



Résultats annuels 2018

Des résultats insuffisants, pénalisés par la performance d'Auchan Retail et par des dépréciations d'actifs.

Un cadre financier strict fixé pour 2019 avec une priorité donnée au redressement d'Auchan Retail.

- Des dépréciations d'actifs principalement sur Auchan Retail grèvent le résultat 2018.
- Les résultats d'Auchan Retail sont très insuffisants, pénalisés par 3 pays majeurs.
- Ceetrus et Oney Bank affichent de bonnes performances opérationnelles et financières.
- En 2019, les 3 métiers d'Auchan Holding évolueront dans un cadre financier strict :
 - Auchan Retail donnera la priorité, à court terme, à son redressement avec un plan d'action volontaire déjà engagé et, à moyen terme, à une démarche centrée sur la zone de vie des habitants, alliant alimentaire de confiance et partenariats innovants ;
 - Ceetrus veillera en permanence à l'équilibre de l'activité entre l'attention à porter à ses sites existants aux côtés d'Auchan Retail et sa capacité à développer de nouveaux projets urbains ;
 - Oney poursuivra l'élargissement de son offre et l'accélération de son développement.
- Auchan Holding et BPCE devraient finaliser les négociations en vue de la cession de 50,1 % du capital de Oney Bank à BPCE dans le courant de l'année.

Des résultats pénalisés par Auchan Retail¹

Au cours de l'exercice 2018, Auchan Holding enregistre des **Produits des activités ordinaires** de 51,0 milliards d'euros en baisse de 3,2 % par rapport à 2017. Ils incluent un effet négatif de l'évolution des cours de change principalement du rouble russe et du yuan chinois, ainsi que de l'impact de la norme IFRS 15 et du partenariat avec Suning en Chine. Si on exclut ces effets, les revenus d'Auchan Holding restent stables.

Par métier, le Produit Net Bancaire de Oney (+3,8 %) et les revenus de Ceetrus (+7,5 %) progressent tandis que ceux d'Auchan Retail reculent (-3,3 %).

Le taux de marge commerciale d'Auchan Holding progresse de 0,5 point à 23,7 %, grâce à la progression du taux de marge commerciale d'Auchan Retail.

L'Ebitda d'Auchan Holding recule de 15,8 % à 1 999 millions d'euros. Il inclut un effet de change négatif de 52 millions d'euros. Le taux de marge d'Ebitda s'établit à 3,9 % (-0,6 point). Il est pénalisé principalement par le recul de l'Ebitda d'Auchan Retail de 20,5 %.

Le résultat d'exploitation courant d'Auchan Holding s'élève à 397 millions d'euros contre 876 millions d'euros en 2017.

Les autres produits et charges opérationnels s'établissent à -1 254 millions d'euros contre -173 millions d'euros en 2017. En 2018, ils intègrent des dépréciations d'actifs pour 1,1 milliard d'euro qui concernent très majoritairement Auchan Retail. Ces dépréciations, purement comptables, ont été principalement passées sur des actifs situés en Italie, en France et en Russie. Ils ont un impact non récurrent sur le résultat d'exploitation et le résultat net d'Auchan Holding.

Le résultat d'exploitation s'élève ainsi à -857 millions d'euros contre 703 millions d'euros en 2017.

Le coût de l'endettement financier net s'établit à -37 millions d'euros (+2 millions d'euros sur un an) tandis que les autres produits et charges financiers sont en retrait de 48 millions d'euros. La variation s'explique principalement par une reprise de provision en 2017.

Le résultat net des activités poursuivies s'établit à -997 millions d'euros contre 427 millions d'euros un an auparavant. En 2017, le résultat net intégrait une plus-value exceptionnelle générée par la cession de la société française Alinéa.

Le résultat net, hors autres produits et charges opérationnels s'établit à 170 millions d'euros, contre 681 millions d'euros en 2017.

