

LIMONEST, LE 28 AVRIL 2022 À 17H45

CHIFFRE D’AFFAIRES 2021-2022 À 684,9 M€

- CHIFFRE D’AFFAIRES DU 4^{ÈME} TRIMESTRE À 160,1 M€, SUITE À UN RETOUR À LA NORMALE DU RYTHME DE CONSOMMATION
- ACTIVITÉS BTOB EN PROGRESSION DE 4,8% SUR L’EXERCICE À 194,7 M€
- OBJECTIF DE RENFORCEMENT DE LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE LDLC AUPRÈS DU GRAND PUBLIC
- FONDAMENTAUX DE L’ENTREPRISE ET MODÈLE ÉCONOMIQUE SOLIDES ET PORTEURS DE CROISSANCE À MOYEN TERME

Olivier de la Clergerie, Directeur général du Groupe LDLC commente : « Le Groupe réalise une bonne performance sur l’exercice avec un chiffre d’affaires de près de 685 M€, certes en repli au regard des niveaux records de l’exercice précédent, mais en très nette progression par rapport à l’activité du Groupe avant crise. Dans ce contexte de retour à la normale sur le rythme de consommation, le Groupe devrait générer un excédent brut d’exploitation supérieur à 55 M€, en ligne avec les dernières estimations communiquées en février.

Au vu des tendances N / N-1, le Groupe considère qu’il retrouvera un rythme de consommation comparable à 2021 hors période de crise fin septembre 2022. Fort d’un modèle qui reste générateur de cash et d’une réserve de trésorerie confortable, le Groupe a les moyens de ses ambitions pour construire la croissance future. Aussi, des investissements de croissance ont déjà été réalisés, tel que le nouvel outil logistique de St Quentin-Fallavier. Le Groupe compte également poursuivre l’extension de son réseau de boutiques et le renforcement de la notoriété de la marque LDLC pour accroître ses parts de marché auprès du grand public. »

CHIFFRE D’AFFAIRES CONSOLIDÉ (1^{ER} AVRIL AU 31 MARS) – NON AUDITÉ

En M€	2021-2022	2020-2021	Var. en %
Chiffre d’affaires T1	163,7	149,1	+9,8%
Chiffre d’affaires T2	169,7	165,2	+2,7%
Chiffre d’affaires T3	191,4	227,8	-16,0%
Chiffre d’affaires T4	160,1	181,9	-12,0%
Chiffre d’affaires 12 mois	684,9	724,1	-5,4%

Données sociales : le chiffre d’affaires du 4^{ème} trimestre 2021-2022 s’établit à 148,7 M€ et le chiffre d’affaires annuel à 640,1 M€.

Chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2021-2022 : 160,1 M€ (-12,0%) suite à un retour à la normale du rythme de consommation

Sur le trimestre écoulé, l'activité BtoC réalise un chiffre d'affaires de 109,2 M€ en recul de -15,3% traduisant, un retour à une situation de consommation hors COVID. Ce niveau d'activité reste néanmoins bien au-delà de celui de l'année 2019, démontrant que le Groupe a su profiter de la période pour gagner des parts de marché tant online que dans les magasins physiques. Les revenus des boutiques LDLC s'établissent, sur la période, à 21 M€ contre 24,7 M€ sur le 4^{ème} trimestre de l'exercice précédent et 15,6 M€ sur le trimestre équivalent de 2019.

Les activités BtoB résistent mieux avec un chiffre d'affaires de 47,7 M€ au 4^{ème} trimestre 2021-2022 contre 50,1 M€ sur la même période de l'exercice précédent.

Les autres activités progressent sur la période à 3,2 M€ (+15%), contre 2,8 M€ un an plus tôt. L'Armoire de Bébé dans l'univers de la puériculture poursuit son essor avec un chiffre d'affaires trimestriel en croissance de +12,5% à 2,1 M€.

Chiffre d'affaires annuel de 684,9 M€ (-5,4% vs. 724,1 M€ en 2020-2021)

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice 2021-2022 s'établit à 684,9 M€, en recul de -5,4% par rapport à la performance record de l'an passé. Après un 1^{er} semestre en croissance, le Groupe a dû faire face à un contexte de marché perturbé par les difficultés d'approvisionnement de cartes graphiques sur des périodes clés (black Friday et Noël) combiné à un retour à une situation normale de consommation sur les activités BtoC.

Le chiffre d'affaires des activités BtoC, en repli de -9,2%, s'élève à 477,6 M€ contre 526,2 M€ en 2020-2021 mais présente une croissance de +47,6% par rapport au chiffre d'affaires 2019-2020 de 323,6 M€. Les revenus des boutiques LDLC (62 magasins LDLC en France au 31 mars 2022) sont en hausse de +4,7%, pour atteindre 90,3 M€. L'ensemble des boutiques du Groupe (tous réseaux confondus) affiche un chiffre d'affaires de 120,6 M€ en croissance de +2,7%.

Les activités BtoB progressent de +4,8% sur l'ensemble de l'exercice à 194,7 M€ (185,9 M€ en 2020-2021) reflétant la forte dynamique de l'activité sur le 1^{er} semestre.

Les autres activités totalisent un chiffre d'affaires annuel de 12,6 M€ contre 12,0 M€ en 2020-2021, soit une croissance de +5,1%. L'Armoire de Bébé, dans l'univers de la puériculture, réalise un chiffre d'affaires annuel de 8,4 M€, en hausse de +7,9% et poursuit sa trajectoire de croissance, portée par sa notoriété online et l'ouverture de quatre nouveaux points de vente sur l'exercice.

