



Résultats semestriels 2022

DANS UN CONTEXTE INCERTAIN, UN SEMESTRE SATISFAISANT GRÂCE À LA COMPLÉMENTARITÉ DES MÉTIERS

ELO

- Un chiffre d'affaires en progression de 6,3 %
- Un résultat opérationnel courant en hausse de 24,0 %
- Une situation financière toujours très solide

AUCHAN RETAIL

- Une **croissance du chiffre d'affaires**, mais une **baisse assumée de l'EBITDA** à court terme pour soutenir le pouvoir d'achat des consommateurs
- **Auchan France** : un semestre charnière montrant de **premiers signaux positifs**
- Autres pays : une **reprise du développement** dans un contexte de **croissance** confirmée du chiffre d'affaires
- Un semestre qui donne toute sa force à la **mission de distributeur** : lutte contre l'inflation, maintien de la chaîne alimentaire pour la population civile ukrainienne, ...
- Un **enjeu Climat** désormais intégré dans les décisions et processus

NEW IMMO HOLDING

- Des **performances financières en hausse**, proches des niveaux pré-covid
- Une légère **progression de la juste valeur** des actifs sur le périmètre total
- Une stratégie de **régénération de sites** très prometteuse

Chiffres clés ELO (vs. 30 juin 2021)

- **Revenus : 15 665 M€ (+6,3 %)**
- **EBITDA : 619 M€ (-9,7 %)**
- **Résultat d'exploitation courant : 158 M€ (+24 %)**
- **Résultat net normalisé¹ : 51 M€ (+65 M€)**
- **Dettes financières nettes² : 3 271 M€ (+199 M€)**

¹ Résultat net retraité des Autres Produits et Charges Opérationnels (APCO) et de leur effet d'impôt ainsi que des éléments net d'impôts non liés au cours normal de l'activité et enregistrés en résultat opérationnel (ex. plus ou moins value sur cessions d'actifs) ou en résultat financier

² Hors Taïwan

DANS UN CONTEXTE D'INFLATION ET DE GUERRE EN UKRAINE, CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET EBITDA EN REcul ASSUMÉ

- **Un chiffre d'affaires en croissance de 6,2 % (+0,6 % à comparable³)**

Au 30 juin 2022, le produit des activités ordinaires d'Auchan Retail s'établit à 15 380 M€, en hausse de 6,2 % sur un an (+902 M€).

Par rapport au premier semestre 2021, cette hausse intègre particulièrement :

- une croissance des revenus à magasins comparables³ de 0,6 %.
- des ventes de carburant de 731 millions d'euros, en hausse de 51 % ;

L'impact change est très limité, la dépréciation du zloty, du leu et du forint étant compensée par l'appréciation du rouble.

Dans un contexte géopolitique et macroéconomique particulièrement bousculé, l'ensemble des pays d'Auchan Retail progresse, à l'exception de l'Ukraine et de la France. La France enregistre une baisse de ses revenus de 2,0 % à magasins comparables, avec toutefois une amélioration qui se constate trimestre après trimestre.

Hors France, la progression du chiffre d'affaires à comparable s'établit à 3,4 % sur le premier semestre.

Au total, les revenus d'Auchan Retail hors essence progressent de 2,0 % au 2^{ème} trimestre 2022 contre -0,1 % au 1^{er} trimestre 2022.

- **Une contraction assumée de l'EBITDA dans un contexte de lutte contre l'inflation et de relance d'Auchan France**

Au premier semestre 2022, l'EBITDA d'Auchan Retail s'établit à 440 M€, en recul de 21 %. Cette baisse est imputable en grande majorité à Auchan France dans son contexte de relance et d'accompagnement des consommateurs dans cette période de forte inflation. Hors France, l'EBITDA est en légère augmentation de 1,1 %.

La baisse de l'EBITDA d'Auchan Retail résulte de :

- la baisse du taux de marge de 1,1 point qui reflète la hausse des ventes de carburant, génératrice d'une faible marge, mais également les investissements importants en termes de compétitivité prix en France ;
- la hausse des autres charges d'exploitation dans un contexte de pressions inflationnistes sur les salaires et les coûts de l'énergie dans tous les pays. La situation en Ukraine, la hausse de la « taxe retail » en Hongrie et l'accroissement des investissements publicitaires en France contribuent également à cette hausse.

Le programme d'excellence opérationnelle Renaissance continue à produire ses effets dans l'entreprise avec un total de 941 M€ d'euros d'économies durables réalisées depuis le début du programme en 2019 (60 M€ sur le S1 2022).

³ hors vente de carburants et impact change, y compris impact calendaire

Rapporté au chiffre d'affaires, le **taux d'EBITDA d'Auchan Retail s'établit à 2,9 %**, soit une baisse de 1,0 point en un an.

