



Résultats semestriels 2021

Malgré l'impact des nombreuses restrictions sanitaires, ELO affiche une nouvelle progression de sa rentabilité

AUCHAN RETAIL : poursuite de l'amélioration de la rentabilité malgré l'impact des mesures sanitaires et retournement économique de la Russie

- Nouvelle progression du taux d'Ebitda à 4,0 % (+1,3 point en 2 ans)
- Progression de 25 % de l'Ebitda en France dans un contexte de recul du chiffre d'affaires
- Premiers résultats tangibles du retournement en Russie, avec une progression marquée du chiffre d'affaires et de la rentabilité

NEW IMMO HOLDING : un rebond différencié par pays dans un contexte toujours incertain

- Reprise de l'Ebitda en hausse de +44,2 % vs. S1 2020
- Juste valeur des immeubles de placement quasi stable à 7,5 Md€ (+1,3 %)

ELO : l'amélioration des résultats se confirme

- Progression de l'Ebitda de 10 % et du résultat opérationnel courant de 57 %
- Une situation financière toujours solide avec un endettement uniquement porté par l'activité immobilière
- Confirmation du programme de cessions d'actifs non stratégiques et versement d'un dividende exceptionnel

Rappel : ELO est la nouvelle dénomination sociale d'Auchan Holding depuis le 11 mars 2021. ELO détient 100 % d'Auchan Retail, 100 % de New Immo Holding (Ceetrus et Nhood) et 49,9 % de Oney Bank.

Des impacts de la Covid-19 toujours importants au S1 2021

Le premier semestre 2021 a été à nouveau marqué par des restrictions sanitaires très importantes qui ont pesé sur les opérations dans plusieurs pays et ralenti les actions commerciales et de redressement en cours notamment en France.

Du fait de sa structure de magasins (forte exposition au format hypermarché) et de la localisation au sein des pays, les impacts les plus lourds ont été recensés en France (couvre-feu puis confinement général jusqu'au 19 mai 2021, avec fermetures des principales galeries commerciales et des rayons non-essentiels dans un contexte où 60 % du CA est réalisé par des hypermarchés situés dans des centres commerciaux de plus de 20 000 m²), en Espagne (état d'alerte jusqu'au 9 mai) et Portugal (fermetures des galeries commerciales de fin janvier à mi-avril, jauge en magasin et fermeture des rayons non-essentiels). La Russie, la Pologne, la Hongrie ont subi des impacts importants, tandis que les impacts en Roumanie, Ukraine, Taïwan et Sénégal ont été plus modérés.

Dans ce contexte, une rentabilité en progression malgré une baisse du chiffre d'affaires

- **Un chiffre d'affaires en baisse de 2,0 % (à comparable¹)**

Au premier semestre 2021, le produit des activités ordinaires d'Auchan Retail s'établit à 14,847 milliards d'euros, en recul de 3,2 % au total (-493 millions d'euros). Cette baisse intègre un impact de change négatif de 350 millions d'euros (principalement lié à la dépréciation du rouble russe et de la hryvnia ukrainienne) ainsi qu'une reprise des ventes d'essence de +20 % sur un an (+242 millions d'euros), ventes qui restent inférieures de 19 % par rapport à celles du premier semestre 2019.

A comparable¹, le chiffre d'affaires est en recul de de 2,0 % en intégrant un impact calendaire défavorable de 0,8 %.

Cette baisse des revenus s'est faite dans un contexte particulièrement volatil, avec des restrictions sanitaires plus ou moins importantes suivant les géographies qui ont fortement perturbé le commerce et obéré les actions commerciales et de redressement engagées.

En France, le chiffre d'affaires s'établit à 7,824 milliards d'euros, en baisse de 2,5 %. A comparable¹, il recule de 4,2 %. Au premier semestre 2020, il progressait de 0,8 %. Ce semestre encore, l'activité a été fortement impactée par la baisse du chiffre d'affaires en hypermarchés, du fait de la fermeture pendant plusieurs semaines des centres commerciaux et de 40 % des rayons non-alimentaires (dont le chiffre d'affaires peut dépasser 25 % du chiffre d'affaires des magasins). Au total, 40 % de cette baisse des revenus est portée par 10 hypermarchés situés près des frontières, en zones tertiaires ou touristiques, zones très fortement touchées par les conséquences des décisions gouvernementales. Le chiffre d'affaires digital s'est maintenu quant à lui à un haut niveau (12 % du chiffre d'affaires), et est en forte croissance de 31 % sur 2 ans.

L'Europe occidentale (hors France) enregistre une baisse de son chiffre d'affaires de 3,2 % à 2,619 milliards d'euros. A comparable¹, il recule de 4,4 %, après une forte progression du chiffre d'affaires au S1 2020 (+4,9 %).

La zone "**Europe centrale et de l'Est**" voit son chiffre d'affaires à comparable¹ progresser de 3,0 %. Cette performance est à mettre à l'actif de la Pologne, de l'Ukraine mais surtout de la Russie, pays qui concrétise son retournement. Au total, le chiffre d'affaires s'établit à 3,960 milliards d'euros

¹ hors essence et change

(-3,9 %). Il tient compte d'un impact change défavorable et de la fermeture de magasins en Russie et en Pologne, compensée en Roumanie par le déploiement de 400 magasins de proximité dans les stations-service Petrom.

