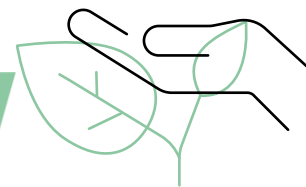


Paris, le 30 juillet 2024

Chiffre d'affaires annuel consolidé 2023-2024



Résistance du chiffre d'affaires annuel 2023-2024 malgré une conjoncture morose, toujours contrastée et défavorable au commerce spécialisé au second semestre :

- Chiffre d'affaires consolidé annuel de **911,5 M€** contre 902,1 M€ en 2022-2023, **en ligne** avec l'objectif de 900 M€ à 950 M€, réalisé dans un contexte marqué au second semestre par une météo particulièrement défavorable et un indice de confiance des ménages inférieur à ses niveaux historiques¹, en dépit de la stabilisation progressive de l'inflation :
- **Poursuite de l'augmentation de la part de l'Alimentaire à 16% des ventes annuelles 2023-2024** contre 10,4% en 2022-2023 sous l'effet de la pleine consolidation des sociétés récemment acquises, des ouvertures de nouveaux magasins ainsi que de la bonne performance de la Boulangerie/Snacking au sein des magasins franchisés et du Bio; croissance annuelle des ventes de l'Alimentaire de +55,5% en données publiées (dont -0,6% sur le second semestre) et de -0,6% en données comparables (dont -1,8% sur le second semestre dans un contexte de déflation de certaines catégories du Frais également affectées par la météo dégradée au second semestre) ;
- En **Jardinerie/Animalerie, exécution soutenue des 3 axes du plan stratégique** sur l'exercice dans un environnement particulièrement défavorable à la distribution spécialisée en France : objectif d'un taux de pénétration des marques exclusives de 24% des ventes atteint à fin juin 2024, lancement des sites internet renouvelés et de la marketplace, déploiement du click&collect et accélération du plan de gestion des réseaux ; évolution des ventes annuelles de la Jardinerie/Animalerie de -5,3% en données publiées sous l'effet de la diminution du parc de magasins et de -3,3% en données comparables, dont respectivement -6,4% en données publiées et -3,6% en données comparables au second semestre dans un marché de la Jardinerie/Animalerie notamment en baisse de -7,8% sur le périmètre GSA entre janvier et juin 2024 (Circana/LSA).

(en millions d'euros)	2023-2024	2022-2023	Variations	
			Données publiées	Données Comparables ^(a)
Chiffre d'affaires consolidé S2	514,2	544,8	-5,6%	-3,3%
Jardinerie/animalerie	442,4	472,6	-6,4%	-3,6%
Alimentaire	71,8	72,2	-0,6%	-1,8%
Chiffre d'affaires consolidé annuel	911,5	902,1	1,0%	-2,9%
Jardinerie/animalerie	766,0	808,6	-5,3%	-3,3%
Alimentaire	145,4	93,5	+55,5%	-0,6% ^(b)

(a) Périmètre constant en retirant de l'ensemble des variations de périmètre.

(b) Données comparables sur une période de 7 mois tenant compte de l'entrée dans le périmètre de Boulangerie Louise et Grand Marché La Marnière le 1^{er} décembre 2022.

¹ Données Insee, Indicateur synthétique de confiance des ménages.

Moez-Alexandre Zouari, Directeur général de TERACT, a déclaré : « Dans un exercice marqué par une conjoncture morose et toujours contrastée, TERACT a maintenu son chiffre d'affaires en ligne avec son objectif. Le Groupe continue à tenir son cap et à déployer sa stratégie pour devenir le distributeur responsable pour des clients de plus en plus engagés. »

Ludovic Holinier, Directeur général délégué de TERACT, a déclaré : « Les équipes ont poursuivi leur solide travail et accéléré l'exécution des plans stratégiques et d'efficacité malgré un environnement toujours impacté, en France, par une météo exceptionnellement défavorable et par une confiance des ménages encore insuffisante. TERACT a ainsi pu démontrer une nouvelle fois la résilience et la réactivité de son modèle, qui lui confèrent une agilité unique dans ce contexte particulier. »

