

- Forte crescimento das vendas líquidas: +17,8% e do GMV: +28,2% no 1T15
- Melhoria da Margem Bruta (+18 bps) na França e no Brasil – estável incluindo os Novos Países
- Aumento dos investimentos em logística e TI para estimular o crescimento futuro
- Redução da despesa financeira líquida
- Boa geração de Fluxo de Caixa Livre (+ € 28 milhões)

AMSTERDÃ, 29 de abril de 2015, 22h01 — A Cnova N.V. (Nasdaq & Euronext em Paris: CNV) (“Cnova” ou “Empresa”) divulgou hoje seus resultados financeiros do primeiro trimestre, encerrado em 31 de março de 2015.

- ✓ Forte dinâmica comercial: vendas líquidas cresceram +17,8% e GMV cresceu +28,2%.
- ✓ Melhoria na qualidade dos principais indicadores comerciais:
 - Cnova registrou aumento de 4,2% ao ano no número de produtos por Consumidor Único no 1T15.
 - Aumento do número de pedidos por Consumidor Único (+11,9% na França e +5,4% no Brasil) no 1T15.
 - Aumento do tráfego via dispositivos móveis (+45% para o Cdiscount e +25% para a Cnova Brasil).
- ✓ Aumento da Margem Bruta excluindo expansão para Novos Países¹ (+18 bps em porcentagem das vendas líquidas).
- ✓ Aumento dos investimentos em logística e TI para estimular o crescimento futuro, com impacto em despesa operacional.
- ✓ Redução da despesa financeira líquida.
- ✓ Boa geração de Fluxo de Caixa Livre¹ (+ € 27,6 milhões) nos últimos 12 meses, comparado com - € 47,1 milhões no final do 1T14, que se traduziu em boa posição de Caixa Líquido (€ 71 milhões no final do 1T15). Considerando câmbio constante, a geração de Fluxo de Caixa Livre¹ nos últimos 12 meses cresceu € 92 milhões (+ € 25,4 milhões em 2015, comparado com - € 66,8 milhões em 2014).

Cnova em milhões de €	1T 2014	1T 2015	Var. ao ano	Var. ao ano (sem Novos Países)
GMV	973,7	1.248,2	+28,2%	+27,2%
Vendas líquidas	777,4	915,5	+17,8%	+16,6%
Lucro bruto	96,2	113,2	+17,6%	+18,3%
% de vendas líquidas	12,4%	12,4%	(-)	+18 bps
EBITDA Ajustado	-1,4	-18,2	n/d	n/d
% de vendas líquidas	-0,2%	-2,0%	-180 bps	-127 bps
Despesa financeira líquida	-15,0	-5,4	-64,3%	n/d
LPA Ajustado	-0,04 €	-0,06 €	n/d	n/d
Fluxo de Caixa Livre (últimos 12 meses)	-47,1	27,6	+74,7	n/d
Caixa líquido / (dívida financeira líquida)	-135,2	70,8	+205,9	n/d

Guidance:

¹ Consulte as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP" do presente comunicado para obter mais informações.

- ✓ Nos próximos nove meses deste ano (abril a dezembro de 2015), as vendas líquidas da Cnova deverão crescer 19% em comparação com o mesmo período de 2014, com variação em torno de 150 bps, considerando câmbio constante².

Germán Quiroga, Co-CEO da Cnova, declarou: "No primeiro trimestre, a Cnova Brasil apresentou um desempenho muito superior ao do mercado brasileiro de comércio eletrônico. O crescimento foi impulsionado, entre outros, pelo sucesso do lançamento de três novas plataformas de marketplace. Somando-se a isso os investimentos estratégicos efetuados no trimestre para consolidar a infraestrutura da Cnova Brasil, temos plena confiança em nossa capacidade de concretizar os planos de crescimento".

Emmanuel Grenier, Co-CEO da Cnova, acrescentou: "Nos três primeiros meses de 2015, as vendas do Cdiscount continuaram registrando um crescimento excepcional. A Margem Bruta também cresceu, e o Cdiscount intensificou os investimentos estratégicos nas áreas de logística e TI, a fim de aprimorar os serviços ao consumidor e estimular o crescimento futuro".

Nota: Alguns termos em maiúsculas usados neste comunicado encontram-se definidos no final do presente documento. Para obter informações mais detalhadas sobre os dados financeiros apresentados de maneira resumida neste comunicado, consulte, no final do presente documento, a Demonstração de resultados, bem como as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP".