¹ Les comptes consolidés de l'exercice 2018 tiennent compte de l'adoption au 1^{er} janvier 2018 des normes IFRS 9 et IFRS 15. Les chiffres de 2017 n'ont pas été retraités. Conformément à la norme IFRS 5, les résultats de Oney pour les exercices 2018 et de 2017 sont traités en résultat net des activités cédées ou en cours de cession.

Des investissements immobiliers qui pèsent sur la dette

La **capacité d'autofinancement** d'Auchan Holding s'élève à 1 703 millions d'euros, en baisse de 367 millions d'euros sur un an.

Les **flux liés aux opérations d'investissements** sont en croissance de 789 millions d'euros. Cette hausse s'explique par les investissements immobiliers de Ceetrus particulièrement en France, au Luxembourg et dans deux projets importants, un au Portugal (acquisitions de centres commerciaux à Lisbonne -Rio Tejo-) et un en Italie (Milan -Cinisello-). Enfin, les cessions sont en baisse de 102 millions d'euros (en 2017, Auchan Holding avait enregistré la cession de la société Alinéa et de la galerie Bussolengo en Italie).

Au 31 décembre 2018, la **dette financière nette** s'élève à 3 729 millions d'euros soit un *gearing* (c'est-à-dire un ratio « dette financière nette sur capitaux propres ») qui reste à un niveau maîtrisé de 32,6 %.

Perspectives 2019

Les 3 entreprises d'Auchan Holding évolueront en 2019 dans un cadre financier strict.

- Auchan Retail se consacrera à redresser son activité :
 - à court terme au travers de sa démarche "Renaissance", de priorisation des investissements et d'analyse des foyers de pertes, qui conduira à des renoncements et des arbitrages financiers ;
 - et sur le moyen terme en engageant la bataille du sens au bénéfice des habitants et des parties prenantes (pour un alimentaire de confiance, pour un service dans la zone de vie des habitants, par la mise en œuvre d'écosystèmes innovants avec des partenaires).
- Ceetrus se concentrera sur la réussite des projets engagés et valorisera son patrimoine existant aux côtés d'Auchan Retail.
- Oney poursuivra l'élargissement de son offre et l'accélération de son développement.

Enfin, Auchan Holding entend finaliser les négociations exclusives entamées avec BPCE pour une prise de participation de BPCE à hauteur de 50,1 % du capital de Oney.

Auchan Holding ne versera pas de dividende au titre de l'exercice 2018. Cette décision des actionnaires confirme leur total soutien dans la démarche engagée.

Selon Edgard Bonte, nouveau président du directoire d'Auchan Holding :

"Les résultats 2018 d'Auchan Holding sont insuffisants. Ils sont fortement pénalisés par les résultats d'Auchan Retail. En 2019, dans un contexte de maîtrise de l'endettement et des ratios financiers, les 3 entreprises (Auchan Retail, Ceetrus, Oney) exprimeront encore plus leur complémentarité par la force de l'écosystème -Retail, Immobilier, Services Financiers- qu'elles représentent."

Analyse détaillée par activité

AUCHAN RETAIL



Au 31 décembre 2018, les produits des activités ordinaires s'établissent à 50,3 Mds€ en baisse de -3,3 % à changes courants. Hors impacts changes et IFRS 15, ils sont en baisse de -0,5 % sur un an. A comparable, les revenus sont en recul de -2,4 %.

En France, les revenus reculent de -1,3 %. L'opération commerciale des 125 jours, qui affichait des résultats très prometteurs à son lancement en octobre (+4,5 % de chiffre d'affaires et reprise de part de marché), a été fortement perturbée par le mouvement social de la fin de l'année. Ces mouvements dans la période des fêtes ont eu un impact négatif de 140 millions d'euros sur le chiffre d'affaires et de 35 millions d'euros sur l'Ebitda. En 2018, Auchan Retail France a finalisé la bascule des magasins *Simply Market* en *Auchan Supermarché* et a poursuivi le travail sur son offre alimentaire notamment en étroite collaboration avec le monde agricole : Auchan Retail France compte déjà 100 filières responsables alimentaires à fin 2018.