Le chiffre d'affaires à comparable des autres pays recule de 5,0 %. Les revenus d'Auchan Retail à Taïwan sont en retrait sur une base de comparaison très élevée en 2020, le chiffre d'affaires sur 2 ans restant en hausse. Au Sénégal, Auchan Retail a été particulièrement impacté par le pillage de 19 magasins (sur 34) lors des mouvements sociaux dans le pays début mars. Fermés de longues semaines, ils ont depuis été rouverts et le développement se poursuivra. Au total, le chiffre d'affaires des autres pays régresse de 6,8 % à 437 millions d'euros.

● **Progression de l'Ebitda pour le 5^{ème} semestre consécutif**

Depuis 2018, Auchan Retail travaille à l'amélioration de son modèle économique. Après une progression marquée en 2019 et 2020, **l'Ebitda d'Auchan Retail poursuit sa croissance**, malgré le recul de son chiffre d'affaires. Au premier semestre 2021, l'Ebitda s'établit à 594 millions d'euros, soit une progression de 21 millions d'euros en un an (+3,7 %). Rapporté au chiffre d'affaires, **le taux d'Ebitda s'établit désormais à 4,0 %**, soit une progression de 0,3 point en un an et de 1,3 point par rapport au premier semestre 2019.

Cette hausse a été réalisée grâce aux résultats de la démarche **Renaissance** d'amélioration de l'excellence opérationnelle et de transformation des méthodes de travail, dont les 240 chantiers qualifiés dans tous les pays sont exécutés à un rythme soutenu. **113 millions d'euros d'économies structurelles ont été réalisés** au premier semestre, portant le total d'économies à 777 millions d'euros depuis 2019, sur un objectif de 1 400 millions d'euros à fin 2022.

Par zone géographique, l'Ebitda est particulièrement **en hausse en France** (+25 %, l'Ebitda ayant été multiplié par 2,4 en 2 ans), et **en Europe centrale et de l'Est** (+24 %) : cette performance est à mettre à l'actif de la Russie (+66 %), de la Pologne (+17 %), et de l'Ukraine (+55 %)¹. L'Ebitda en Europe occidentale (hors France) est en léger recul (-0,8 %) mais est en progression de 19,3 % sur deux ans.

France : poursuite des transformations et du travail de redressement

Dans ce contexte sanitaire et face aux conséquences des décisions gouvernementales défavorables à son modèle historique spécifique (60 % du CA est réalisé par des hypermarchés situés dans des centres commerciaux de plus de 20 000 m²), conséquences qui se poursuivent au deuxième semestre 2021, Auchan France poursuit plus que jamais son travail de transformation afin de relancer rapidement son commerce.

Pour ce faire, la concrétisation des axes stratégiques définis en 2019 se poursuit, que ce soit en termes :

- **d'offre**, afin de nourrir les nouvelles habitudes alimentaires des Français vers le bon, le sain et le local. Auchan France compte 205 filières agricoles responsables, voit la part de ses produits à marque propre progresser (+0,2 pt en un an), comme la part des produits frais traditionnels (+0,5 pt en un an) ;
- **d'expérience** avec la modernisation des magasins (40 en un an) et son ouverture aux partenaires locaux ou spécialistes : à date, 200 corners alimentaires ou non alimentaires ont été ouverts avec une dizaine de partenaires ;
- **d'adaptation au local** avec une plus grande autonomie laissée aux collaborateurs en magasin et l'adaptation de l'offre aux spécificités des zones de vie. Le chiffre d'affaires issu de produits locaux est en hausse de 6 % au premier semestre ;
- **d'excellence opérationnelle**, avec un travail de transformation des outils et des organisations quasiment achevé. La satisfaction client est une priorité. L'objectif est de poursuivre la progression du NPS, en hausse de 13 points depuis 2 ans. Cette excellence

¹ à taux de change constant

opérationnelle participe à l'amélioration du modèle économique (EBITDA multiplié par 2,4 en 2 ans) ;

- de **développement de nouveaux parcours de courses omnicanaux** depuis ses magasins. Le digital représente aujourd'hui 12 % du chiffre d'affaires d'Auchan France (+31 % en 2 ans). Auchan France développe désormais de nouveaux parcours de courses en centre-ville. A fin juin, 55 Auchan Piéton sont ouverts dans une trentaine de villes en France. Ce format permet à Auchan de conquérir les cœurs de ville, avec un modèle qui combine expérience digitale, utilisation de l'hypermarché comme plateforme d'approvisionnement et relation humaine. Les premiers résultats confirment le potentiel de ce parcours de courses qui attire une nouvelle clientèle, plus jeune et connectée (60 % de nouveaux clients, 40 % des clients ont moins de 29 ans). Par ailleurs, Auchan France accélère le *click and collect* en magasin et la livraison à domicile est désormais disponible dans 80 % des points de vente.

Russie : les premiers résultats tangibles du retournement

Dans un contexte économique volatil et des changements d'habitudes de consommation rapides, Auchan Retail a été confronté à une décroissance de son chiffre d'affaires en Russie depuis plusieurs années. Depuis le début de l'année 2021, Auchan Retail Russie, doté d'une nouvelle équipe de direction, est reparti en croissance et sa rentabilité retrouve déjà les standards du marché russe.

Cette performance a été réalisée grâce d'une part, au profond travail d'assainissement du parc de magasins, et d'autre part, des chantiers menés de manière extrêmement volontariste pour :

- **relancer le commerce** avec notamment la redéfinition des projets commerciaux de chaque format, la revue des assortiments avec un focus particulier mis sur l'alimentaire et les marques propres, la redéfinition de la politique prix, promotion et fidélité (avec le lancement du programme de fidélité à la fin du 1^{er} semestre) ou encore le déploiement de rayons anti-gaspi dans les magasins ;
- **redresser le modèle économique**, avec de nombreuses actions sur les achats, la réduction de la démarque ou encore le redimensionnement et la redéfinition des schémas logistiques ;
- **accélérer sur le digital** avec la mise en place de partenariats structurants dans la livraison à domicile. Une nouvelle accélération est prévue au deuxième semestre. L'objectif à fin 2023 est d'atteindre 20 % du chiffre d'affaires réalisé en digital.

