



Résultats du 1^{er} semestre 2023

DES RÉSULTATS QUI RÉSISTENT DANS UN ENVIRONNEMENT DOUBLEMENT DÉGRADÉ



- **Chiffre d'affaires** qui poursuit sa **progression** (+4,8 % hors essence)
- **Marge commerciale en croissance** de +5,3% en valeur
- **EBITDA** en baisse (-12%), pénalisé par le double impact de l'inflation et de la guerre en Ukraine (-3% hors pays en guerre)
- **Résultat d'exploitation** quasi stable
- **Situation financière** toujours solide, avec des ratios d'endettement **maîtrisés**

Auchan | RETAIL

- Maintien d'**une croissance soutenue du chiffre d'affaires à comparable (+6%)** dans tous les pays (hors Russie/Ukraine)
- **Recul de l'EBITDA** en raison de la **forte hausse des coûts** d'exploitation et de la **guerre entre la Russie et l'Ukraine**
- **Accélération du développement**, qui se traduit par un doublement des investissements (+108%)
- Poursuite du déploiement du plan d'action **Climat** récemment validé par la SBTi



- **Chiffre d'affaires** et **EBITDA en croissance**
- **Maintien de la juste valeur** des actifs dans un environnement chahuté
- Stratégie de **mixité d'usages qui a du sens**



CHIFFRES CLÉS S1 2023

<i>En millions d'euros</i>	S1 2023	S1 2022	Variation à change courant	Variation à change constants
Produits des activités ordinaires	15 877	15 665	+1,3 %	+1,3 %
Marge commerciale	3 859	3 664	+5,3 %	+5,3 %
<i>Taux de marge commerciale</i>	<i>24,3 %</i>	<i>23,4 %</i>	<i>+0,9 pt</i>	<i>+0,9 pt</i>
EBITDA	545	619	-12,0 %	-12,0 %
<i>Taux de marge d'EBITDA</i>	<i>3,4 %</i>	<i>4,0 %</i>	<i>-0,5 pt</i>	<i>-0,5 pt</i>
Résultat d'exploitation	-83	-79	-5,3 %	-4,0 %
Résultat net	-215	-189	-13,7 %	-14,0 %

LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES DEUX MÉTIERS D'ELO SE POURSUIT

Au 1^{er} semestre 2023, les **Produits des activités ordinaires d'ELO** s'établissent à 15 877 M€, en hausse de +1,3 % (+4,8 % hors essence) par rapport au 1^{er} semestre 2022. Cette performance s'explique principalement par la hausse des revenus (hors essence) des magasins d'Auchan Retail, malgré les impacts de la guerre sur l'activité en Ukraine et en Russie, et la croissance des revenus de New Immo Holding.

La marge commerciale progresse de +195 M€ (+5,3 %) à 3 859 M€. Le taux de marge s'améliore ainsi de +0,9 point, illustrant le repositionnement pérenne sur les prix d'Auchan Retail après l'effort important consenti au 1^{er} semestre 2022 pour la compétitivité en France.

La croissance de la marge commerciale permet d'absorber en partie l'augmentation des charges d'exploitation (+271 M€), dans un contexte de forte inflation qui pèse notamment sur les coûts de l'énergie (+60 M€) et les frais de personnel (+151 M€).

Au 30 juin 2023, l'**EBITDA** atteint ainsi 545 M€, contre 619 M€ au 1^{er} semestre 2022, soit une baisse de -12 %. Hors pays en guerre, la baisse de l'EBITDA se limite à -3,0% par rapport au premier semestre 2022.

Par métier, l'EBITDA d'Auchan Retail s'établit à 362 M€ (-7% hors pays en guerre), et celui de New Immo Holding à 185 M€ (+0,7 %).

Le taux d'EBITDA s'élève à 3,4 %, en baisse de -0,5 point.

Les amortissements, provisions et dépréciations sont en augmentation de 42 M€, en raison de l'accélération des investissements depuis le 2^{ème} semestre 2022.

Ainsi le **résultat d'exploitation** s'élève à -83 M€, globalement stable sur un an. Il intègre -63 M€ d'**autres produits et charges opérationnels** qui comprennent essentiellement des impacts comptables de la guerre en Ukraine (dont les dépréciations de magasins en Russie pour -40 M€ en 2023).

Le **coût de l'endettement financier net** s'établit à -86 M€, contre -47 M€ au 1^{er} semestre 2022. Cette hausse s'explique par la hausse des taux d'intérêt. Les autres produits et charges financiers font ressortir une charge de 62 M€, en baisse de 14 M€ (impact de couvertures principalement).

La **charge d'impôt** est un produit de 38 M€, contre 2 M€ un an auparavant.

La **quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence** s'établit à -21 M€ et correspond principalement à la quote-part du résultat net d'Oney Bank, qui est impacté par la hausse du coût du risque et des coûts de refinancement.

Au total, le **résultat net** s'établit à -215 M€, contre -189 M€ au 1^{er} semestre 2022.

