



Résultats annuels 2023

DES RÉSULTATS CONSOLIDÉS EN BAISSÉ DANS UN ENVIRONNEMENT DÉGRADÉ L'ACCÉLÉRATION DU DÉPLOIEMENT DE LA VISION 2032 POUR AUCHAN RETAIL LA PERTINENCE DE LA STRATÉGIE IMMOBILIÈRE CONFORTÉE



- Un **chiffre d'affaires** stable à taux de change constants (+0,3%)
- Une **marge commerciale en croissance** de +3,6%¹ en valeur (+0,8 pt¹ en taux) grâce à la hausse des revenus hors essence des deux métiers du groupe (+2,9%¹)
- Un **EBITDA** en baisse (-7,3%¹), pénalisé par un environnement dégradé, marqué par la forte inflation et la guerre Russie/Ukraine
- Avec le soutien des actionnaires, une **situation financière** toujours solide, avec des ratios d'endettement **maîtrisés**

Auchan | RETAIL

- Des **résultats décevants** mais **très contrastés** :
 - o **des pays en difficulté** (France, et, du fait de la guerre, Ukraine et Russie)
 - o **des pays dans une bonne dynamique** commerciale et financière (Pologne, Espagne, Portugal, Hongrie, ...)
- La **confiance dans l'avenir** par l'accélération du déploiement de la Vision 2032 :
 - o **Consolidation** sur les marchés stratégiques (opérations en France, Espagne et Portugal)
 - o **Repositionnement** sur les prix
 - o Adaptation du **modèle organisationnel**
 - o Renforcement du **projet humain**
 - o Engagement renforcé pour l'**environnement**



- Un **chiffre d'affaires** et un **EBITDA** en **nette progression**
- Une **Juste Valeur** des actifs **qui résiste** dans un contexte chahuté
- Une stratégie de **mixité d'usages** porteuse de sens, en accompagnement du commerce

¹ À taux de change constants



CHIFFRES CLÉS 2023

<i>En millions d'euros</i>	2023	2022	Variation à change courant	Variation à change constants
Produits des activités ordinaires	32 902	33 485	-1,7 %	+0,3 %
Marge commerciale	8 082	7 963	+1,5 %	+3,6 %
<i>Taux de marge commerciale</i>	<i>24,6 %</i>	<i>23,8 %</i>	<i>+0,8 pt</i>	<i>+0,8 pt</i>
EBITDA	1 528	1 697	-10,0 %	-7,3 %
<i>Taux de marge d'EBITDA</i>	<i>4,6 %</i>	<i>5,1 %</i>	<i>-0,4 pt</i>	<i>-0,4 pt</i>
Résultat d'exploitation	-14	366	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>
Résultat net	-378	42	<i>n.a</i>	<i>n.a</i>

RÉSULTATS EN BAISSÉ DANS UN CONTEXTE DIFFICILE

En 2023, les **Produits des activités ordinaires d'ELO** s'établissent à 32 902 M€, stable à taux de change constants (+0,3 %) par rapport à l'exercice 2022 dans un environnement défavorable, marqué par la poursuite de la guerre Russie-Ukraine et la forte inflation. Hors carburants, les 2 métiers du Groupe sont en croissance (soit +2,9%² hors carburants pour ELO).

La **marge commerciale** progresse de +3,6 %² à 8 082 M€. Le taux de marge s'améliore ainsi de +0,8 point², grâce à la progression cumulée des revenus alimentaires et non alimentaires, plus contributifs en marge que les ventes de carburants, elles-mêmes en forte baisse.

La croissance de la marge commerciale permet d'absorber en partie l'augmentation des charges d'exploitation (+288 M€), dans un contexte de forte inflation.

Sur l'ensemble de l'année 2023, l'**EBITDA** atteint ainsi 1 528 M€, contre 1 697 M€ en 2022, soit une baisse de -7,3 %².

Par métier, l'EBITDA d'Auchan Retail s'établit à 1 140 M€ (-12,1 %²), et celui de New Immo Holding à 392 M€ (+9,5 %²).

Le taux d'EBITDA s'élève à 4,6 %, en baisse de -0,4 point.

Les amortissements, provisions et dépréciations sont en hausse de 112 M€, en lien avec l'effort d'investissement des deux dernières années.

Ainsi le **résultat d'exploitation** s'élève à -14 M€, contre 366 M€ en 2022. Il intègre -383 M€ d'**autres produits et charges opérationnels** qui comprennent essentiellement une charge de

² À taux de change constants

dépréciation sur le goodwill et les actifs d'Auchan France (-225 M€) et des impacts comptables de la guerre en Ukraine (dont les dépréciations des actifs en Russie pour -122 M€ en 2023).