A la fin du premier semestre, tous les indicateurs sont repassés dans le vert avec une croissance des revenus de 3 % à comparable, des reprises de part de marché (notamment 0,8 point sur le format hypermarché), une accélération marquée sur le digital de +192 % (soit 4 % du chiffre d'affaires, contre 0,3 % en janvier 2020) et une très forte progression de l'Ebitda (+66 %), désormais proche des standards du marché russe.

Digital : poursuite de l'accélération et de la croissance du chiffre d'affaires (+45 % sur 2 ans)

Au premier semestre 2021, le chiffre d'affaires digital a poursuivi sa croissance (+6 %), sur une base très élevée (+39 % au S1 2020). En deux ans, le chiffre d'affaires digital a donc progressé de plus de 45 %. Sur cette période, les revenus digitaux en France ont progressé de 31 % (avec un parc de drives stable), portant la part du digital à 12 % des revenus. La croissance est particulièrement importante dans les autres pays d'Auchan, avec des contributions au chiffre d'affaires de plus en plus significatives : +226 % en Russie (4 % des revenus), +220 % en Espagne (4 % des revenus), +202 % en Ukraine (5% des revenus), +138 % au Portugal (4% des revenus), etc.

Cette accélération va se poursuivre puisque le déploiement du *click&collect* se généralisera largement dans les pays comme en France dans les supermarchés ou en Roumanie dans les 400 magasins Auchan de proximité situés dans les stations service Petrom par exemple.

Cette croissance passe à la fois par :

- le développement de nouveaux parcours de courses en proximité digitale (55 Auchan Piéton en France au S1 2021 ou 7 *pick-up points* en Ukraine) qui permettent de toucher une clientèle des centres-villes, plus jeune et connectée ;
- la mise en place de partenariat avec des spécialistes du e-commerce ou de la livraison. Après son lancement il y a un an, le partenariat avec *Glovo* se poursuit dans 5 pays (Portugal, Espagne, Pologne, Ukraine, Roumanie) avec un rythme de 15 000 commandes en moyenne par semaine, pour un chiffre d'affaires additionnel de 15 millions d'euros par an. Fort du succès de ce partenariat, Auchan Retail et Glovo saisiront à l'avenir toutes les opportunités pour son renforcement. En Espagne, Auchan Retail a conclu au premier semestre un partenariat structurant avec *Ocado* sur toutes les dimensions e-commerce (optimisation des solutions de *store-picking* et de la livraison à domicile via la construction d'un entrepôt automatisé dans la région de Madrid d'ici 2024). Ce partenariat illustre l'ambition d'Auchan de devenir leader du retail alimentaire phygital dans le pays.
- le renforcement de la stratégie "data-connaissance clients". En France, par exemple, la coopération engagée avec Valiuz, première base clients française avec 50 millions de contacts uniques qualifiés, facilite une connaissance client affinée et qualitative (+ de 120 attributs clients), une identification des internautes pour une meilleure personnalisation (+18 %), de nouveaux profilages des comportements clients, une amélioration des analystes de performances et comportements prédictifs ainsi qu'une meilleure quantification des impacts carbone des comportements clients (déplacements, types d'achats, etc.). Les premières actions contribuent à une génération de chiffre d'affaires additionnel sur des cibles stratégiques ou à l'acquisition de nouveaux clients et gain de parts de marché sur les zones géographiques activées.

Offre non alimentaire : une stratégie gagnante qui participe à la singularité et au redressement d'Auchan Retail

L'offre non alimentaire, savoir-faire historique d'Auchan Retail, est un levier stratégique pour affirmer sa singularité et contribuer au redressement de son modèle économique.

En termes de **marques propres**, Auchan Retail développe une offre exclusive de qualité et porteuse des attentes RSE avec des partis pris affirmés sur le prix, l'expérience et la durabilité. La rationalisation des gammes, la simplification des usages et l'amélioration de l'expérience utilisateur a permis à l'ensemble de l'offre de progresser très significativement ces dernières années. Les coopérations commerciales, techniques ou à l'achat avec des enseignes spécialistes de l'écosystème actionnarial auquel appartient Auchan Retail, sont un élément clef du succès de cette stratégie.

A titre d'exemple, la marque Qilive (Electronique grand public) a vu la notation clients sur ses produits progresser de 22 % en 3 ans (notation moyenne actuelle de 4 étoiles sur 5). Reconnaissances de la qualité technique et esthétique des produits Qilive, ils ont reçu dans les derniers mois 7 récompenses internationales (IFI Design Distinction Awards, Red Dot Design Award...) et ont été sélectionnés pour leur rapport qualité prix par la presse spécialisée (Que Choisir, 01 Net...). Le chiffre d'affaires de Qilive a progressé de 10 % depuis 2017. De même, la marque Actuel (Maison Déco) a vu son CA progresser de 50 % depuis 2017.