M€ significa milhões de euros.

² As informações de "Guidance" integram dados consolidados (Grupo Cdiscount + Cnova Brasil) e consideram câmbio constante (com base na taxa de câmbio de 2014: Euro/BRL no 2T14=3,06; 3T14=3,01 e 4T14=3,18).

1. PRINCIPAIS DESTAQUES

DESTAQUES	1T 2014	1T 2015	Var. ao ano
Dados operacionais			
GMV (em milhões de €) ⁽¹⁾	973,7	1.248,2	28,2%
Pedidos colocados (em milhões) ⁽²⁾	6,8	9,3	38,2%
Clientes Ativos (em milhões) ⁽³⁾	11,6	14,8	27,6%
Tráfego via Dispositivos móveis ⁽⁴⁾	22,0%	34,0%	+1.193 bps
Dados financeiros			
Vendas líquidas (em milhões de €)	777,4	915,5	17,8%
Lucro bruto excluindo expansão para Novos Países ⁽⁵⁾	96,2	113,9	18,3%
(% de vendas líquidas)	12,4%	12,6%	18 bps
EBITDA Ajustado excluindo expansão para Novos Países ⁽⁶⁾	-1,4	-13,2	
(% de vendas líquidas)	-0,2%	-1,5%	
Despesa financeira líquida (em milhões de €)	-15,0	-5,4	
LPA Ajustado ⁽⁷⁾ (em €)	-0,04	-0,06	
Fluxo de caixa livre (últimos 12 meses, em milhões de €) ⁽⁸⁾	-47,1	27,6	
Caixa líquido / (dívida financeira líquida) ⁽⁹⁾ (em milhões de €)	-135,2	70,8	

(1) Gross Merchandise Volume: venda bruta de mercadorias próprias, outras receitas e vendas realizadas nas plataformas de marketplace, após devoluções, incluindo impostos.

(2) Pedidos colocados – Número total de pedidos realizados pelos clientes antes de cancelamento por fraude ou por não pagamento do pedido.

(3) Clientes que tenham realizado no mínimo uma compra em um dos sites da Empresa no período de 12 meses em análise; considerando que a Empresa opera com diversos sites e como cada site dispõe de seu próprio sistema de identificação de usuários, o cálculo de clientes ativos é realizado para cada site separadamente, o que significa que um mesmo indivíduo poderia ser contado mais de uma vez.

(4) Participação do tráfego por meio de dispositivos móveis, excluindo sites especializados e sites internacionais.

(5) Calculado com base nas vendas líquidas menos o custo das vendas, excluindo expansão para Novos Países. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

(6) Calculado com base no Lucro (ou prejuízo) operacional antes de Outras Despesas, antes de despesas de depreciação e amortização e antes de remuneração baseada em ações, excluindo expansão para Novos Países. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

(7) Calculado com base no Lucro líquido ajustado, dividido pelo número médio ponderado de ações ordinárias em circulação durante o período em questão. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

(8) Calculado com base no caixa líquido proveniente de atividades operacionais, menos despesas financeiras relacionadas com operações de factoring, menos aquisição de propriedades, equipamentos e ativos intangíveis. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

(9) Calculado com base na soma de (i) caixa e equivalentes de caixa e (ii) saldos em conta corrente fornecidos ao Grupo Casino, em conformidade com a estrutura de cash pooling, e contabilizados em outros ativos circulantes, menos dívidas financeiras. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

Forte crescimento das vendas líquidas e do GMV, melhoria dos principais indicadores comerciais, aumento da Margem Bruta excluindo os Novos Países e SG&A impactado pelo aumento dos investimentos para estimular o crescimento futuro

- A Cnova registrou um forte crescimento das vendas líquidas (+17,8%) e do GMV (+28,2%).
 - O Cdiscount alcançou crescimento de +16,4% nas vendas líquidas e a Cnova Brasil +18,3% de crescimento em moeda local.
 - A participação dos marketplaces nas vendas totais cresceu, passando de 8,5% do GMV no 1T14 para 15,4% do GMV no 1T15, o que representa um aumento de 132% do GMV do marketplace.
- A forte dinâmica comercial da Cnova foi reforçada pela melhoria dos principais indicadores comerciais:
 - A Cnova registrou aumento de +4,2% ao ano no número de produtos por Consumidor Único³.
 - O número de pedidos por Consumidor Único³ cresceu +11,9% na França e +5,4% no Brasil.
 - O tráfego via dispositivos móveis cresceu, passando de 22,0% no 1T14 para 34,0% no 1T15.