Le **coût de l'endettement financier net** s'établit à -180 M€, contre -117 M€ en 2022. Cette hausse s'explique par la hausse des taux d'intérêt. Les autres produits et charges financiers font ressortir une charge de 133 M€, en baisse de 39 M€ (impact de couvertures principalement).

La **charge d'impôt** atteint +6 M€, contre -147 M€ un an auparavant, dans un contexte de baisse du résultat d'exploitation.

La **quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence** s'établit à -56 M€ et correspond principalement à la quote-part du résultat net d'Oney, qui est impacté par la hausse du coût du risque et des coûts de refinancement.

Au total, le **résultat net** s'établit à -378 M€, contre 42 M€ en 2022. Retraité des éléments non courants, le résultat normalisé reste positif à 44 M€ (vs. 293 M€ en 2022).

PROFIL FINANCIER TOUJOURS SOLIDE MALGRÉ LA HAUSSE DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE

Au 31 décembre 2023, la **dette financière nette** d'ELO s'établit à 2 917 M€, contre 2 579 M€ au 31 décembre 2022 (soit +338 M€). Cette augmentation reflète essentiellement la baisse de l'EBITDA et le maintien des investissements (qui intègrent le renforcement du réseau de distribution d'Auchan Retail en Espagne). En outre, les cessions immobilières progressent par rapport à 2022 mais ont été ralenties par la moindre liquidité du marché immobilier.

La hausse contenue de la dette financière nette résulte d'une amélioration du BFR, notamment liée à une gestion plus optimisée des stocks chez Auchan Retail. Cette évolution favorable, en valeur, s'inscrit pourtant dans un contexte de forte inflation du coût d'achat des stocks et prend en compte l'intégration des magasins Dia en Espagne.

Les ratios d'endettement restent solides, avec un multiple dette financière nette / EBITDA de x1,91.

La **liquidité d'ELO reste très bonne**. ELO bénéficie de 7,6 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 3,7 ans. Au total, 42% des financements du groupe intègrent des objectifs en matière de changement climatique.

À l'occasion de la prochaine Assemblée Générale d'ELO, il sera proposé de ne pas verser de dividendes en 2024 au titre de l'exercice 2023.

Cette décision, qui s'ajoute à celle de financer par augmentation de capital l'essentiel de l'acquisition des magasins Casino, illustre le soutien constant des actionnaires au Groupe ELO et à la transformation de ses métiers.

UN CONTEXTE DOUBLEMENT DÉGRADÉ...

En 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 s'est traduit par un net ralentissement de la fréquentation des magasins.

En Ukraine, l'activité a été 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 a également été affectée par une très forte inflation, qui a dégradé significativement son pouvoir d'achat.

En Russie, les consommateurs se sont montrés plus prudents dans leurs dépenses et leurs déplacements et le trafic des grands centres commerciaux en a été affecté.

Au total dans les deux pays en guerre, le chiffre d'affaires baisse de -4,2 %³ et l'EBITDA chute de -29 %³.

- la forte inflation

La forte inflation observée en 2023, notamment sur les produits alimentaires, a eu un double impact. D'abord sur le chiffre d'affaires, puisqu'elle a réduit significativement le pouvoir d'achat des consommateurs. Ceux-ci ont alors diminué leurs dépenses, entraînant un phénomène inédit de déconsommation. En France par exemple, les volumes de PGC FLS sont revenus à leurs niveaux de 2018. Le contexte inflationniste a en outre poussé les consommateurs à arbitrer leurs dépenses au détriment des produits non alimentaires, jugés non prioritaires. A l'échelle du Groupe, les volumes de produits non alimentaires ont chuté de -7% en 2023.

La forte inflation a ensuite pesé sur les charges d'exploitation de l'entreprise (énergie, frais de personnel, honoraires...), qui ressortent en hausse de +348 M€ en 2023 (hors Russie-Ukraine).

...QUI PÈSE SUR LES RÉSULTATS D'AUCHAN RETAIL

- Croissance du chiffre d'affaires à magasins comparables

Hors pays en guerre, le **chiffre d'affaires à magasins comparables progresse de +2,5%** en 2023, dont +1,3% en France et +4,4% dans les autres pays.

Malgré le contexte présenté ci-avant, l'ensemble des filiales Auchan est en croissance (hors pays en guerre). 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 (+1%), 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 (+5 points en un an). Enfin, la satisfaction des clients se traduit par une progression du NPS, qui gagne +4 points en un an.