En "Europe du Sud", les résultats sont contrastés. Le chiffre d'affaires recule de -0,7 %. Le Portugal et l'Espagne affichent de solides résultats tandis que les performances sont en net retrait en Italie, dans un contexte de consommation atone et de concurrence accrue. Auchan Retail Italie a fermé, en 2018, 23 magasins durablement en pertes, dont deux hypermarchés.

La zone "Europe Centrale et de l'Est" voit son chiffre d'affaires reculer de -1,4 % à changes constants (-7,7 % à changes courants). La Russie affiche des résultats en régression alors que son nouveau modèle commercial, qui marque une nécessaire rupture avec le discount généralisé, est en cours de redéploiement. Auchan Retail Russie a fermé 11 magasins en 2018. Tous les autres pays de la zone sont en croissance (Ukraine, Pologne, Roumanie, Hongrie).

La zone "Asie" recule de -2,6 % à change constant (-4,9 % à change courant). Sun Art Retail, filiale d'Auchan Retail en Chine, a enregistré une baisse de son chiffre d'affaires du fait notamment de l'accord avec Suning dans la concession des ventes de produits électroniques et électroménagers en magasin et dont le chiffre d'affaires n'est plus comptabilisé dans les comptes de Sun Art Retail.

La mise en œuvre de l'alliance avec Alibaba et la digitalisation des 484 magasins de Sun Art ayant été effectuées avec un an d'avance sur le planning prévu, il a été engagé dès la fin 2018 l'accélération de la convergence des back-offices entre les équipes des 2 marques commerciales (Auchan et RT Mart), marques qui perdureront sous un management unique. Par cette accélération de la convergence, Auchan Retail réaffirme sa volonté de poursuivre son développement en Chine et d'améliorer durablement l'efficacité de Sun Art au bénéfice des deux marques commerciales Auchan et RT Mart.

En Afrique, les revenus d'Auchan Retail Sénégal ont été multipliés par 2,5 en 2018.

Au total, l'Ebitda d'Auchan Retail s'établit à 1 518 M€, en recul de 20,5 % à change courant. L'Ebitda intègre notamment les coûts engagés dans des projets qui n'ont pas délivré les résultats attendus.

Le Conseil de gérance de l'Association Familiale Mulliez a mis en place une nouvelle gouvernance pour Auchan Retail en octobre 2018, avec la nomination d'Edgard Bonte en tant que Président exécutif.

Affirmation de la Vision 2025

Le Conseil d'administration d'Auchan Retail a confirmé la force et l'ambition de la **Vision 2025** d'Auchan Retail, *Auchan change la vie*.

Pour remettre l'entreprise dans cette dynamique, la nouvelle gouvernance compte simplifier l'approche et concentrer son énergie sur le redressement d'Auchan Retail, en travaillant sur 2 axes forts :

- **Axe 1 : La démarche Renaissance**

Auchan Retail a d'ores et déjà lancé la démarche **Renaissance**, qui consiste à :

- identifier tous les foyers de pertes et étudier toutes les solutions pour les zones où Auchan Retail est durablement en perte ;
- prioriser les investissements, ce qui se traduira par leur baisse drastique sur un an ;
- optimiser l'organisation pour retrouver efficacité et pragmatisme.

Un impact positif de plusieurs centaines de millions d'euros est attendu en année pleine.

- **Axe 2 : La bataille du sens**

Auchan Retail entend retrouver sa singularité en engageant la *bataille du sens*, et ce à travers 3 points :

a - Être l'enseigne alimentaire de confiance pour les habitants

Dans le cadre de son engagement de militant du bon, du sain et du local, Auchan Retail veut devenir ***l'enseigne alimentaire de confiance pour les habitants*** :

