

# Auchan Retail démontre sa capacité à poursuivre son dynamisme commercial...



Une **croissance soutenue** du **chiffre d'affaires** à comparable des magasins dans tous les pays (hors guerre)

+6 %



**Amélioration** de la **marge commerciale**

Masse  
+251 M€

Taux  
+1,3 pt

➤ **Pénétration de la carte de fidélité Auchan\***

42%

+6 pts

➤ **Nombre de tickets**

+2 %

➤ **Satisfaction clients\* (NPS)**

48

+3 pts



## Guerre Russie- Ukraine

### ► Net ralentissement de l'activité

- Prudence des clients dans leurs déplacements et leurs dépenses (Ukraine/Russie)
- Dégradation du pouvoir d'achat de la population en raison de la très forte inflation (Ukraine)
- Comparable défavorable (fort effet de stockage au S1 2022 en Russie)

### ► Difficultés accrues d'exploitation

- Fermeture des magasins pendant les alertes (Ukraine)
- Déplacement de la clientèle vers des zones de moindre implantation pour Auchan (Ouest de l'Ukraine)
- Baisse de fréquentation des grands centres commerciaux (Russie)

### ► Impacts en Ukraine/Russie



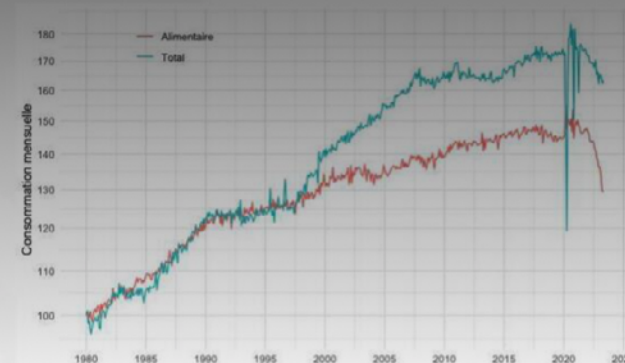


2

**Forte  
inflation****Impact sur le chiffre d'affaires**via la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs

- Baisse du nombre d'articles achetés
- Arbitrage au profit de l'alimentaire (vs. non alimentaire)
- Substitution de niveau de gamme

-9 %



(source : Insee)

**Impact sur les charges d'exploitation**

- Forte augmentation des coûts de l'énergie
- Augmentation significative des charges de personnel
- Hausse des autres charges externes

