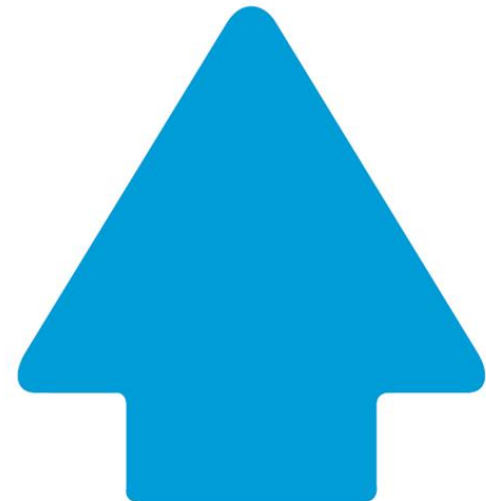


20 | 15  
16

RÉSULTATS SEMESTRIELS



RÉUNION D'INFORMATION DU  
20 NOVEMBRE 2015



## LEADER FRANÇAIS DU HIGH-TECH ONLINE ET PRÉCURSEUR DE L'OMNICANAL



Succursale de Paris



**285,7 M€**  
CA 2014/15



+ de **480** collaborateurs  
au 30/09/2015



+ de **1 Million** de colis  
expédiés en 2014/2015



**21 000 M<sup>2</sup>**  
logistique intégrée



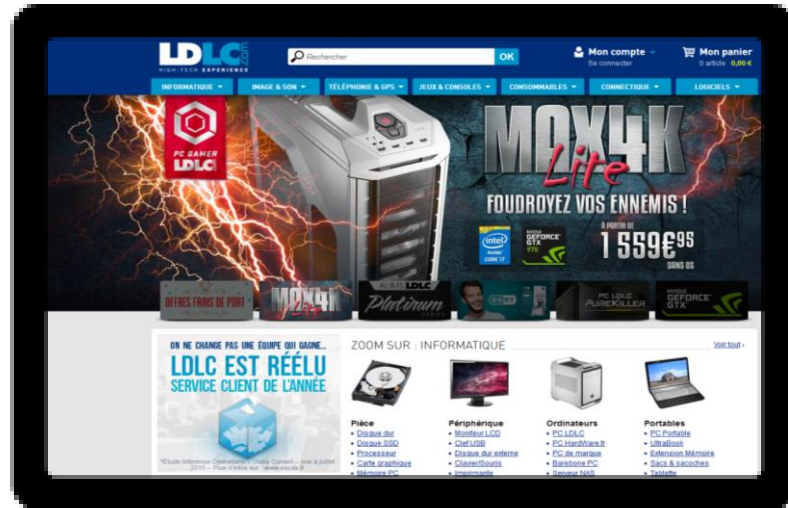
**50 000**  
références en catalogue



**4**  
pays couverts



# LDLC.COM, UNE MARQUE INSTALLÉE AVEC UN CATALOGUE UNIQUE



**30 000** RÉFÉRENCES

Informatique, audio, téléphonie, image, ...

**1 700** MARQUES HIGH-TECH PARTENAIRES  
du grand public à l'affinitaire

**3 Millions** DE VISITEURS UNIQUES / mois

**20 Millions** DE PAGES VUES / mois



**Nos fans** au 15/11/2015



1 000 000

+ 130 000 en 1 an



150 000

+ 55 000 en 1 an



85 500

+ 500 en 1 an

8<sup>ème</sup> site marchand français au TOP 100 des e-commerçants  
(e-Magazine juin 2015)





# LDLC.PRO, UN SITE B2B POUR DES SOLUTIONS CLÉS EN MAIN



30 INGÉNIEURS COMMERCIAUX

1 700 MARQUES HIGH-TECH PARTENAIRES

+ DE 50 000 PROFESSIONNELS ABONNÉS

À LA NEWSLETTER LDLC.PRO

22 800 CLIENTS ACQUIS  
depuis sa création en juin 2014

91 M€ de CA en 2014



Objectif :  
dépasser le seuil  
des **150 M€ de CA**  
à l'horizon 2018



## UNE HIGH-TECH EXPÉRIENCE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE



**MARQUE LDLC** : PC portables, tablettes, composants et accessoires, ...

**60 CONSEILLERS LDLC** À L'ÉCOUTE DES CLIENTS

**80%** des appels traités dès le décroché  
**85%** des demandes traitées au 1<sup>er</sup> contact  
**500 000 appels / an**