- en accélérant la mise en place de ses filières co-construites avec le monde agricole. Fort des 302 filières déjà existantes dans le monde, l'entreprise se fixe l'objectif de 500 filières à fin 2019 et leur généralisation à tous les pays d'Auchan Retail. La technologie blockchain accompagnera le déploiement de ces filières dans 5 pays en 2019 pour garantir une traçabilité parfaite ;
- en proposant au meilleur prix, la meilleure offre de produits Bio dans tous les pays d'Auchan Retail en tenant compte de la maturité et de l'appétence des marchés locaux et en privilégiant l'approvisionnement local ;
- en poursuivant la généralisation de l'inscription du Nutri-Score sur ses produits MDD en France. Par l'exportation en Europe de ces produits fabriqués par des PME françaises, Auchan Retail contribuera à la sensibilisation des habitants européens sur la qualité nutritionnelle des produits ;
- en accélérant le développement des circuits courts d'approvisionnement associant les producteurs dans les zones de vie. Actuellement près de 10 000 circuits courts agricoles sont déjà mis en œuvre partout dans le monde ;
- en renforçant la transparence et la confiance dans la préparation des plats cuisinés par la mise en œuvre de cuisines face aux clients dans nos magasins (496 à fin 2018) et utilisant les produits disponibles sur place, par le développement d'espace de restauration (230 principalement dans les hypermarchés) ou de cours de cuisine au cœur des magasins.

b - Servir les habitants dans leur Zone de vie

Auchan Retail renforce son approche résolument *client centric*, en mettant le besoin du client au coeur de son approche en s'organisant, quand c'est pertinent dans les pays, en Zones de vie. Adaptée à l'évolution des mobilités et des modes de vie, la Zone de Vie répond à un objectif simple : toucher le client où qu'il soit et lui apporter la solution "course" qu'il souhaite et au moment où il le souhaite. Au plus près des habitudes de vie, s'appuyant sur une approche multiformat et phygitale, la Zone de vie permettra de faire vivre un projet commercial spécifique et des relations de proximité avec des fournisseurs locaux au bénéfice des habitants.

Auchan Retail donnera la priorité à l'ouverture de points de contact d'ultra-proximité comme le drive piéton en France et s'appuiera sur les hypermarchés pour livrer l'ensemble des magasins aux alentours. Dans la continuité de ce qui est fait en Chine, Il poursuivra le déploiement d'un online-to-offline (le O2O) rentable. Des tests sont actuellement en cours en Europe.

c - Construire des écosystèmes innovants avec des partenaires clefs

La nouvelle gouvernance d'Auchan Retail entend étendre sa démarche d'ouverture et de construction de partenariats gagnants avec des acteurs clefs dans leur secteur.

Auchan Retail a déjà noué des partenariats majeurs :

- **dans le domaine digital et technologique**, avec Alibaba en Chine, où le déploiement de l'écosystème TaoXianDa et la mise en place du "O2O" (*online to offline*) dans les 484 hypermarchés de Sun Art Retail a permis de livrer 45 millions de commandes en 2018 aux clients des enseignes Auchan et RT Mart. Ce partenariat se poursuivra et s'amplifiera ;
- **dans le domaine des achats** avec la création de Horizon, alliances nouvelle génération avec le Groupe Casino, METRO et le groupe Schiever, rejoint également par DIA sur sa partie internationale. Couvrant 47 pays, ces partenariats constituent la plateforme de services aux fournisseurs la plus étendue au monde. En France, Horizon a clôturé l'année avec 100 % des dossiers de négociations finalisés dans les temps et dans une relation jugée constructive par les interlocuteurs industriels. Le "ruissellement" dans le respect de la loi EGAlim sur les produits agricoles sensibles (lait, viande, pomme de terre, ...) a été pris en compte et la 1ère filière agricole tripartite a été lancée avec les oeufs de plein air ;
- **dans le domaine des services**, avec des partenariats avec les entreprises spécialisées (Leroy Merlin, Décathlon, Boulanger, ...) de l'Association Familiale Mulliez. Dans un premier temps, cela concernera, d'une part, le renforcement de la personnalisation de l'offre client par l'enrichissement mutuel des données client. Et d'autre part, le développement et la rentabilisation des livraisons à domicile (Jour J, J+1) des achats clients au départ des magasins. Un premier test grandeur nature sera lancé en France au cours du 1er semestre 2019 ;
- **dans le domaine de l'offre**, par l'association, sous le même toit, de la puissance alimentaire de confiance d'Auchan Retail avec des leaders spécialisés non-alimentaires de l'Association Familiale Mulliez. Cinq hypermarchés sont susceptibles de tester en France de tels partenariats au deuxième semestre 2019.