³ À taux de change constants

Les ventes d'essence atteignent 3 529 M€, soit une forte baisse de -17,7%⁴ 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 est stable à taux de change constants (+0,1%), atteignant 32 258 M€.

- **Amélioration de la marge commerciale**

Sur l'ensemble de l'année 2023, la **marge commerciale** d'Auchan Retail atteint 7 533 M€, en hausse de +103 M€ (+3,6%⁴). Elle bénéficie de la croissance des revenus alimentaires et non alimentaires, alors que les ventes d'essence, en forte baisse, ont des marges faibles. Le taux de marge s'élève ainsi à 23,4%, en progression de +0,8 point en un an.

- **Recul de l'EBITDA en raison de la guerre et des performances moindres en France**

L'**EBITDA** total d'Auchan Retail s'établit à 1 140 M€, contre 1 336 M€ en 2022. Cette baisse résulte de la chute de l'activité dans les deux pays en guerre (-82 M€⁴ d'EBITDA en Russie et Ukraine), des effets du contexte inflationniste sur les coûts et la pression concurrentielle en France (-175 M€) et de l'impact négatif sur les taux de change (-31 M€ - rouble et hryvnia essentiellement). Dans les autres pays, l'EBITDA progresse de +92 M€⁴, reflétant la bonne dynamique commerciale et la maîtrise des coûts.

Rapporté au chiffre d'affaires, le **taux d'EBITDA** d'Auchan Retail s'établit à 3,5%, soit une baisse de -0,5 point en un an.

DES PERFORMANCES CONTRASTÉES SELON LES TERRITOIRES

Les performances 2023 sont contrastées suivant les pays et les zones géographiques. Ainsi La France, l'Ukraine et la Russie ont connu des résultats dégradés et en dessous des attentes. Pour l'Ukraine et la Russie, ces difficultés sont évidemment dues au contexte de guerre, à son impact sur les consommateurs et au dynamisme de développement des concurrents locaux.

Pour les autres pays (et notamment la Pologne, l'Espagne, le Portugal ou la Roumanie), les performances sont très satisfaisantes et conformes voire dépassent les objectifs démontrant la solidité des positions d'Auchan Retail dans ces pays.

- **France : résultats en nette baisse**

En 2023, les **revenus à magasins comparables** d'Auchan Retail **France** ressortent en croissance de +1,3%. La tendance est marquée par la hausse des revenus en alimentaire (+3,2%) sur tous les formats, dans un marché caractérisé par une intense guerre des prix. Les ventes en non alimentaires sont, elles, en repli de -8,5%.

Pénalisé par des ventes de carburant en forte baisse (-21,5%), le **chiffre d'affaires total** d'Auchan Retail France recule de -2,7% à 16 221 M€.

L'**EBITDA** est en nette baisse, liée à une exploitation difficile dans un contexte concurrentiel exacerbé, notamment au 2^{ème} semestre.

⁴ À taux de change constants

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

Les **revenus à magasins comparables** en **Europe de l'Ouest** (hors France) enregistrent une croissance de +4,7% par rapport à l'exercice 2022, tirée par les bonnes performances de chacun des 3 pays de la zone.

Enseigne la moins chère d'**Espagne** pour la 15^{ème} année consécutive, Alcampo bénéficie de son positionnement prix dans le contexte inflationniste pour accroître la fréquentation de ses magasins.

Auchan Retail poursuit également sa croissance au **Portugal**, avec un chiffre d'affaires à magasins comparables en progression et tiré par la forte hausse du trafic en magasins (+7%).

Au **Luxembourg**, où la fréquentation des magasins Auchan progresse fortement (+10%), 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 6 674 M€, en hausse de +5,8%. La croissance des revenus à comparable et l'intégration des 217 supermarchés Dia acquis au cours du 2^{ème} trimestre 2023 (voir ci-après) ont en partie contrebalancé la baisse marquée des ventes d'essence.

Grâce à cette bonne dynamique commerciale, l'**EBITDA** de la zone est en progression sur un an.

- **Europe centrale et de l'Est : croissance de l'activité hors pays en guerre**

Les **revenus à comparable** en **Europe centrale et de l'Est** enregistrent une baisse de -0,1% par rapport à 2022 en raison des impacts très significatifs de la guerre sur l'activité en Ukraine et en Russie. Hors pays en guerre, ils s'inscrivent en croissance de +3,9%.

Dans cette zone, les pays Auchan (**Pologne, Roumanie, Ukraine, Hongrie, Russie**) sont reconnus pour leur positionnement attractif sur les prix (notamment leader en Pologne) et la qualité de leur offre.