UNE DETTE FINANCIÈRE EN AUGMENTATION CONJONCTURELLE EN RAISON ESSENTIELLEMENT D'UNE POLITIQUE VOLONTARISTE D'INVESTISSEMENTS

Au 30 juin 2023, la **dette financière nette** d'ELO s'établit à 4 040 M€, contre 3 271 M€ au 30 juin 2022 (soit +769 M€). Cette augmentation est conjoncturelle et s'explique essentiellement par la hausse des investissements, portée par deux opérations d'envergure (+521 M€) :

- l'acquisition au 2^{ème} semestre 2022 du centre commercial V2 à Villeneuve d'Ascq (France) par New Immo Holding ;
- l'acquisition au 1^{er} semestre 2023 de 217 supermarchés Dia en Espagne par Auchan Retail.

Sur l'ensemble de l'année 2023, le niveau d'investissement est attendu stable par rapport à 2022.

L'évolution de la dette par rapport au 30 juin 2022 intègre également la dégradation au 2^{ème} semestre 2022 du BFR, dont la situation s'est significativement redressée au 1^{er} semestre 2023, en particulier sur les stocks. En effet, malgré le contexte inflationniste et l'intégration des magasins Dia, les plans d'action d'optimisation des stocks ont permis de limiter leur évolution (+123 M€ vs. +356 M€ au 1^{er} semestre 2022).

Dans ce contexte, la dette financière nette devrait retrouver d'ici la fin de l'année son niveau de fin 2022.

Malgré cette hausse conjoncturelle de la dette financière nette, les ratios d'endettement restent solides, avec un multiple dette financière nette / EBITDA sur 12 mois glissants de x2,49 reflétant aussi la saisonnalité de l'activité Retail. La trajectoire financière est maîtrisée, ce ratio étant attendu proche de son niveau de 2022 à la fin de l'année.

La **liquidité d'ELO est très bonne**. ELO bénéficie de 7,1 Md€ de financements dont 1,7 Md€ de lignes confirmées non tirées. L'échéancier de remboursement des financements est bien étalé, avec une maturité moyenne de 3,3 ans.

UN CONTEXTE DOUBLEMENT DÉGRADÉ

Au 1^{er} semestre 2023, l'activité d'Auchan Retail a été doublement impactée par :

➤ **la poursuite de la guerre Russie-Ukraine**

L'impact sur l'activité d'Auchan Retail dans les deux pays se traduit par un net ralentissement de la fréquentation des magasins.

En Ukraine, l'activité est notamment pénalisée par les déplacements de population vers l'Ouest du pays, où la présence d'Auchan Retail est moins dense qu'à Kiev ainsi que le maintien de règles de sécurité drastiques pour protéger collaborateurs et clients lors des alertes aux bombardements, règles non-pratiquées par la concurrence locale. La population ukrainienne est également affectée par une très forte inflation, qui dégrade significativement son pouvoir d'achat.

En Russie, les consommateurs se montrent plus prudents dans leurs dépenses et le trafic des grands centres commerciaux en est affecté.

Au total dans les deux pays en guerre, le chiffre d'affaires baisse de -7% et l'EBITDA chute de -46%.

➤ **l'accélération de l'inflation**

Ce phénomène a un double impact. D'abord sur le chiffre d'affaires, puisqu'il réduit significativement le pouvoir d'achat des consommateurs. Ceux-ci diminuent alors le nombre d'articles qu'ils achètent (-9% sur un an au 1^{er} semestre 2023) à budget constant et arbitrent au détriment des produits non alimentaires, jugés non prioritaires. Ensuite sur les charges d'exploitation de l'entreprise, avec les hausses significatives des coûts de personnel (+146 M€ sur un an) et la forte augmentation des coûts de l'énergie (+53 M€ sur un an) et des autres charges externes (+89 M€).

Cet impact est particulièrement sensible au 1^{er} semestre du fait de la saisonnalité de l'activité commerciale.

AUCHAN RETAIL DÉMONTRE, POUR AUTANT, SA CAPACITÉ À POURSUIVRE SON DYNAMISME COMMERCIAL

• Croissance soutenue du chiffre d'affaires à magasins comparables

Hors pays en guerre, **le chiffre d'affaires à magasins comparables progresse nettement de +6%** (+4% au total) au 1^{er} semestre 2023.

Malgré le contexte présenté ci-avant, l'ensemble des filiales d'Auchan Retail est en croissance. Alors que la hausse des prix de vente est en partie contrebalancée par la baisse du nombre d'articles vendus, elles bénéficient de l'augmentation de la fréquentation (+2%), signe de l'attractivité de l'offre, notamment alimentaire, de l'enseigne.

Dans l'ensemble du Groupe, la confiance des clients s'exprime aussi par la hausse de la pénétration de la carte fidélité. 42% des clients font ainsi partie du programme (+6 points en un an), soit 21,5 millions de personnes.

Enfin, la satisfaction des clients se traduit par une progression du NPS, qui gagne +3 points en un an.

Les ventes d'essence atteignent 1 733 M€, soit une forte baisse de -20% en un an.

Au total, avec la baisse de l'activité dans les deux pays en guerre, le **produit des activités ordinaires** d'Auchan Retail s'établit à 15 576 M€, en croissance de +1,2%.