L'ensemble de ces actions coordonnées doit permettre à Auchan Retail de retrouver dès 2019 des résultats en croissance.

“Je juge les résultats 2018 d’Auchan Retail très insuffisants. Notre objectif est un redressement à court-terme qui passera par des arbitrages et des renoncements. C’est l’ambition du plan d’action “Renaissance” que j’ai mis en œuvre dès mon arrivée. C’est sa réussite qui permettra une amélioration significative des résultats 2019 d’Auchan Retail.

A moyen terme, nous devons redonner de la singularité à l’expertise d’Auchan Retail grâce à une vision 2025 réaffirmée et soutenue par des décisions stratégiques. Avec les équipes d’Auchan Retail, nous avons la volonté de gagner la bataille du sens, sens dans la façon de toujours mieux faire notre métier. Notre objectif est d’être l’enseigne alimentaire de confiance pour les habitants dans leur zone de vie, en nous appuyant sur des partenariats innovants. Ces partenariats seront aussi bien à l’achat, technologiques, de services ou d’offre.” déclare **Edgard Bonte**, le nouveau président exécutif d’Auchan Retail.

CEETRUS



Au 31 décembre 2018, Ceetrus a enregistré des revenus de 567 millions d’euros correspondant à une croissance de +10,6 % à taux de changes constants. Ces résultats reflètent le plan d’investissement ambitieux en termes d’acquisitions et de créations de sites (+8,9 %) ainsi que la politique d’amélioration des sites existants (+1,9 %). Les cessions et variations de taux de change (Russie) ont un faible impact (-0,9%). La juste valeur des actifs atteint 8,0 milliards d’euros. Elle progresse de 11,3 %.

L’Ebitda progresse de 9,6 %. Cette hausse s’explique par la bonne tenue des loyers et par les acquisitions et expansions réalisées.

Ceetrus, nouvelle identité d’Immochan, poursuit sa transformation pour **devenir développeur immobilier mixte**.

Cette évolution se concrétise d’abord au profit de ses sites commerciaux existants. Avec pour objectif d’en renforcer la valeur et l’attractivité pour contribuer au succès de ses commerçants et partenaires, Ceetrus réinvente ses sites dans leur ensemble. Lieux de vie, créateurs de liens et de moments à vivre grâce aux évènements et services proposés, les sites Ceetrus ont pour vocation de devenir un point central du quotidien des citoyens, sur lesquels se combinent commerces, logements, bureaux, loisirs et infrastructures urbaines. Ensuite, l’entreprise agit dans le cadre de nouveaux programmes pour apporter au territoire une solution globale et sur mesure.

Ainsi, en 2018, Ceetrus a investi 1 120 millions d’euros pour métamorphoser et agrandir son patrimoine. Parmi les rénovations, on remarque le site de la Lézarde à Montivilliers en France (+40 000 m²) et le remodeling du site de Taberelor à Drumul en Roumanie (+ 12 800 m²). Au titre des extensions, Ceetrus a agrandi le centre commercial de Noyelles Godault en France (phase 1 oct. 2018 ; +25 boutiques ; +13 350m²) ou encore le centre commercial Auchan de Taranto en Italie (sept 2018 ; +5 000m² GLA ; +26 boutiques). Ceetrus a également renforcé sa position compétitive au Portugal (2 centres et 1 Retail park acquis) et au Luxembourg (acquisition de 2 actifs destinés à être transformés en un mix de bureaux, logements, commerces et loisirs). Deux nouveaux sites commerciaux ont par ailleurs ouvert leur porte à Kiev en Ukraine : le « RetailPark Petrovka » (mix de commerces et loisirs ; 11 770m²) et la première phase de « Rive Gauche » (5 000m² GLA, hypermarché Auchan, 1000 places de parking à ce jour).