+53 M€

+146 M€

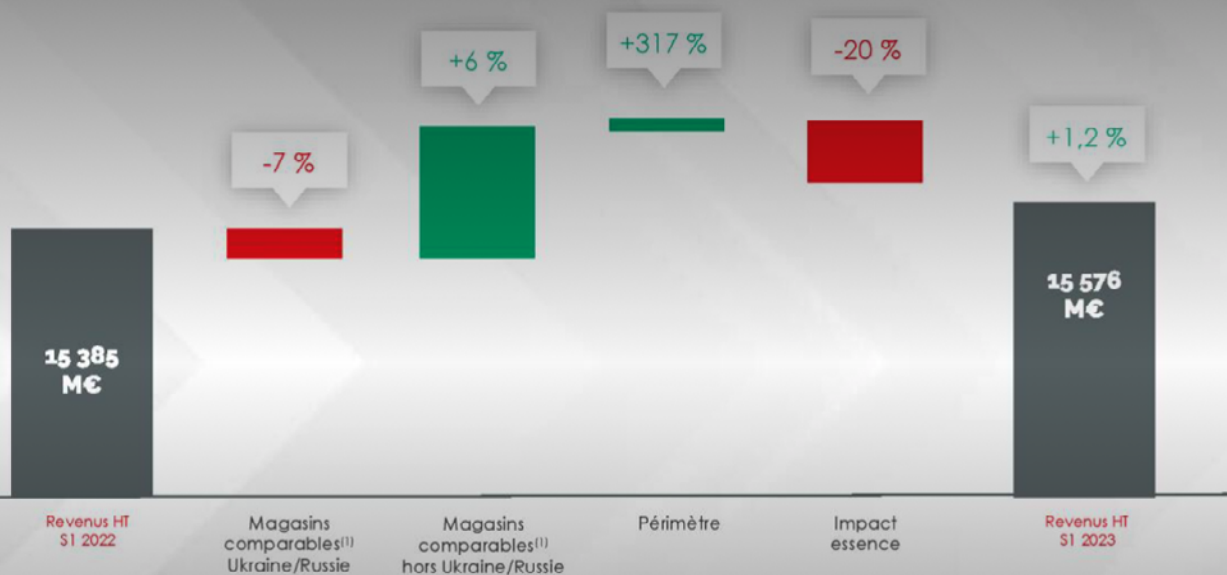
+89 M€

**Impact sur l'EBITDA**

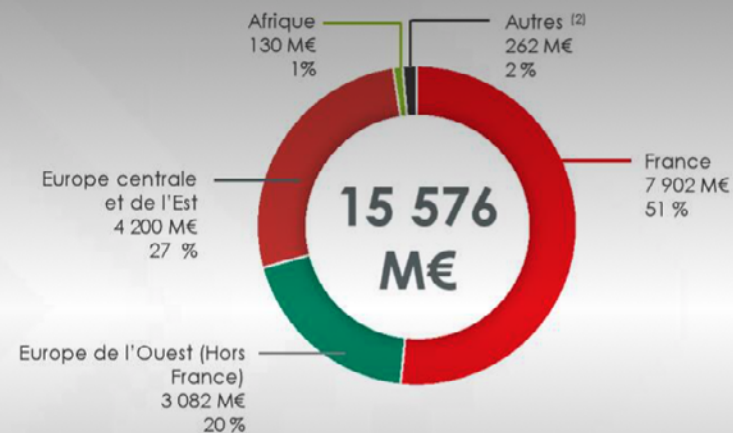
Soutien du pouvoir d'achat des clients par la non répercussion des hausses de coûts d'exploitation sur les prix de vente

Hors pays en guerre, des revenus **en nette progression de +6 %** à comparable

## ➤ Evolution des produits des activités ordinaires HT (en M€)



## ➤ Répartition des revenus (en M€)








- Chiffre d'affaires des magasins à comparable<sup>(1)</sup> en nette croissance de **+6%** hors Russie/Ukraine et tiré par tous les pays
- Forte baisse des revenus en Ukraine/Russie
- Forte baisse des ventes d'essence

➔ Au total, des revenus en progression de **+1,2%**



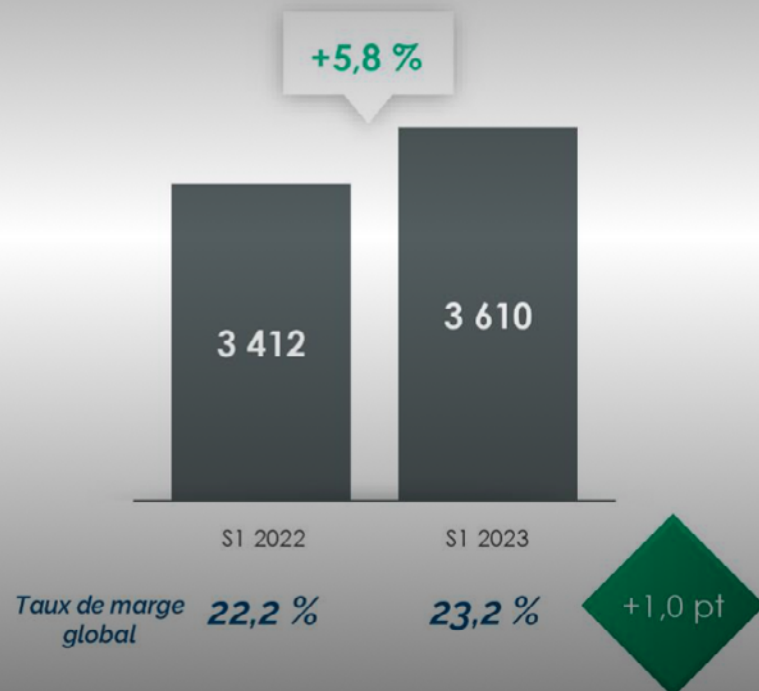
# Une augmentation de la fréquentation (hors pays en guerre), signe de l'attractivité de l'offre, notamment alimentaire