³ Consulte a seção "Definições" do presente comunicado para obter mais informações.

- A Margem Bruta excluindo expansão para Novos Países⁴ cresceu +18 bps em porcentagem das vendas líquidas, refletindo:
 - O posicionamento estável em termos de competitividade, tanto no Brasil (desde o final do 3T14) como na França (desde o final do 1T14).
 - A contribuição crescente do marketplace.
- As despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A) aumentaram, em razão de maiores investimentos para estimular o crescimento futuro:
 - A Cnova acelerou a expansão da rede *click-and-collect* no Brasil: no final do 1T15, o número de pontos de retirada duplicou em comparação com o final do 4T14. Na França, a Cnova aumentou o número de pontos de retirada para produtos de grandes dimensões, passando de 444 no final do 1T14 para 593 no final do 1T15.
 - A Cnova reforçou sua infraestrutura logística. Na França, com a inauguração de um centro de distribuição em Paris e a ampliação do centro de distribuição de Lyon, a capacidade aumentou +35%. Essas operações permitirão agilizar os serviços de retirada rápida de mercadorias, bem como de entrega de produtos pesados, no mesmo dia, em Paris e Lyon, além de possibilitar maior sortimento. No Brasil, a superfície total dos centros de distribuição será ampliada em 23% ao fim de 2015, a fim de melhorar a disponibilidade de produtos e reduzir em três dias o prazo de entrega nas regiões Centro-Oeste, Sul e Nordeste.
 - A Cnova acelerou o processo de conversão para novos sistemas de TI, tanto na França como no Brasil:
 - Lançamento de um novo sistema de gestão (Manhattan) para os centros de distribuição na França, capaz de administrar de forma centralizada os estoques de vários centros, permitindo entregas no mesmo dia.
 - Implementação de uma nova ferramenta de busca (Solr) pelo Cdiscount, que oferece aos clientes recursos de navegação mais avançados e possibilidade de consultar um amplo leque de produtos.
 - Implementação, pelo Cdiscount, de uma nova ferramenta de "design responsivo", que adapta conteúdos e formatos das páginas web para dispositivos móveis.
 - No Brasil, aceleração do processo de transição para novos sistemas de informática (entre os quais um novo sistema de serviços ao consumidor e plataforma ERP) e lançamento de uma nova ferramenta de recomendação.
- O aumento das despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A) também se deve aos investimentos significativos realizados para desenvolver novos sites especializados e expandir as atividades para outras regiões:
 - Desenvolvimento de quatro novos sites especializados com lançamento previsto no 2T15, entre os quais MonCornerKids e MonCornerJardin, operacionais desde a última segunda-feira.
 - Aceleração da expansão internacional, com o ingresso em oito Novos Países previstos até o final de 2015, em parte graças à ampliação dos serviços de entrega de sites existentes.
- A Cnova reduziu a despesa financeira líquida, que passou de € 15,0 milhões para € 5,4 milhões. Excluindo um item não recorrente no valor positivo de € 7,1 milhões, a Cnova reduziu em 17% a despesa financeira líquida, graças à gestão ativa do caixa e à maior solidez do balanço patrimonial.
- A Cnova acelerou a geração de Fluxo de Caixa Livre⁴, registrando, no final do 1T15, € +27,6 milhões nos últimos 12 meses, em comparação com € -47,1 milhões no final do 1T14. Excluindo o impacto negativo de flutuações cambiais, no final do 1T15 o Fluxo de Caixa Livre⁴ dos últimos 12 meses totalizou € 25,4 milhões, em comparação com € -66,8 milhões no final do 1T14, o que representa um ganho de € +92 milhões.

⁴ Consulte as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP" do presente comunicado para obter mais informações.