Devenu développeur immobilier mixte, Ceetrus étudie la transformation de ses sites dans leur globalité urbaine. En Roumanie, le site de Coresi poursuit son développement avec 801 logements livrés dont 585 en 2018 et 40 000m² de bureaux acquis, sur une zone commerciale de 59 000m². Le site de la Cloche d'or au Luxembourg (57 000 m² GLA, 250 logements de standing, 140 boutiques) sera livré au second trimestre 2019. En Hongrie, Ceetrus a développé un programme de 59 logements sur le site d'Auchan Kecskemét. Lauréat en juin 2018 de l'appel d'offres lancé en France par Gares & Connexions, Ceetrus métamorphosera la Gare du Nord à horizon 2024 en s'appuyant sur son expérience des flux et sa capacité à construire des partenariats forts.

Selon **Benoît Lheureux**, Leader Ceetrus, en charge de la direction générale :

« Bien conscient des évolutions de la société et des attentes des citoyens, des nouvelles façons de vivre et de consommer, Ceetrus s'est engagée dès 2016 dans sa Vision 2030 et s'est inscrite dans une démarche de dialogue avec les territoires pour créer des lieux de vie durables, intelligents et animés, à impact positif. Le succès rencontré par les projets de 2018 nous incitent à poursuivre dans cette voie et à accélérer notre transformation.

En 2019, Ceetrus maintiendra ce niveau d'exigence et veillera en permanence à l'équilibre de l'activité entre l'attention à porter à ses sites existants aux côtés d'Auchan Retail et sa capacité à développer de nouveaux projets urbains. 2019 sera marquée par la livraison, en Europe, d'importants sites commerciaux et de lieux de vie dans l'esprit Ceetrus, « with Citizens, for Citizens ».

ONEY



En 2018, Oney a poursuivi son accélération et a présenté une performance commerciale en hausse, avec une évolution du Produit Net Bancaire de + 3,8 %. Le Résultat Net s'élève quant à lui à 52,6 millions d'euros au 31 décembre 2018, en hausse de 38 %. Oney compte aujourd'hui 7,6 millions de clients et 400 partenaires commerçants dans 11 pays (France, Espagne, Portugal, Italie, Ukraine, Pologne, Belgique, Russie, Hongrie, Malte, et Belgique).

2018 a été l'occasion pour Oney de poursuivre le déploiement du paiement fractionné, son offre phare, grâce d'une part au déploiement d'une plateforme multi-pays, d'autre part à de nouveaux partenariats et enfin au lancement de ce mode de paiement dans de nouveaux pays, comme l'Italie, le Portugal ou la Belgique, pays dans lequel Oney n'était pas encore présent.

La solution de paiement 3x4x Oney est une solution omnicanale aujourd'hui disponible en France, en Espagne, en Italie, au Portugal et en Belgique. En 2019, d'autres pays européens proposeront ce moyen de paiement. Utilisable en B2C, en C2C ou en Marketplace, sa performance dans la transformation de l'intention d'achat a convaincu 100 nouveaux partenaires commerçants d'univers divers (Atol, Thomas Cook, Intersport ou encore Alinéa en France, Décathlon, Afflelou, ou Fnac en Espagne). Capable de s'adapter à toutes les plateformes de services de paiement, la solution a également été intégrée par de nouvelles plateformes comme Adyen.

Le développement de cette solution de paiement s'accompagne d'une sécurisation toujours plus innovante pour assurer la fluidité du tunnel de conversion et un très haut niveau d'acceptation du paiement, s'appuyant sur la notion de validation de l'identité digitale, une des expertises clé du groupe Oney et développée par sa filiale lancée en 2018, Oneytrust, issue de la fusion des entités FIA-NET et Oney Tech. Ce rapprochement a permis de mettre en commun le savoir-faire et l'expertise de deux acteurs français de la lutte contre la fraude. Dès son lancement, Oneytrust a renforcé son offre et a fortement investi dans la recherche et le développement afin d'offrir une expérience d'achat sécurisée unique aux consommateurs.