- **Amélioration de la marge commerciale**

Au 1^{er} semestre 2023, la **marge commerciale** d'Auchan Retail atteint 3 610 M€, en nette hausse de +198 M€ (+5,8%). Elle bénéficie de la forte croissance des revenus alimentaires hors pays en guerre (+251 M€ de marge commerciale hors Ukraine/Russie, soit +8,5%).

Le taux de marge s'élève ainsi à 23,2%, en progression de +1,3 point (hors pays en guerre) en un an. Il reflète le repositionnement pérenne sur les prix grâce à l'effort important entrepris au 1^{er} semestre 2022, notamment en France.

- **Recul limité de l'EBITDA hors pays en guerre**

L'**EBITDA** total d'Auchan Retail s'établit à 362 M€, contre 440 M€ au 1^{er} semestre 2023. Cette baisse résulte essentiellement de la chute de l'activité dans les deux pays en guerre (Russie et Ukraine).

Hors pays en guerre, la baisse de l'EBITDA est limitée malgré le fort impact de l'inflation. En effet, la croissance de la marge commerciale (+251 M€) permet d'absorber en partie les fortes pressions inflationnistes sur les coûts d'exploitation (+284 M€) comme l'énergie ou les coûts de personnel.

Rapporté au chiffre d'affaires, le **taux d'EBITDA** d'Auchan Retail s'établit à 2,3%, soit une baisse de 0,5 point en un an, essentiellement portée par la Russie et l'Ukraine.

HORS PAYS EN GUERRE, LES ZONES GÉOGRAPHIQUES RESTENT PERFORMANTES

- **France : bonne dynamique commerciale**

Pour le deuxième semestre consécutif, les **revenus à magasins comparables** d'Auchan Retail **France** sont en nette croissance, à +5% (croissance sensiblement similaire à celle du S2 2022).

Les nombreuses initiatives lancées en 2022 dans tous les domaines de l'activité (commerce, numérique, data, fidélisation, expérience client, logistique) ont enclenché une nouvelle dynamique commerciale. Elles portent aujourd'hui leurs fruits :

- le repositionnement sur les prix a permis de crédibiliser l'offre d'Auchan dans cette période de forte inflation. La fréquentation est ainsi en croissance de +1% en un an ;
- les gains de clients en 2022 sont confirmés en 2023 ;
- la satisfaction des clients progresse fortement, avec un NPS en amélioration de +13 points (à 53) ;
- l'ensemble des formats, digital compris, voient leurs ventes progresser entre +4% et +8% ;
- Auchan.fr a intégré le top 20 des sites d'e-commerce les plus visités, se classant 3^{ème} distributeur alimentaire français.

Les ventes de carburant sont, quant à elles, en forte baisse.

Par conséquent, le **chiffre d'affaires total** d'Auchan Retail France est stable à 7 902 M€.

Enfin, l'**EBITDA** est en baisse, affecté par la saisonnalité de l'activité commerciale qui conduit à une surpondération des frais fixes au 1^{er} semestre vs. le 2^{ème} semestre. Cette évolution s'explique par :

- l'augmentation significative des charges de personnel ;
- la forte hausse des coûts liés à l'énergie ;
- l'augmentation des dépenses liées au plan de transformation organisationnelle de l'entreprise, qui implique notamment une hausse importante des frais relatifs au développement des systèmes d'information.

Ces hausses n'ayant pas été intégralement reportées dans la hausse des prix aux consommateurs pour préserver leur pouvoir d'achat, Auchan France a assumé cette baisse de l'EBITDA.

- **Europe de l'Ouest (hors France) : une activité commerciale toujours bien orientée**

Les revenus à comparable de la zone **Europe de l'Ouest** (hors France) enregistrent une croissance soutenue de +8% par rapport au 1^{er} semestre 2022.

Cette performance est notamment tirée par l'**Espagne**, 2^{ème} pays d'Auchan Retail. Enseigne la moins chère d'Espagne, Alcampo bénéficie de son positionnement prix dans le contexte inflationniste. La filiale parvient ainsi à accroître la fréquentation de ses magasins, tout en stabilisant les volumes vendus malgré la baisse du pouvoir d'achat de ses clients.

Auchan Retail poursuit également sa croissance au **Portugal**, avec un chiffre d'affaires à comparable en nette progression, tiré par la forte hausse du trafic en magasins (+9%).

Au **Luxembourg**, où la fréquentation des magasins Auchan progresse fortement (+15%), l'enseigne continue de gagner des parts de marché.

Au total, le **chiffre d'affaires** de la zone Europe de l'Ouest (hors France) s'établit à 3 082 M€, en hausse de +5%. La croissance des revenus à comparable et l'intégration progressive des 217 supermarchés Dia acquis au cours du 2^{ème} trimestre (voir ci-après) ont en partie contrebalancé la baisse marquée des ventes d'essence.

