

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)

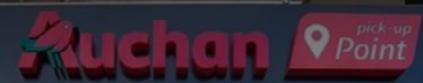
48

+3 pts

1

Guerre Russie- Ukraine

... malgré un contexte **doublement dégradé**



► 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)

► Impacts en Ukraine/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)



2

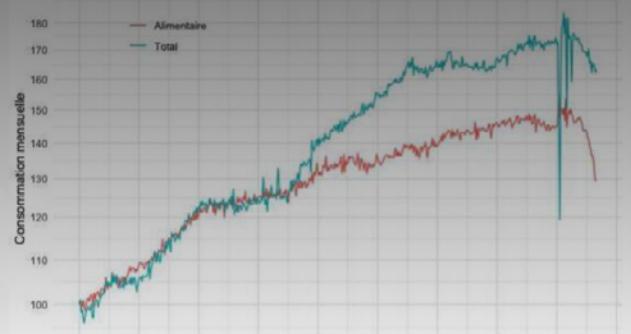
Forte inflation

Impact sur le chiffre d'affaires

via la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs

- Baisse du nombre d'articles achetés **-9 %**
- Arbitrage au profit de l'alimentaire (vs. non alimentaire)
- Substitution de niveau de gamme

En France, par exemple, forte baisse de la consommation, qui retrouve ses niveaux d'avant les années 2000



Impact sur les charges d'exploitation

- Forte augmentation des coûts de l'énergie **+53 M€**
- Augmentation significative des charges de personnel **+146 M€**
- Hausse des autres charges externes **+89 M€**

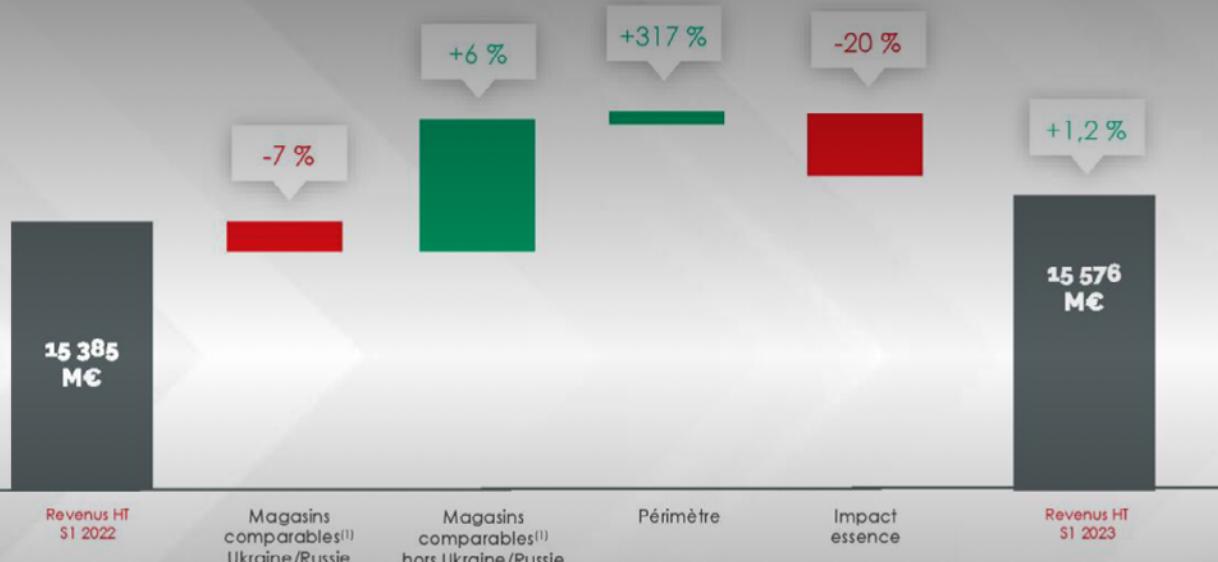
Impact sur l'EBITDA

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

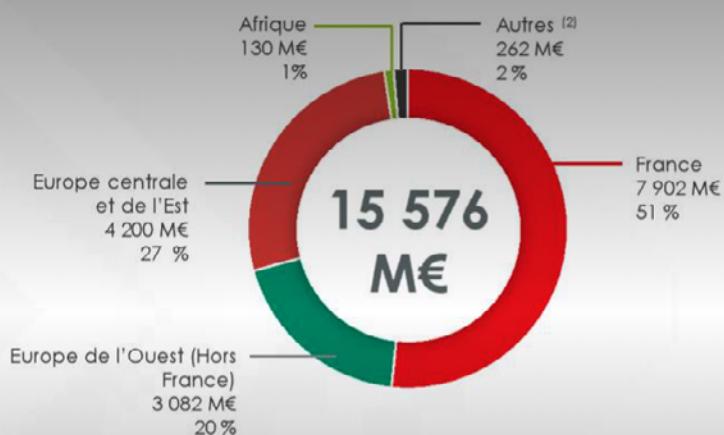


Hors pays en guerre, des revenus **en nette progression de +6 %** à comparable

► Evolution des produits des activités ordinaires HT (en M€)