	 Nombre de tickets	 Nombre d'articles	 Prix de vente / article	 Evol. du CA TTC <sup>(1)</sup>
	+1 %	-6,5%	+12 %	+4,5 %
Autres pays (hors Ukraine et Russie)	+3 %	-7 %	+15,5 %	+7 %
Ukraine, Russie	-7 %	-14%	+19 %	-7 %
<b>Total 2023 vs. 2022</b>	-0,5 %	-9 %	+13 %	+4 %

Une hausse du prix de vente en partie contrebalancée par la baisse du nombre d'articles

# Une croissance de la marge commerciale

## Evolution de la marge commerciale (en M€)



## Hors pays en guerre

- Forte progression de la marge liée à la hausse des revenus
- Croissance du taux de marge (+1,3 pt) reflétant un repositionnement pérenne sur les prix grâce à l'effort important entrepris au S1 2022, notamment en France

+251 M€

## Ukraine et Russie

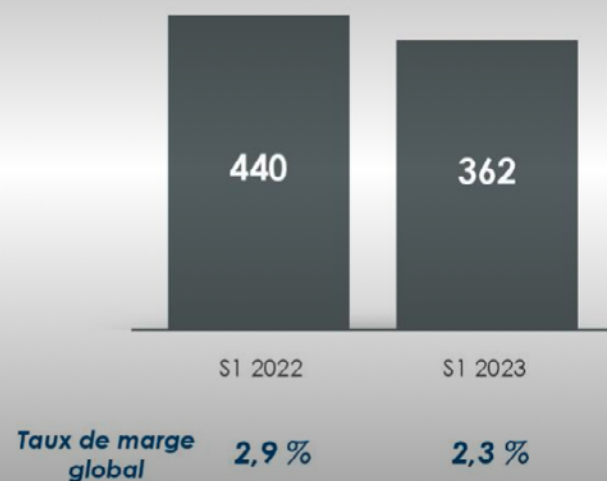
- Recul significatif de la marge

-53 M€



Recul de l'EBITDA en raison de la **guerre** et de la **forte inflation**

## ► Evolution de l'EBITDA (en M€)



## ► Hors pays en guerre

La croissance de la marge commerciale permet d'absorber en partie les fortes pressions inflationnistes sur les coûts

- Hausse très significative des charges d'exploitation (+284 M€) :
  - Frais de personnel (+152 M€)
  - Energie (+51 M€)
  - Autres charges externes (+81 M€)
- Décision forte du Groupe de ne pas répercuter la totalité de la hausse de ces charges sur les prix de vente (soutien au pouvoir d'achat des clients)

## ► Ukraine et Russie

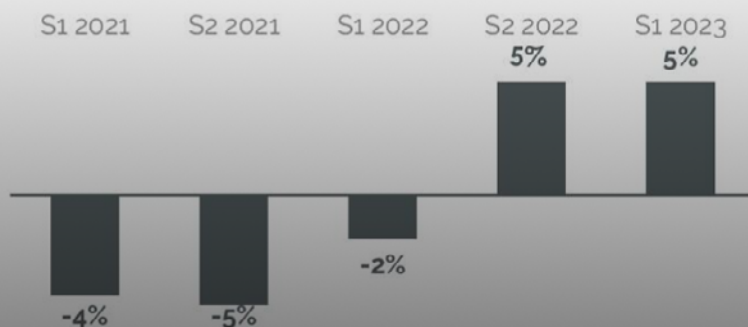
- Baisse très marquée de l'EBITDA en lien avec la chute de l'activité

