

Sur l'année 2020, malgré l'impact fort de la crise sanitaire, le **chiffre d'affaires annuel** est en hausse de **+1,9%** en données publiées et **+0,6%** en données comparables par rapport à 2019. Cela est dû grâce à :

- Une forte croissance des **ventes au 4^{ème} trimestre** avec une croissance organique de **+9,6 %** ;
- Une forte progression des **ventes en ligne** en 2020 de plus de **+55%**, portée notamment par le gain de plus de 5 millions de nouveaux clients web actifs ;
- Une pertinence démontrée du **modèle omnicanal** avec une hausse du volume de commandes traitées en click & collect de près de **30%**.

Par segment :

- Les **produits d'électroménagers et les produits techniques**, tels que les segments liés au travail à domicile et à la télévision affichent une forte dynamique;
- Les **produits éditoriaux**, très sensibles aux achats d'impulsion, affichent une baisse sur les segments livres, audio et vidéo, pénalisés par un trafic dans les magasins en retrait, mais qui affiche une bonne dynamique au cours du 4^{ème} trimestre.

Sur le plan de l'exploitation :

Le **taux de marge brute** (valeur ajoutée) atteint 29,2% en 2020, en retrait de -120 points de base par rapport à 2019, principalement en raison d'un effet mix produits défavorable pour -80 points de base en raison, avec les confinements, d'un fort recul des ventes de produits où la marge est la plus forte : produits éditoriaux (livres, audio et video), billetterie.

L'EBITDA courant (résultat de l'exploitation) atteint 567 millions d'euros sur l'ensemble de l'année 2020, en retrait de -9,42% par rapport à 2019 ; la baisse des ventes impacte la rentabilité de l'exploitation avec une **marge d'EBITDA courant** en légère baisse de -0,9 points par rapport à 2019, ce qui met en valeur la bonne gestion opérationnelle du Groupe.

Sur le plan bilanciel, Fnac Darty sort de l'année 2020 avec un bilan solide, porté par trésorerie nette du Groupe qui s'élève à 114M€ au 31 décembre 2020 contre -18M€ au 31 décembre 2019.

Le **cash flow libre opérationnel courant** généré est de 192 millions d'euros en 2020, soit une hausse de 10,9% par rapport à 2019. Ce chiffre reflète la très bonne gestion du besoin en fonds de roulement tout au long de l'année portée par l'optimisation des stocks en conséquence d'une politique d'achat maîtrisée dans le cadre de la crise de la Covid-19, avec un effet amplifié en décembre du fait d'une très bonne dynamique commerciale.

Le **bénéfice net des activités poursuivies du Groupe** s'élève à 96 millions d'euros, soit une baisse de -16,5 % par rapport à 2019, mais cette variation intègre les éléments non courants.

Le résultat net des activités non poursuivies de -94M€ est principalement composé des coûts de désengagement de la filiale BCC cédée en fin d'année, sans effet cash significatif, ce qui porte le résultat net consolidé, part du Groupe à 1M€ en 2020.

Fnac Darty lance son nouveau plan stratégique : Everyday

Ce plan poursuit 3 ambitions, à horizon 2025 :

1. Un retail omnicanal simultanément digitalisé et humain :

En renforçant la performance des sites à travers une expérience web toujours plus immersive et nourrie d'intelligence artificielle. Plus de 50% des investissements du Groupe sur la période du plan sera ainsi dédiée au soutien de la croissance du digital.

Le retail omnicanal sera humanisé en investissant sur l'expertise des vendeurs. Cela serait fait à travers les chats et les visio avec les vendeurs, les livestreaming et liveshopping animés par des experts sur sa plateforme La Claque Fnac, qui permettrait d'intensifier les interactions avec les clients sur le web.

L'ensemble de ces initiatives visent à réaliser, à horizon 2025, au moins 30% du chiffre d'affaires du Groupe sur le web.

2. Une offre orientée « consommation durable » :

L'offre du Groupe évoluera vers des produits plus durables, avec le déréférencement possible des produits et partenaires marketplace qui ne correspondraient pas aux critères de durabilité, et le développement massif de l'offre de seconde vie et de reprise de produits usagés dans une démarche d'économie circulaire. L'orientation des choix des clients sera aidée grâce au score de durabilité, qui sera visible sur les sites et en magasin ; il devrait s'établir à un niveau de **135** d'ici 2025 (contre 95 en 2018). Enfin, les services permettant aux clients de mieux utiliser pour mieux consommer, et de réparer davantage seront renforcés (vente de pièces détachées, réparation express de smartphones Wefix, Darty Max, animation de communautés de réparation, ...), avec un objectif de **2,5 millions de produits réparés.**

3. **Déployer le service de référence d'assistance du foyer par abonnement** : En ligne avec l'ambition de Fnac Darty de devenir le leader des services d'assistance à la maison, le Groupe a pour ambition d'élargir son service de réparation par abonnement illimité et sans engagement, permettant d'allonger la durée de vie des produits. Le Groupe a déjà lancé la première brique de ce service sur le gros électroménager fin 2019, Darty Max, et capitalisera sur son succès, avec déjà plus de 200 000 abonnés en France et le lancement de VandenBorre Life en Belgique début 2021. Fnac Darty vise atteindre **plus de 2 millions d'abonnés Darty Max à horizon 2025**.

Ce plan vise enfin **une génération récurrente de cash-flow libre opérationnel** avec un objectif de 240M€ en 2025 et un retour aux actionnaires dès cette année.

Perspectives : Grâce à Everyday, Fnac Darty vise à :

1. Faire croître son chiffre d'affaires grâce à l'accélération de la croissance des ventes en ligne et la poursuite des opportunités de développement sur les marchés porteurs ;
2. Augmenter sa marge brute principalement grâce au modèle de vente par abonnement des services, qui permettra de plus que compenser les effets dilutifs induits du mix produits/services vendus en ligne moins favorable et du développement de la franchise ;
3. Poursuivre son programme de réduction de coûts opérationnels qui permettra, chaque année, de plus que compenser les effets de l'inflation ;
4. Maintenir ses dépenses d'investissement annuelles à un niveau normatif d'environ **120M€**, en dehors des investissements exceptionnels pour près de 40M€ dédiés à la modernisation et à la montée en gamme des équipements logistiques qui impacteront les premières années du plan.

Recommandation :

- Hiboo retient de cette publication la bonne résilience du Groupe, la qualité de sa gestion, la solidité de son bilan : les résultats 2020, renforcent hiboo dans son appréciation positive du Groupe.
- Par ailleurs, hiboo estime que le **plan stratégique est parfaitement cohérent d'une part avec les forces de Fnac Darty (omnicanalité, base clients, service, bonne gestion) et d'autre part avec les grandes tendances en terme de consommation.**

Fnac Darty proposera à l'Assemblée Générale des actionnaires du 27 mai 2021 la réactivation de sa politique de retour à l'actionnaire et la distribution d'un **dividende ordinaire** de 1,00 euro par action, représentant un taux de distribution d'environ 30% et un rendement coupon proche de 2%.

À environ 50€ fin février 2021, l'action capitalise environ 11 fois le bénéfice attendu par les analystes pour cette année et environ 10 fois ceux attendus en 2022. A ce niveau de cours, hiboo recommande toujours l'investissement à long terme dans la valeur malgré la forte reprise des cours ces derniers mois.



FNAC DARTY