PERFORMANCE PAR RÉGION

- **France : des résultats en recul dans un contexte de relance, avec de premiers signaux positifs**

Auchan France connaît une érosion de ses ventes depuis plusieurs années. A fin juin 2022, le chiffre d'affaires s'établit à 7 939 M€ et reste en recul de 2,0 % à comparable (+5,5 % au total grâce à la contribution des ventes de carburants). La prise en compte de la situation dégradée passée a conduit à une opération comptable de dépréciation du *goodwill* de la France à hauteur de 128 M€.

Depuis le début de l'année 2022, une **nouvelle gouvernance est en place chez Auchan France** et impulse une dynamique à tous les niveaux de l'entreprise. **Plusieurs chantiers prioritaires** ont été lancés au cours du premier semestre couvrant l'ensemble des domaines de l'activité (commerce, digital, data et fidélisation, ...). Dans le même temps, les investissements ont également augmenté de 30 % afin d'accélérer les initiatives au service de l'**expérience client** (déploiement des nouveaux parcours d'encaissements finalisés fin 2022 et optimisation des schémas logistiques notamment).

Cette mise en mouvement s'est réalisée dans un contexte inflationniste qui a donné l'occasion à Auchan France de réaffirmer sa **mission auprès des consommateurs**, celle de fournir une alimentation de qualité au plus juste prix. L'entreprise a ainsi investi de manière importante dans la **compétitivité prix** en répercutant de manière mesurée les hausses dans ses prix de vente. Auchan France a également multiplié les opérations commerciales et de fidélité, tout en augmentant ses investissements publicitaires.

Les actions entreprises ont eu un impact assumé sur la rentabilité du premier semestre (EBITDA en baisse de 74 %) mais ont fait apparaître des **premiers signaux positifs** :

- le nombre de passages en caisse est en croissance soutenue de 6 %. Le NPS est, quant à lui, en amélioration de 10 points en moyenne sur tous les parcours de course ;
- le chiffre d'affaires hors essence affiche une amélioration séquentielle depuis le 3^{ème} trimestre 2021 pour arriver proche de la stabilité (T3 2021 : -7,8 % ; T4 2021 : -4,9 % ; T1 2022: -2,7 % ; T2 2022 : -0,3 %) ;
- enfin, des **premiers partenariats à impacts positifs immédiats**, ont été concrétisés, avec :
 - le déploiement en un temps record (3 mois) d'une solution de digitalisation de la lutte contre le gaspillage alimentaire avec **Smartway**, dans 100 % des hypermarchés et supermarchés intégrés. Elle permet de systématiser la détection et l'application de remises tarifaires conséquentes sur les produits à date courte. Cette démarche apporte un triple bénéfice : elle est particulièrement appréciée par les clients dans le contexte inflationniste, elle contribue positivement à la lutte contre le gaspillage alimentaire et donc à la réduction de l'empreinte carbone, enfin elle a un impact positif sur la marge grâce à une baisse importante de la démarque ;
 - l'accélération sur le *quick commerce* avec **Deliveroo**, pour développer la livraison ultra-rapide aux clients depuis des points de contact dédiés (*welcome stores*) ou

des supermarchés et avec **Woop**, pour homogénéiser les services et le transport de la livraison à domicile ;

- la mise en place d'une solution de fidélisation avec **Naomi**, qui renforce le dispositif de fidélité existant et la restitution de pouvoir d'achat (*cashback*).

- **Europe de l'Ouest (hors France): des résultats très solides, accélération du développement**

La zone **Europe de l'Ouest** (hors France) enregistre une croissance de ses revenus à comparable⁴ de 2,6 %, à 2 940 M€ (+12,3 % en intégrant les ventes de carburants).

Les résultats de la zone sont principalement tirés par **l'Espagne**, 2^{ème} pays d'Auchan Retail, avec une progression de l'ensemble des indicateurs. Enseigne la moins chère d'Espagne depuis plusieurs années, Alcampo bénéficie de son positionnement prix dans le contexte inflationniste. Dans le même temps, Alcampo accélère sur son développement physique et digital. En août 2022, Alcampo a annoncé la reprise de **235 supermarchés** (soit une surface de 180 000 m²) auprès du groupe Dia. Cette opération est soumise aux autorisations des autorités compétentes et se concrétisera à partir de 2023. Elle s'ajoute au partenariat digital signé en 2021 avec Ocado pour accélérer la dynamique omnicanale d'Alcampo, avec l'ambition de devenir le *leader* phygital du commerce alimentaire espagnol.

Auchan poursuit également sa croissance au **Portugal** avec un chiffre d'affaires à comparable en progression.