# France : bonne dynamique commerciale dans l'alimentaire au prix d'un recul ponctuel de la rentabilité

	Var. CA total	Var. CA à comparable <sup>(1)</sup>	Var. EBITDA
France	stable	+5 %	

- Un chiffre d'affaires des magasins à comparable en nette croissance de +5 %
- Nouvelle dynamique commerciale grâce aux initiatives lancées en 2022 (commerce, numérique, data, fidélisation, expérience client, logistique) :
- **Repositionnement sur les prix** qui crédibilise l'offre d'Auchan, tirant ainsi la fréquentation (+1% sur un an)
- **Gains de clients** en 2022 confirmés en 2023
- Amélioration de la **satisfaction clients**, avec un NPS en hausse de +13 pts sur 1 an (à 53)
- Progression des ventes sur **tous les formats**, digital compris, entre +4% et +8%
- Dynamisme du **CA alimentaire** (+7%) et recul des ventes non alimentaires (-5%)
- Auchan.fr désormais dans le **top 20 des sites d'e-commerce les plus visités** (3<sup>ème</sup> distributeur alimentaire)
- Un EBITDA en baisse, affecté par une saisonnalité défavorable sur l'activité commerciale qui conduit à une surpondération des frais fixes au 1<sup>er</sup> semestre vs. le 2<sup>ème</sup> semestre.  
Cette baisse s'explique par :
  - l'augmentation significative des **charges de personnel**
  - la forte hausse des charges liées 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

## Évolution des revenus semestriels d'Auchan France vs. N-1 (à comparable)





## ► Croissance soutenue de l'activité des magasins et hausse de l'EBITDA

	Var. Revenus	Var. revenus à comparable <sup>(2)</sup>	Var. EBITDA
Total Zone	+5 %	+8 %	



### Espagne

- Leader en prix, atout majeur dans le contexte inflationniste
- Bonne performance à comparable (hors Dia) : hausse de la fréquentation et stabilité du nombre d'articles vendus
- Croissance de tous les formats, particulièrement l'hyper et la proximité



### Portugal

- Forte croissance du nombre de tickets (+9%)
- Satisfaction clients en hausse (NPS de 54, soit +3 points en 6 mois)
- Prix 2023 du retailer durable



### Luxembourg

- Nouveaux gains de part de marché
- Renforcement du leadership sur l'e-commerce alimentaire

# Europe centrale et de l'Est : croissance soutenue de l'activité hors pays en guerre

## Les pays Auchan sont reconnus pour le positionnement prix et la qualité des produits.

	Var. Revenus	Var. revenus à comparable <sup>1)</sup>	Var. EBITDA
Total Zone	+2 %	+1 %	
Total zone hors pays en guerre	+8%	+8%	



### Pologne et Roumanie

- Bon positionnement sur les prix dans un contexte de forte inflation (leader en Pologne)
- Hausse de la fréquentation des magasins
- Programme de fidélité MyClub Auchan très performant (Roumanie)
- Croissance soutenue des revenus



### Hongrie

Nette hausse du chiffre d'affaires, tirée par :

- l'inflation sur les prix de vente
- l'arrêt de certaines mesures nationales de protection des consommateurs (prix plafonnés sur le carburant et les produits de première nécessité)



### Ukraine

- Engagement exceptionnel des collaborateurs pour la continuité d'activité
- Revenus toujours impactés par les difficultés d'exploitation en temps de guerre



### Russie

- Effet de base défavorable (fort effet stockage des clients lors du S1 2022)
- Moindre fréquentation des galeries commerciales
- Forte baisse du chiffre d'affaires



## Ukraine

- Activité toujours très perturbée mais maintenue : seuls 2 sites sont fermés (à Kharkiv) sur 42

- Réouverture du magasin d'Odessa (avril 2023)



- Renforcement de la stratégie phygital : nouveaux services avec la livraison express en 60 minutes + développement de l'application mobile
- Mise en place d'un dispositif de soutien psychologique des collaborateurs (70% des collaborateurs déjà concernés)

**Soutien financier  
d'Auchan Retail à sa  
filiale ukrainienne****50 M€**depuis le début de la  
guerre

- Prêts
- Recapitalisations
- Abandons de créances
- Fonds de solidarité



## Russie

- Poursuite de l'activité en autonomie maximale, dans le respect strict de l'embargo de l'UE
- Arrêt total des investissements d'Auchan Retail dans sa filiale depuis février 2022