► Répartition des revenus (en M€)



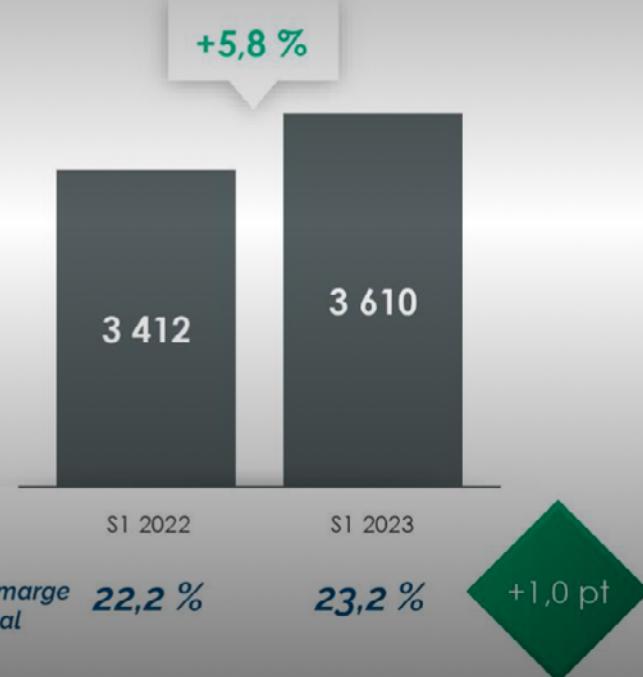
- Chiffre d'affaires des magasins à comparable⁽¹⁾ en nette croissance de **+6%** hors Russie/Ukraine et tiré par tous les pays
- Forte baisse des revenus en Ukraine/Russie
- Forte baisse des ventes d'essence

→ 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 ⁽¹⁾
				
Autres pays (hors Ukraine et Russie)	+1 % +3 %	-6,5% -7 %	+12 % +15,5 %	+4,5 % +7 %
Ukraine, Russie	-7 %	-14%	+19 %	-7 %
Total 2023 vs. 2022	-0,5 %	-9 %	+13 %	+4 %
Une hausse du prix de vente en partie contrebalancée par la baisse du nombre d'articles				

► 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€

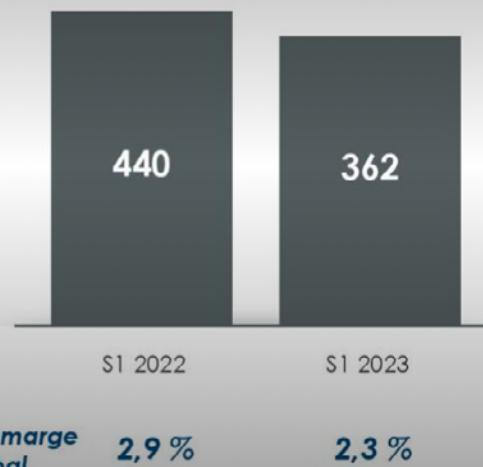
► Ukraine et Russie

- 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)

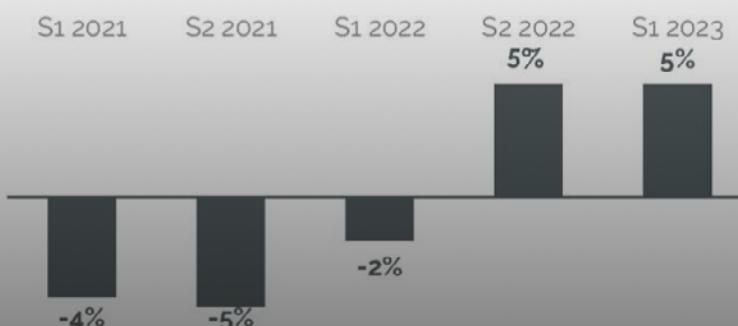
► Ukraine et Russie

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

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

	Var. CA total	Var. CA à comparable ⁽¹⁾	Var. EBITDA
France	stable	+5 %	↓

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



- 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^{ème} 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^{er} semestre vs. le 2^{ème} 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

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

	Var. Revenus	Var. revenus à comparable ⁽²⁾	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

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

	Var. Revenus	Var. revenus à comparable ⁽¹⁾	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)



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

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

	Var. Revenus	Var. revenus à comparable ⁽¹⁾	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⁽²⁾) 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 m²)
 - 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
 - Crédit de la 1^{ère} licence pro de management de la grande distribution avec l'Institut National Polytechnique Houphouet Boigny (INP-HB)

► Evolution des Capex (en M€)



► Croissance externe

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

CULTIVONS LE BON



+ 243 magasins

sur 1 an

► Croissance organique

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

➤ 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^{ème} pays** d'implantation d'Auchan dans le monde



► 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^{er} 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



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^{er} 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)



- **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

Conclusion

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

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





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



Conclusion

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



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

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 m² 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



Auchan RETAIL