- **Europe centrale et de l'Est : poursuite des bons résultats malgré la guerre en Ukraine**

Dans un contexte marqué par la guerre en Ukraine, la **zone Europe centrale et de l'Est** réalise des résultats solides.

Le chiffre d'affaires s'établit à 4 137 M€ en progression de 5,0 % à comparable, dans un contexte d'inflation très marqué. L'EBITDA se maintient (+3,1 %).

Les résultats de la zone ont été impactés par les mesures gouvernementales prises en **Hongrie** : prix plafonnés des produits de première nécessité et du carburant, augmentation de la taxe *retail* frappant les grands distributeurs. Les perspectives de développement restent importantes avec la signature, au premier semestre 2022, du protocole de cession de 47 % des activités à Indotek Group, cession qui devrait être finalisée dans les prochains mois.

La **Pologne** réalise des résultats solides dans un contexte de forte hausse des charges.

En **Roumanie**, le développement d'Auchan se poursuit avec la bascule de 206 magasins sous l'enseigne MyAuchan dans les stations-services Petrom et la mise en place d'un test avec La Poste roumaine pour l'approvisionnement de corners alimentaires et non alimentaires dans les bureaux de poste du pays.

En **Ukraine**, l'activité s'est poursuivie grâce à l'engagement exceptionnel des collaborateurs dans un environnement particulièrement dégradé. Le chiffre d'affaires affiche un retrait net sur le premier semestre- (jusqu'à -50 % dans les premiers mois du conflit). Néanmoins, 39 magasins sur 42 restent ouverts et la chaîne d'approvisionnement de la population ukrainienne a toujours été maintenue. 95 % des besoins des Ukrainiens sont aujourd'hui couverts. D'un point de vue

⁴ hors vente de carburants et impact change, y compris impact calendaire

comptable, la situation a conduit à la dépréciation du goodwill (33 M€), de stocks et d'actifs corporels (18 M€).

L'activité s'est poursuivie en **Russie**, qui opère en autonomie maximale, dans le respect strict des termes de l'embargo et des sanctions internationales. Après un effet de stockage des consommateurs constaté au premier trimestre 2022, l'activité connaît un ralentissement marqué avec la baisse de trafic en hypermarchés situés dans les galeries commerciales. Auchan Retail reste particulièrement prudent sur les impacts du conflit pour les mois à venir.

- **Autres pays : poursuite du développement en Afrique et cession confirmée des actifs à Taïwan**

L'Afrique est un axe de développement identifié par Auchan Retail : au **Sénégal**, depuis son lancement en 2015, l'enseigne est désormais le *leader* de la distribution alimentaire moderne avec ses 38 points de vente et son site marchand couplé à un drive et à un service de livraison à domicile. Auchan y a ouvert 2 nouveaux magasins de proximité au premier semestre 2022 et le chiffre d'affaires est en forte progression. Par ailleurs, la **Côte d'Ivoire** est devenu le 13^{ème} pays d'implantation d'Auchan. Auchan a ouvert 4 magasins en juin 2022 à Abidjan (un cinquième a ouvert début juillet) sur des surfaces adaptées à la vie de quartier (300 à 900 m²). Pensés pour répondre aux besoins de la population ivoirienne, ces magasins proposent une offre variée, essentiellement alimentaire composée de produits locaux et de produits de la marque Auchan. L'enseigne s'engage à proposer à ses clients, ses collaborateurs et ses partenaires une expérience unique autour de 3 piliers fondamentaux : offrir une alimentation saine à des prix imbattables, proposer une expérience unique à ses collaborateurs, s'engager socialement pour contribuer à l'économie de la Côte d'Ivoire, notamment auprès des producteurs agricoles locaux et de l'emploi.

Enfin, le *closing* de l'opération de cession de la participation de 64,83 % d'Auchan Retail dans RT-Mart, son activité de distribution à **Taïwan**, au groupe taïwanais PX-Mart, est prévu au second semestre 2022. Cette cession actera le retrait total d'Auchan Retail d'Asie.

UN SEMESTRE QUI DONNE TOUTE SA FORCE À LA MISSION DE DISTRIBUTEUR

- **Un accompagnement des clients dans un contexte d'inflation généralisée**

Au cours du premier semestre, tous les pays où opère Auchan ont connu une inflation très importante des matières premières, des coûts de production et de logistique, exacerbée par la guerre en Ukraine.

Conscient de sa responsabilité, Auchan a accompagné les consommateurs dans ce contexte inflationniste avec une répercussion mesurée de la hausse des prix auprès de ses clients, particulièrement en France, la mise en avant des produits Auchan, notamment sa marque premier prix et cœur de gamme, qui sont au centre de son projet d'entreprise, et l'accélération des offres fidélité et de sa dynamique promotionnelle.