**MONTAGES SUR MESURE**

**SERVICE APRÈS VENTE** DE QUALITÉ RECONNUE

**LDLC.COM**

**« ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE »  
POUR LA 2<sup>ÈME</sup> FOIS CONSÉCUTIVE**



## DES RELAIS DE CROISSANCE DYNAMIQUES

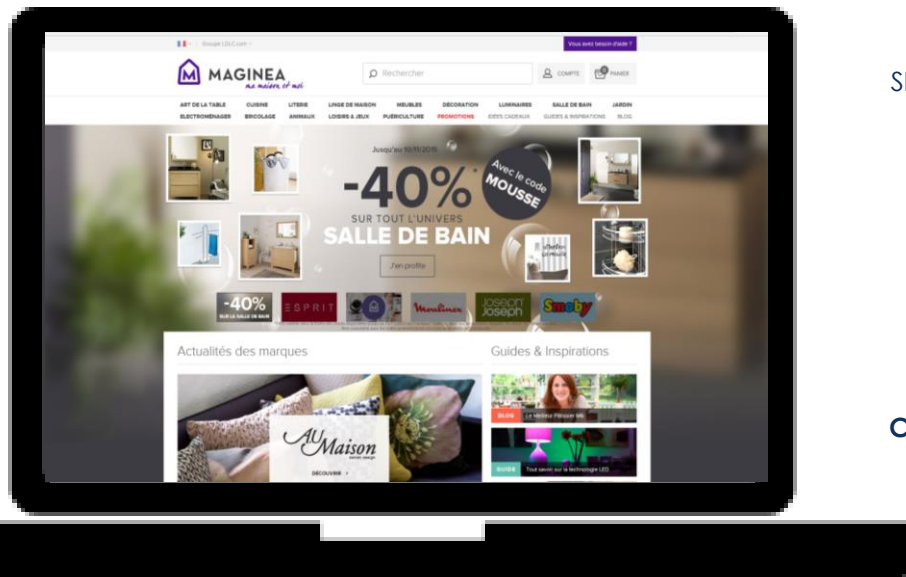


SITE DÉDIÉ À L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON  
ET SON EXTÉRIEUR

+ DE 500 marques

20 000 références

ET DES ACTIVITÉS CONNEXES  
COMPLÉMENTAIRES AUX AUTRES MARQUES





## UNE LOGISTIQUE INTÉGRÉE, GARANTIE DE QUALITÉ ET AGILITÉ



Centre logistique de Saint-Quentin-Fallavier (38)

Un centre logistique intégré  
de **21 000 M<sup>2</sup>**  
et un système d'information  
développé en interne

**5 000 ET JUSQU'À 8 000 COLIS  
EXPÉDIÉS PAR JOUR**

notamment sur la période  
des fêtes couvrant les mois  
d'octobre jusqu'à mi mars



## UNE STRATÉGIE CLAIRE QUI FAIT SES PREUVES



**UN HISTORIQUE DE  
CROISSANCE  
RENTABLE  
ET  
DES AMBITIONS  
FORTES  
À L'HORIZON 2018**





## « ÊTRE LES MEILLEURS »



Laurent de la Clergerie : Lauréat du Prix de l'Entrepreneur de l'Année 2015 Rhône-Alpes Auvergne

**EY ET L'EXPRESS** ONT DÉCERNÉ LE 23/09/2015  
LE « **PRIX DE L'ENTREPRENEUR DE L'ANNÉE 2015** »  
POUR LA RÉGION RHÔNE-ALPES AUVERGNE,  
À LAURENT DE LA CLERGERIE



« **THINK DIFFERENT** »



## LES NEWS



Soirée de remise de prix – LDLC Élu Service Client de l'Année 2016



Première rentrée



Scène e-sport  
LDLC



1 Million  
de fans

**Cross-canal**  
Ouverture de 2 boutiques

**LDLC**  
à 20 ans



## LDLC, AU CŒUR DE LA FILIÈRE NUMÉRIQUE



Inauguration de l'École LDLC  
Hubert Julien-Laferrière, Maire Lyon 9<sup>ème</sup>, Gérard Collomb,  
Sénateur-Maire de la Ville de Lyon, Président de la  
Métropole de Lyon, Laurent de la Clergerie,  
Karine Dognin-Sauze, Vice-Présidente de la Métropole de  
Lyon, les professeurs et les élèves