La stratégie non-alimentaire repose également sur des **partenariats ciblés** avec des enseignes spécialisées. Ces partenariats prennent différentes formes et visent à :

- optimiser le coût d'achat : les synergies avec Boulanger et Electro Dépôt ont permis de réaliser 15 points de gain à l'achat sur les réfrigérateurs Qilive. De nouvelles initiatives avec Adeo sont à l'étude ;

- compléter l'offre existante : l'ouverture d'un corner Kiabi centré sur une offre textile maternité et grandes tailles a permis de compléter les gammes InExtenso absentes de ces univers. Les premiers résultats sont concluant et les tests vont se poursuivre ;
- adresser un nouvel univers comme la "seconde main" (les partenariats textile avec Patatam -114 corners à date en France et en Pologne-, Mycloma -5 corners au Portugal- ou LaMajole -4 corners en Roumanie-) ou le sport (34 corners Decathlon à date dans le monde) L'ensemble de ces partenariats a un impact très positif sur le trafic en magasin.

Le travail sur le non alimentaire est un véritable levier pour améliorer la rentabilité d'Auchan Retail. L'objectif est d'améliorer le taux d'Ebitda de cette offre de 4,6 points entre 2019 et 2023.

RSE : lancement, avec le soutien de l'ADEME, de la démarche ECOYODA d'éco-conception et d'éco-sélection sur la totalité de l'offre non-alimentaire

Au premier semestre 2021, Auchan Retail a lancé une vaste démarche d'éco-conception et d'éco-sélection transverse sur l'ensemble de son offre non-alimentaire. Dénommée ECOYODA, elle vise, grâce à la prise en compte d'une réflexion d'économie circulaire, à l'amélioration des procédés industriels, à la réduction des emballages plastiques, à l'utilisation de matières premières naturelles éco-responsables ou recyclées, à proposer des produits moins impactants pour l'environnement et à accompagner les clients dans leurs choix de consommation.

Première action d'envergure menée, en France, par un multispécialiste sur l'ensemble de son offre non-alimentaire à marque propre, ECOYODA s'appuie sur une collaboration avec "Le Pôle Eco-Conception", le centre national sur l'éco-conception et la performance par le cycle de vie basé à Saint Etienne, et est soutenue par l'ADEME, l'agence française de la Transition Écologique.

Cette démarche réaffirme l'engagement d'Auchan, et prolonge les premières réalisations en la matière (gamme d'ustensiles de cuisine en aluminium recyclé, jean *ecofriendly* économisant 40% d'eau lors du processus de fabrication, colle pour écoliers issue à 93% de matière naturelle (dont amidon de maïs), suppression du plastique des packagings, jouets en bois issus de forêts gérées durablement, etc.). Par ailleurs, après une première initiative d'envergure sur la vente de textile seconde main (en France, Pologne, Roumanie ou Portugal), Auchan Retail a l'ambition d'ouvrir la démarche à de nouveaux univers (jouets, électroménager, multimédia, culture).

L'entreprise a par ailleurs poursuivi ses actions sur les 3 combats majeurs définis dans le cadre de son projet d'entreprise :

- **Promotion de la bonne alimentation et lutte contre le gaspillage alimentaire** : Auchan Retail poursuit son travail de contractualisation de partenariats tripartites durables et équilibrés avec les producteurs, éleveurs et transformateurs de la chaîne alimentaire et compte désormais 836 filières agricoles responsables (+126 au premier semestre). Le Nutriscore se déploie en Pologne et Roumanie après la France, l'Espagne et le Portugal. Enfin, les rayons facilitant la réduction du gaspillage alimentaire se généralisent (en France, Espagne, Portugal, Russie et Pologne) ou se déploient comme en Roumanie.
- **Lutte contre la prolifération des plastiques** : dans la dynamique de la signature du Pacte Plastiques européen, Auchan Retail a formalisé son engagement par la publication de sa politique internationale en mars 2021, afin de diminuer drastiquement l'utilisation du plastique d'emballages ménagers, de transport ou dans la fabrication de produits. En France, 2 initiatives marquantes concrétisent l'accélération de ce combat avec :
 - o le remplacement des barquettes plastique des ateliers boucherie et poissonnerie des magasins par des barquettes 100 % en fibres végétales et 100 % compostables à domicile (-1 100 tonnes de plastique par an à terme). L'initiative s'étend désormais à l'Espagne ;
 - o le remplacement des sacs de courses en plastique disponibles aux caisses des magasins par des cabas de courses en tissu recyclé, produit à partir de déchets textiles

revalorisés, réduisant d'une part l'impact carbone par 7 et permettant d'éviter 1 360 tonnes de plastique.

Des initiatives ont également vu le jour en Espagne avec le recyclage de la totalité des plastiques d'exploitation (logistique, transport) ou en Hongrie avec le remplacement des sacs en boulangerie par des sacs réutilisables.

- **Maîtrise de l'impact carbone** : Auchan Retail a signé au premier semestre un partenariat international avec les sociétés *Voltalia* et *Helexia* qui couvre à la fois l'approvisionnement en énergie renouvelable ainsi que la gestion et l'optimisation des consommations énergétiques. L'objectif est d'atteindre à 2030 une consommation énergétique constituée à 100 % d'énergie renouvelable et une réduction de 40 % de l'intensité électrique en magasin par rapport à 2014. Auchan Retail travaille également à la finalisation de son "Ambition climat" qui sera publiée début 2022.

"Le 1er semestre 2021 s'est déroulé dans un contexte sanitaire très impactant pour l'activité économique de nos magasins, en particulier de nos hypermarchés. Pour autant, les équipes d'Auchan dans tous les pays ont su se mobiliser pour les clients et renforcer l'omnicanalité de nos parcours de courses. Parmi les autres réalisations du semestre, je note avec satisfaction le retournement économique de nos activités en Russie et de fortes avancées en matière d'offre non-alimentaire responsable. La progression de la rentabilité ce semestre encore démontre que le redressement d'Auchan Retail se poursuit", déclare Yves Claude, président non exécutif d'Auchan Retail.