Cette politique, en parfait accord avec la mission que l'entreprise se donne, a un **impact assumé sur sa rentabilité à court terme.**

- **Une mission accomplie auprès des populations en guerre**

Depuis le début de la guerre en Ukraine, le 24 février 2022, Auchan Retail a fait le choix de poursuivre sa mission au plus proche des habitants, celle de leur fournir une alimentation de qualité au plus juste prix, tout en veillant à la sécurité de ses employés, de ses clients et de ses installations. Les différents pays d'Auchan se sont mobilisés pour **apporter aux Ukrainiens une aide importante** (accueil des employés d'Auchan Ukraine, fourniture de logements et d'activités professionnelles, dons en nature ou en numéraire aux ONG...). Auchan Ukraine a fourni des denrées alimentaires pour les populations déplacées et des soutiens financiers pour ses collaborateurs éprouvés. Un Fonds de Solidarité International a été créé et doté par le Groupe pour soutenir les projets portés par Auchan Ukraine. Au cumul, **l'aide s'élève au 30 juin à plus de 5,5 millions d'euros, et plus de 2 300 tonnes de dons en nature**. En Ukraine, **39 magasins sur 42 ainsi que l'activité e-commerce/livraison à domicile restent ouverts à fin juin 2022**. Jamais plus de 3 magasins n'ont été fermés simultanément et l'activité e-commerce a continué de progresser (7 % du CA, + 2pt en 6 mois).

Une chaîne d'approvisionnement depuis la Pologne, la Roumanie et la Hongrie a été mise en place pour **maintenir l'offre en produits alimentaires** (frais et PGC). Les conditions d'activité particulièrement difficiles ont néanmoins un impact très important sur les performances économiques d'Auchan Ukraine, qui relance depuis quelques semaines l'animation commerciale et ses projets.

UN ENJEU CLIMAT DÉSORMAIS INTÉGRÉ DANS LES DÉCISIONS ET LES PROCESSUS

La lutte contre le dérèglement climatique est un axe majeur de la politique de responsabilité sociétale et environnementale d'Auchan Retail.

L'entreprise est engagée dans la réalisation de ses objectifs Climat à 2030 posés début 2022 et parmi les plus ambitieux des distributeurs mondiaux, dont les objectifs ont été soumis à la *Science Based Target initiative* :

- réduire de **-46 % d'ici à 2030** les émissions directes des magasins ("**scopes 1 et 2**") (vs. 2019) ;
- réduire les émissions liées aux produits et aux transports de **-25 % à 2030 ("**Scope 3**")** (vs. 2020).

L'ensemble des pays se mettent en ordre de marche pour atteindre cette ambition. 70 % des pays ont déjà finalisé leur feuille de route.

Pour assurer le bon alignement collectif, des indicateurs de performance climat ont été intégrés d'une part dans les rémunérations variables des dirigeants et managers en 2022 et d'autre part dans certains financements (sustainability linked loan signé en octobre 2021). Par ailleurs, l'impact sur le climat est désormais pris en compte dans les décisions d'investissements. Un plan de formation international Climat est également lancé depuis plusieurs semaines. A date, 33 % du Top 150 de l'entreprise a été formé à la « Fresque du Climat » (atelier pédagogique permettant la diffusion rapide d'une compréhension partagée du défi que représente le changement climatique) et 750 managers au « pitch Climat » (version simplifiée d'appropriation des grands enjeux). 4 modules *e-learning* climat spécifiques et dédiés aux enjeux et leviers propres aux métiers techniques, produits et logistiques seront également lancés en septembre 2022.

Au cours du premier semestre, pour contribuer aux **réductions des consommations d'énergies**, le déploiement de panneaux photovoltaïques a été signé sur 97 sites physiques afin d'y développer l'autoproduction d'électricité. Des premiers contrats de *power purchase agreements* ont été conclus au Portugal et en France en partenariat avec Voltalia. L'Espagne, le Portugal et la Pologne s'approvisionnent d'ores et déjà à 100 % en électricité d'origine renouvelable. Auchan est également partie prenante du plan de sobriété énergétique lancé en juillet 2022 en France et s'aligne sur trajectoire de réduction des consommations de 10 % d'ici à 2024.

Enfin, la **démarche d'éco-conception Ecoyoda** lancée en 2021 à la Direction Produits internationale connaît de nouvelles concrétisations avec la conception d'un cartable composé à 80 % de matières recyclées, commercialisé dans 6 pays. Au total, 75 % de la gamme Auchan rentrée scolaire 2022 intègre une dimension eco-responsable.

La lutte contre la pollution plastique se poursuit également : **62 % des emballages** des produits Auchan sont aujourd'hui en matière recyclée, recyclable ou compostable, sur un objectif de 100 % à 2025.