Analyse des ventes du second semestre et de l'année

Jardinerie / Animalerie

Le chiffre d'affaires annuel consolidé du **secteur Jardinerie/Animalerie**, qui inclut les enseignes Jardiland, Gamm vert (et rayons Frais d'ICI), Delbard, Jardineries du Terroir et Noé, la maison des animaux² s'élève à **766,0 M€** pour l'exercice 2023-2024, en évolution de -5,3% en données publiées et de -3,3% en données comparables, dont respectivement -6,4% et -3,6% sur le second semestre, dans une conjoncture dégradée.

Dans un marché français du jardin qui s'est inscrit en baisse de -3,6% sur l'année calendaire 2023³, le 1^{er} semestre 2024 (correspondant au 2nd semestre 2023-2024 de l'exercice fiscal de TERACT), a été marqué par des conditions météorologiques exceptionnellement défavorables. Les mois de mai et juin, fortement contributeurs dans le secteur du Jardin, ont ainsi connu un important déficit d'ensoleillement et une pluviométrie excessive, en particulier en mai, qui ont pesé, de pair avec d'autres facteurs, sur le marché de la distribution spécialisée dont la jardinerie. Le bilan semestriel de PROCOS, publié le 10 juillet 2024, fait ainsi état d'une activité sous forte tension dans l'équipement de la maison avec des contractions dans certains secteurs tels que le meuble ou la décoration encore très supérieures, sous l'impact des difficultés continues du marché de l'immobilier et des tensions en relation avec le comportement des consommateurs restés prudents à la suite d'une période d'inflation élevée. Sur le marché de la Jardinerie/Animalerie en GSA en particulier, le panéliste Circana (repris par LSA) fait état d'une baisse de -7,8% des ventes en cumul entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2024. Dans ce contexte, les enseignes de TERACT, notamment les magasins intégrés, enregistrent toutefois une meilleure performance au moins de juin, après un mois de mai dégradé, sous l'effet de soldes et d'opérations promotionnelles réussies, de l'amélioration de la satisfaction des clients (mesurée par le NPS) et du déploiement continu du plan digital, détaillé plus bas.

Alors que l'indice de confiance des ménages peine à retrouver ses niveaux moyens historiques (*indice à 89 en juin 2024⁴ contre une moyenne de long terme égale à 100*), en lien avec les incertitudes décrites plus haut sur l'environnement de consommation, TERACT a atteint l'objectif de développement de ses **marques exclusives**, avec un taux de pénétration des marques propres de 24% (>+3 points) des ventes

² Anciennement Noa.

³ Panorama 2023 des marchés du jardin et de la terrasse - Promojardin-Promanimal, en partenariat avec Les Echos Études (mai 2024).

⁴ Données Insee, Indicateur synthétique de confiance des ménages.

des magasins intégrés à fin juin 2024. Les marques propres ECLOZ, INVIVO Nous on sème, PURE FAMILY, les SENS DU TERROIR s'inscrivent plus que jamais dans une proposition de valeur optimale et responsable pour le client averti, tout en permettant à TERACT de conserver un contrôle sur ses coûts de production. Le Groupe a d'autre part accéléré le plan de gestion de ses réseaux, reposant notamment sur les passages en franchises (22 magasins concernés au 1^{er} semestre 2023-2024), transferts ou encore fermetures de magasins durablement non performants. S'agissant des partenaires franchisés, 6 magasins ont été fermés à leur initiative, et un groupe de 25 magasins a quitté le parc sur le second semestre, sans impact significatif sur les données publiées.

Le secteur du **e-commerce** a par ailleurs poursuivi son développement au second semestre. Le déploiement du plan digital s'est fortement accéléré ; les **deux sites refondés et rénovés** sont désormais actifs après le lancement de Jardiland.com en janvier 2023 et de Gammvert.fr en octobre 2023.