GRUPE  
**LDLC**



**1<sup>ère</sup> rentrée**

**100 candidatures déposées**

**26 ÉTUDIANTS retenus**

Âge moyen 21 ans

**Cursus de 3 ans**

**40h00 de cours par semaine**

**FORMER DES CADRES POLYVALENTS  
POUR ACCOMPAGNER LES TPE ET PME  
DANS LEUR DYNAMIQUE NUMÉRIQUE**



## PARIS GAMES WEEK, VITRINE DE LA HIGH-TECH EXPÉRIENCE LDLC



28 octobre au 1<sup>er</sup> novembre

**400 M<sup>2</sup>** de stand futuriste

**300 000** visiteurs

**TEAM LDLC**



## 1 MILLION DE FANS FACEBOOK

**LDLC**.com

1 million de 

**Merci!**



Une e-notoriété de qualité basée sur : réactivité, conseil, exclusivité, jeux concours

### DEPUIS 2010

présent sur les réseaux sociaux avec **des campagnes** relations clients, produits, humour, jeux concours,...

### RECRUTEMENT NATUREL DES FANS

**TAUX D'ENGAGEMENT RECORD**  
(interaction entre les fans et la marque)  
**25%**

(les grandes marques de distribution sont en moyenne en-dessous des 10%)