Yves Claude, président-directeur général d'Auchan Retail déclare, à l'occasion de la publication des résultats semestriels 2022 :

“Malgré un contexte économique et géopolitique incertain, les équipes d'Auchan Retail ont su, au cours de ce semestre, répondre aux besoins des habitants dans tous nos pays d'implantation. Qu'il s'agisse de lutte contre l'inflation pour laquelle nous avons su, de façon responsable, assumer une baisse de notre rentabilité ou de maintien de la chaîne alimentaire malgré les difficultés géopolitiques, notre mission de distributeur a été réaffirmée.

Nous avons également repris de façon volontariste notre dynamique de développement en Afrique, en Espagne ou en Europe centrale.

En parallèle, nous poursuivons, étape par étape, le déploiement de notre engagement pour le climat par un effort important de formation et de sensibilisation de nos équipes, d'accélération de l'éco-conception de nos produits ou la prise en compte de ces enjeux climat dans nos décisions stratégiques et processus.

Tout cela me laisse confiant sur la capacité des équipes d'Auchan Retail, à moyen terme, à redonner durablement du sens à leur action : celle d'aider les habitants à bien manger et vivre mieux tout en préservant la planète.”



UNE ACCÉLÉRATION DE LA DYNAMIQUE DE TRANSFORMATION

Afin d'accélérer la construction d'un pôle immobilier réinventé, Antoine Grolin, Président de New Immo Holding, a nommé deux directeurs généraux en juin 2022 pour l'opérateur Nhood Services et la foncière Ceetrus. Ces nominations confirment l'orientation commune des entreprises afin de consolider l'existant et préparer demain.

Etienne Dupuy, nommé Directeur Général de la foncière Ceetrus, au service de la valorisation des 7,2 Md€ d'actifs, 225 sites commerciaux et 1,8 millions de m² de galeries.

Marco Balducci, nommé Directeur Général de Nhood Services. Son ambition est d'accompagner la transformation du Retail et de l'immobilier au service de ses clients et de la régénération des quartiers de vie mixtes pour des « lieux en mieux ». Nhood Services, composée d'une équipe de 1 058 collaborateurs, gère 467 sites et près de 10 Md€ d'actifs au travers de ses mandats.

UNE REPRISE DE L'ACTIVITÉ DES CENTRES COMMERCIAUX, DANS UN CONTEXTE MACROÉCONOMIQUE PERTURBÉ

- **Une amélioration progressive des indicateurs d'activité**

Le premier semestre 2022 a été marqué par une conjoncture économique inflationniste et une remontée des taux d'intérêts. Néanmoins, les différents indicateurs montrent une amélioration progressive de l'activité. **La fréquentation des sites a augmenté de 14 %** par rapport au S1 2021, soit un retour à 87 % du trafic du premier semestre 2019. Les loyers affichent un taux de réversion positif à 1,4 %. Le taux de vacance des galeries à périmètre comparable s'inscrit en légère hausse (5,7 % au 30 juin 2022 contre 5,1 % au 30 juin 2021).

- **Des revenus bruts en progression : un retour progressif vers la situation pré-covid**

Les revenus bruts consolidés de New Immo Holding ont atteint 285,1 M€ au 30 juin 2022, représentant une progression de 8,3 % par rapport au 30 juin 2021. La progression des revenus et l'amélioration du recouvrement clients ont permis à l'EBITDA de connaître un très fort rebond sur le S1 2022 (+43,4 % à 183,8 M€, contre 128,2 M€ au S1 2021).

- **Un maintien de la valeur de marché des actifs au 30 juin 2022**

Au 30 juin 2022, la Juste Valeur des actifs consolidés a été valorisée à 7,2 Md€ et progresse de 0,4 % par rapport au 31 décembre 2021. A périmètre comparable et change constant, la Juste Valeur varie de -0,4 %.

- **Des investissements nets limités au 1^{er} semestre 2022**

Au premier semestre 2022, les investissements nets se sont établis à 60 M€. La dette nette est en baisse par rapport au 31 décembre 2021, et la LTV se situe à 38,2 %.