2. INFORMAÇÕES DETALHADAS

GMV e vendas líquidas

GMV E VENDAS LÍQUIDAS	1T 2014	1T 2015	Var. ao ano
Cnova			
GMV (em milhões de €)	973,7	1.248,2	+28,2%
Vendas líquidas (em milhões de €)	777,4	915,5	+17,8%
Cdiscount			
GMV (em milhões de €)	493,9	634,5	+28,5%
Participação do marketplace (em %)	14,8%	24,7%	+984 bps
Tráfego via Dispositivos móveis (em %)	31,1%	44,9%	+1.385 bps
Vendas líquidas (em milhões de €)	358,1	416,8	+16,4%
Cnova Brasil			
GMV (em milhões de €)	479,8	613,7	+27,9%
GMV (em milhões de R\$)	1.554,6	1.978,4	+27,3%
Participação do marketplace (em %)	2,1%	6,3%	+425 bps
Tráfego via Dispositivos móveis (em %)	15,0%	25,1%	+1.019 bps
Vendas líquidas (em milhões de €)	419,4	498,7	+18,9%
Vendas líquidas (em milhões de R\$)	1.358,7	1.607,6	+18,3%

Consulte a seção "Definições" do presente comunicado para obter mais informações sobre determinados indicadores apresentados nesta tabela

GMV – O GMV consolidado do 1T15 foi de € 1.248 milhões, o que representa um aumento de 28,2% em comparação com o 1T14.

- O GMV do Cdiscount cresceu 28,5%, totalizando € 635 milhões no 1T15, em comparação com € 494 milhões no 1T14. A participação do marketplace alcançou 24,7% do GMV no 1T15, comparado com 14,8% no 1T14.
- O GMV da Cnova Brasil cresceu 27,9%, totalizando € 614 milhões no 1T15, em comparação com € 480 milhões no 1T14. A participação do marketplace alcançou 6,3% do GMV no 1T15, comparado com 2,1% no 1T14.

Vendas líquidas – No 1T15, as vendas líquidas consolidadas totalizaram € 915 milhões, o que representa um crescimento de 17,8% em relação ao 1T14.

- As vendas líquidas do Cdiscount cresceram 16,4% no 1T15, totalizando € 417 milhões, em comparação com € 358 milhões no 1T14. O crescimento se deve à fidelidade dos clientes e a um forte aumento das vendas de produtos pesados (móveis e eletroeletrônicos de grande porte).
- As vendas líquidas da Cnova Brasil cresceram 18,9% no 1T15, totalizando € 499 milhões, em comparação com € 419 milhões no 1T14 – um desempenho motivado pela liderança no posicionamento de preços. A participação de mercado da Cnova Brasil também cresceu e teve como pano de fundo a expansão do setor de comércio eletrônico no país, que cresceu 13% no 1T15, segundo estudo realizado pela e-Bit.

Margem Bruta, SG&A, EBITDA, EBIT, despesa financeira líquida, resultado líquido ajustado e LPA Ajustado⁵

DESTAQUES DA DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (em milhões de €)	1T 2014	1T 2015	Var. ao ano
Lucro bruto excluindo expansão para Novos Países	96,2	113,9	18,3%
(% de vendas líquidas)	12,4%	12,6%	18 bps
Despesas operacionais			
Despesas operacionais	-103,6	-141,2	
(% de vendas líquidas)	-13,3%	-15,4%	
- Atividades em países existentes ⁽¹⁾	-103,6	-136,7	
(% de vendas líquidas)	-13,3%	-15,1%	
- Atividades em Novos Países ⁽²⁾	0,0	-4,4	
Outras Despesas	-0,0	-14,1	
EBITDA Ajustado	-1,4	-18,2	
(% de vendas líquidas)	-0,2%	-2,0%	
- Atividades em países existentes ⁽¹⁾	-1,4	-13,2	
(% de vendas líquidas)	-0,2%	-1,5%	
- Atividades em Novos Países ⁽²⁾	0,0	-5,0	
Lucro (ou prejuízo) Operacional Antes de Outras Despesas	-7,4	-28,0	
(% de vendas líquidas)	-1,0%	-3,1%	
- Atividades em países existentes ⁽¹⁾	-7,4	-22,9	
(% de vendas líquidas)	-1,0%	-2,5%	
- Atividades em Novos Países ⁽²⁾	0,0	-5,1	
Despesa financeira líquida	-15,0	-5,4	
Lucro (ou prejuízo) líquido ajustado	-18,3	-25,1	
(% de vendas líquidas)	-2,4%	-2,7%	
Lucro Por Ação Ajustado (€)	-0,04	-0,06	

Consulte as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP" do presente comunicado para obter mais informações sobre determinados indicadores apresentados nesta tabela.

(1) França e Brasil

(2) Todos os países, com exceção da França e do Brasil

Lucro bruto – O lucro bruto⁵ cresceu +17,6%, totalizando € 113 milhões no 1T15, em comparação com € 96 milhões no 1T14.