Au total, le chiffre d'affaires en Europe centrale et de l'Est atteint à 8 587 M€, en baisse de -6,6% (+7,0% hors pays en guerre).

L'**EBITDA** de la zone ressort en forte baisse, conséquence de la chute de l'activité en Ukraine et en Russie. Il est, en revanche, en croissance hors pays en guerre.

- **Afrique : poursuite de l'expansion**

En 2023, le chiffre d'affaires de la zone **Afrique** s'établit à 266 M€, en forte croissance de +22,1%.

Au **Sénégal**, Auchan Retail est la 1^{ère} enseigne de distribution alimentaire moderne et bénéficie de son statut de leader en prix. En **Côte d'Ivoire**, Auchan Retail poursuit son développement depuis le lancement en juin 2022, avec 16 magasins ouverts au total (dont 7 en 2023).

LA CONFIANCE DANS L'AVENIR PAR L'ACCÉLÉRATION DU DÉPLOIEMENT DE LA VISION 2032

- **Renforcement sur les marchés stratégiques**

Malgré le contexte défavorable, Auchan Retail a accéléré en 2023 sa politique de renforcement sur ses marchés stratégiques.

En Espagne, Alcampo a acquis **217 supermarchés** Dia au cours du 2^{ème} trimestre 2023. Grâce à l'excellente complémentarité avec les implantations déjà existantes sur le territoire espagnol,

cette opération permet d'accélérer le développement d'Alcampo dans le pays. L'enseigne est désormais implantée dans 16 des 17 communautés autonomes du pays et consolide son leadership en matière de surface de vente dans des zones comme La Rioja ou Burgos. Alcampo est même leader dans la communauté autonome d'Aragon.

Auchan Retail a, en outre, annoncé l'acquisition de **100% des activités du groupe Dia** au Portugal, contribuant ainsi à la consolidation du marché portugais et permettant l'extension de son réseau de magasins. Le périmètre de l'opération comprend les 489 magasins des enseignes *Minipreço* et *Mais Perto*, en propre ou en franchise et trois entrepôts.

La transaction est en cours d'examen par l'Autorité portugaise de la concurrence et devrait être finalisée au 2^{ème} trimestre 2024.

A l'issue de cette opération, Auchan Portugal deviendra un acteur clef du commerce de proximité portugais grâce à la présence des magasins *Minipreço* partout dans le pays. Il détiendra le premier réseau en nombre de magasins et renforcera son offre omnicanale (physique et digital). Enfin, il développera une activité significative en franchise.

Enfin, en France, Auchan Retail et Les Mousquetaires ont annoncé la signature d'un accord ferme avec Casino pour la reprise de 288 magasins en France. Dans le cadre de cette démarche conjointe, Auchan France intégrera **98 points de vente** (dont 70 supermarchés), principalement situés dans des régions en croissance économique et démographique (Sud, Rhône Alpes, Île-de-France). Parmi les 26 hypermarchés rachetés, seuls 5 sont de "grands" hypers de plus de 9 000 m². Ils seront intégrés à la réflexion en cours sur le redimensionnement des surfaces de vente.

Avec cette dernière opération de concentration possible, qui sera contributive dès la 3^{ème} année, Auchan France :

- accélèrera son développement sur le format supermarché (hausse de +20% du parc),
- renforcera ses zones de vie grâce à la complémentarité des magasins Casino,
- augmentera sa part de marché nationale, avec un objectif d'atteindre 10%.

L'opération est en cours d'examen par l'Autorité de la concurrence et devrait être finalisée en plusieurs étapes au cours des deuxième et troisième trimestres.

● **Repositionnement en France sur les prix**

Dans un contexte de forte inflation qui pèse sur le pouvoir d'achat des ménages, Auchan Retail a engagé des mesures fortes afin d'améliorer son attractivité sur les prix en France :

➤ avec effet immédiat

Auchan France a lancé à partir de décembre 2023 une campagne massive de baisses de prix, avec une approche ciblée par zone de vie. Selon les magasins, 1 000 à 24 000 produits ont vu leur prix diminuer, ce qui s'est traduit par une **amélioration de -1,2 point** de l'indice national des prix d'Auchan France (jusqu'à -4,7 points pour certains magasins).

Dans les autres pays, Auchan Retail bénéficie déjà d'un positionnement solide, qu'il s'est employé à consolider au cours de l'année 2023. L'enseigne est, notamment, **leader** en Espagne (pour la 15^{ème} année consécutive), en Pologne et au Sénégal.