Des résultats en amélioration malgré l'impact de la crise sanitaire

L'important projet de transformation des activités Immobilières de ELO jusqu'alors portées par Ceetrus SA s'est concrétisé début 2021, en accompagnement des nouvelles dynamiques du retail et de la ville. Conjoncturellement, le premier semestre a été marqué par l'amélioration des résultats en dépit de la crise sanitaire et économique.

Une nouvelle organisation pour accélérer la dynamique de transformation

Afin de matérialiser la transformation du métier de l'immobilier, les activités de services ont été séparées au 1^{er} janvier 2021 de la détention des actifs par la création de Nhood, opérateur immobilier mixte. La propriété des actifs a quant à elle été conservée par l'ensemble de sociétés formant la Foncière Ceetrus. Les résultats consolidés ci-après sont ceux de la holding Ceetrus SA, rebaptisée New Immo Holding, actionnaire à 100% de Nhood et de la foncière Ceetrus.

New Immo Holding réunit ainsi deux métiers de l'immobilier partageant la même ambition : transformer durablement l'immobilier et le retail autour du vivre mieux. L'objectif est de faire de Nhood un opérateur immobilier de référence, développant des projets phares dans toute l'Europe, avec une triple exigence d'impact positif - People, Profit, Planet. D'ores et déjà, la qualité des projets gérés par Nhood a été distinguée à plusieurs reprises : double récompense Green Solutions Awards pour un projet de transformation de friche en Quartier mixte (France-La Maillerie à Villeneuve d'Ascq), Prix Asprima-Sima de la meilleure initiative de régénération urbaine d'Espagne (Gare de Viala-Vigo), Prix Extension Rénovation décerné par le CNCC pour l'extension-rénovation de la galerie Aushopping de Noyelles Godault.

Au premier semestre 2021, une situation différenciée en fonction des pays

Au premier semestre 2021, l'activité s'est trouvée à nouveau restreinte par d'importantes mesures de fermeture administrative des commerces, la situation étant toutefois inégale en Europe. Au total, les surfaces commerciales de New Immo Holding auront été fermées de façon assez similaire à l'an passé (2 mois en moyenne au S1 2021 contre 2,3 mois au S1 2020 et 2,5 mois sur l'ensemble de 2020) et des mesures personnalisées d'étalement des loyers ont été mises en œuvre en soutien des partenaires-commerçants. Au 30 juin 2021, le taux d'encaissement des loyers du 1^{er} semestre se situe entre 55 % (Pologne) et 95 % (Portugal) et à 61,9 % en France, les mesures d'aides gouvernementales annoncées au 1^{er} trimestre ayant généré un certain attentisme. Le taux de vacance s'inscrit en baisse (5,14 % au 30 juin 2021 contre 5,67 % au 30 juin 2020), avec une nouvelle amélioration possible en fin d'année, du fait de la saisonnalité (5,09 % au 31 décembre 2020).

Les équipes de Nhood se sont aussi mobilisées pour préparer la sortie de crise. Les efforts se sont concentrés sur une stratégie de relance orientée clients, trafic et attractivité des sites, avec de nombreuses initiatives (opération *d'un clic à vous*, installation d'un Village Emmaüs à Tourcoing, centres de vaccination dans des galeries commerciales, etc.).

Des investissements maîtrisés

Du côté des foncières accompagnées par Nhood (dont la Foncière Ceetrus), les investissements ont été priorisés. Pour 2021, l'enveloppe d'investissements bruts sera contenue autour de 350 millions d'euros. Au 30 juin, le montant des investissements s'établit à 128 millions d'euros (122 millions d'euros au S1 2020 et 183 millions d'euros au S1 2019), relatifs à l'achat de bureaux au Luxembourg et en Italie et aux chantiers stratégiques (Gare du Nord en France, Vialia-Vigo en Espagne et Coresi en Roumanie). Les cessions réalisées demeurent limitées du fait du contexte de marché (38 millions d'euros contre 2 millions d'euros au S1 2020 et 68 millions d'euros au S1 2019).

Au 30 juin 2021, un rebond encore technique et des équipes mobilisées

En dépit de ce contexte, les revenus bruts consolidés par New Immo Holding ont atteint 263,3 millions d'euros au 30 juin 2021, dont 6 % auprès de clients externes. Ils progressent de 28,6 % par rapport au S1 2020, période durant laquelle ils avaient chuté de 31,1 % (204,7 millions d'euros contre 296,9 millions d'euros au S1 2019), après l'abandon de 2 mois de loyers en France. Les seuls revenus locatifs nets ont pour leur part enregistré une hausse de 22,1 % à 189,2 millions d'euros. La hausse des revenus et une gestion attentive des coûts ont permis à l'Ebitda de connaître un premier rebond (+44,2 % à 166,4 millions d'euros, contre 115,5 millions d'euros au S1 2020 et 201,2 millions d'euros au S1 2019). Quant à l'entreprise Nhood, elle a continué de maintenir ses effectifs, sans recours aux aides gouvernementales.

Une légère hausse de la valeur de marché des actifs au 30/06/2021

Au 30 juin 2021, dans un contexte toujours incertain, la Juste Valeur des actifs consolidés a été valorisée 7,5 milliards d'euros, (+0,6 % à périmètre comparable et changes constants vs. 31 décembre 2020). La valeur nette comptable des immeubles de placement s'établit à 3,8 milliards d'euros (-2 % par rapport au 31 décembre 2020). L'endettement de New Immo Holding a été contenu de manière satisfaisante, dans le respect des covenants bancaires.