Excluindo os Novos Países abrangidos pela Cnova, o Lucro Bruto^{5,6} cresceu +18,3%, alcançando € 114 milhões no 1T15, ante € 96 milhões no 1T14. A Margem Bruta⁵ cresceu +18 bps, totalizando 12,6% das vendas líquidas (em comparação com 12,4% no 1T14) e considerando o aumento da Margem Bruta⁵ ao ano registrado pelo Cdiscount no 1T15.

Lucro (ou prejuízo) operacional e EBITDA Ajustado – O prejuízo operacional antes de outras despesas, excluindo expansão para Novos Países^{5,6}, foi de -€ 22,9 milhões no 1T15, em comparação com -€ 7,4 milhões no 1T14. O EBITDA Ajustado⁵ foi de -€ 18,2 milhões no 1T15, ante -€ 1,4 milhão no 1T14. A evolução de ambos os indicadores em valores ao ano deve-se à aceleração dos investimentos estratégicos em infraestruturas e plataformas TI.

As despesas relacionadas com a execução dos pedidos cresceram 36,4%, totalizando € 73 milhões no 1T15. Isso reflete:

- Aumento dos custos variáveis (cartões de crédito e *call centers*), devido ao forte crescimento do GMV.
- Aumento dos custos com logística, devido ao crescimento das vendas de produtos pesados.
- Na França, inauguração de um novo centro de distribuição nos arredores de Paris e ampliação do centro de Lyon, aumentando em 81.000 m² a área de armazenamento.
- No Brasil, centralização da expedição de produtos leves, antes efetuada por dois centros de distribuição, em um único centro situado em Jundiá e compartilhado com a Via Varejo, ampliando em 38.000 m² a área de armazenamento.

⁵ Consulte as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP" do presente comunicado para obter mais informações.

⁶ "Novos países" corresponde a todos os países com exceção da França e do Brasil.

As despesas com marketing aumentaram 22,7%, totalizando € 21 milhões no 1T15. Em porcentagem das vendas líquidas e excluindo os Novos Países, a despesa com marketing diminuiu 2 bps.

As despesas com tecnologia e conteúdo aumentaram 43,2%, alcançando € 27 milhões no 1T15, devido a maiores investimentos para estimular o crescimento futuro.

As despesas gerais e administrativas (G&A) aumentaram 42,4%, totalizando € 21 milhões no 1T15, em razão de um aumento dos custos corporativos, sendo a maioria relacionada aos custos incrementais com a criação da Cnova, enquanto empresa independente e listada em bolsa, bem como a maiores despesas de desenvolvimento corporativo.

Outras despesas – No 1T15, as outras despesas⁷ representaram € 14 milhões, incluindo € 4 milhões de despesas relacionadas com procedimentos de registro na Bolsa (Nasdaq e Euronext). Além disso, levando em conta a aceleração dos investimentos em plataformas TI da Cnova, a Empresa registrou um *impairment* no valor de € 5 milhões, relacionado a ativos de TI.

Despesas financeiras – A despesa financeira líquida diminuiu 64,3%, passando de € 15,0 milhões no 1T14 para € 5,4 milhões no 1T15. Excluindo o impacto não recorrente de € 7,1 milhões no 1T15 em receita financeira relativos a crédito fiscal, as despesas financeiras líquidas diminuíram 17,1%, totalizando € 12,5 milhões, graças à maior solidez do balanço patrimonial e à redução do número médio de prestações nas vendas financiadas da Cnova Brasil (passando de 9,2 prestações, em média, no 1T14 para 7,7, em média, no 1T15).

Lucro (ou prejuízo) líquido – O prejuízo líquido foi de -€ 40,6 milhões no 1T15, em comparação com -€ 18,7 milhões no 1T14.

Lucro (ou prejuízo) líquido ajustado – No 1T15, o prejuízo líquido ajustado⁷ foi de -€ 25,1 milhões, ante -€ 18,3 milhões no 1T14. O lucro líquido ajustado por ação⁷ foi de -€ 0,06 no 1T15, comparado com -€ 0,04 no 1T14.

Geração de Fluxo de Caixa Livre

INDICADORES DE FLUXO DE CAIXA LIVRE E DÍVIDA LÍQUIDA (em milhões de €)	1T 2014	1T 2015	Var. ao ano
Fluxo de caixa livre (últimos 12 meses)	-47,1	27,6	74,7
Caixa líquido / (Dívida financeira líquida)	-135,2	70,8	205,9
Capital de giro operacional	183,5	386,1	202,6
<i>Em número de dias de vendas líquidas</i>	<i>21</i>	<i>38</i>	<i>17</i>

Consulte as seções “Definições” e “Reconciliações não GAAP” do presente comunicado para obter mais informações sobre determinados indicadores apresentados nesta tabela.