➤ à court terme

Auchan Retail et Les Mousquetaires ont engagé les démarches conduisant à une **alliance de très long terme (10 ans) à l'achat** dont l'objectif est de capitaliser sur les forces et complémentarités des deux groupes et de permettre à chaque groupe d'améliorer ses coûts et prix de vente. Ce projet a pour objectif de créer la **première centrale d'achat française**.

Très vaste, le périmètre de cette alliance pourra comprendre la négociation à l'achat des produits alimentaires de grande consommation des grandes marques nationales, la négociation à l'achat des produits non alimentaires mais aussi des éléments touchant à l'achat non marchand, à l'énergie ou à la fabrication de produits à marque distributeur. Une extension de cette alliance pourrait être envisagée à d'autres thématiques comme le retail media, l'immobilier, etc...

- **Adaptation du modèle organisationnel**

En parallèle, Auchan Retail a poursuivi sa transformation et son redressement en accélérant les chantiers en cours :

- renforcement de la gouvernance

Les échéances et transformations que connaîtra Auchan Retail dans les années à venir (consolidation sur le marché français, mise en œuvre des éléments de l'alliance avec Intermarché, déploiement de la Vision 2032, ...) imposent de renforcer la direction générale du Groupe et d'accélérer le redressement d'Auchan France.

C'est la raison pour laquelle Yves Claude, Président-Directeur Général d'Auchan Retail, a demandé à Guillaume Darrasse de le rejoindre comme Directeur Général Délégué d'Auchan Retail et président d'Auchan Retail France.

Il aura pour missions premières de réfléchir à la simplification de l'organisation de certaines fonctions entre Auchan France et les services centraux du Groupe, à la dynamisation de l'activité commerciale et à l'évolution de l'offre proposée aux clients partout où le Groupe est implanté.

- redimensionnement de la surface des **hypermarchés** (format représentant 21% des points de vente)

Afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, un plan de réduction de surfaces des magasins (surfaces commerciales + réserves) a été lancé au cours du 2nd semestre 2023. Avec l'appui de la Foncière Ceetrus et de la société de services immobiliers Nhood sur les sites en commun, Auchan Retail travaille à redimensionner environ **1/3 de ses hypermarchés** dans tous ses pays européens d'implantation (hors Russie). Au total, ce plan conduira à une réduction moyenne de **-25%** des surfaces de vente.

- développement des **supermarchés** (34% des points de vente) et de la **proximité** (33% des points de vente)

Les formats supermarchés et proximité resteront au cœur de la stratégie d'Auchan Retail. Ils sont en effet complémentaires des hypermarchés « plateforme », qui peuvent les livrer en produits frais dans le cadre d'une organisation en zone de vie. Ils correspondent en outre aux attentes des consommateurs vivant en milieu urbain. Au total, le nombre de supermarchés et magasins de proximité a augmenté de **+290 points de vente** en 2023 (hors opérations Dia Portugal et Casino toujours en cours).

- poursuite des investissements dans le **digital**

En Espagne et en Pologne, le **partenariat avec Ocado** est en cours de déploiement suivant le planning prévu. Il doit permettre la mise en place du *picking in store* (déjà réalisé en Espagne), le développement d'une plateforme e-commerce (déjà réalisé en Espagne) et

l'utilisation d'un entrepôt robotisé (ouverture prévue pour l'Espagne à la fin du 1^{er} semestre 2024).

En France, les initiatives d'Auchan Retail en matière de data, fidélisation, expérience client, offre produits, ont permis à Auchan.fr d'entrer dans le **top 20 des sites d'e-commerce** les plus visités (3^{ème} distributeur alimentaire). En outre, Auchan Retail (Auchan Drive + Chronodrive) est le **2^{ème} acteur du drive** en France.

Au global, la part du digital dans le chiffre d'affaires (hors essence) atteint 7,3% en 2023, soit une progression de +0,4 point sur un an. Le chiffre d'affaires digital a en effet progressé de +8% en 2023.

- **Attention réaffirmée au projet humain**

La qualité et l'engagement de toute transformation se faisant avec la qualité et l'attention portée aux collaborateurs, le projet humain d'Auchan Retail voit son importance réaffirmée. Dans le cadre de sa Vision 2032, l'entreprise a pour ambition de devenir la marque préférée de ses collaborateurs, actuels et à venir. Les actions engagées depuis 2022 (lancement de la Vision) ont permis de renforcer leur adhésion aux projets de l'entreprise. Conséquence de cette attention au projet humain, Auchan Retail a reçu la certification **Top Employer 2024** en France (pour la 1^{ère} fois), Espagne (pour la 6^{ème} année consécutive), Portugal (pour la 2^{ème} année consécutive) et Roumanie (pour la 2^{ème} année consécutive).