2021, la poursuite du développement des projets stratégiques

New Immo Holding et l'opérateur Nhood ont déployé leur stratégie de dynamisation des sites existants et de co-création de nouveaux quartiers de vie, *pour des lieux en mieux* :

- de **nouvelles opérations de remodeling** ont été engagées en Espagne et en Hongrie ;
- Nhood a **remporté plusieurs appels offres pour des opérations de régénération urbaine** (friche Transpole de Marcq en Baroeul, projet Loreto Open Community à Milan) ;
- **Des permis de construire ont été déposés de plus de 100 000 m²** (en France pour l'aménagement de pôles loisirs sur des sites existants, au Portugal et en Italie pour des projets de renouvellement).

Enfin, les chantiers prioritaires, emblématiques de la vision du renouvellement de la ville et du commerce portée par NEW IMMO HOLDING, **se sont poursuivis**, avec notamment :

- **en Espagne**, la finalisation de la transformation du quartier de la **Gare de Viala-Vigo** (121 500 m², inauguration le 29 septembre 2021) et 2 chantiers de remodeling de centres existants ;
- **en Roumanie**, pour le **quartier Coresi à Brasov** avec l'inauguration de l'hôtel QOSMO, et le lancement de la 1^{ère} phase de la régénération urbaine du site **Resita** (> 100 000 m²) ;
- au **Luxembourg**, avec la poursuite de la construction de **logements à La Cloche d'or**.

Etienne Dupuy, porte-parole de NEW IMMO HOLDING et CEO de NHOOD déclare : *« 2021, pour New Immo Holding est à la fois marquée par l'impact lié à la durée de la crise Covid et aussi par l'élan des équipes dans de la création de Nhood. Le premier semestre témoigne d'ores et déjà de notre capacité à conjuguer ces trois objectifs : s'assurer du rebond des résultats, transformer des sites existants en nouveaux lieux de vie et développer des projets d'investissements à triple impacts positifs pour nos clients dont la foncière Ceetrus. »*



| Auchan | Nhood | Oney |

Progression de la rentabilité et maintien d'une situation financière très solide

Chiffres clés S1 2021

En millions d'euros	S1 2021	S1 2020	Variation à changes courants	Variation à changes constants
Produits des activités ordinaires	15 110	15 545	- 2,8 %	- 0,5 %
EBITDA¹	757	687	+10,1 %	+12,5 %
<i>Taux de marge d'EBITDA</i>	<i>5,0 %</i>	<i>4,4%</i>	<i>+ 0,6 pt</i>	<i>+ 0,6 pt</i>
Résultat d'exploitation courant	147	93	+57,1 %	+52,4 %
Résultat d'exploitation	150	-15	na.	na.
Résultat net des activités poursuivies	-13	-159	na.	na.
Résultat net normalisé² - Part du Groupe	-17	-108	na.	na.

A fin juin 2021, ELO enregistre des **Produits des activités ordinaires** de 15,11 milliards d'euros, en baisse de 2,8 % par rapport au premier semestre 2020. À taux de change constant, la baisse est limitée à 0,5 %. Cette baisse s'explique principalement par la baisse des revenus d'Auchan Retail. L'impact change est défavorable avec une variation négative principalement du rouble russe et de la hryvnia ukrainienne.

Malgré le recul du chiffre d'affaires, la marge commerciale augmente de 0,7 % et s'élève à 3,692 milliards d'euros ; le taux de marge progresse de 0,8 point à 24,4 % contre 23,6 % au premier semestre 2020.

Les charges d'exploitation courantes (frais de personnel, charges externes, amortissements/provisions, autres produits et charges d'exploitation) sont stables sur un an, grâce notamment à la démarche Renaissance d'excellence opérationnelle et de transformation des méthodes de travail chez Auchan Retail.

Ainsi, le résultat d'exploitation courant ressort en forte hausse de 57,1 % à 147 millions d'euros. L'Ebitda progresse de 10,1 % à 757 millions d'euros contre 687 millions d'euros au 30 juin 2020. Rapporté au chiffre d'affaires, le taux d'Ebitda atteint 5,0 %, en hausse de 0,6 point sur un an et de 1,0 point sur 2 ans.

¹ Ebitda : Résultat d'exploitation courant hors autres produits et charges d'exploitation et hors amortissements, dépréciations et provisions

² Hors résultat net des activités arrêtées, Autres produits et charges opérationnelles et effets directs liés à la pandémie Covid-19 (nets d'impôts)

Le résultat d'exploitation s'élève à 150 millions d'euros contre une perte de 15 millions d'euros au premier semestre 2020. Au premier semestre 2020, 109 millions d'euros d'Autres produits et charges opérationnelles avaient été comptabilisés. Ils comprenaient notamment les coûts liés au plan de départs volontaires en France, ainsi que les primes exceptionnelles versées aux collaborateurs pour récompenser leur engagement durant la crise sanitaire.

Le **coût de l'endettement financier net** s'établit à -89 millions d'euros, contre -69 millions d'euros au premier semestre 2020, du fait notamment du coût d'opérations de réduction de dette brute réalisées sur les financements au premier semestre 2021. Les autres produits et charges financiers sont de -67 millions d'euros contre une charge de -128 M€ en juin 2020. La variation s'explique par l'impact de couvertures ainsi que par les effets de change associés aux contrats de location.