	Var. Revenus	Var. revenus à comparable <sup>(1)</sup>	Var. EBITDA
Total Zone	+34 %	+14 %	n.s



## Sénégal

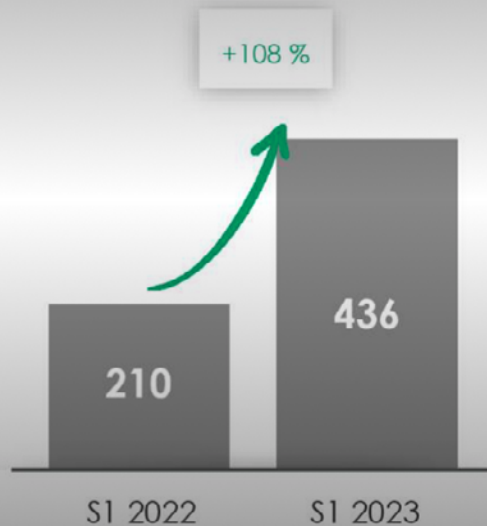
- Auchan, leader au Sénégal avec 39 magasins à date :
  - 1 hyper
  - 20 supers
  - 17 magasins d'ultra-proximité
  - e-commerce (1 drive et livraison à domicile)
- Un positionnement de leader en prix qui permet de recruter et fidéliser la clientèle (+9 % de trafic<sup>(2)</sup>) dans un contexte économique fragile
- Impact significatif des troubles sociaux récents (4 magasins encore fermés à fin juin, jusqu'à 9 lors des troubles)



## Côte d'Ivoire

- En un an, ouverture de :
  - 15 magasins de proximité (de 300 à 900 m<sup>2</sup>)
  - un service de livraison à domicile (B2C et B2B) via le e-commerce
- Défense de la souveraineté alimentaire ivoirienne :
  - 200 producteurs locaux accompagnés
  - 100% des légumes et de la viande vendus en magasin sont issus de la production nationale
- Contribution à l'emploi local :
  - 585 collaborateurs en un an
  - Création de la 1<sup>ère</sup> licence pro de management de la grande distribution avec l'Institut National Polytechnique Houphouët Boigny (INP-HB)

## ► Evolution des Capex (en M€)



## ► Croissance externe

- Acquisition de 217 magasins Dia en Espagne
- Implantation en Algérie

## ► Croissance organique

- Ouverture de nouveaux magasins
- Remodelings/Rebrandings
- Digital
- Nouveaux concepts

CULTIVONS LE BON



**+ 243 magasins**

sur 1 an

## ➤ Acquisitions en Espagne



## Espagne

- 217 supermarchés



- **Intégration** des magasins achevée début juillet
- Alcampo désormais **présent dans toutes les communautés autonomes** (et leader en Aragon)
- Surface de vente supplémentaire de **170 000 m²**



## ➤ Nouvelle implantation



## Algérie

- **Partenariat global avec Great Way**, acteur majeur de la distribution en Algérie
- Ouverture à Alger d'un **hypermarché à enseigne Auchan** d'une surface de 5 000 m²
- Développement ultérieur à travers le pays d'ores et déjà envisagé
- => Algérie, **14<sup>ème</sup> pays** d'implantation d'Auchan dans le monde





# Accélération du développement organique

## ➤ Digital



### Espagne

Mise en œuvre, dans les délais prévus, du partenariat avec Ocado pour accélérer sur le digital

- 1/ Picking in store
- 2/ Plateforme e-commerce
- 3/ Entrepôt robotisé pour desservir Madrid => juin 2024

## ➤ Nouveaux concepts



### France et Pologne



2 magasins intelligents Auchan Go, avec un dispositif sans contact (caméras à reconnaissance de mouvements, absence de caisse, paiement automatique, ticket digitalisé...)