- **Europe centrale et de l'Est : poursuite des bons résultats hors pays en guerre**

Le chiffre d'affaires de la **zone Europe centrale et de l'Est** s'établit à 4 200 M€, en légère progression de +1 % à comparable, malgré les impacts très significatifs de la guerre sur l'activité en Ukraine et en Russie. Hors pays en guerre, les revenus à comparable sont en forte croissance (+8%).

En **Pologne** et en **Roumanie**, l'activité est dynamique. Dans un contexte de forte inflation, Auchan Retail profite de son bon positionnement sur les prix (leader en Pologne), qui soutient le trafic en magasins.

En **Hongrie**, le chiffre d'affaires est en forte hausse, bénéficiant notamment de la hausse des prix de vente et de l'arrêt de certaines mesures nationales de protection des consommateurs (prix plafonnés sur le carburant et les produits de première nécessité), qui étaient en place au 1^{er} semestre 2022.

L'**EBITDA** de la zone ressort en forte baisse, conséquence de la chute de l'activité en Ukraine et en Russie.

- **Guerre Russie-Ukraine**

Depuis le début du conflit, Auchan Retail se tient aux côtés des populations civiles locales pour accomplir sa mission, qui est de fournir à tous une alimentation saine au meilleur prix possible, avec comme priorité la sécurité de ses collaborateurs.

En **Ukraine**, l'activité se poursuit dans un environnement particulièrement dégradé. Seuls deux sites sont actuellement fermés, à Kharkiv. Auchan Retail a procédé en avril 2023 à la réouverture de l'hypermarché d'Odessa, qui avait été endommagé en mai 2022 pendant les bombardements sur la ville. Symbole du soutien d'Auchan Retail aux équipes ukrainiennes, cette réouverture démontre aussi la volonté des collaborateurs ukrainiens de contribuer à la reconstruction du pays. Elle s'inscrit après l'ouverture au 2^{ème} semestre 2022 de 4 nouveaux magasins à Kiev, Irpin et Boutcha. La réouverture d'un magasin à Kharkiv est prévue au 2^{ème} semestre 2023, sous réserve que les conditions de sécurité pour les collaborateurs et clients soient réunies.

Dans ce contexte très perturbé, Auchan Ukraine renforce sa stratégie phygitale, avec le développement de son application mobile et de nouveaux services, comme la livraison express en 60 minutes. Auchan Ukraine a mis en place un dispositif de soutien psychologique. 70% d'entre eux ont déjà bénéficié de cette aide.

Au total, le **soutien financier** d'Auchan Retail à sa filiale ukrainienne atteint 50 M€ depuis le début de la guerre sous forme de prêts, de recapitalisations ou d'un fonds de solidarité pour les collaborateurs.

L'activité au service de la population civile s'est poursuivie en **Russie**, qui opère en autonomie maximale, dans le respect strict des termes de l'embargo et des sanctions internationales. Auchan Russie ne bénéficie d'aucun investissement de sa maison mère depuis le début de la guerre.

- **Afrique : un modèle de développement qui montre sa pertinence**

Au 1^{er} semestre 2023, le chiffre d'affaires de la zone **Afrique** atteint 130 M€, en forte croissance de +34% (+14% à magasins comparables).

Au **Sénégal**, Auchan Retail est le *leader* de la distribution alimentaire moderne, avec ses 39 points de vente et son site marchand couplé à un drive et à un service de livraison à domicile. L'enseigne bénéficie de son positionnement de *leader* en prix, qui permet de recruter et fidéliser la clientèle dans un contexte économique fragile. Les troubles sociaux du mois de juin ont d'ailleurs eu un impact significatif sur l'activité, puisque 9 magasins ont dû fermer (4 magasins encore fermés à fin juin).

Depuis le lancement de son activité en juin 2022, Auchan Retail **Côte d'Ivoire** a déjà ouvert 15 magasins, sur des surfaces adaptées à la vie de quartier (300 à 900 m²). Pensés pour répondre aux besoins de la population ivoirienne, ces magasins participent aussi à la défense de la souveraineté alimentaire du pays, par l'accompagnement de 200 producteurs locaux et une offre de légumes et de viande 100% ivoirienne.

L'ACCÉLÉRATION DU DÉVELOPPEMENT BÉNÉFICIE D'UN DOUBLEMENT DE L'INVESTISSEMENT

Malgré le contexte défavorable, Auchan Retail a accéléré sa stratégie de croissance physique et digitale, réactivée lors de l'exercice 2022. Celle-ci s'est traduite par une hausse significative des investissements (+108%), qui atteignent 436 M€ au 1^{er} semestre 2023.

Les investissements d'Auchan Retail ont été consacrés, pour une part importante, au développement de la **croissance externe**.

Après l'annonce de l'opération en août 2022, **l'acquisition par Alcampo de 217 magasins Dia** a été approuvée par l'autorité de la concurrence espagnole en mars 2023. Cette opération ajoute une surface de vente approximative de 170 000 m², permettant une excellente complémentarité avec les implantations déjà existantes sur le territoire espagnol et l'accélération du développement d'Alcampo dans le pays. L'enseigne est désormais implantée dans toutes les communautés autonomes du pays et consolide son leadership en matière de surface de vente dans des zones comme Saragosse, La Rioja, Burgos ou Teruel. Alcampo est même leader dans la communauté autonome d'Aragon.

