généralement dans des zones de chalandise plus restreintes, comptant d'ordinaire moins de 100 000 habitants et où il n'est pas rentable d'ouvrir un magasin Darty. Nous avons mis en place une activité de franchise sur l'exercice précédent pour pénétrer ces zones de chalandise.

Le franchisé investit dans la rénovation de son magasin pour en faire un magasin Darty cohérent en termes de stratégie de marque et d'offres avec le reste du portefeuille de magasins. Nous lui facturons les gammes de produits, la prestation de livraison à domicile et les services après-vente. Des frais de franchise sont également facturés pour l'utilisation de la marque et le support marketing / communication.

À la fin de l'exercice, nous avons ouvert 43 magasins franchisés, dont 4 à l'étranger. Les performances sont très encourageantes avec des progressions des ventes importantes et un taux de recommandation supérieur à la moyenne de Darty. Nous prévoyons l'ouverture de 25 magasins supplémentaires en 2015/16, soit un total de près de 70 magasins.

Mistergooddeal.com

Pour augmenter notre présence sur le segment en pleine croissance des produits d'entrée de gamme, nous avons racheté Mistergooddeal.com à la fin de l'exercice précédent. Mistergooddeal.com est un site d'électrodomestique leader en France, principalement dans les produits blancs à premier prix et sans service.

Nous avons gardé la marque et prévoyons d'étoffer son offre de produits avec l'introduction de nos propres marques. L'infrastructure de services existante de Darty est désormais utilisée pour offrir aux clients de Mistergooddeal.com des services supplémentaires sur une base de paiement à la commande, comme la livraison à domicile proposée depuis le mois d'octobre 2014 et le retrait de marchandise dans les magasins Darty.

Les ventes ont été plus faibles que prévu en raison d'une activité très concurrentielle sur ce segment des produits d'entrée de gamme. Avec une nouvelle équipe de direction en place depuis octobre 2014, nous avons accéléré l'intégration de l'entreprise dans le groupe pour augmenter et réaliser plus rapidement les économies de coûts. Le siège social a été intégré en janvier 2015, puis les services informatiques et les entrepôts en avril 2015. Un nouveau site web a été lancé à la fin de la période sur la plateforme informatique de Darty. Nous faisons également évoluer l'offre produits, en supprimant les catégories de produits non rentables comme les meubles et, en développant les gammes de petits électroménagers et de TV. La perte d'exploitation pour 2014/15 était de 7,7 millions d'euros mais, avec les mesures prises sur le plan commercial et plus particulièrement sur la structure de coûts, nous comptons approcher l'équilibre sur 2015/16.



Cuisines

L'activité cuisine de Darty France montre bien notre capacité à développer en continu la marque, à pénétrer un nouveau secteur, établir une position commerciale cohérente et à générer de la rentabilité. Le marché de la cuisine dispose de fondamentaux solides ; le taux de la cuisine équipée en France n'est que de 62% par rapport à une moyenne européenne de près de 80% et, le segment de l'électroménager intégré est en croissance. Sur un marché en consolidation, l'offre cuisine de Darty gagne chaque année en notoriété auprès des consommateurs, au fur et à mesure que l'activité se développe.

Nous avons intensifié le merchandising et sommes maintenant en mesure d'installer l'offre cuisine dans des magasins plus petits du réseau. Nous disposons désormais de 71 magasins avec l'offre qui génère plus de 80 millions d'euros de chiffre d'affaires. Différentes initiatives commerciales ont été lancées au cours de l'année dont une offre de crédit à taux 0 et un partenariat avec le promoteur Bouygues Immobilier afin de permettre à ses clients de choisir une cuisine Darty pour leur nouvelle maison.

Compte tenu de l'accélération des ouvertures durant l'année et des coûts de pré-ouverture couverts en amont de la reconnaissance des commandes clients, une perte de l'ordre de 4 millions d'euros a été enregistrée en 2014/15. Un nouveau catalogue, papier et en ligne, présentant 32 modèles de cuisine différents a été lancé à la fin de l'exercice et soutenu par une campagne télévisée à partir de début mai. Avec 13 magasins supplémentaires qui devraient proposer l'offre en 2015/16, des évolutions à la direction, des améliorations attendues sur la productivité et les infrastructures, nous prévoyons que l'activité devienne rentable sur l'exercice en cours.