O Fluxo de caixa livre⁷ totalizou € 28 milhões no período de 12 meses encerrado em 31 de março de 2015, em comparação com -€ 47 milhões no período de 12 meses findo em 31 de março de 2014, incluindo € 178 milhões em fluxo de caixa líquido proveniente de atividades operacionais, parcialmente compensado por € 86 milhões relativos a capex e € 64 milhões relativos a despesas com desconto de recebíveis.

Para completar, o caixa líquido⁷ da Cnova foi reforçado com € 125 milhões captados com a IPO e € 95 milhões provenientes da reorganização efetuada em 2014. Esse impacto positivo foi parcialmente neutralizado por efeitos de variação cambial de -€ 30 milhões.

O caixa líquido⁷ aumentou € 206 milhões, passando de uma posição negativa de -€ 135 milhões em Dívida Financeira Líquida⁷ no 1T14 para € 71 milhões no 1T15.

⁷ Consulte as seções "Definições" e "Reconciliações não GAAP" do presente comunicado para obter mais informações.

3. PERSPECTIVAS

A Cnova continua a concentrar seus esforços para consolidar o crescimento das vendas e aumentar progressivamente a rentabilidade dos resultados nas regiões em que já atua.

As prioridades da Cnova para 2015 são:

- Dar continuidade ao desenvolvimento acelerado das do marketplace, alavancando o tráfego e as vendas diretas da Cnova.
- Reforçar ainda mais o modelo de negócios de baixo custo, a fim de manter o posicionamento de preços competitivo.
- Consolidar as vantagens competitivas da Cnova, em particular a rede *click-and-collect* e o sólido posicionamento nos dispositivos móveis.
- Continuar ampliando a oferta de produtos, em particular de categorias que gerem melhores margens, como artigos para a casa.
- Acelerar o desenvolvimento de sites especializados, com o lançamento de quatro novos sites no 2T15.
- Ampliar a atuação internacional da Empresa, com operações em oito Novos Países até o final de 2015.
- Continuar a gerando um sólido Fluxo de Caixa Livre, graças a uma gestão eficaz do capital de giro.

Guidance

Nos próximos nove meses do ano (abril a dezembro de 2015), as vendas líquidas da Cnova deverão crescer 19% em comparação com o mesmo período em 2014, com uma variação em torno de 150 bps, considerando câmbio constante⁸.

Apresentação dos resultados em teleconferência

A Cnova N.V. organiza uma teleconferência às 16 h (horário CET – Europa Central) de amanhã, quinta-feira 30 de abril, para apresentar os resultados financeiros do primeiro trimestre de 2015. O número de acesso à conferência é 1-877-407-0784 (EUA) ou 1-201-689-8560 (Internacional). Um replay da conferência estará disponível cerca de uma hora após a gravação, até o dia 7 de maio de 2015, pelo número 1-877-870-5176 (EUA) ou 1-858-384-5517 (Internacional), mediante o uso da senha 13606889. A teleconferência, o material da apresentação e a reprise podem também ser acessados na página www.cnova.com. Esses elementos estarão disponíveis no site durante pelo menos três meses.

⁸ As informações de "Guidance" integram dados consolidados (Grupo Cdiscount + Cnova Brasil) e consideram câmbio constante (com base na taxa de câmbio de 2014: Euro/BRL no 2T14=3,06; 3T14=3,01 e 4T14=3,18).

Definições

Cientes ativos – Clientes que tenham realizado no mínimo uma compra em um dos sites da Cnova no período de 12 meses em análise; considerando que a Empresa opera com diversos sites e como cada site dispõe de seu próprio sistema de identificação de usuários, o cálculo de clientes ativos é realizado para cada site separadamente, o que significa que um mesmo indivíduo poderia ser contado mais de uma vez.