Après le Sénégal et la Côte d'Ivoire, Auchan Retail poursuit son développement sur le continent africain. L'enseigne a conclu en mai 2023 un partenariat global avec le Groupe Great Way, avec la **signature d'un accord en Algérie** où ce dernier est un acteur majeur de la distribution. Avant la fin de l'année 2023, un hypermarché à enseigne Auchan et géré par Great Way ouvrira ses portes à Alger sur une surface de 5 000 m².

Auchan Retail a également poursuivi ses actions en matière de **développement organique**, avec des investissements concernant :

- le **digital**, avec la mise en œuvre, dans les délais prévus, du partenariat avec Ocado en Espagne pour accélérer la dynamique omnicanale d'Alcampo. Après la mise en place du *picking in store* et le développement de la plateforme e-commerce, l'entrepôt robotisé pour desservir Madrid sera, lui, achevé à la fin du 1^{er} semestre 2024 ;
- **l'ouverture de 23 nouveaux magasins** (France, Portugal, Pologne, Côte d'Ivoire et Sénégal) ;
- le développement de **nouveaux concepts**. Deux magasins intelligents Auchan Go ont ainsi ouvert leurs portes en France et en Pologne. Avec son dispositif sans contact, les clients sont identifiés automatiquement et, grâce à des caméras à reconnaissance de mouvements et aux étagères équipées de balances, le panier virtuel se remplit automatiquement. A la sortie, le paiement est instantané sans aucune autre démarche à réaliser et le ticket de caisse est digitalisé.
Au Portugal, un nouvel espace Santé/Bien-Être, occupant la moitié de la surface commerciale, commence à être installé dans les magasins de proximité MyAuchan. Au Sénégal, Auchan Retail a ouvert un 1^{er} magasin de textile In Extenso.
- le **remodeling** de plus de 50 magasins (hypermarchés ou supermarchés), dont 10 en France, et le **rebranding** de 80 MyAuchan dans les stations-service Petrom en Roumanie.

LE PLAN CLIMAT D'AUCHAN RETAIL A ÉTÉ VALIDÉ PAR LA SBTi

Au cours du 1^{er} semestre 2023, l'organisation internationale Science Based Target initiative (SBTi), portée par le Carbon Disclosure Project (CDP), le Pacte mondial des Nations Unies, le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF), a validé les objectifs du Plan Climat 2030 d'Auchan Retail, reconnaissant ainsi que les objectifs affichés sont cohérents avec les données actuelles de la science climatique.

L'engagement d'Auchan Retail pour le climat a connu une forte accélération depuis 2020 avec la définition d'une stratégie globale pour l'ensemble des pays d'implantation ainsi que la définition d'un plan de décarbonation sur l'ensemble de son périmètre d'activité. Celui-ci s'est matérialisé, début 2022, par deux objectifs soumis à la validation de la SBTi :

- **-46 % d'ici à 2030**, pour les émissions de ses magasins ("**scopes 1 et 2**") vs. 2019. Soit une limitation du réchauffement à +1,5°C ;
- **-25 % d'ici à 2030** pour les émissions liées aux produits et aux transports ("**scope 3**") vs. 2020. Soit une limitation du réchauffement « bien en dessous de 2°C ».

Sur les 6 premiers mois de l'année 2023, Auchan Retail a poursuivi le déploiement de son plan d'action en faveur du climat.

Des feuilles de route ont été attribuées à toutes les filiales présentes dans l'Union européenne.

Sur les scopes 1 et 2, les consommations d'énergie d'Auchan Retail poursuivent leur baisse, avec un recul de -9 % par rapport au 1^{er} semestre 2022. Cette tendance est en ligne avec l'objectif du plan Climat.

Pour les engagements sur le scope 3, le Groupe a lancé son programme *Supplier engagement "Partners for Decarbonation 2030"* qui permet d'instaurer le dialogue avec ses fournisseurs pour décarboner leurs produits. Une première vague de fournisseurs a déjà été associée à cette démarche en 2023, couvrant environ 30% des émissions de gaz à effet de serre d'Auchan Retail. L'objectif du programme est ainsi de tendre vers une couverture à 100 % des émissions liées aux produits.

Enfin, un outil de *carbon tracking* pour les scopes 1,2 et 3 est en cours d'élaboration. Sa mise en service est prévue en 2025.

Par ailleurs, Auchan Retail a placé la lutte contre le gaspillage alimentaire au cœur de son projet d'entreprise, avec la volonté de tendre vers le 0 produit gaspillé d'ici 2032, démarche qui contribue en parallèle à la réduction de l'impact carbone.

Dans cette dynamique, l'enseigne a généralisé la mise en place de corners anti gaspi dans ses magasins et va progressivement déployer les solutions basées sur l'intelligence artificielle dans l'ensemble des pays où elle opère. Déjà déployée en Roumanie, en Russie et en France, cette gestion digitalisée de la casse alimentaire a permis de sauver, dans ces pays, 70 millions de produits par an, soit 33 500 tonnes. Ce dispositif innovant s'apprête à être étendu à 8 pays supplémentaires.