Fort de cette nouvelle offre, Oneytrust est en négociation avec deux acteurs mondiaux du paiement, leaders de leur domaine d'activité. Cela souligne la pertinence de ses innovations et l'intérêt de structures d'envergures pour ses solutions.

Par ailleurs, 2018 a été l'occasion de renforcer les liens avec de grands partenaires historiques. Auchan Retail, Leroy Merlin, Norauto, Alinéa ou Electro-Dépôt ont confirmé leur confiance en Oney en renouvelant leurs contrats commerciaux long-terme, preuve de la performance et de la compétitivité des solutions déployées. D'autres enseignes, à l'instar de Showroomprivee, ou Alltricks ont choisi d'élargir leur partenariat en signant des contrats internationaux sur le paiement fractionné.

En mars 2018, Oney Data a livré une plateforme de Data Sharing pour Auchan Retail. Celle-ci permet à plus de 170 de ses fournisseurs d'avoir accès à des analyses de ventes dans 11 pays.

En novembre 2018, Oneyinsurance a lancé de nouvelles offres en Italie : des assurances de dommages matériels voitures. Ces offres ont été co-crées avec Passway, un leader de l'industrie du courtage automobile italienne.

Enfin, en décembre 2018, à la suite de l'évolution de la stratégie de Sun Art Retail, son client en Chine, en matière de plateforme de paiements, Oney a annoncé mettre fin à ses activités dans ce pays. Les activités de Oney Chine cesseront progressivement d'ici la fin du troisième trimestre 2019.

Selon **Jean-Pierre Viboud**, Directeur général de Oney :

« Nos bonnes performances de 2018 sont le résultat de la transformation humaine et digitale que nous avons initiée il y a plusieurs années. Les nombreux projets portés par nos collaborateurs et les réussites obtenues permettent un développement dynamique et soutenu : en attestent le déploiement du 3x4x au Portugal, en Belgique et en Italie, nos innovations technologiques (profilage digital, paiement biométrique en Roumanie) et surtout le nombre croissant de nos clients et partenaires commerçants qui témoignent de la qualité de nos services. Ce dynamisme qui se confirme année après année, couplé au projet d'entrée de BPCE au sein de notre capital, doit nous permettre d'accélérer encore plus notre développement en France et à l'international ».

Chiffres clés de l'exercice 2018

<i>En millions d'euros</i>	2018	2017	Variation à changes courants	Variation à changes constants
Produits des activités ordinaires	50 986	52 669	- 3,2 %	- 1,3 %
EBITDA ¹	1 999	2 373	- 15,8 %	- 13,9 %
Résultat opérationnel courant	397	876	- 54,7 %	
Autres produits et charges opérationnels	(1 254)	(173)	na.	
Résultat opérationnel	(857)	703	na.	
Résultat net des activités poursuivies	(997)	427	na.	
Résultat net	(946)	509	na.	
dont résultat net – part du groupe	(1 145)	275	na.	
Résultat net (hors Autres produits et charges opérationnels)	170	681	- 75,0 %	

<i>En millions d'euros</i>	2018	2017	Variation (M€ et %)	
Flux net de trésorerie liés aux opérations d'investissements	(2 383)	(1 594)	(789)	+ 49,5 %
Dette financière nette	3 729	2 470	(1 259)	+ 51,0 %



Contact investisseurs

François-Xavier Gimonnet- Tel. +33 3 20 81 68 54 – fxgimonnet@auchan.com

Contact presse

Marie Vanoye – Tel. +33 3 20 81 68 52 – mvanoye@auchan.com

www.auchan-holding.com

¹ EBITDA : Résultat d'exploitation courant hors autres produits et charges d'exploitation et hors amortissements, dépréciations et provisions (hors ceux comptabilisés dans le coût des ventes)