Perspectives

Malgré des signes d'amélioration de la confiance des consommateurs, les cycles produits continueront à avoir un impact négatif sur nos marchés qui demeureront compliqués. Grâce au plan Nouvelle Confiance, nous avons construit des bases solides et continuons à investir dans notre offre client, à réduire nos coûts et à améliorer notre rentabilité.



SYNTHESE GROUPE

Résultats

Chiffre d'affaires	12 mois clos le 30 avril 2015 Millions d'euros	12 mois clos le 30 avril 2014 Millions d'euros	Evolution	À surface égale
France*	2 813,5	2 717,7	3,5 %	(2,0) %
Belgique et Pays-Bas	698,6	686,7	1,7 %	(0,3) %
Total	3 512,1	3 404,4	3,2 %	(1,6) %

Contribution de l'activité	12 mois clos le 30 avril 2015 Millions d'euros	12 mois clos le 30 avril 2014 Millions d'euros Retraité**
France*	70,0	87,2
Belgique et Pays-Bas	14,8	9,3
Central	(9,9)	(11,0)
Total	74,9	85,5

*Incluant Mistergooddeal.com

**Retraité après reclassement de la CVAE du résultat opérationnel à l'impôt

Principaux éléments financiers

Chiffre d'affaires et contribution de l'activité

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 3 512,1 millions d'euros, en hausse de 3,2 % incluant Mistergooddeal.com et les magasins franchisés. À surface égale, le chiffre d'affaires du Groupe a baissé de 1,6%, avec un ralentissement aux deuxième et troisième trimestres comparativement à une base de comparaison plus forte sur l'exercice précédent (l'évolution trimestrielle du chiffre d'affaires est donnée en annexe de ce communiqué). Par catégories de produits, les ventes de smartphones sont à nouveau en forte croissance et les produits blancs en progression. Le recul des ventes de téléviseurs a fortement ralenti. Les ventes ont été en croissance en mai et juin reflétant le succès de la campagne sur la Coupe du Monde de football et d'importantes ventes de TV OLED et Ultra HD et, de grands écrans. Dans le Multimédia, nous avons enregistré une baisse importante en raison de la baisse des volumes et des prix moyens de vente des tablettes et, d'un faible marché des appareils photo numériques.

Les ventes en ligne continuent d'augmenter, elles sont en hausse de plus de 22% Mistergooddeal.com inclus et représentent plus de 16% des ventes totales de produits sur l'exercice. Le service « Click and Collect » connaît un vrai succès auprès des clients et a représenté plus de 24% de toutes les ventes en ligne.

La marge brute sous-jacente a reculé d'environ 80 points de base, sous l'effet de la pression sur les marges dans un marché très promotionnel et malgré une amélioration du mix produits. Après prise en compte des activités de franchise et de Mistergooddeal.com dont les marges sont plus faibles, la marge brute totale a reculé de 150 points de base.

Les coûts sous-jacents, hors Mistergooddeal.com, ont baissé de 27 millions d'euros, soit de plus de 2%, reflétant les bénéfices du programme d'économies mis en œuvre en France. Les coûts totaux, y compris Mistergooddeal.com, ont été globalement stables.

La contribution de l'activité ressort à 74,9 millions d'euros, contre 85,5 millions d'euros sur l'exercice précédent, comprenant 7,7 millions d'euros de pertes chez Mistergooddeal.com (2014 : perte de 0,9 million d'euros), une amélioration en Belgique et aux Pays-Bas de 9,3 à 14,8 millions d'euros, et une réduction des coûts du siège social de 11,0 à 9,9 millions d'euros.



Éléments exceptionnels

Les éléments exceptionnels se sont élevés à 13,7 millions d'euros (2014 : 29,4 millions d'euros). Ils comprennent 14,5 millions d'euros de charges immobilières et dépréciations d'actifs en France qui sont principalement associées au programme d'amélioration du portefeuille de magasins. Un coût global de 7,1 millions d'euros a été engendré par les réorganisations liées à l'intégration de Mistergooddeal (4,8 millions d'euros), d'autres coûts de réorganisation sont principalement liés au transfert de Londres à Paris de certaines fonctions du siège (2,3 millions). Par ailleurs, des gains exceptionnels de 7,9 millions d'euros (6,4 millions en France et 1,5 million en Belgique et qu'aux Pays-Bas) ont été enregistrés après absorption des coûts de distribution dans la valeur comptable des stocks.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel s'élève à 60,3 millions d'euros (2014 : 53,4 millions d'euros) intégrant une baisse des charges exceptionnelles qui vient compenser le recul de la marge opérationnelle.