PERSPECTIVES

Dans la dynamique des résultats semestriels, Auchan Retail pose des objectifs qui vont orienter son action dans les mois à venir.

A l'image du 1^{er} semestre 2023 au cours duquel Auchan Retail a accéléré sa stratégie de croissance physique et digitale, réactivée lors de l'exercice 2022, l'entreprise confirme **sa volonté de poursuivre son développement**, non sans faire preuve de sélectivité dans les affaires suivies ou initiées. Auchan Retail entend **contribuer à la consolidation des marchés** dans lesquels l'entreprise exerce déjà, en concentrant prioritairement ses actions sur certaines zones. En parallèle, Auchan Retail s'engagera dans d'autres formes de développement et de contractualisation avec de nouveaux partenaires ; qu'il s'agisse de **franchise, de master franchise ou de contrats d'approvisionnement produits**, le choix sera fait en fonction des réalités de chaque territoire.

En parallèle, Auchan Retail prévoit de **poursuivre sa transformation et son redressement** en accélérant les chantiers en cours sur la **data, l'intelligence artificielle et le digital**. D'autre part, **un plan de réduction de surfaces des magasins** (surfaces commerciales + réserves) sera déployé au 2nd semestre 2023. Avec l'appui de la foncière Ceetrus, Auchan Retail travaille à redimensionner les magasins de certains pays d'implantation pour des réductions de surfaces, en moyenne, de 15%.

Conséquence de ce redimensionnement commercial et du travail engagé par les équipes d'Auchan Retail, **l'optimisation de l'offre** sera poursuivie avec la volonté de passer de l'offre à la sélection de produits en adéquation avec la Vision 2032 d'Auchan (= Vivre Mieux). Cela conduira à une **baisse significative du nombre de références**. L'ambition est de proposer une offre claire, essentialisée et centrée sur les marques Auchan répondant aux attentes économiques, fonctionnelles, citoyennes et statutaires des habitants des zones de vie.

A l'occasion de la publication des résultats semestriels 2023, **Yves Claude, Président-Directeur Général d'Auchan Retail**, a déclaré :

« Impacté à la fois par la poursuite de la guerre Russie-Ukraine et par les conséquences de l'inflation sur les coûts d'exploitation, le travail des équipes d'Auchan Retail aura permis, au cours de ce semestre, de capitaliser sur des résultats encourageants pour poursuivre notre redressement. Ainsi, hors pays en guerre, la croissance du chiffre d'affaires aura été de +6%.

Ce 3^{ème} semestre consécutif de hausse s'accompagne également d'une amélioration de la marge commerciale et de la satisfaction client.

Dans le même temps, nous avons doublé nos investissements par rapport à la même période de 2022. Nous préparons ainsi l'avenir en saisissant les opportunités de nous renforcer dans nos pays d'implantation. Le rachat des 217 magasins espagnols, l'annonce récente en Algérie ou les ouvertures ou remodelings dans les autres pays en sont des exemples.

Auchan Retail est l'un des rares distributeurs à n'avoir aucun endettement. Cela nous donne les capacités de déployer notre vision et de poursuivre le travail engagé pour nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs afin de leur permettre de vivre mieux. »

Dans un environnement qui demeure chahuté sur ce 1^{er} semestre 2023, le pôle immobilier d'ELO reste aligné en termes de stratégie et poursuit son engagement dans la transformation « des lieux en mieux ». Il confirme également la solidité de son patrimoine.

New Immo Holding et ses équipes gardent le cap dans un environnement complexe.

L'AMÉLIORATION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ EST ENCOURAGEANTE

Le 1^{er} semestre 2023 reste complexe pour les acteurs de l'immobilier et du retail. Pour autant, les indicateurs de New Immo Holding sont encourageants, avec notamment une **fréquentation des sites en hausse** de près de +5 % par rapport au 1^{er} semestre 2022, tandis que les loyers affichent un **taux de réversion positif** à 2,6 % et que la vacance diminue légèrement avec un taux à comparable à 6,0 % vs 6,3 % sur la fin d'année 2022.

Les loyers progressent quant à eux de +8 % par rapport au 1^{er} semestre 2022. Cette progression est portée autant par l'indexation des loyers que par l'expansion du périmètre.

Au 1^{er} semestre 2023, **les revenus bruts consolidés** de New Immo Holding atteignent 304,5 M€, représentant une croissance de +7% par rapport au 1^{er} semestre 2022. Cette progression permet d'afficher un **EBITDA** de 185 M€ contre 183,8 M€ au 1^{er} semestre 2022.

Ce 1^{er} semestre est également marqué par la résistance de la **juste valeur des actifs**, qui atteint 7,4 Md€ (soit -0,7 % à comparable par rapport à fin 2022).

Ces indicateurs sont encourageants même si la vigilance par rapport à la conjoncture économique reste de mise et incite à revoir les modes d'exploitation, comme à prendre en compte la remontée des taux d'intérêt dans la stratégie d'investissement.