### Sénégal

- Ouverture d'un 1<sup>er</sup> magasin textile In Extenso
- Création d'Auchan Colis pour le BtoB



### Portugal

Lancement d'un nouveau concept Santé/Bien-être au sein des magasins de proximité MyAuchan

## ➤ Ouvertures



### France



### Pologne



### Portugal

## 23 magasins

Hypermarchés, supermarchés, proximité, stations-services



### Côte d'Ivoire



### Sénégal

## ➤ Remodeling

50 magasins concernés dont :

- 10 magasins en France

## ➤ Rebranding



### Roumanie

80 MyAuchan dans les stations-service Petrom

# Validation des objectifs climat par l'initiative Science-Based Targets



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

- Partenariat porté 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)
- Expertise reconnue au niveau international

Auchan Retail rejoint le cercle des grandes entreprises agroalimentaires mondiales certifiées

Trajectoire validée SBTi

Objectifs 2030

## Scopes 1 et 2



Les émissions de gaz à effet de serre liées au fonctionnement du magasin

1

Équipement de réfrigération

2

Consommation d'énergie

Limitation du réchauffement

**1,5°**  
**2019-2030**

**-46%** d'émissions de GES  
**100%** d'électricité renouvelable

## Scope 3



Les émissions de gaz à effet de serre en amont et en aval du magasin

3

Transport de marchandises

4

Cycle de vie des produits\*

Limitation du réchauffement

**Well Below 2°**  
**2020-2030**

**-25%** d'émissions de GES



**Consommations énergétiques  
des magasins**  
(scopes 1 et 2)

**-9%**

vs. S1 2022

Tendance en ligne avec l'objectif de  
baisse annuelle du plan Climat

## Initiatives 1<sup>er</sup> semestre 2023

- **Feuilles de route Climat** (scopes 1, 2 et 3) pour tous les pays de l'UE + Sénégal prévu pour S2 2023
- **Lancement du programme *Supplier engagement*** auprès des fournisseurs représentant 30% des émissions scope 3 et auprès des équipes produits. En France : engagement des filières responsables sur l'empreinte carbone à la ferme (Farmterix)



**Partners for decarbonation 2030**

- **Développement d'un outil de carbon tracking scopes 1,2 et 3** : mise en service prévue en 2025





## Solidité du modèle commercial d'Auchan Retail

- ▶ Poursuite d'une croissance soutenue du chiffre d'affaires dans tous les pays (hors guerre)
- ▶ Amélioration de la marge commerciale

.....



## Accélération des investissements

- ▶ Acquisition de 217 magasins Dia en Espagne
- ▶ Remodelings, ouvertures de magasins, nouveaux concepts...

.....



## Contexte doublement dégradé qui pèse sur l'EBITDA

- ▶ Guerre Russie-Ukraine
- ▶ Forte inflation dans l'ensemble des pays où Auchan est présent

## Conclusion

Des **résultats qui résistent** dans un environnement doublement dégradé





## Solidité du modèle commercial d'Auchan Retail

- ▶ Poursuite d'une croissance soutenue du chiffre d'affaires dans tous les pays (hors guerre)
- ▶ Amélioration de la marge commerciale

.....



## Accélération des investissements

- ▶ Acquisition de 217 magasins Dia en Espagne
- ▶ Remodelings, ouvertures de magasins, nouveaux concepts...

.....



## Contexte doublement dégradé qui pèse sur l'EBITDA

- ▶ Guerre Russie-Ukraine
- ▶ Forte inflation dans l'ensemble des pays où Auchan est présent

## Conclusion

Des **résultats qui résistent** dans un environnement doublement dégradé







## Maintien du développement avec sélectivité

- ▶ Consolidation des marchés d'implantation
  - ▶ Franchise
  - ▶ Contrats d'approvisionnement



## Poursuite de la transformation et du redressement

- ▶ Accélération IT et data
- ▶ Plan de réduction des m<sup>2</sup> commerciaux (avec notamment Ceetrus)
- ▶ Passer de l'offre à la sélection : baisse du nombre de références



## Renforcement de la lutte pour le climat

- ▶ Déploiement du plan climat
- ▶ Décarbonation de l'offre
- ▶ Systématisation des critères RSE dans tout nouveau financement

## Perspectives