UNE POURSUITE DES PROJETS STRATÉGIQUES AU SECOND SEMESTRE 2022

New Immo Holding poursuit le déploiement d'initiatives pour accompagner la transformation du Retail :

- via des projets visant à **favoriser la dynamique des sites Auchan** tels que :
 - en France, le projet mixte urbain d'Auchan Counord à Bordeaux et les rénovations des sites de Roncq et Plaisir,
 - en Afrique avec des projets de développement immobilier et d'accompagnement de l'implantation d'Auchan Retail et des enseignes de l'AFM ;
- via des chantiers portant sur la vision du renouvellement de la ville et du commerce :
 - **en Italie**, avec, d'une part, la poursuite du projet mixte **Merlata Bloom Milano à Milan** d'une surface GLA de 70 000 m². Il sera inauguré au 2nd semestre 2023 et sa commercialisation est un véritable succès. Et, d'autre part, un projet résidentiel **Waterfront di Levante à Gênes** portant sur la réalisation de 240 logements,
 - **en France**, avec la transformation du quartier Quai 22 à Saint-André-Lez-Lille, qui sera inauguré en 2023 ;
- via le développement d'un service singulier pour le marché :
 - MUQI (partenariat Nhood/RQR), le 1^{er} référentiel immobilier de qualité urbaine, une offre innovante proposée à tous les clients propriétaires de la société de services afin de mesurer le triple impact positif des actifs et des projets.

Antoine Grolin, Président de New Immo Holding déclare, à l'occasion de la publication des résultats semestriels 2022 :

“La dualité Ceetrus & Nhood est en marche, au service d'un immobilier réinventé. Nhood en tant que société de services, propose à ses clients avec MUQI une solution inédite et exclusive pour valoriser leurs portefeuilles par la transformation de leurs actifs en lieux multi-usages. Quant à Ceetrus, la performance du propriétaire confirme au 1^{er} semestre une reprise, permettant d'avancer pour positionner l'entreprise en tant que foncière à impact positif.”



| Auchan | Nhood | Oney |

CHIFFRES CLÉS S1 2022

| <i>En millions d'euros</i> | S1 2022 | S1 2021 | Variation à changes courants | Variation à changes constants |
|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------------------|
| Produits des activités ordinaires | 15 665 | 14 741 | +6,3 % | +6,1 % |
| EBITDA | 619 | 686 | -9,7 % | -10,1 % |
| <i>Taux de marge d'EBITDA</i> | <i>4,0 %</i> | <i>4,7 %</i> | <i>-0,7 pt</i> | <i>-0,7 pt</i> |
| Résultat d'exploitation courant | 158 | 127 | +24,0 % | +21,7 % |
| Résultat net des activités poursuivies | -194 | -20 | -174 | Na |
| Résultat net normalisé⁵ | 51 | -14 | +65 | Na |

PROGRESSION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION COURANT : +24,0 %

Au 30 juin 2022, la situation financière d'ELO reste solide, ses résultats traduisant la bonne complémentarité de ses métiers.

ELO enregistre des **Produits des activités ordinaires** de 15 665 M€, en hausse de 6,3 % par rapport au premier semestre 2021 qui s'explique principalement par la hausse des ventes de carburants d'Auchan Retail et la croissance des revenus de New Immo Holding.

La marge commerciale progresse de 62 millions d'euros (+1,7 %) à 3 664 M€ ; le taux de marge se dégrade ainsi de 1 point (impact de la hausse des ventes de carburants et des investissements de compétitivité d'Auchan France).

La hausse de la marge commerciale permet d'absorber une partie de la hausse des charges de personnel (+2,3 %) et des charges externes (+13,2 %) dans un contexte de forte inflation. Au 30 juin 2022, l'**EBITDA** s'inscrit ainsi à 619 M€, en baisse de 67 M€ sur un an (-9,7 %). Par métier, l'EBITDA d'Auchan Retail s'établit à 440 M€ (-21,5 %), celui de New Immo Holding à 184 M€ (+43,8 %). Le taux d'EBITDA s'établit à 4,0 %, en baisse de 0,7 point.

Les amortissements, provisions et dépréciations sont en diminution de 101 M€ et les autres produits et charges d'exploitation progressent de 36 M€ (impact positif du change principalement).

⁵ Résultat net retraité des APCO et de leur effet d'impôt ainsi que des éléments net d'impôts non liés au cours normal de l'activité et enregistrés en résultat opérationnel (ex. plus ou moins value sur cessions d'actifs) ou en résultat financier

Ainsi, le **résultat d'exploitation courant** ressort en hausse de 24,0 % à 158 M€.

Le **résultat d'exploitation** s'élève à -79 M€ contre un gain de 130 M€ au 1^{er} semestre 2021. Au 30 juin 2022, il intègre -237 M€ d'**autres produits et charges opérationnels** qui comprennent les impacts comptables de la guerre en Ukraine pour -104 M€ (dépréciation goodwill Ukraine (33 M€), magasins et stocks (18M€), perte de valeur des immeubles de placements en Russie (48 M€) et en Ukraine (5 M€)) et de la dépréciation du goodwill d'Auchan France (-128 M€).

Le **coût de l'endettement financier net** s'établit à -47 M€, contre -89 M€ au premier semestre 2021, baisse liée au désendettement opéré depuis 2020. Les autres produits et charges financiers font ressortir une charge de 76 M€, en hausse de 21 M€ (impact de couvertures principalement).