ACTUALITÉS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

Nouvel outil logistique pour accompagner la croissance des activités

Le Groupe LDLC poursuit la préparation du nouvel entrepôt de St Quentin-Fallavier d'environ 28 000 m², destiné à remplacer la structure logistique existante de 21 000 m² qui n'est plus adaptée à l'organisation totalement multicanale du Groupe. Cet entrepôt devrait être opérationnel après l'été 2022. Le Groupe se donne néanmoins la possibilité de décaler à 2023 son ouverture s'il y avait le moindre doute l'hors de sa mise en œuvre.

Avec des espaces de stockage optimisés et un outil logistique de dernière génération largement automatisé, ce nouveau site permettra de faire face à l'accroissement des activités dans les années à venir et au développement du réseau de boutiques dont les ouvertures devraient s'accélérer durant les mois à venir suivant les opportunités des différentes marques du Groupe LDLC.



Au-delà de l'amélioration de la performance logistique, l'outil déployé a été pensé pour réduire les actions chronophages et fatigantes des équipes et s'inscrit pleinement dans la démarche de qualité de vie au travail, prônée par le Groupe.

Campagne de communication à destination du grand public

Le Groupe LDLC lancera dans les prochaines semaines une campagne de communication télévisuelle. Cette campagne, qui s'étalera sur différentes périodes jusqu'à la fin de l'année 2022, vise à accroître la notoriété de la marque LDLC et de son activité dans un contexte de visibilité accrue pour le Groupe (semaine de 4 jours, émission « Patron Incognito »).

À travers cette campagne, le Groupe souhaite affirmer son positionnement de spécialiste de l'équipement high-tech proche des besoins et des problèmes de chacun. Le Groupe mettra ainsi en valeur son réseau de boutiques et son accessibilité à tous les publics dans toutes les situations. Qu'il s'agisse de la recherche du bon équipement grâce à des équipes de passionnés qui savent conseiller le bon produit adapté à chacun, ou encore de la recherche de solutions pour dépanner ou améliorer une installation matérielle existante à moindre coût et dans le souci de prolonger la vie des produits. Le Groupe LDLC aujourd'hui majoritairement connu par des passionnés affichera à travers cette campagne que tout le monde peut être client, et que, suite au développement constant du réseau physique, sa présence est au plus près de chaque client avec la possibilité d'apporter des conseils adaptés et des solutions à chaque utilisation : familiale, de jeu, de télétravail ou même à usage professionnel pour toutes les TPE/PME.

Ambitions

Comme indiqué précédemment, le Groupe n'anticipe pas de retour à des comparables positifs avant fin septembre 2022 du fait d'un retour à un rythme de consommation hors crise. Néanmoins, ces aléas conjoncturels n'ont aucun impact sur la pérennité, le développement, la pertinence et l'efficacité du modèle économique du Groupe LDLC. Dans ce contexte, le Groupe mettra donc à profit la période pour construire son modèle, renforcer sa notoriété pour les années à venir et continuer ainsi à se développer.

Fort d'une situation financière particulièrement saine et génératrice de cash, le Groupe LDLC reste ambitieux et dispose des moyens pour progresser, investir et ainsi devenir un acteur majeur du marché français tant au niveau grand public des particuliers que du monde professionnel. De surcroît, le Groupe reste à l'écoute de toutes opportunités de franchir les frontières et de développer ainsi de nouveaux marchés.

CALENDRIER PROVISOIRE DES PROCHAINES PUBLICATIONS ET ÉVÉNEMENTS

Publications*	Dates	Réunions d'information
Résultats annuels 2021-2022	16 juin 2022	17 juin 2022
Chiffre d'affaires T1 2022-2023	21 juillet 2022	
Assemblée Générale Annuelle	30 septembre 2022	
Chiffre d'affaires T2 2022-2023	27 octobre 2022	
Résultats semestriels 2022-2023	1 ^{er} décembre 2022	2 décembre 2022
Chiffre d'affaires T3 2022-2023	26 janvier 2023	
Chiffre d'affaires T4 2022-2023	27 avril 2023	
Résultats annuels 2022-2023	15 juin 2023	16 juin 2023

*Diffusion après clôture de la Bourse

Prochain communiqué :

Le 16 juin 2022 après Bourse, publication des résultats 2021-2022

→ PROFIL DU GROUPE

Le Groupe LDLC est l'une des premières entreprises à s'être lancée dans la vente en ligne en 1997. Aujourd'hui, distributeur spécialisé multimarques et acteur majeur du e-commerce sur le marché de l'informatique et du high-tech, le Groupe LDLC s'adresse à une clientèle de particuliers (BtoC) et de professionnels (BtoB). Il exerce ses activités au travers de 15 enseignes, dispose de 7 sites marchands et compte près de 1 000 collaborateurs.

Plusieurs fois récompensé pour la qualité de sa Relation Clients, reconnu pour l'efficacité de ses plateformes logistiques intégrées, le Groupe LDLC développe également un réseau de magasins en propre ou en franchise.

Retrouvez toute l'information sur le site www.groupe-ldlc.com

ACTUS

Relations investisseurs / Presse

Olivier Lambert / Marie-Claude Triquet

olambert@actus.fr – mcetriquet@actus.fr

Tél. : 04 72 18 04 93