Charges financières

Les charges financières nettes se sont élevées à 23,6 millions d'euros (2014 : 13,4 millions d'euros), hors intérêts du régime de retraite IAS19 de 3,8 millions d'euros (2014 : 2,6 millions d'euros). Cette hausse des charges financières nettes reflète l'impact sur l'ensemble de l'exercice du refinancement du groupe réalisé en février 2014.

Résultat ajusté avant impôts

Le résultat ajusté avant impôts s'établit à 51,3 millions d'euros (2014 : 72,1 millions d'euros).

Taxes

Le taux d'imposition effectif sur le résultat ajusté avant éléments exceptionnels, comprenant la quote-part des joint-ventures et les taxes des entreprises associées, était de 23,2% (2014 : 44,4%) et, a été de 39,3% (2014 : 52,6%) après reclassement de la CVAE de 10,7 millions d'euros (2014 : 11,1 millions d'euros) du résultat opérationnel en impôt. La baisse du taux d'imposition depuis 2014 s'explique principalement par des bénéfices inférieurs en France qui, imposés à un taux supérieur au taux d'imposition du groupe, produit un impact positif sur le taux d'imposition du groupe. Cet impact est en partie compensé par la meilleure performance des Pays-Bas où les crédits d'impôt ne sont pas considérés à l'heure actuelle comme des pertes.

Le groupe a reçu une demande de l'administration fiscale française qui réclame jusqu'à 15,3 millions d'euros d'impôts impayés et de pénalités sur la holding du groupe. Le groupe a pris conseil auprès de professionnels, il estime qu'il a de forts arguments pour sa défense et, que cette réclamation est en grande partie sans fondement. Une provision a été comptabilisée selon l'estimation la plus juste du résultat.

Sur la base d'une charge d'impôt totale de 18,7 millions d'euros (2014 : 27,4 millions d'euros), le taux d'imposition global sur le résultat non ajusté ressort à 55,3% (2014 : 71,7%) et montre que l'allègement fiscal n'est pas reconnu sur tous les éléments exceptionnels et autres profits. Le taux d'imposition effectif sur le bénéfice ajusté des activités poursuivies avant éléments exceptionnels, comprenant la quote-part des joint-ventures et taxes des entreprises associées, devrait se trouver aux alentours des 30% en 2015/16, incluant la CVAE de l'ordre de 11 M€.

Résultat net de l'exercice

Le résultat des activités poursuivies a progressé à 15,1 millions d'euros (2014 : 10,8 millions d'euros). La perte sur la période des activités non poursuivies au sein du Groupe s'est réduite à 1,3 millions d'euros (2014 : perte de 17,4 millions d'euros).

Le résultat net de l'exercice ressort à 13,8 millions d'euros (2014 : perte de 6,6 millions d'euros).

Résultat par action

Le résultat ajusté par action, hors intérêts nets IAS 19 sur les régimes de retraite, est de 5,8 centimes (2014 : 6,5 centimes). Le résultat des activités poursuivies et dilué par action est de 2,9 centimes (2014 : 2,1 centimes).



Trésorerie

L'activité a généré un flux de trésorerie de 60,7 millions d'euros (2014 : 18,4 millions d'euros), principalement en raison d'une réduction des sorties de trésorerie liées aux activités non poursuivies. Les dépenses nettes en capital se sont élevées à 36,8 millions d'euros (2014 : 32,2 millions d'euros), reflétant une réduction des produits de cession de biens à 13,9 millions d'euros (2014 : 29,7 millions d'euros). Le produit issu des ventes de Darty Turquie et de Datart est de 10,1 millions d'euros. Le coût sur la trésorerie lié à l'acquisition des magasins BCC aux Pays-Bas a été de 9,8 millions d'euros. 22,9 millions d'euros d'intérêts (2014 : 21,4 millions d'euros) ont été payés ainsi qu'un impôt de 21,2 millions d'euros (2014 : 9,9 millions d'euros) reflétant l'échéancier des paiements en France. Le dividende est resté inchangé à 3,5 centimes par action mais, le renforcement de la livre sterling face à l'euro pour les actionnaires qui choisissent un règlement du dividende en sterling a augmenté le coût sur la trésorerie à 18,4 millions d'euros (2014 : 18,0 millions d'euros).