EBITDA Ajustado – Cálculo do Lucro (ou prejuízo) operacional antes de Outras Despesas, antes de despesas de depreciação e amortização e do remuneração baseada em ações. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

EBITDA Ajustado Excluindo Expansão para Novos Países – Cálculo do EBITDA Ajustado excluindo o impacto proveniente dos países em que as operações tiveram início a partir de 1º de janeiro de 2014. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Lucro Líquido Ajustado – Cálculo do lucro (ou prejuízo) líquido atribuível aos detentores de ações da Cnova antes de Outras Despesas e respectivo impacto fiscal. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

LPA Ajustado ou Lucro Líquido por Ação Ajustado – Cálculo do Lucro líquido ajustado dividido pelo número médio ponderado de ações ordinárias em circulação durante o período em questão. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Fluxo de Caixa Livre – Caixa líquido proveniente de atividades operacionais, menos despesas financeiras relacionadas com operações de factoring, menos aquisição de propriedades, equipamentos e ativos intangíveis. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Margem Bruta – Lucro bruto expresso em porcentagem das vendas líquidas. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Margem Bruta Excluindo Expansão para Novos Países – Cálculo do Lucro Bruto excluindo o impacto proveniente dos países em que as operações tiveram início a partir de 1º de janeiro de 2014. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Gross Merchandise Volume (GMV) – Venda bruta de mercadorias próprias, outras receitas e vendas realizadas nas plataformas de marketplace, após devoluções, incluindo impostos.

Lucro Bruto – Vendas líquidas menos o custo das vendas. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Participação das vendas do Marketplace – Participação do marketplace no GMV total, em % do GMV. Na França, corresponde à Participação do GMV marketplace do site www.cdiscout.com. No Brasil, corresponde à Participação no GMV total.

Tráfego via Dispositivos Móveis – Participação do tráfego via dispositivos móveis, excluindo sites especializados e internacionais.

Caixa líquido / (Dívida Financeira Líquida) – Cálculo da soma de (i) caixa e equivalentes de caixa; (ii) saldos de conta corrente fornecidos pela Cnova ou suas filiais ao Grupo Casino, em conformidade com a estrutura de *cash pooling*, menos as despesas financeiras. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Lucro Operacional antes de Outras Despesas – Cálculo do Lucro (ou prejuízo) operacional antes de deduzidos custos e despesas de reestruturação, ofertas públicas iniciais, litígios, ganho / (ou perda) proveniente de ativos não correntes ou deterioração de ativos.

Lucro operacional antes de Outras Despesas Excluindo Expansão para Novos Países – Cálculo do Lucro operacional antes de Outras Despesas, excluindo o impacto proveniente dos países em que as operações tiveram início a partir de 1º de janeiro de 2014. Mais informações na seção “Reconciliações não GAAP”.

Outras Despesas – Soma dos custos e despesas de reestruturação, ofertas públicas iniciais, litígios, ganho / (ou perda) proveniente de ativos não correntes ou deterioração de ativos.

Capital de giro Operacional – Cálculo com base na Conta Fornecedores e outros itens a Pagar, menos Contas a receber (líquido), menos Estoques (líquido).

Número de Pedidos Colocados – Número total de Pedidos realizados pelos clientes antes de cancelamento por fraude ou por não pagamento de encomendas.

Ofertas de Produtos – Número total de produtos oferecidos aos clientes em todos os sites da Cnova, levando em conta todos os produtos vendidos diretamente pela Empresa e pelo marketplace.

Cliente Único – Cliente que tenha realizado no mínimo uma compra durante o período em questão, considerado como um único indivíduo, independentemente do número de pedidos que tenha feito no período em análise.

Contato – Relações com Investidores

investor@cnova.com
+31 20 795 06 71

Contato – Relações com a Imprensa:

directiondelacommunication@cnovagroup.com
+33 6 80 39 50 71

Sobre a Cnova N.V.

A Cnova N.V. é uma das maiores empresas globais de comércio eletrônico, operando sites Cdiscount em diversos países (França, Brasil, Colômbia, Equador, Panamá, Tailândia, Vietnã, Costa do Marfim, Senegal, Camarões e Bélgica), além dos sites Extra.com.br, Pontofrio.com e Casasbahia.com.br, no Brasil. A Cnova N.V. oferece a seus 14,8 milhões de clientes ativos acesso a um amplo sortimento que inclui mais de 16 milhões de produtos, associando preços atraentes com soluções de entrega e pagamento altamente diferenciadas. A Cnova N.V. é parte integrante do Grupo Casino, empresa global que atua em diversos segmentos do varejo. Os comunicados e notícias da Cnova N.V. estão disponíveis na página www.cnova.com/investor-relations. As informações contidas ou apresentadas nos sites indicados acima não fazem parte do presente comunicado.