Enfin, la **dette nette** et la **LTV sont stables** par rapport au 31 décembre 2022.

LE SPECIALTY LEASING EST UNE ACTIVITÉ QUI PROGRESSE ET PROMET DE L'ATTRACTIVITÉ

En effet, le Specialty Leasing, qui consiste à proposer des espaces éphémères au sein des sites, voit son activité progresser de +19% en chiffre d'affaires et également en volume d'affaires avec une progression de +33% des baux par rapport au 1^{er} semestre 2022.

Sous différents formats, d'un salon de l'auto, ou un pop-up store qui s'installe dans une cellule vacante ou marquant un ancrage plus local (marchés de créateurs, par exemple), cette activité semble prisée des visiteurs et répondre à leurs attentes.

CE PREMIER SEMESTRE A PERMIS DE SE PROJETER, D'ACCOMPAGNER ET D'AGIR

Ce 1^{er} semestre a fait la part belle au développement de synergies créatrices de valeur avec notamment la poursuite des synergies avec Auchan Retail, la mise en œuvre d'exercices de prospective avec Usbek et Rica associé à des enseignes de distribution et à deux grandes écoles, L'ESSEC et la Chaire ETI Sorbonne-Panthéon. Avec à chaque fois, le respect du cadre strict d'impact posé pour les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies.

Ces synergies permettent de se projeter pour mieux anticiper les enjeux et mieux accompagner les clients et partenaires dans le but de leur proposer les meilleurs services, au global comme au local. Toutes ces actions confortent New Immo Holding dans sa stratégie de mixité d'usages.

Ce 1^{er} semestre 2023 a vu l'inauguration et l'ouverture de plusieurs programmes de loisirs (comme le Retail Park TFOU en France ou Green Forest, le premier Kid's Park en Italie) ou l'ouverture d'une antenne du Centre Hospitalier Universitaire sur le site de Poitiers.

Sur la dimension culturelle cette fois, la montée en puissance du partenariat avec le festival de théâtre d'Avignon s'est concrétisée pour le site d'Avignon Nord par son entrée dans la programmation officielle du festival Off.

New Immo Holding poursuit ces synergies créatrices de valeurs avec l'adhésion à l'initiative IRIS sous la houlette de Carbone 4 et aux côtés de grandes entreprises européennes, pour concevoir de nouveaux outils de prospective stratégique intégrant les enjeux climatiques.

Ce 1^{er} semestre démontre une performance d'exploitation satisfaisante et une trajectoire financière robuste qui sera pilotée pour être maintenue sur le 2nd semestre. New Immo Holding poursuit le déroulement de sa stratégie, portée par le développement de Nhood Services et l'ensemble des projets de la Foncière Ceetrus afin de maintenir le cap d'une foncière à triple impacts.

A l'occasion de la publication des résultats semestriels 2023, **Antoine Grolin, Président de New Immo Holding**, a déclaré :

« Ce 1^{er} semestre confirme l'ambition et la robustesse de New Immo Holding qui poursuit sa dynamique au service d'un immobilier réinventé. Avec, d'une part, une gestion d'actifs dynamique pour sa foncière et d'autre part une accélération de son offre de services pour sa société de services immobiliers, tout en maintenant la trajectoire financière.

Nous poursuivons donc le déploiement de la stratégie de mixité d'usages et réaffirmons notre promesse de lieux en mieux à travers nos réalisations et nos projets, plus que jamais guidés par la frugalité énergétique et notre trajectoire carbone. »

ANNEXES

Définition des indicateurs alternatifs de performance

EBITDA

Depuis le 1^{er} janvier 2022, le groupe inclut dans son EBITDA la variation des dépréciations des créances clients ainsi que les dotations et reprises de provisions pour risques et charges. Ainsi, l'EBITDA correspond désormais au résultat d'exploitation courant, auquel sont soustraits les amortissements et les autres produits et charges d'exploitation.

APCO (Autres produits et charges opérationnels)

Les opérations non récurrentes, de montant significatif et pouvant nuire à la lisibilité de la performance opérationnelle courante, sont classées en autres produits et charges opérationnels conformément à la recommandation n° 2020-R.01 de l'Autorité des normes comptables. Ce poste inclut notamment les dépréciations des goodwill, les dépréciations d'actifs corporels, les plus ou moins-values sur cessions d'actifs ainsi que les éléments à la fois inhabituels, anormaux, significatifs et ne relevant pas de l'exploitation courante tels que des frais de restructurations majeurs ou des indemnités exceptionnelles de rupture de contrats.

Dette financière nette

L'endettement financier net est constitué :

- des emprunts et des dettes financières courants et non courants,
- de la juste valeur des dérivés qualifiés d'instruments de couverture d'un élément de l'endettement financier net,
- des intérêts courus afférents à ces éléments,
- diminués de la trésorerie nette et des appels de marge actifs sur dérivés qualifiés d'instruments de couverture d'un élément de l'endettement financier net.

Les appels de marge passifs (qui correspondent aux marges reçues de la part des contreparties) sont inclus dans les emprunts et les dettes financières courants.