UNE CULTURE **DIGITALE** ET  
**COMMUNAUTAIRE** ÉTABLIE



## OUVERTURE DE 2 NOUVELLES BOUTIQUES



**LDLC.COM LIMOGES**

**Ouverture le 18 novembre 2015**

**Surface** : 160 m<sup>2</sup> de surface de vente

**Équipe** : 3 conseillers-techniciens



**LDLC.COM TOULOUSE**

**Ouverture le 2 décembre 2015**

**Surface** : 155 m<sup>2</sup> de surface de vente

**Équipe** : 3 conseillers-techniciens



**SOIT 13 MAGASINS**  
**AU 2 DÉCEMBRE 2015**  
AVEC UN OBJECTIF DE 10 OUVERTURES  
SUR L'EXERCICE



RÉSULTATS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2015/2016

DÉMONSTRATION DE LA SOLIDITÉ DU MODÈLE  
DE DÉVELOPPEMENT

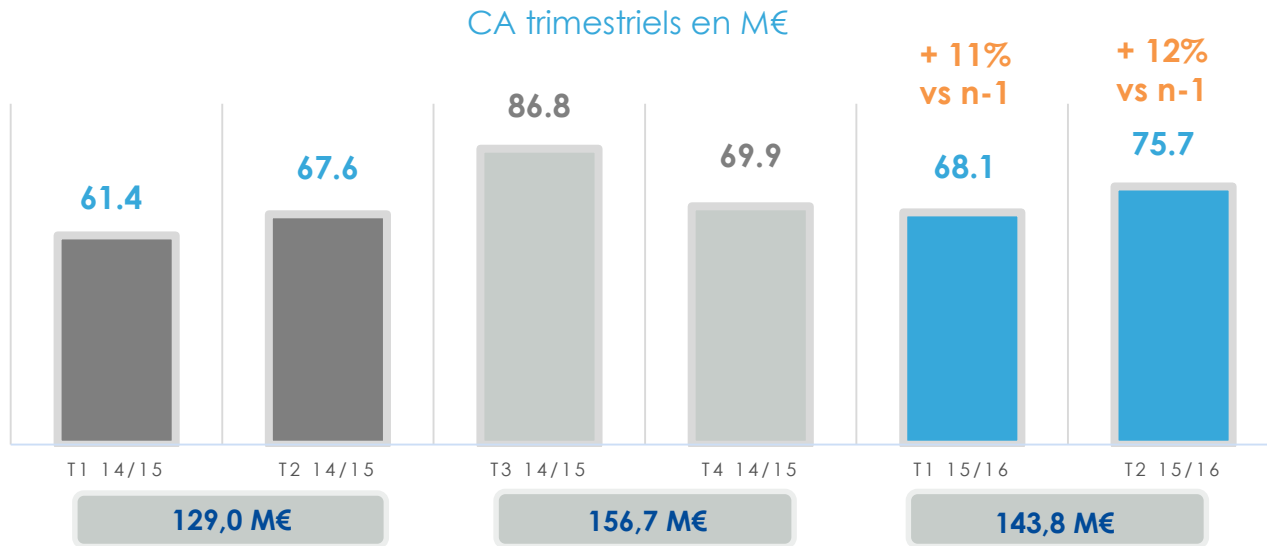
ACCÉLÉRATION DE LA CROISSANCE  
RENTABLE



## RETOUR À UNE CROISSANCE FORTE



Après un impact maîtrisé de la hausse du dollar en fin d'année 2014, retour à un trend de croissance en ligne avec les objectifs fixés







## DYNAMISME DES 3 MARQUES

### Contribution des différentes marques

au CA du 1<sup>er</sup> semestre 2015/2016

	CA T1	CA T2	Total S1	Var. S1
LDLC.com	41,1	49,1	<b>90,2</b>	<b>+7,9%</b>
<i>Dont cross-canal</i>	6,9	8,5	<b>15,4</b>	<b>+33,1%</b>
LDLC.pro	24,4	24,2	<b>48,6</b>	<b>+17,8%</b>
Maginéa	1,8	1,9	<b>3,7</b>	<b>+29,7%</b>
Autres	0,6	0,6	<b>1,2</b>	<b>-2,9%</b>
Total CA	68,1	75,7	<b>143,8</b>	<b>+11,4%</b>



Retour à la croissance de l'activité B2C (T2 à +10,2%)