La **charge d'impôt** est un produit de 2 M€, contre -15 M€ un an auparavant.

La **quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence** s'établit à 6 M€ (-2 M€, lié à la quote-part du résultat net d'Oney Bank, qui est impacté par la hausse du coût du risque).

Au total, le **résultat net des activités poursuivies** baisse de 174 M€ pour s'établir à -194 M€ ; quant au **résultat net**, il s'établit à -189 M€, en baisse de 167 M€, après prise en compte du résultat net des activités en cours de cession (activité d'Auchan Retail à Taïwan).

Le **résultat net normalisé⁶** s'établit à 51 M€, en hausse de 65 M€.

UNE DETTE FINANCIÈRE TENUE MALGRÉ LA HAUSSE DES INVESTISSEMENTS

Au 30 juin 2022, la **dette financière nette** de ELO s'établit à 3 271 M€ en hausse maîtrisée de 199 M€ par rapport au 30 juin 2021. L'important effet de saisonnalité lié à l'activité d'Auchan Retail explique la hausse de l'endettement par rapport au 31 décembre 2021, endettement qui s'établissait alors à 2 181 M€. Les ratios d'endettement sont solides avec un ratio Dette financière nette / Capitaux propres (part du Groupe) de 0,5 et un multiple Dette financière nette / EBITDA 12 mois glissants de x1,9.

Sur le premier semestre 2022, le cash-flow libre net⁷ est en légère diminution à -937 M€ (-49 M€ sur un an). Il tient compte d'une hausse du flux d'investissements (-127 M€), en lien avec le réinvestissement des métiers dans leur développement et d'une saisonnalité du BFR plus marquée. Par ailleurs, l'évolution de la situation financière tient compte d'un versement de dividende ordinaire au 1^{er} semestre 2022 de 200 M€ au titre de l'exercice 2021.

La **liquidité d'ELO est très bonne**. ELO bénéficie de 7,2 Md€ de financements dont 2,4 Md€ de lignes et découverts non-tirés. L'échéancier de remboursement des financements est bien étalé, avec une maturité moyenne de 2,65 ans. Dans ces conditions, ELO n'a pas à court terme de besoins de refinancement.

⁶ Résultat net retraité des APCO et de leur effet d'impôt ainsi que des éléments net d'impôts non liés au cours normal de l'activité et enregistrés en résultat opérationnel (ex. plus ou moins value sur cessions d'actifs) ou en résultat financier

⁷ Le cash flow libre net correspond à la capacité d'autofinancement + variation de BFR + investissements opérationnels nets des cessions opérationnelles + variation de dettes fournisseurs d'immobilisation + remboursements de dettes de loyer IFRS16.

PERSPECTIVES

Auchan Retail renforcera ses investissements, particulièrement en France, où la priorité est donnée à la reconquête commerciale et au soutien des clients dans le contexte inflationniste, afin d'amplifier des signaux positifs constatés au premier semestre.

New Immo Holding poursuivra sa stratégie au service d'un immobilier réinventé, renforçant ainsi l'attractivité de ses sites, par une gestion dynamique des actifs de sa foncière et par la création d'offres de services exclusives et singulières de sa société de gestion.

Dans un contexte incertain qui perdurera au second semestre, la solidité financière d'ELO est un atout qui lui permettra de supporter les investissements requis par le développement et la transformation de ses métiers.

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. Les données au 30 juin 2021 ont été retraitées en conséquence afin de rendre l'information comparable. Les données comparables ont été mises en conformité avec cette définition

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° 2013-R.03 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.

Résultat net normalisé

Résultat net retraité des APCO et de leur effet d'impôt ainsi que des éléments net d'impôts non liés au cours normal de l'activité et enregistrés en résultat opérationnel (ex. plus ou moins value sur cessions d'actifs) ou en résultat financier

Dettes financières nettes

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 2022

| ACTIF (En millions d'euros) | 30/06/2022 | 31/12/2021 | Var. |
|---|---------------|---------------|-------------|
| Goodwill | 1 752 | 1 927 | -175 |
| Autres immobilisations incorporelles | 135 | 165 | -30 |
| Immobilisations corporelles | 5 254 | 5 112 | 142 |
| Droits d'utilisation | 1 197 | 1 123 | 74 |
| Immeubles de placement | 3 366 | 3 524 | -159 |
| Participations dans les sociétés mises en équivalence | 660 | 663 | -3 |
| Autres actifs financiers non courants | 328 | 294 | +34 |
| Dérivés actifs non courants | 131 | 56 | 75 |
| Actifs d'impôts différés | 379 | 328 | 52 |
| Autres actifs non courants | 92 | 53 | 39 |
| ACTIF NON COURANT | 13 293 | 13 245 | 48 |
| Stocks | 2 863 | 2 362 | 501 |
| Créances clients | 447 | 437 | 9 |
| Créances d'impôt exigible | 124 | 140 | -15 |
| Créances et autres débiteurs | 1 499 | 1 446 | 52 |
| Actifs financiers courants | 590 | 680 | -90 |
| Dérivés actifs courants | 128 | 88 | 40 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 1 132 | 2 247 | -1 115 |
| Actifs détenus en vue de la vente | 642 | 546 | 96 |
| ACTIF COURANT | 7 425 | 7 946 | -521 |
| TOTAL ACTIF | 20 717 | 21 190 | -473 |