La marketplace, outil d'extension de l'offre qui vise à répondre aux attentes croissantes des clients, a été initiée en juin 2024 sur ces 2 sites à la suite du projet d'intégration rapidement exécuté après l'accord intervenu avec Mirakl en septembre 2023. Le Groupe projette désormais d'y accueillir une centaine de vendeurs tiers pour continuer à enrichir son catalogue en ligne de nouvelles références d'ici à fin juin 2025.

Le déploiement de l'offre « click & collect » se poursuit également, en vue de la généraliser à tous les magasins, y compris franchisés, avec déjà 750 magasins connectés et 20 000 produits disponibles à fin juin 2024.

A l'international enfin, le site web marchand de Jardiland Espagne, Jardiland.es, a été inauguré en mai 2024. Ce nouveau portail est spécifiquement dédié au retrait en magasin sous 2 h pour les 6 magasins espagnols et propose plus de 4 000 offres produits disponibles en ligne.

Alimentaire

Le chiffre d'affaires annuel consolidé du **secteur Alimentaire**, qui inclut les enseignes Bio&Co, Grand Marché La Marnière et Boulangerie Louise s'élève à **145,4 M€** pour l'exercice 2023-2024, en croissance de 55,5% en données publiées (dont -0,6 % sur le second semestre) et de -0,6% en données comparables (dont -1,8% sur le second semestre).

Le chiffre d'affaires annuel intègre en premier lieu la contribution liée à la pleine consolidation des enseignes Boulangerie Louise et Grand Marché La Marnière acquises fin 2022 et consolidées sur 7 mois sur le précédent exercice annuel ainsi qu'un effet défavorable de la déflation et d'une météo dégradée sur certaines catégories du Frais au second semestre.

Sur l'exercice, les ventes ont notamment bénéficié de la bonne performance du Bio et des magasins franchisés Boulangerie Louise, avec une refonte de l'offre, en particulier de snacking, initiée depuis l'acquisition de l'enseigne fin 2022, et à l'effet des ouvertures de magasins Boulangerie Louise.

Les ouvertures de magasins se sont ainsi poursuivies, avec 2 nouvelles ouvertures (Lens et Cergy) au 2nd semestre après celle, entre autres, des Champs-Élysées, et la fermeture de 4 magasins intégrés au 1^{er} semestre et d'un franchisé au 2nd semestre, dans une logique d'optimisation permanente du réseau sur laquelle TERACT a fait le choix de se concentrer. L'objectif d'au moins une dizaine d'ouvertures brutes est

poursuivi à horizon premier trimestre 2025 dans un marché toujours porteur en France, sur un segment qui devrait continuer à croître de plus de 8 % entre 2022 et 2026⁵.

Les ventes des magasins de distribution alimentaire ont continué à bénéficier de la reprise du marché du Bio, qui avait été amorcée depuis le milieu de l'année 2023. Les ventes de Bio&Co s'inscrivent en croissance grâce à la reprise en profondeur de l'offre, désormais plus en adéquation avec le souhait des clients d'être au plus près des agriculteurs et davantage acteurs de leur façon de consommer. Les ventes des enseignes Grand Marché la Marnière sont pour leur part affectées au second semestre par les effets de la déflation et de la météo dégradée sur certaines catégories du Frais, notamment les fruits et légumes et la charcuterie-boucherie-volaille.

⁵ La revue Boulangerie-Pâtisserie de Food Service Vision publiée en janvier 2024.

Annexes

1. Faits marquants du second semestre 2023 – 2024

Le **10 juin 2024**, dans la continuité de sa stratégie omnicanale, TERACT a officiellement annoncé le lancement de sa Marketplace, disponible depuis cette date sur les sites de ses enseignes Jardiland.com et Gammvert.fr après plusieurs mois de développement. Le déploiement de la marketplace permet une expérience d'achat en ligne enrichie, directement sur les sites du Groupe. L'objectif premier est d'élargir l'offre en complémentarité des références déjà présentes en magasins, de capter de nouveaux clients et de toujours mieux répondre à leurs attentes et besoins.