Annexes

Compte de résultat consolidé de l'exercice 2018

En millions d'euros	2018	2017	Var. à change courant	Var. à change constant
Produits des activités ordinaires	50 986	52 669	- 3,2 %	- 1,3 %
Coûts des ventes	(38 917)	(40 448)	- 3,8 %	
Marge commerciale	12 069	12 221	- 1,2 %	
<i>taux de marge commerciale</i>	23,7 %	23,2 %	+ 0,5 pt	
Charges de personnel	(6 351)	(6 179)	2,8 %	
Charges externes	(3 680)	(3 614)	1,8 %	
Amortissements, provisions et dépréciations	(1 630)	(1 565)	4,1 %	
Autres produits et charges d'exploitation	(11)	13	na.	
Résultat d'exploitation courant	397	876	- 54,7 %	- 49,4 %
<i>taux de marge opérationnelle courante</i>	0,8 %	1,7 %	- 0,9 pt	
Autres produits et charges opérationnels	(1 254)	(173)	na.	
Résultat d'exploitation	(857)	703	na.	
Coût de l'endettement financier net	(37)	(39)	- 4,0 %	
Autres produits et charges financiers	(43)	5	na.	
Charges d'impôts	(57)	(240)	- 76,4 %	
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	(3)	(2)	50,0 %	
Résultat net des activités poursuivies	(997)	427	na.	
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession	51	82	- 37,8 %	
Résultat net	(946)	509	na.	
Résultat net – Part du Groupe	(1 145)	275	na.	
Résultat net attribuable aux intérêts ne donnant pas le contrôle	200	234	- 14,8 %	
EBITDA	1 999	2 373	- 15,8 %	- 13,9 %
<i>taux de marge d'EBITDA</i>	3,9 %	4,5 %	- 0,6 pt	

Bilan consolidé au 31 décembre 2018

ACTIF (En millions d'euros)	31/12/2018	31/12/2017	Var. 2018/2017
Goodwill	2 992	3 692	- 700
Autres immobilisations incorporelles	1 036	1 052	- 16
Immobilisations corporelles	10 941	11 636	- 695
Immeubles de placement	5 265	4 627	638
Participations dans les sociétés mises en équivalence	222	184	38
Activité de crédit	0	1 265	- 1 265
Autres actifs financiers non courants	436	504	- 68
Dérivés actifs non courants	126	129	- 3
Actifs d'impôts différés	342	350	- 8
ACTIF NON-COURANT	21 359	23 439	- 2 080
Stocks	4 797	4 910	- 113
Activité de crédit	136	1 647	- 1 511
Créances clients	498	526	- 28
Créances d'impôt	158	113	45
Autres créances courantes	2 444	2 339	105
Dérivés actifs courants	123	52	71
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 420	2 619	801
Actifs détenus en vue de la vente	3 000		3 000
ACTIF COURANT	14 576	12 206	2 370
TOTAL ACTIF	35 935	35 645	290

PASSIF (En millions d'euros)	31/12/2018	31/12/2017	Var. 2018/2017
Capital social	591	604	-13
Primes liées au capital	1 673	1 914	-241
Réserves et résultats – part du groupe	5 674	7 394	-1 720
CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE	7 939	9 912	-1 973
Intérêts ne donnant pas le contrôle	3 509	3 369	140
TOTAL CAPITAUX PROPRES	11 448	13 281	-1 833
Provisions	265	282	-17
Emprunts et dettes financières non courantes	4 198	3 728	470
Dettes finançant l'activité de crédit	462	928	-466
Dérivés passifs non courants	17	22	-5
Autres dettes non courantes	458	341	117
Passifs d'impôts différés	531	627	-96
PASSIFS NON COURANTS	5 931	5 927	4
Provisions	284	247	37
Emprunts et dettes financières courantes	3 162	1 487	1 675
Dettes finançant l'activité de crédit	399	1 387	-988
Dérivés passifs courants	22	52	-30
Dettes fournisseurs	8 457	8 799	-342
Dettes d'impôt exigible	119	140	-21
Autres dettes courantes	4 375	4 325	50
Dettes associées à des actifs détenus en vue de la vente	1 738		1 738
PASSIFS COURANTS	18 557	16 436	2 121
TOTAL PASSIF	35 935	35 645	290