| PASSIF (En millions d'euros) | 30/06/2022 | 31/12/2021 | Var. |
|--|---------------|---------------|-------------|
| Capital social | 574 | 574 | 0 |
| Primes liées au capital | 1 914 | 1 914 | 0 |
| Réserves et résultats – part du groupe | 3 697 | 3 760 | -63 |
| CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE | 6 185 | 6 248 | -63 |
| Intérêts ne donnant pas le contrôle | 232 | 206 | 26 |
| TOTAL CAPITAUX PROPRES | 6 417 | 6 454 | -37 |
| Provisions non courantes | 148 | 174 | -26 |
| Emprunts et dettes financières non courants | 3 841 | 4 357 | -516 |
| Dérivés passifs non courants | 152 | 29 | 123 |
| Dettes de location non courantes | 1 229 | 1 187 | 42 |
| Passifs d'impôts différés | 160 | 162 | -2 |
| Autres dettes non courantes | 170 | 165 | 5 |
| PASSIF NON COURANT | 5 701 | 6 075 | -374 |
| Provisions courantes | 277 | 282 | -5 |
| Emprunts et dettes financières courants | 1 104 | 749 | 355 |
| Dérivés passifs courants | 41 | 17 | 24 |
| Dettes de locations courantes | 307 | 289 | 18 |
| Dettes fournisseurs | 4 654 | 4 904 | -250 |
| Dettes d'impôt exigible | 93 | 82 | 11 |
| Autres dettes courantes | 1 755 | 1 951 | -197 |
| Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente | 369 | 388 | -19 |
| PASSIF COURANT | 8 600 | 8 661 | -61 |
| TOTAL PASSIF | 20 717 | 21 190 | -473 |

Compte de résultat ELO consolidé S1 2022

| En millions d'euros | S1 2022 | S1 2021 | Var. à change courant | Var. à change constant |
|--|---------------|---------------|-----------------------|------------------------|
| Produits des activités ordinaires | 15 665 | 14 741 | +6,3 % | +6,1 % |
| Coûts des ventes | -12 001 | -11 139 | +7,7 % | +7,6 % |
| Marge commerciale | 3 664 | 3 602 | +1,7 % | +1,6 % |
| <i>taux de marge commerciale</i> | 23,4% | 24,4% | -1,0 pt | -1,3 pt |
| Charges de personnel | -2 017 | -1 973 | +2,3 % | +2,1 % |
| Charges externes | -1 058 | -935 | +13,2 % | +13,2 % |
| Amortissements, provisions et dépréciations | -482 | -582 | -17,2 % | -17,5 % |
| Autres produits et charges d'exploitation | 51 | 15 | Na. | Na. |
| Résultat d'exploitation courant | 158 | 127 | +24,0 % | +21,7 % |
| <i>taux de marge opérationnelle courante</i> | 1,0% | 0,9% | +0,1 pt | +0,1 pt |
| Autres produits et charges opérationnels | -237 | 3 | Na. | Na. |
| Résultat d'exploitation | -79 | 130 | Na. | Na. |
| Coût de l'endettement financier net | -47 | -89 | -47,3 % | -47,7 % |
| Autres produits et charges financiers | -76 | -55 | +37,9 % | +37,6 % |
| Charges d'impôts | 2 | -15 | Na. | Na. |
| Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence | 6 | 8 | -24,6 % | -24,4 % |
| Résultat net des activités poursuivies | -194 | -20 | Na. | Na. |
| Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession | 4 | -1 | Na. | Na. |
| Résultat net | -189 | -22 | Na. | Na. |
| Résultat net – Part du Groupe | -191 | -24 | Na. | Na. |
| Résultat net attribuable aux intérêts ne donnant pas le contrôle | 2 | 1 | Na. | Na. |
| Ebitda | 619 | 686 | -9,7 % | -10,1 % |
| <i>taux de marge d'Ebitda</i> | 4,0% | 4,7% | -0,7 pt | -0,7 pt |

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

Contact presse

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

Contact investisseurs

François-Xavier Gimonnet - Tel. +33 6 68 07 56 70 – fxgimonnet@auchain.com