La notion de dette financière nette utilisée par ELO est constituée de l'endettement financier net et de la juste valeur des dérivés qui ne sont pas qualifiés d'instruments de couverture d'un élément de l'endettement financier.

Elle intègre également les appels de marge portant sur ces dérivés non qualifiés d'instruments de couverture et les instruments de placements de liquidité à court terme ne répondant pas à la définition de « Trésorerie et équivalents de trésorerie ». Elle n'inclut pas les passifs liés aux options de vente octroyées aux minoritaires.

Bilan consolidé ELO au 30 juin 2023

ACTIF (En millions d'euros)	30/06/2023	31/12/2022	Var.
Goodwill	1 748	1 743	+5
Autres immobilisations incorporelles	124	155	-32
Immobilisations corporelles	5 242	5 181	+61
Droits d'utilisation	1 079	1 082	-3
Immeubles de placement	3 484	3 555	-72
Participations dans les sociétés mises en équivalence	589	625	-35
Autres actifs financiers non courants	356	327	+29
Dérivés actifs non courants	161	152	+9
Actifs d'impôts différés	324	319	+5
Autres actifs non courants	94	97	-2
ACTIF NON COURANT	13 201	13 236	-35
Stocks	2 813	2 709	+104
Créances clients	374	507	-133
Créances d'impôt exigible	51	71	-20
Créances et autres débiteurs	1 601	1 312	+289
Actifs financiers courants	412	603	-191
Dérivés actifs courants	63	87	-24
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 054	2 006	-952
Actifs détenus en vue de la vente	104	98	+7
ACTIF COURANT	6 473	7 393	-919
TOTAL ACTIF	19 674	20 628	-954

PASSIF (En millions d'euros)	30/06/2023	31/12/2022	Var.
Capital social	574	574	0
Primes liées au capital	1 914	1 914	0
Réserves et résultats – part du groupe	3 287	3 642	-355
CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE	5 775	6 130	-355
Intérêts ne donnant pas le contrôle	199	194	+5
TOTAL CAPITAUX PROPRES	5 974	6 324	-350
Provisions non courantes	183	166	+18
Emprunts et dettes financières non courants	4 080	4 332	-252
Dérivés passifs non courants	218	262	-44
Dettes de location non courantes	1 077	1 121	-44
Passifs d'impôts différés	56	167	-112
Autres dettes non courantes	157	157	0
PASSIF NON COURANT	5 772	6 206	-434
Provisions courantes	182	194	-13
Emprunts et dettes financières courants	1 289	698	+592
Dérivés passifs courants	36	21	+15
Dettes de locations courantes	319	302	+17
Dettes fournisseurs	4 377	5 033	-656
Dettes d'impôt exigible	69	46	+22
Autres dettes courantes	1 649	1 796	-147
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	8	8	0
PASSIF COURANT	7 928	8 098	-170
TOTAL PASSIF	19 674	20 628	-954

Compte de résultat ELO consolidé S1 2023

En millions d'euros	S1 2023	S1 2022	Var. à change courant	Var. à change constant
Produits des activités ordinaires	15 877	15 665	+1,3 %	+1,3 %
Coûts des ventes	-12 018	-12 001	+0,1 %	+0,1 %
Marge commerciale	3 859	3 664	+5,3 %	+5,3 %
<i>taux de marge commerciale</i>	24,3%	23,4%	+0,9 pt	+0,9 pt
Charges de personnel	-2 168	-2 017	+7,5 %	+7,4 %
Charges externes	-1 178	-1 058	+11,3 %	+11,2 %
Amortissements, provisions et dépréciations	-524	-482	+8,7 %	+8,8 %
Autres produits et charges d'exploitation	-10	51	n.a	n.a
Résultat d'exploitation courant	-20	158	n.a	n.a
<i>taux de marge opérationnelle courante</i>	-0,1 %	1,0%	-1,1 pt	-1,1 pt
Autres produits et charges opérationnels	-63	-237	-73,5 %	-74,1 %
Résultat d'exploitation	-83	-79	-5,3 %	-4,0 %
Coût de l'endettement financier net	-86	-47	+84,0 %	+85,5 %
Autres produits et charges financiers	-62	-76	-18,4 %	-17,8 %
Charges d'impôts	38	2	n.a	n.a
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	-21	6	n.a	n.a
Résultat net des activités poursuivies	-215	-194	-10,7 %	-11,1 %
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession	-1	4	n.a	n.a
Résultat net	-215	-189	-13,7 %	-14,0 %
Résultat net – Part du Groupe	-214	-191	-12,0 %	-12,3 %
Résultat net attribuable aux intérêts ne donnant pas le contrôle	-1	2	n.a	n.a
EBITDA	545	619	-12,0 %	-12,0 %
<i>taux de marge d'EBITDA</i>	3,4%	4,0%	-0,5 pt	-0,5 pt

Retrouvez l'information financière sur
www.groupe-elo.com

Contact presse

Antoine Pernod – Tel. +33 6 64 20 06 64 – apernod@auchan.com

Contact investisseurs

Guillaume Couturié - Tel. +33 7 63 77 20 25 – gcouturie@auchan.com