Le **Baromètre d'Engagement et de Satisfaction** réalisé en 2023 dans le groupe fait ressortir un taux d'engagement moyen des collaborateurs de **80%**, soit une avance de +8 points par rapport à la moyenne du secteur de la distribution en Europe. Les collaborateurs d'Auchan Retail plébiscitent particulièrement la coopération, le cadre de travail, l'autonomie dans le travail et les pratiques de management de l'entreprise.

- **Renforcement de l'engagement pour l'environnement**

En 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 :

- **-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 ».

En 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**, Auchan Retail a déjà presque atteint son objectif, avec une baisse de **-44% des émissions** depuis 2019. Cette performance s'explique par le recours significatif aux énergies renouvelables pour les consommations d'électricité. Ainsi, 34% de l'électricité consommée est d'origine renouvelable, dont déjà 100% en Pologne, en Espagne, au Portugal et au Luxembourg.

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 et démarrer leur engagement 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.

Cette poursuite volontariste d'Auchan Retail en faveur de la lutte contre le réchauffement climatique et les progrès de sa mise en œuvre ont conduit le Carbon Disclosure Project à attribuer, pour la première fois, la note B à Auchan Retail pour le changement climatique et B- pour le plan

Forêts (dans le même temps, la notation du Groupe ELO passe de B à A- pour le changement climatique et à B- pour le plan Forêts).

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. A fin 2023, le **taux de gaspillage alimentaire atteint 1,40%**, en baisse vs. 2022 (1,43% en 2022).

Dans cette dynamique, l'enseigne a généralisé la mise en place de corners anti gaspi dans ses magasins et déploie progressivement les solutions basées sur l'intelligence artificielle dans l'ensemble des pays où elle opère. Ce dispositif innovant est déjà opérationnel en France, en Pologne, en Hongrie, en Russie, en Roumanie et au Luxembourg.

La lutte contre la pollution plastique est un des combats prioritaires d'Auchan Retail exprimé dans sa Vision 2032. Initialement signataire du pacte plastique européen, le groupe a rejoint, à la suite de son arrêt, le réseau de la **Ellen MacArthur Foundation** pour poursuivre son action et atteindre ses objectifs. En parallèle, Auchan Retail a adhéré à la Business Coalition for a Global Plastics Treaty. Celle-ci vient renforcer l'engagement de l'enseigne dans sa politique de lutte contre la pollution plastique. Ainsi, le groupe a déployé, à l'échelle internationale, des pratiques lui permettant de proposer à fin 2023 **74% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables** pour ses produits Auchan. Ces pratiques ont conduit à une baisse du volume annuel de plastique utilisé pour les produits alimentaires à marque Auchan et de la zone marché de -8% par rapport à 2021 (pour un objectif de -12% en 2025 vs. 2021).

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

« 2023 fut pour les équipes d'Auchan Retail une année paradoxale avec de réelles difficultés économiques en France, Russie et Ukraine mais de bons résultats dans les autres pays, démontrant que le travail engagé conduit à des succès. Forts de cette situation et de ces confirmations, nous avons décidé d'accélérer, avec conviction et volontarisme, le déploiement de notre Vision 2032.

Ainsi, nous avons poursuivi nos investissements en veillant au maintien de notre solidité financière (grâce au soutien de nos actionnaires, nous restons totalement désendettés), nous avons renforcé notre présence omnicanale sur 3 marchés stratégiques (Espagne, Portugal et France), nous avons mis en œuvre avec Les Mousquetaires une réflexion stratégique qui constitue un véritable tournant dans le secteur de la distribution en France, nous avons poursuivi notre travail de lutte contre le réchauffement climatique, travail salué par une notation encourageante de CDP, et nous prévoyons, enfin, de mettre en œuvre une adaptation du modèle organisationnel tout en maintenant notre projet humain...

En ce début d'année 2024, nos stratégies majeures, contenues dans notre Vision 2032, sont très claires. J'ai la certitude qu'elles préparent notre avenir pour permettre à toutes nos parties prenantes de vivre mieux. »

NEW IMMO HOLDING ACCOMPAGNE LA MUTATION DE SITES MONO USAGE VERS DES LIEUX MIXTES, AU BÉNÉFICE DES COMMERÇANTS, DES HABITANTS ET DES TERRITOIRES

Dans un environnement qui reste complexe sur cette année 2023, le pôle immobilier d'ELO poursuit son engagement dans la transformation « des lieux en mieux ». Il confirme également l'amélioration des indicateurs d'activité et la solidité de son patrimoine.