Les activités poursuivies ont généré une sortie nette de trésorerie de 30,9 millions d'euros (2014 : entrées nettes de trésorerie de 18,0 millions d'euros). Les activités non poursuivies ont généré une sortie nette de trésorerie de 5,6 millions d'euros (2014 : 57,5 millions d'euros). Les sorties nettes de trésorerie se sont élevées, au total, à 36,5 millions d'euros (2014 : 39,5 millions d'euros).

Dette nette

La dette nette à la clôture s'établissait à 223,8 millions d'euros contre 185,2 millions d'euros au 30 avril 2014. Au 30 avril 2015, 57 millions d'euros ont été tirés sur la facilité de crédit du groupe (30 avril 2014 : 20 millions d'euros) parallèlement à l'emprunt obligataire de 250 millions d'euros.

Engagements sur les retraites

Les engagements nets sur les retraites liés à la norme IAS 19 étaient de 103,4 millions d'euros (2014 : 104,6 millions d'euros), répartis entre 38,2 millions d'euros (2014 : 60,1 millions d'euros) au Royaume-Uni et 65,2 millions d'euros en France (2014 : 44,5 millions d'euros). L'évolution des engagements nets au Royaume-Uni a profité d'une performance supérieure des actifs. Le déficit du régime britannique en livres sterling était de 27,9 millions de livres. L'augmentation du passif net dans les régimes français reflète principalement une chute des rendements des obligations des sociétés. Le coût financier du régime britannique a été de 12,9 millions d'euros et celui des régimes français de 0,9 million d'euros.

Bilan

Après la cession et la clôture des activités non poursuivies depuis 2012 - Comet, Darty Italie, Darty Espagne, Darty Turquie- et, les éléments exceptionnels associés à la récente restructuration, nous avons comptabilisé un passif net. Au 30 avril 2015, le passif net s'élevait au total à 323,9 millions d'euros (2014 : 316,9 millions d'euros). Selon notre méthode comptable, nos biens en pleine propriété sont comptabilisés à prix courant. Notre portefeuille de biens en pleine propriété en France, qui représente près d'un tiers du portefeuille de magasins, affiche une valeur comptable de 102 millions d'euros, contre une valeur marchande d'environ 350 millions d'euros. Par ailleurs, nous ne générons pas de goodwill en interne sur nos marques.

Dividendes

Le Conseil recommande un dividende inchangé de 2,625 centimes par action. Ce dividende sera détaché le 22 octobre 2015, enregistré le 23 octobre 2015 et versé le 13 novembre 2015.

Présentation financière

Datart a été reclassée comme activité non poursuivie après signature de la vente de la participation du groupe de 60% à SEW-1001 a.s. le 22 juillet 2014. Les données des années précédentes ont été retraitées en conséquence.

Deux traitements comptables sont possibles pour la taxe professionnelle CVAE (Cotisation sur la Valeur Ajoutée des Entreprises) – soit en tant que charge opérationnelle, soit en tant qu'impôt sur le revenu des sociétés. En ligne avec le traitement adopté par d'autres distributeurs français et comparables boursiers, il a été décidé de reclasser ce poste, initialement comptabilisé en charges dans le résultat opérationnel France, en impôt sur le revenu des sociétés. La CVAE s'élevait à 10,7 millions d'euros pour l'exercice clos le 30 avril 2015 (2014 : 11,1 millions d'euros). Cette reclassification a un impact négligeable sur les bénéfices.



Par ailleurs, après avoir étudié différents traitements sous l'IAS 19 Révisée, le coût du régime de retraite publique du Royaume-Uni de 1,3 million d'euros (2014 : 1,4 millions d'euros) a été reclassé du poste de charges financières au résultat opérationnel, conformément à la pratique la plus courante. Ce coût a été reclassé comme coût opérationnel indépendamment du résultat d'exploitation puisqu'il est associé à Comet, une activité qui a été cédée.