Après Jardiland.com et Gammvert.fr en France, le site web marchand de Jardiland Espagne, Jardiland.es, a été inauguré **le 22 mai 2024**. Ce nouveau portail est spécifiquement dédié au retrait en magasin sous 2 heures pour les 6 magasins espagnols situés à Gavà, Sant Cugat, Reus, Oleiros, Cubelles, et La Pobla.

Le 18 mars 2024, les enseignes de TERACT Gamm vert et Jardiland se sont distinguées en se classant respectivement 7ème et 9ème parmi les enseignes franchisées les plus appréciées des Français, résultat d'une enquête réalisée par l'Institut de la qualité, filiale de Burda Media, spécialiste des enquêtes et des labels de qualité en Europe, en association avec Le Figaro. Pour ce classement, plus de 500 enseignes franchisées (sur les quelque 2 000 réseaux actifs en France en 2024) réparties entre 62 secteurs d'activité ont été retenues. Au total, plus de 300 000 avis de consommateurs ont été recueillis en novembre et en décembre 2023 dans le cadre d'un sondage dont les items portaient sur la qualité du service offert, le rapport qualité prix et l'engagement écologique.

Le 29 février 2024, à l'occasion de la 17ème édition du Grand Prix des Favori e-commerce organisé par la Fevad, Jardiland.com s'est vu décerner la médaille d'argent du Meilleur Site E-Commerce de l'année dans la catégorie équipement de la maison, en seconde position derrière Ikéa qui recevait la médaille d'or. Cette distinction est une reconnaissance qui récompense à la fois la stratégie d'accélération sur l'omnicanalité et l'investissement des équipes pour satisfaire les clients avec une expérience d'achat enrichie.

Etude Harris interactive auprès de 4 000 internautes pour la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) qui fédère aujourd'hui près de 800 entreprises.

Le **14 février 2024**, TERACT a annoncé la nomination de Ludovic Holinier, effective depuis le 1er mars 2024, en qualité de Directeur général délégué, en remplacement de Guillaume Darrasse. Ludovic Holinier est depuis cette date en charge du pilotage des activités de l'entreprise, dont il a intégré le Comité Exécutif. Fort d'une solide expérience du secteur de la grande distribution après 30 ans passés au sein du groupe Auchan où il a occupé différentes fonctions en France, aux Etats-Unis, en Russie, et en Chine, il était, depuis 2019 Directeur général du groupe Cora /Louis Delhaize. Il a notamment pour mission de poursuivre le développement et la croissance des activités stratégiques dans l'alimentaire, tout en déployant le modèle de distribution durable, alternative et responsable promu par TERACT.

2. Parc de magasins

	30/06/2023	31/12/2023	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Total Mouve- ments	30/06/2024
Jardinerie/animalerie	1 576	1 575	8		-38		-30	1 545
Jardiland	172	172	2		-1		1	173
Intégrés	105	106	1				1	107
Franchisés/Affiliés	67	66	1		-1			66
Gamm vert (incluant rayons Frais d'Ici)	1 153	1 155	1		-31		-30	1 125
Intégrés	98	76						76
Franchisés/Affiliés	1 055	1 079	1		-31		-30	1049
Delbard/Jardineries du Terroir	248	245	5		-6		-1	244
Franchisés/Affiliés	248	245	5		-6		-1	244
Noé, la maison des animaux	3	3						3
Intégrés	3	3						3
Alimentaire	138	136	2		-1		1	137
Boulangerie Louise	128	126	2		-1		1	127
Intégrés	119	115	2				2	117
Franchisés/Affiliés	9	11			-1		-1	10
Grand Marché La Marnière	3	3						3
Intégrés	3	3						3
Bio&Co	7	7						7
Intégrés	7	7						7
Groupe	1 714	1 711	10		-39		-29	1 682