Este comunicado à imprensa, inclusive os dados financeiros que dele constam, apresenta os resultados não auditados do primeiro trimestre de 2015 com base nos relatórios financeiros da Cnova N.V. de 31 de março de 2015. Este documento não constitui o Relatório Financeiro Anual (Rapport financier annuel) como previsto no Artigo L. 451-1-2 do Código Monetário e Financeiro (Code monétaire et financier) francês e tampouco representa as Contas Anuais (jaarrekening) definidas no Título 9, Livro 2 do Código Civil Holandês (Burgerlijk Wetboek).

O presente comunicado pode conter informações regulamentares (gereguleerde informatie) no sentido que lhe atribui a Lei de Supervisão de Mercados Financeiros holandesa (Wet op het financieel toezicht), passíveis de publicação em conformidade com a legislação holandesa e a legislação francesa. Este comunicado destina-se exclusivamente a fins de informação.

Medidas financeiras não GAAP

Para fornecer aos investidores informações adicionais relativas aos resultados financeiros, este comunicado contém indicadores que podem ser definidos como "medidas financeiras não GAAP" pela Securities and Exchange Commission (SEC). Essas medidas podem diferir de indicadores financeiros não GAAP usados por outras empresas. A apresentação dessas informações financeiras, que não são elaboradas segundo um sistema abrangente de regras ou princípios contábeis, não deve ser considerada isoladamente, nem deve substituir as informações financeiras elaboradas e apresentadas em conformidade com Princípios Contábeis Geralmente Aceitos (GAAP). Para comparar as medidas financeiras não GAAP com as medidas GAAP mais próximas, consulte a seção "Reconciliações não GAAP" no final deste comunicado à imprensa.

Declarações Prospectivas

As informações contidas no presente comunicado sobre Resultados e em todos os seus anexos são válidas em 29 de abril de 2015. A Cnova não assume nenhum compromisso no sentido de atualizar as Declarações Prospectivas apresentadas neste comunicado e em seus anexos, seja para integrar novas informações ou futuros eventos e desenvolvimentos.

Este comunicado contém declarações prospectivas, no sentido que lhe atribuem o U. S. Private Securities Litigation Reform Act, de 1995, a Seção 27ª do U.S. Securities Act, de 1933, e a Seção 21E do U.S. Securities Exchange Act, de 1934. As declarações prospectivas podem conter projeções relativas ao desempenho futuro da Cnova. É possível identificar essas projeções pelo fato de indicarem datas futuras ou por usarem termos como "acreditar", "antecipar", "buscar", "continuar", "desejar", "deverá", "esperar", "estimar", "futuro", "planejar", "poderia", "potencial", "predizer", "pretender", "projetar", "supor" e outras expressões ou frases de sentido equivalente. As declarações prospectivas que constam deste comunicado baseiam-se nas expectativas presentes formuladas pelos diretores da Empresa e estão sujeitas a incertezas, riscos e mudanças conjunturais difíceis de prever, somando-se a isso o fato de que muitas dessas situações escapam ao controle da Cnova. Entre os principais fatores que poderiam provocar diferenças substanciais entre os resultados reais da Cnova e as projeções indicadas nas Declarações Prospectivas, podemos citar a capacidade de ampliar a carteira de clientes; a capacidade de manter e valorizar suas marcas e seu renome; a capacidade de administrar a Cnova de maneira eficaz; a evolução de tecnologias usadas pela Cnova; mudanças no cenário mundial, nacional, regional ou local em relação à economia, aos negócios, à concorrência, aos mercados ou à legislação; bem como outros fatores descritos na Seção "Risk Factors" (Fatores de Risco) do Relatório Anual (Form 20-F) encaminhado, em 31 de dezembro de 2014, à U.S. Securities and Exchange Commission (SEC: Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos) e em documentos do dossiê apresentado a essa entidade, ou a ela fornecidos. Quaisquer declarações prospectivas feitas no presente comunicado à imprensa são válidas unicamente na época em que foram feitas. Considerando que os fatores e eventos suscetíveis de provocar uma diferença entre os resultados reais da Cnova e as projeções indicadas no presente documento podem se manifestar periodicamente, é impossível, para a Empresa, fazer previsões que abranjam todas as possibilidades. Exceto nos casos previstos por lei, a Cnova não assume nenhum compromisso no sentido de atualizar publicamente quaisquer declarações prospectivas, independentemente de as mudanças serem provocadas por novas informações, desenvolvimentos futuros ou quaisquer outros motivos.