RESULTATS PAR ENSEIGNE

France

	12 mois clos le 30 avril 2015 Millions d'euros	12 mois clos le 30 avril 2014 Millions d'euros Retraité*
Chiffre d'affaires	2 813,5	2 717,7
<i>Hors Mistergooddeal.com</i>	2 736,6	2 710,2
Contribution de l'activité	70,0	87,2
<i>Marge</i>	2,5 %	3,2 %
<i>Hors Mistergooddeal.com</i>	77,7	88,1

Nombre de magasins	222	224
Franchises	43**	4

*Retraité après reclassement de la CVAE du résultat opérationnel à l'impôt

** 39 en France, 4 à l'étranger

Le chiffre d'affaires total est en hausse de 3,5%, Mistergooddeal.com et activités de franchise inclus. L'enseigne Darty a de nouveau surperformé le marché sur l'exercice. Le chiffre d'affaires à surface égale est en recul de 2%, en comparaison à une forte performance sur l'exercice précédent (ventes à surface égale en hausse de 2,8%), notamment aux deuxième et troisième trimestres. Nous avons à nouveau enregistré une forte croissance dans les smartphones et les ventes de produits blancs sont également positives. Le recul des ventes de téléviseurs a fortement ralenti. Les ventes ont été en croissance en mai et juin reflétant le succès de la campagne Coupe du Monde de football, avec d'importantes ventes de TV OLED et Ultra HD et de grands écrans. Dans le multimédia, nous avons enregistré une baisse importante en raison du recul des volumes et des prix moyens de vente des tablettes et d'un faible marché des appareils photo numériques.

Au global, les ventes en ligne ont poursuivi leur croissance malgré un marché moins fort. Elles représentent plus de 15 % du chiffre d'affaires total des produits, et plus de 17% avec Mistergooddeal.com. Le service « Click and Collect » sur Darty.com est devenu un vrai succès auprès des clients, affichant une croissance de plus de 40% et représentant 20% des ventes en ligne.

La marge brute sous-jacente a reculé de près de 90 points de base, sous l'effet de conditions de marché concurrentielles qui n'ont été que partiellement compensées par l'amélioration du mix produit. La marge brute totale pour la France a reculé de 180 points de base, après prise en compte des activités de franchise et de Mistergooddeal.com dont les marges sont plus faibles et qui ont un impact sur la marge brute de respectivement 70 et 20 points de base.

Les coûts totaux sous-jacents (hors Mistergooddeal.com) ont baissé de 25 millions d'euros, soit de 3%, reflétant les bénéfices du programme de coûts mis en œuvre l'année dernière. Les coûts totaux ont été globalement stables.

La contribution de l'activité s'est élevée à 70,0 millions d'euros contre 87,2 millions d'euros sur l'exercice précédent. Ce montant comprend une perte de 7,7 millions d'euros (2014 : 0,9 million d'euros) pour Mistergooddeal.com, une perte de l'ordre de 4 millions d'euros sur la cuisine et une performance stable pour l'activité de franchise.

Au cours de la période, cinq magasins ont été ouverts, six ont été fermés, cinq ont été délocalisés, trois ont été agrandis et trois ont été rénovés ou réaménagés. Nous avons aussi ouvert 39 magasins franchisés et



implanté l'offre cuisine dans 16 magasins supplémentaires. Pour 2015/16, nous anticipons six délocalisations, cinq rénovations et quatre réaménagements de magasins. Nous prévoyons également d'ouvrir environ 25 magasins franchisés supplémentaires et développerons l'offre cuisine dans 13 magasins supplémentaires.

Pour plus de détails sur les initiatives mises en œuvre au sein de Darty, veuillez-vous référer à la section « 4D » sur les pages 3 à 5 de ce document.



Belgique et Pays-Bas

	12 mois clos le 30 avril 2015 Millions d'euros	12 mois clos le 30 avril 2014 Millions d'euros
Chiffre d'affaires	698,6	686,7
Contribution de l'activité	14,8	9,3
Marge	2,1 %	1,4 %

Nombre de magasins	135	117
--------------------	-----	-----

Dans les enseignes Vanden Borre en Belgique et BCC aux Pays-Bas, le chiffre d'affaires total a progressé de 1,7% et reculé de 0,3% à surface égale. Les ventes en ligne ont poursuivi leur forte croissance, de plus de 20%, représentant plus de 13% des ventes totales de produits. Le « Click and Collect » progresse de 10% représentant plus de 27% des ventes en ligne.

Avec une nouvelle équipe locale de direction en place, BCC améliore continuellement ses performances depuis la fin de l'année dernière. L'évolution du chiffre d'affaires à surface égale est positive dans les magasins et plus particulièrement sur le web, nos parts de marché augmentent dans toutes les principales catégories de produits et la marge brute s'améliore. L'acquisition de 18 magasins rentables à un concurrent a été finalisée au mois de février et la majorité des magasins étaient rebrandés à la fin de l'année. Les magasins rachetés ont représenté un chiffre d'affaires de 8,0 millions d'euros en 2014/15 et devraient contribuer au chiffre d'affaires du groupe à hauteur d'environ 45 millions d'euros sur 2015/16.