Très bon rythme de progression de l'activité B2B

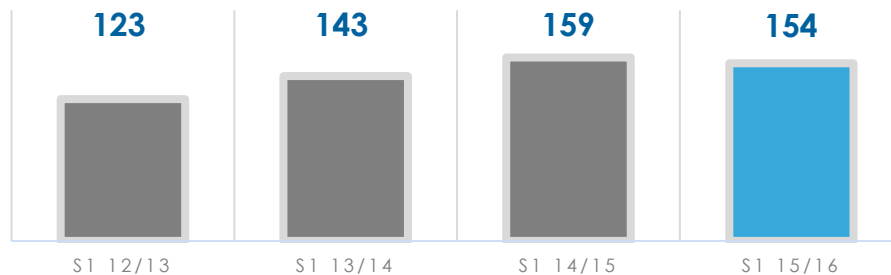
Bonne saison d'été pour Maginea



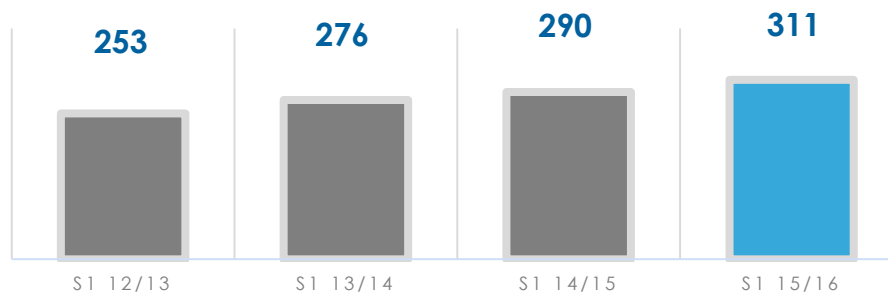
## UNE FORTE CAPACITÉ À GAGNER DES PDM

### 1/ Prise de parts de marché

Nombre d'ouvertures de comptes en milliers



### 2/ Panier moyen €HT





## ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE DE CHARGE

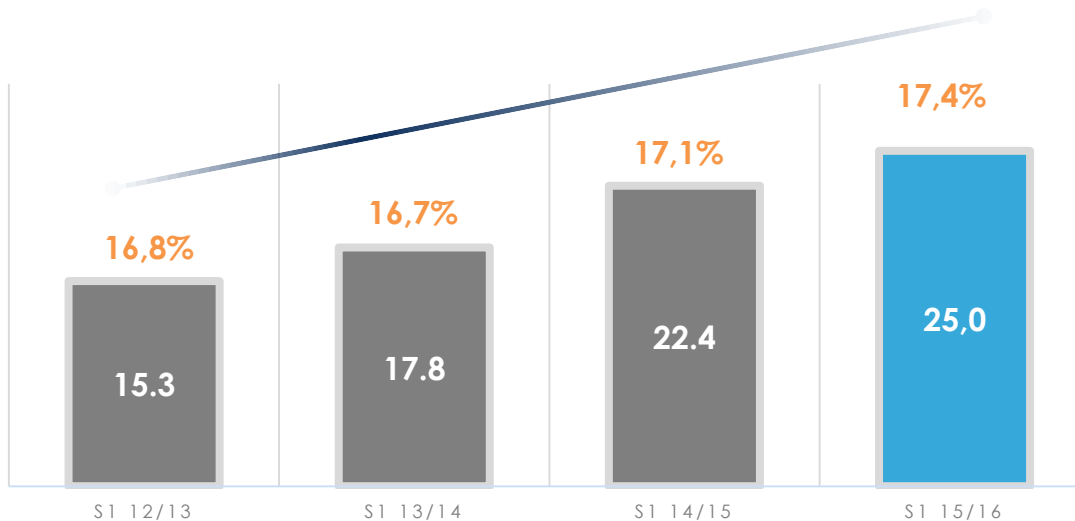
En M€	2015/2016 6 MOIS	2014/2015 6 MOIS	VARIATION
Chiffre d'affaires	143,8	129,0	+11,4%
Marge brute	25,0	22,0	+13,6%
Autres achats et charges externes	(6,6)	(5,5)	+20,8%
Charges de personnel	(11,1)	(10,4)	+6,8%
EBITDA	7,2	5,9	+22,0%
Impôts et taxes	(0,3)	(0,5)	
Dotations aux amortissements et provisions et autres charges	(0,9)	(1,0)	
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>6,1</b>	<b>4,6</b>	<b>+32,6%</b>



## PROGRESSION DE LA MARGE BRUTE



Evolution de la marge brute (en M€ et en % du CA)



Bonne gestion des stocks et effet positif des synergies avec Maginea



## HAUSSE DE 32,6% DU ROC

En M€	2015/2016 6 MOIS	En % du CA	2014/2015 6 MOIS	En % du CA	Var.
Chiffre d'affaires	<b>143,8</b>		129,0		<b>+11,4%</b>
Marge brute	<b>25,0</b>	<b>17,4%</b>	22,0	17,1%	<b>+13,6%</b>
EBITDA	<b>7,2</b>	<b>5,0%</b>	5,9	4,6%	<b>+22,0%</b>
Résultat opérationnel courant	<b>6,1</b>	<b>4,2%</b>	4,6	3,7%	<b>+32,6%</b>
Résultat courant	<b>6,0</b>	<b>4,2%</b>	4,6	3,7%	<b>+31,2%</b>
Résultat net de l'exercice	<b>3,6</b>	<b>2,5%</b>	2,7	2,1%	<b>+33,3%</b>



## STRUCTURE DU BILAN

ACTIF (en M€)	30 Sept 2015	31 mars 2015
<b>Actifs non courants</b>	<b>6,2</b>	<b>5,8</b>
Stocks et en-cours	45,8	50,2
Clients	13,6	11,8
Autres créances	10,9	8,4
Trésorerie et équivalents	2,3	1,7
<b>Actifs courants</b>	<b>72,6</b>	<b>72,1</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>78,8</b>	<b>77,9</b>

PASSIF (en M€)	30 sept 2015	31 mars 2015
<b>Capitaux propres</b>	<b>25,6</b>	<b>24,8</b>
<b>Passifs non courants</b>	<b>1,5</b>	<b>1,0</b>
Emprunts et dettes financières	9,1	14,7
Dettes fournisseurs	29,9	25,7
Autres dettes et provisions	12,7	11,7
<b>Passifs courants</b>	<b>51,7</b>	<b>52,1</b>
<b>Total du passif</b>	<b>78,8</b>	<b>77,9</b>



## TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

(en K€)	30 sept 2015	31 mars 2015	30 sept 2014
CAF	6,6	10,8	5,1
Variation du BFR	5,3	(11,5)	(4,1)
<b>Flux liés à l'activité</b>	<b>9,6</b>	<b>(4,7)</b>	<b>(0,7)</b>
<b>Flux liés aux investissements</b>	<b>(1,0)</b>	<b>(1,4)</b>	<b>(0,3)</b>
<b>Flux liés aux financements</b>	<b>1,2</b>	<b>(1,9)</b>	<b>0,9</b>
Variation de la trésorerie	9,8	(8,1)	(0,1)
Trésorerie à l'ouverture	(9,3)	(1,2)	(1,2)
Trésorerie à la clôture	0,5	(9,3)	(1,4)





## UN EXERCICE 2015/2016 EN LIGNE AVEC LES OBJECTIFS MOYEN TERMES



Des ambitions réaffirmées

**2015**

Croissance à 2 chiffres du CA

Poursuite de l'amélioration  
de la rentabilité

Accélération du déploiement  
du réseau de magasins

**Horizon 2018**

500 M€ de CA

5% de ROC

Un réseau de 40 magasins





## ENVIRONNEMENT

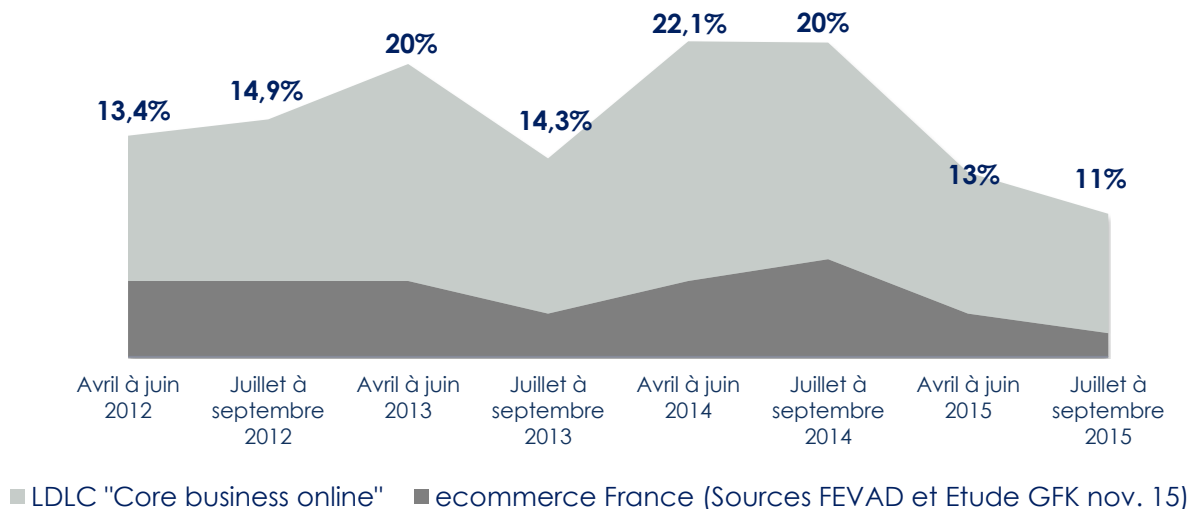
Leadership et performances  
financières