UNE AMÉLIORATION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ QUI SE CONFIRME

Si cette année 2023 reste délicate pour les acteurs de l'immobilier et du retail, l'amélioration des indicateurs d'activité de New Immo Holding se confirme. En effet, le taux de vacance baisse significativement pour arriver à 4,4% au 31 décembre 2023 vs. 6,3% à fin 2022. La fréquentation des sites continue de progresser avec une hausse de plus de +1% tandis que les loyers affichent un taux de réversion positif à 2,3% et que les loyers progressent quant à eux de +10% par rapport à l'an dernier. Cette progression est portée par l'expansion du périmètre et par l'indexation et la revalorisation des loyers.

LE SPECIALTY LEASING, UNE ACTIVITÉ QUI CONTINUE DE PROGRESSER

Le Specialty Leasing, qui consiste à proposer des espaces éphémères au sein des sites, voit son activité progresser de 17% en 2023 par rapport à 2022. Sous différents formats, d'un salon de l'auto, à un *pop-up store* qui s'installe dans une cellule vacante ou marquant un ancrage plus local avec par exemple des marchés de créateurs, cette activité semble prisée des visiteurs et répondre à leurs attentes.

DES RÉSULTATS ÉCONOMIQUES EN PROGRESSION ET DES INVESTISSEMENTS PILOTÉS

En 2023, les revenus bruts consolidés de New Immo Holding ont atteint 658 millions d'euros, représentant une progression de +11 % par rapport à 2022. Cette progression permet d'afficher un EBITDA à 392 M€, soit une progression de +6,6 % vs. 2022.

A noter, une baisse de la juste valeur des actifs moins importante que le marché à -1,5% vs. 2022 (like for like).

Ces indicateurs sont encourageants même si la vigilance par rapport à la conjoncture économique reste de mise, tout comme de prendre en compte la remontée des taux d'intérêts dans la stratégie d'investissement.

A noter, une dette nette en progression et un ratio LTV sous maîtrise à 39,6%.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DES AMBITIONS DE NEW IMMO HOLDING

Nhood et Ceetrus ont fixé pour leurs activités respectives 6 critères environnementaux et 6 critères sociétaux structurants. Ces critères seront applicables dès 2024 et seront suivis tout au long du plan stratégique 2024-2028.

Pour l'entité Nhood, les critères sont fichés en accord avec son activité de services immobilier avec un volet sociétal et un volet environnemental. Pour le premier nous trouverons par exemple des actions pour soutenir la diversité, l'inclusion et l'égalité des chances ou encore renforcer la professionnalisation des collaborateurs. Pour le second, cela concernera entre autres l'action sur la trajectoire de décarbonation de l'entreprise ou encore le développement de l'impact positif des clients à travers une offre de services ESG (gouvernance sociale et environnementale).

Pour l'entité Ceetrus, ces critères s'appuient sur sa volonté de devenir une foncière à impact et sont cadrés par les Objectifs de développement durable de l'ONU.

Dans ce cadre, sur le volet sociétal, cela se traduit par exemple, par le fait de faciliter l'accès aux services de santé sur les sites ou de promouvoir les activités sportives et de bien-être. Sur le volet environnemental, citons par exemple l'engagement sur une trajectoire Net Carbone en 2040 ou encore la promotion de la renaturation des sites et la préservation de la nature sur les fonciers.

PERSPECTIVES 2024 : AU TRAVERS DE CEETRUS ET DE NHOOD, NEW IMMO HOLDING ACCOMPAGNE SES PARTENAIRES ET LA TRANSFORMATION DES LIEUX

En 2024, l'entreprise accompagnera notamment le redimensionnement de la surface des hypermarchés et apportera les services immobiliers différenciants à un maximum de propriétaires immobiliers.

Et elle poursuivra la politique de rotation d'actifs pour accompagner la transformation des sites vers des lieux en mieux.

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

« Cette année 2023, les performances consolidées de Nhood et de Ceetrus ont vu progresser leurs résultats économiques qui démontrent la bonne résistance de la foncière et de la société de services, dans des contextes inflationniste et immobilier complexes.