En début d'exercice, Vanden Borre s'est concentré sur la marge dans un contexte de marché plus promotionnel, ce qui a eu un impact inévitable sur les ventes comparativement à une forte performance l'année dernière. Le chiffre d'affaires à surface égale s'est amélioré au cours du deuxième semestre de l'année et les ventes en ligne ont affiché une forte croissance après l'introduction de la livraison le jour même et le jour suivant.

La marge brute totale est en légère amélioration de 20 points de base, avec des coûts totaux stables.

La contribution de l'activité a fortement progressé à 14,8 millions d'euros par rapport à 9,3 millions d'euros sur l'exercice précédent. Cette évolution comprend une forte réduction des pertes de BCC malgré le coût d'intégration des magasins rachetés et, une amélioration continue des bénéfices chez Vanden Borre.

Au-delà des magasins rachetés, nous avons procédé à une fermeture de magasin chez BCC et à une ouverture chez Vanden Borre. Sur 2015/16 nous prévoyons de fermer un magasin chez BCC et d'en ouvrir un chez Vanden Borre.



EVOLUTIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Changement à la direction

Le 18 juillet 2014, Darty a annoncé le transfert de Londres à Paris d'un certain nombre de fonctions support centrales le groupe continuant à consolider son siège social. Dominic Platt a également informé le Conseil sur son intention de quitter sa fonction de Directeur financier. Après clôture de l'exercice 2014/15, Dominic quitte aujourd'hui son poste de directeur et quittera le groupe au 30 juin.

Le 18 novembre 2014, Darty a annoncé le recrutement d'Albin Jacquemont en tant que nouveau Directeur financier. Albin a rejoint le groupe en mars 2015 et intègre aujourd'hui le Conseil d'administration (18 juin 2015).

Eric Knight a démissionné du poste d'administrateur non exécutif le 11 septembre 2014.

Cette version du communiqué de presse correspond à une traduction partielle de la version originale préparée en anglais (se reporter à la version anglaise pour le compte de résultat du Groupe). Pour toute question d'interprétation concernant les informations contenues dans cette traduction, la version originale du document prévaudra.



ANNEXES – EVOLUTION DU CHIFFRE D’AFFAIRES TRIMESTRIEL (NON AUDITE)

Evolution du chiffre d'affaires total 2014/15

	T1	T2	1 ^{er} sem.	T3	T4	2 ^{eme} sem	Exercice
France	7,1%	1,1%	4,0%	3,4%	2,8%	3,2%	3,5%
Belgique et Pays-Bas	1,7%	1,9%	1,8%	(1,6)%	6,4%	1,7%	1,7%
Total	5,9%	1,2%	3,5%	2,4%	3,5%	2,8%	3,2%

Evolution du chiffre d'affaires à surface égale 2014/15

	T1	T2	1 ^{er} sem.	T3	T4	2 ^{eme} sem.	Exercice
France	2,0%	(5,2)%	(1,7)%	(3,0)%	(0,7)%	(2,2)%	(2,0)%
Belgique et Pays-Bas	0,7%	0,8%	0,8%	(2,3)%	0,0%	(1,3)%	(0,3)%
Total	1,7%	(3,9)%	(1,2)%	(2,9)%	(0,5)%	(2,0)%	(1,6)%

Evolution du chiffre d'affaires total 2013/14

	T1	T2	1 ^{er} sem.	T3	T4	2 ^{eme} sem.	Exercice
France	(5,2)%	4,4%	(0,5)%	3,6%	0,8%	2,5%	1,1%
Belgique et Pays-Bas	(1,4)%	0,4%	(0,5)%	0,1%	(0,2)%	0,0%	(0,3)%
Total	(4,4)%	3,6%	(0,5)%	2,9%	0,6%	2,0%	0,8%

Evolution du chiffre d'affaires à surface égale 2013/14

	T1	T2	1 ^{er} sem.	T3	T4	2 ^{eme} sem.	Exercice
France	(0,4)%	5,8%	2,7%	4,9%	(0,2)%	2,9%	2,8%
Belgique et Pays-Bas	(1,5)%	(0,4)%	(1,0)%	(1,3)%	(1,4)%	(1,4)%	(1,2)%
Total	(0,7)%	4,5%	1,9%	3,6%	(0,5)%	2,0%	1,9%