La **charge d'impôt** s'élève à 16 millions d'euros, contre un produit de 46 millions d'euros un an auparavant.

La **quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence** s'établit à 8 millions d'euros contre 9 millions d'euros au 30 juin 2020.

Au total, **le résultat net des activités poursuivies** s'établit à -13 millions d'euros contre -159 millions d'euros au 30 juin 2020.

Le résultat net s'établit à -22 millions d'euros, contre un résultat net positif de 106 M€ au 30 juin 2020. Il intégrait alors le résultat net des activités d'Auchan Retail en Chine, activités cédées au deuxième semestre 2020.

Le résultat net (part du Groupe) s'établit à -24 millions d'euros, contre -77 millions d'euros au premier semestre 2020.

Un endettement net maîtrisé, exclusivement porté par l'activité immobilière

A fin juin 2021, **l'endettement financier net** de ELO s'établit à 3,025 milliards d'euros contre 2,158 milliards d'euros à fin 2020 (+867 millions d'euros sur le premier semestre). Cette hausse est naturelle en raison de la saisonnalité de l'activité retail. Elle reste néanmoins limitée avec :

- ✓ une stabilité de la CAF sur un an, hors opérations non récurrentes comptabilisée en 2020 ;
- ✓ la maîtrise du BFR, en hausse limitée vs S1 2020 de 69 millions d'euros ;
- ✓ la hausse modérée des investissements chez Auchan Retail et Nhood compensée par la hausse des cessions d'immobilisations ;

L'endettement est exclusivement porté par l'activité immobilière, Auchan Retail étant en trésorerie positive.

La **liquidité d'ELO est très solide** à fin juin 2021. ELO bénéficie de 9,0 milliards d'euros de financements dont 3,2 milliards d'euros de lignes de *back-up* non-tirées.

Au premier semestre, ELO a poursuivi l'optimisation de sa dette brute avec le rachat d'emprunts obligataires pour un montant total de 200 millions d'euros (échéance 2024, 2025, 2026 et 2027).

L'échéancier de remboursement des financements est bien étalé, avec une maturité moyenne de 2,7 ans.

Une solidité financière qui redonne de nouvelles marges de manœuvre

Depuis 2 ans, ELO a considérablement amélioré sa situation financière grâce :

- à la cession de 50,1 % de l'activité Oney Bank en octobre 2019 ;
- à la cession de son activité en Chine en octobre 2020 ;
- au renforcement de son modèle économique avec le redressement de l'activité retail ;

- au soutien de ses actionnaires qui ont renoncé au versement de dividendes sur les résultats de 2018, 2019 et 2020.

Ce travail s'est notamment matérialisé par l'amélioration de la notation Standard & Poor's et le maintien durable d'ELO dans la catégorie *Investment Grade*.

Le maintien d'une situation financière solide reste une priorité. A ce titre, ELO confirme son programme de cession d'actifs non stratégiques annoncé en août 2020. En raison de la bonne situation financière et afin de valoriser au mieux ses actifs dans un contexte de marché perturbé par la crise sanitaire, son montant s'établit à 1,3 milliard d'euros à fin 2022 (contre 2,0 milliards d'euros précédemment envisagés). Des premières cessions d'actifs ont eu lieu en juillet 2021 avec une opération de cession–bail de 11 entrepôts logistiques en France (comptabilisation au S2 2021).

L'ensemble de ces actions permet désormais à ELO :

- de relancer de manière ciblée les investissements sur la transformation de ses métiers ;
- la poursuite de la réduction de son endettement brut, avec le remboursement anticipé en juillet 2021 d'un emprunt Schuldschein pour 242 millions d'euros sur un encours initial de 292 millions d'euros ;
- la mise en paiement d'un dividende exceptionnel de 750 millions d'euros, votée par l'Assemblée Générale de ELO le 24 août 2021. Le versement de ce dividende exceptionnel au deuxième semestre 2021 bénéficiera également aux 9 fonds d'actionnariat salarié d'ELO.

Perspectives

Le niveau d'activité du deuxième semestre 2021 est tributaire de l'évolution de la situation sanitaire et des restrictions liées.

La mise en place du pass sanitaire en France impacte l'activité de Nhood et d'Auchan France au début du troisième trimestre, avec des baisses d'activités significatives sur les sites concernés par ces mesures.

Dans ce contexte, la priorité est donnée à la poursuite de la transformation des métiers du retail et de l'immobilier et à la solidité financière de ELO.

ANNEXES

Compte de résultat ELO consolidé S1 2021

En millions d'euros	S1 2021	S1 2020	Var. à change courant	Var. à change constant
Produits des activités ordinaires	15 110	15 545	-2,8 %	-0,5 %
Coûts des ventes	-11 418	-11 878	-3,9 %	-1,6 %
Marge commerciale	3 692	3 667	+0,7 %	+3,2 %
<i>taux de marge commerciale</i>	24,4%	23,6%	+0,8 pt	+0,8 pt
Charges de personnel	-2 009	-2 075	-3,3 %	-1,5 %
Charges externes	-952	-936	+1,6 %	+2,9 %
Amortissements, provisions et dépréciations	-599	-571	+5,1 %	+8,1 %
Autres produits et charges d'exploitation	14	10	+38,6 %	+36,9 %
Résultat d'exploitation courant	147	93	+57,1 %	+52,4 %
<i>taux de marge opérationnelle courante</i>	1,0 %	0,6 %	+0,4 pt	+0,4 pt
Autres produits et charges opérationnels	3	-109	na.	na.
Résultat d'exploitation	150	-15	na.	na.
Coût de l'endettement financier net	-89	-69	+27,0 %	+35,8 %
Autres produits et charges financiers	-67	-128	-47,9 %	-44,8 %
Charges d'impôts	-16	46	na.	na.
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	8	9	-3,9 %	-4,1 %
Résultat net des activités poursuivies	-13	-159	-91,6 %	-90,8 %
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession	-9	265	na.	na.
Résultat net	-22	106	na.	na.
Résultat net – Part du Groupe	-24	-77	-69,5 %	-62,4 %
Résultat net attribuable aux intérêts ne donnant pas le contrôle	1	183	na.	na.
Ebitda	757	687	+10,1 %	+12,5 %
<i>taux de marge d'Ebitda</i>	5,0 %	4,4 %	+0,6 pt	+0,6 pt