3. Volume d'affaires⁶

(en millions d'euros)	2023-2024	2022-2023	Variations	
			Données publiées	Données Comparables ⁷
Volume d'affaires S2 HT estimé	1 398,7	1 421,0	-1,6%	-2,8%
Jardinerie/animalerie	1 322,8	1 347,3	-1,8%	-2,9%
Alimentaire	75,9	73,7	3,0%	-1,5%
Volume d'affaires annuel HT estimé	2 452,2	2 483,4	-1,3%	-2,7%
Jardinerie/animalerie	2 297,9	2 388,4	-3,8%	-2,8%
Alimentaire	154,2	95,0	62,4%	-0,3%

4. Agenda prévisionnel

Date	Événement
17 octobre 2024 (avant bourse)	Résultats annuels
16 décembre 2024	Assemblée générale annuelle

⁶ Le volume d'affaires ou le chiffre d'affaires sous enseignes comprend le chiffre d'affaires réalisé par les magasins intégrés et les magasins franchisés/affiliés.

⁷ Périmètre constant en retraitant de l'ensemble des variations de périmètre. Hors affiliés

Disclaimer

Ce communiqué de presse peut contenir des déclarations prospectives.

Les déclarations prospectives se définissent par opposition aux faits historiques et concernent l'ensemble des prévisions relatives à (sans que cette liste soit limitative) :

- *des événements futurs tels que des tendances, des projets, des attentes ou des objectifs ;*
- *l'activité future tels que les résultats, la situation financière, la performance ou la stratégie de la société TERACT.*

Les déclarations prospectives s'appuient sur les attentes et les hypothèses anticipées par la Direction de la société TERACT à la date du présent communiqué et elles ne sont valides qu'à la date où elles sont faites. Les investisseurs et/ou les actionnaires de la société TERACT sont alertés sur le fait de ne pas accorder une importance excessive à ces déclarations prospectives qui sont, par nature, soumises à des risques et incertitudes qui peuvent être identifiés ou non, et indépendants de la Société TERACT. Ces risques comprennent notamment ceux qui sont présentés sous la section « facteurs de risques » du Document d'enregistrement universel 2022/2023 approuvé par l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 26 octobre 2023 sous le numéro R. 23 – 032 et consultable sur le site www.teract.com (rubrique investisseurs/publications). Par conséquent, les résultats ou les performances effectifs peuvent s'écarter sensiblement de ceux énoncés ou induits par ces déclarations prospectives.

La société TERACT ne s'engage en aucune façon à mettre à jour lesdites déclarations prospectives, sous réserve des exigences légales et réglementaires. Toutes les déclarations prospectives faites par ou pour le compte de la société TERACT sous soumises au présent avertissement.

A propos de TERACT :

TERACT regroupe depuis le 29 juillet 2022 les activités de distribution du Groupe InVivo (anciennement InVivo Retail) et celles de l'ancien SPAC 2MX Organic.

TERACT est un acteur majeur de la distribution responsable dans les marchés en croissance de la jardinerie, animalerie et distribution alimentaire. Nous avons comme ambition de créer un réseau d'enseignes unique en son genre alliant tradition et modernité, savoir-faire agricoles et innovation, expérience en magasin et digitale. TERACT répond à l'envie d'une consommation nouvelle génération synonyme de qualité, de durabilité et de traçabilité. TERACT regroupe les enseignes de jardinerie/animalerie Jardiland, Gamm vert, Delbard, Jardineries du Terroir et Noé, la maison des animaux et de distribution alimentaire Boulangerie Louise, Grand Marché La Marnière, Frais d'Ici et Bio&Co. TERACT a comme actionnaire majoritaire InVivo, l'un des premiers groupes agricoles et agroalimentaires européens. TERACT est coté sur le compartiment professionnel d'Euronext Paris (code mnémorique : TRACT, ISIN : FR001400BMH7). Plus d'informations sur www.teract.com.

CONTACTS :

Investisseurs : investors@teract.com

Médias : media@teract.com