## UNE CAPACITÉ DÉMONTRÉE À SURPERFORMER LE MARCHÉ



Evolution de la croissance de LDLC comparé au marché

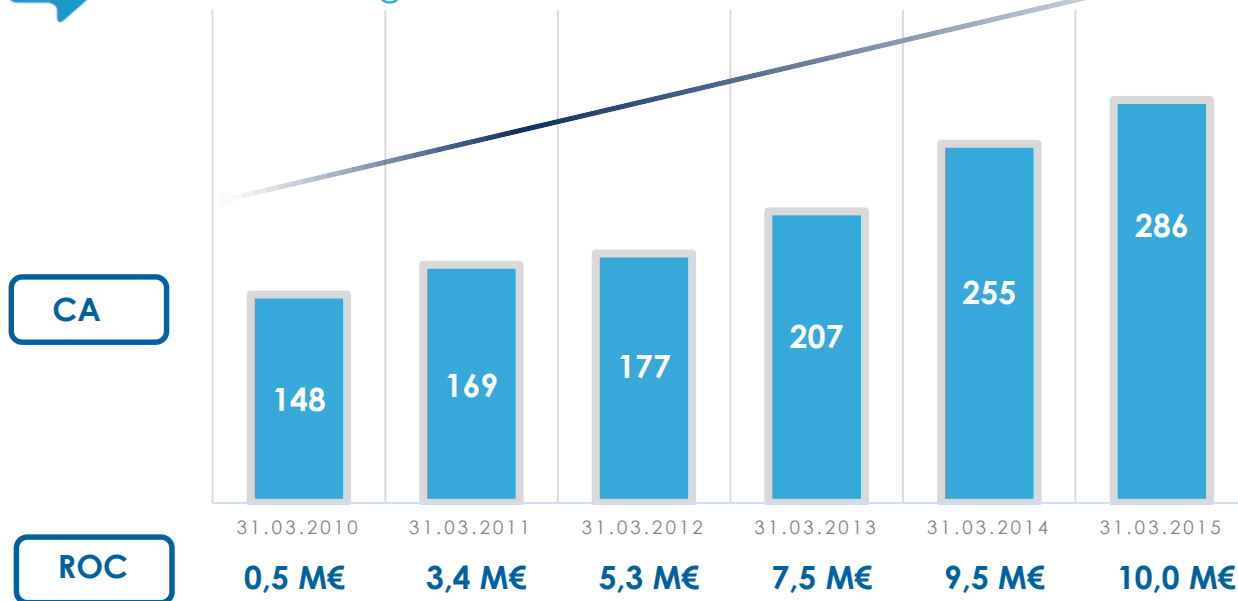




## UN TRACK RECORD DE PERFORMANCES



Croissance régulière du CA et du ROC





## LDLC COMPARÉ À SES PAIRS

	CA 2014	ROC/CA 2014	Capitalisation boursière au 12/11/2015
<b>LDLC.com (base 2014/2015)</b>	<b>286 M€</b>	<b>3,5%</b>	<b>116 M€</b>
Showroom privé	339 M€	3,8%	634 M€
Fnac	3 895 M€	2,0%	997 M€
Amazon	64 Md€	2%	294 Md€



## ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE



Évolution du cours de bourse sur 5 ans



label « Tech 40 »



Euronext compartiment C

FR00000755442 LDL

Capitalisation boursière : 124 M€

+ haut / 1 an : 22,95 € / 3 ans : 25,14 €

+ bas / 1 an : 15,50€ / 3 ans : 6,28 €

Volumes : 110 000 titres / mois



Prochain communiqué

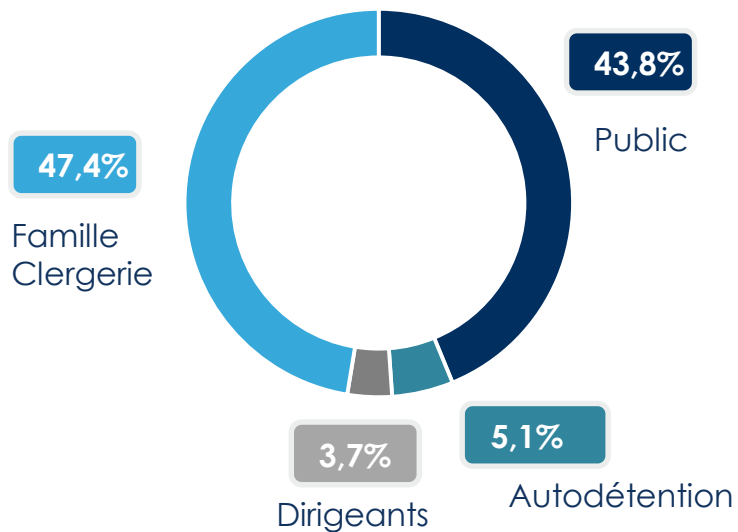
Chiffre d'affaires T3 2015/2016, le 28/01/16 après bourse



## RÉPARTITION DU CAPITAL



Répartition au 30 septembre 2015





## CONTACTS

Groupe LDLC

Olivier de la Clergerie

Directeur Général

[olivier@ldlc.com](mailto:olivier@ldlc.com)

ACTUS

Amalia Naveira

[anaveira@actus.fr](mailto:anaveira@actus.fr)

Marie-Claude Triquet

[mctriquet@actus.fr](mailto:mctriquet@actus.fr)

04 72 18 04 90



Retrouvez toute l'information  
sur [www.groupe-ldlc.com](http://www.groupe-ldlc.com)



**LDLC**  
GROUPE



au cœur de l'expérience **\_high-tech**