Bilan consolidé ELO au 30 juin 2021

ACTIF (En millions d'euros)	30/06/2021	31/12/2020	Var.
Goodwill	2 025	2 018	+7
Autres immobilisations incorporelles	145	170	-25
Immobilisations corporelles	5 083	5 198	-115
Droits d'utilisation	1 314	1 343	-29
Immeubles de placement	3 866	3 932	-66
Participations dans les sociétés mises en équivalence	533	524	+9
Autres actifs financiers non courants	485	439	+46
Dérivés actifs non courants	64	94	-30
Actifs d'impôts différés	351	356	-5
Autres actifs non courants	48	39	+9
ACTIF NON-COURANT	13 913	14 114	-201
Stocks	2 365	2 296	+69
Créances clients	489	442	+47
Créances d'impôt exigible	126	132	-6
Créances et autres débiteurs	1 611	1 461	+150
Actifs financiers courants	738	205	+533
Dérivés actifs courants	37	58	-21
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 415	4 401	-1 986
Actifs détenus en vue de la vente	1	1	0
ACTIF COURANT	7 782	8 996	-1 214
TOTAL ACTIF	21 695	23 110	-1 415

PASSIF (En millions d'euros)	30/06/2021	31/12/2020	Var.
Capital social	576	576	+0
Primes liées au capital	1 914	1 914	+0
Réserves et résultats – part du groupe	4 078	4 029	+49
CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE	6 568	6 518	+50
Intérêts ne donnant pas le contrôle	205	186	+19
TOTAL CAPITAUX PROPRES	6 773	6 704	+69
Provisions non courantes	264	242	+22
Emprunts et dettes financières non courants	5 729	6 054	-325
Dérivés passifs non courants	26	35	-9
Dettes de location non courantes	1 327	1 387	-60
Passifs d'impôts différés	80	113	-33
Autres dettes non courantes	123	119	+4
PASSIF NON COURANT	7 549	7 949	-400
Provisions courantes	290	482	-192
Emprunts et dettes financières courants	560	840	-280
Dérivés passifs courants	14	37	-23
Dettes de locations courantes	292	294	-2
Dettes fournisseurs	4 257	4 676	-419
Dettes d'impôt exigible	64	52	+12
Autres dettes courantes	1 895	2 075	-180
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente			
PASSIF COURANT	7 373	8 456	-1 083
TOTAL PASSIF	21 695	23 110	-1 415

Tableau des Flux de Trésorerie ELO au 30 juin 2021

M€	S1 2021	S1 2020	Var.
Résultat net consolidé (y compris intérêts ne donnant pas le contrôle)	(22)	106	-128
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	-8	-9	1
Dividendes reçus (titres non consolidés)		-2	2
Coût de l'endettement financier net et intérêts de location ⁽¹⁾	151	143	8
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	16	59	-43
Dotations nettes aux amortissements, provisions et dépréciations (à l'exception de celles liées à l'actif circulant)	401	972	-571
Charges et produits liés aux paiements en actions sans contrepartie en trésorerie	4		4
Plus et moins values de cession, nettes d'impôt, et <i>badwill</i>	-5	4	-9
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net, des intérêts de location et impôt	534	1 273	-739
Impôt versé	-52	-174	122
Intérêts financiers versés et intérêts de location	-157	-179	22
Autres éléments financiers	5	36	-31
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et impôt	331	956	-625
Variation du besoin en fonds de roulement	-802	-573	-229
Flux net de trésorerie généré par l'activité	-471	384	-855
Décassements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles et des immeubles de placement	-337	-418	81
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles et des immeubles de placement	61	17	44
Décassements liés aux titres non consolidés y compris titres mis en équivalence	-11	-10	-1
Encaissements liés aux titres non consolidés y compris titres mis en équivalence		4	-4
Décassements liés aux regroupements d'entreprises nets de la trésorerie acquise	-1		-1
Dividendes reçus (titres non consolidés)	3	4	-1
Variation des prêts et avances consentis	-27	-36	9
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	-312	-439	127
Rachat et vente d'actions propres	9		9
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	-2	-110	108
Acquisitions et cessions d'intérêts sans prise ou perte de contrôle	23	-3	26
Paiements des passifs liés aux contrats de location	-135	-233	98
Variation de la dette financière nette	-1 100	210	-1 310
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	- 1 205	-136	-1 069
Incidence des variations de cours des devises	-20	73	-93
Variation de la trésorerie nette	-2 008	-118	-1 890
Trésorerie nette d'ouverture	4 265	3 569	696
Trésorerie nette de clôture	2 257	3 451	-1 194
VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE	-2 008	-118	-1 890

Le rapport financier semestriel 2021 est disponible sur www.groupe-elo.com

Contact presse

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

Contact investisseurs

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

www.groupe-elo.com