Les équipes des deux entreprises poursuivent leur mobilisation en faveur de la mutation de sites mono usage vers des lieux mixtes à triple impact positif, au bénéfice direct des commerçants et des habitants des territoires. Nhood et Ceetrus traduisent respectivement leur vision par des actions complémentaires : pour Nhood en anticipant continuellement les défis des territoires et de leurs habitants pour des lieux, en mieux, et, pour Ceetrus, faire de ses actifs un levier de régénération des liens humains et de la nature. Nos défis sont grands, notre détermination et notre envie de faire ensemble en synergie avec les élus et nos partenaires est d'autant plus importante, c'est pourquoi nous continuons à appeler à une collaboration entre la puissance publique et les entreprises. »

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 31 décembre 2023

ACTIF (En millions d'euros)	31/12/2023	31/12/2022	Var.
Goodwill	1 553	1 743	-190
Autres immobilisations incorporelles	128	155	-27
Immobilisations corporelles	4 954	5 181	-227
Droits d'utilisation	1 235	1 082	+153
Immeubles de placement	3 454	3 555	-101
Participations dans les sociétés mises en équivalence	647	625	+22
Autres actifs financiers non courants	410	327	+83
Dérivés actifs non courants	140	152	-12
Actifs d'impôts différés	371	319	+52
Autres actifs non courants	104	97	+7
ACTIF NON COURANT	12 998	13 236	-238
Stocks	2 533	2 709	-176
Créances clients	433	507	-74
Créances d'impôt exigible	60	71	-11
Créances et autres débiteurs	1 369	1 312	+57
Actifs financiers courants	419	603	-184
Dérivés actifs courants	80	87	-7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 741	2 006	+735
Actifs détenus en vue de la vente	150	98	+52
ACTIF COURANT	7 786	7 393	+393
TOTAL ACTIF	20 784	20 628	+156

PASSIF (En millions d'euros)	31/12/2023	31/12/2022	Var.
Capital social	580	574	+6
Primes liées au capital	2 007	1 914	+93
Réserves et résultats – part du groupe	3 039	3 642	-603
CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE	5 626	6 130	-504
Intérêts ne donnant pas le contrôle	178	194	-16
TOTAL CAPITAUX PROPRES	5 804	6 324	-520
Provisions non courantes	198	166	+32
Emprunts et dettes financières non courants	4 927	4 332	+595
Dérivés passifs non courants	147	262	-115
Dettes de location non courantes	1 099	1 121	-22
Passifs d'impôts différés	47	167	-120
Autres dettes non courantes	164	157	7
PASSIF NON COURANT	6 583	6 206	+377
Provisions courantes	184	194	-10
Emprunts et dettes financières courants	1 070	698	+372
Dérivés passifs courants	15	21	-6
Dettes de locations courantes	324	302	+22
Dettes fournisseurs	4 979	5 033	-54
Dettes d'impôt exigible	58	46	+12
Autres dettes courantes	1 752	1 796	-44
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	14	8	+6
PASSIF COURANT	8 397	8 098	+299
TOTAL PASSIF	20 784	20 628	+156

Compte de résultat ELO consolidé 2023

En millions d'euros	2023	2022	Var. à change courant	Var. à change constant
Produits des activités ordinaires	32 902	33 485	-1,7 %	+0,3 %
Coûts des ventes	-24 821	-25 522	-2,7 %	-0,8 %
Marge commerciale	8 082	7 963	+1,5 %	+3,6 %
<i>taux de marge commerciale</i>	24,6%	23,8%	+0,8 pt	+0,8 pt
Charges de personnel	-4 325	-4 215	+2,6 %	+4,2 %
Charges externes	-2 248	-2 108	+6,6 %	+9,5 %
Amortissements, provisions et dépréciations	-1 128	-1 016	+11,0 %	+12,9 %
Autres produits et charges d'exploitation	-12	39	n.a	n.a
Résultat d'exploitation courant	369	664	-44,5 %	-45,2 %
<i>taux de marge opérationnelle courante</i>	1,1 %	2,0%	-0,9 pt	-0,9 pt
Autres produits et charges opérationnels	-383	-298	+28,3 %	+35,2 %
Résultat d'exploitation	-14	366	n.a	n.a
Coût de l'endettement financier net	-180	-117	+54,3 %	+57,3 %
Autres produits et charges financiers	-133	-172	-22,7 %	-40,3 %
Charges d'impôts	6	-147	n.a	n.a
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	-56	-6	n.a	n.a
Résultat net des activités poursuivies	-377	-74	n.a	n.a
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession	-1	117	n.a	n.a
Résultat net	-378	42	n.a	n.a
Résultat net – Part du Groupe	-379	33	n.a	n.a
Résultat net attribuable aux intérêts ne donnant pas le contrôle	1	9	n.a	n.a
EBITDA	1 528	1 697	-10,0 %	-7,3 %
<i>taux de marge d'EBITDA</i>	4,6%	5,1%	-0,4 pt	-0,4 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