



**Progression de +12,7% du chiffre d'affaires au 3<sup>è</sup> trimestre 2008**

**Croissance organique soutenue : +7,3%**

Très bonne performance de la France : +5,3%

Maintien d'un rythme de croissance élevé à l'International : +11,9%

**Accélération de la croissance de Franprix-Leader Price : +12,1% (vs +9% au T2 08)**

CA consolidé HT	T3 2008 M€	9 mois 2008 M€	Var T3 2008/T3 2007		Var 9 mois 08/9 mois 07	
			euros	organique*	euros	organique*
<b>Total activités poursuivies</b>	<b>7 214,2</b>	<b>21 026,8</b>	<b>12,7%</b>	<b>7,3%</b>	<b>17,1%</b>	<b>7,0%</b>
France	4 737,3	13 747,7	5,2%	5,3%	4,9%	4,9%
International	2 476,9	7 279,1	30,5%	11,9%	50,2%	12,7%

*\*à taux de change et périmètre constants*

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2008, le Groupe a enregistré une progression de +12,7% de son chiffre d'affaires consolidé sous l'effet de la poursuite d'une croissance organique soutenue (+7,3%) et de la consolidation par intégration globale de Super de Boer.

**En France**, le Groupe a affiché une très bonne performance avec une croissance organique des ventes de +5,3% dans un contexte de marché analogue à celui du 2<sup>ème</sup> trimestre.

La croissance a ainsi continué à être portée par les formats de proximité et de discount, ainsi que par la marque propre et les premiers prix.

L'accélération de la croissance des ventes de Franprix-Leader Price (+12,1%) résulte d'une croissance soutenue à magasins comparables (+10% pour Franprix et +5,3% pour Leader Price) et d'une politique d'expansion plus dynamique conformément aux objectifs.

Les ventes de l'ensemble des formats de proximité progressent de +5,7%, sous l'impulsion notamment du fort dynamisme de Casino Supermarchés (+8,6%), qui enregistre à nouveau sur la période un gain de +0,1pt de sa part de marché.

La progression des ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre, en ligne avec celle du 1<sup>er</sup> semestre, permet au Groupe d'afficher sur les neuf premiers mois de l'année une croissance soutenue (+ 4,9%) dans un environnement conforme à ses anticipations et à sa stratégie.

Les activités à l'**International** ont continué à enregistrer un rythme de croissance organique élevé (+11,9%) tant en Amérique du Sud (+11,6%) qu'en Asie (+16,5%), sous l'effet notamment d'une croissance à magasins comparables forte.

La performance des ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre confirme la bonne adaptation du modèle économique du Groupe à l'environnement, tant en France qu'à l'International.

En France, Casino bénéficie d'un mix de formats favorable, caractérisé par la prédominance de ses enseignes de proximité et de discount. Le Groupe va accélérer l'expansion sur ces formats porteurs, peu consommateurs de capitaux et générateurs de cash. Casino tire également profit de leviers de différenciation efficaces, au travers notamment du développement de la marque propre et de la mise en œuvre d'un marketing de plus en plus personnalisé grâce à dunnhumby. A l'International, la plateforme géographique du Groupe est centrée sur des pays à fort potentiel de développement, tels que le Brésil, la Colombie et la Thaïlande.

\*  
\* \*

Le Groupe confirme ses objectifs pour 2008 :

- Accélération de la croissance organique du chiffre d'affaires
- Nouvelle croissance du résultat opérationnel courant

## FRANCE

Les ventes en France sont en progression de +5,2%. L'effet calendaire est positif de +0,7% sur la période.

En millions d'euros	3 <sup>ème</sup> trimestre			9 mois		
	2007	2008	Var.	2007	2008	Var.
<b>C.A. HT France</b>	<b>4 504,0</b>	<b>4 737,3</b>	<b>5,2%</b>	<b>13 104,8</b>	<b>13 747,7</b>	<b>4,9%</b>
<b>Franprix/Leader Price</b>	<b>908,3</b>	<b>1 018,3</b>	<b>12,1%</b>	<b>2 876,0</b>	<b>3 156,6</b>	<b>9,8%</b>
<b>HM Géant Casino</b>	<b>1 612,3</b>	<b>1 608,6</b>	<b>-0,2%</b>	<b>4 553,7</b>	<b>4 551,1</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Proximité</b>	<b>1 719,1</b>	<b>1 817,5</b>	<b>5,7%</b>	<b>4 872,3</b>	<b>5 149,7</b>	<b>5,7%</b>
SM Casino	871,0	945,8	8,6%	2 392,7	2 613,5	9,2%
Monoprix	410,9	420,5	2,3%	1 284,8	1 323,2	3,0%
Supérettes	437,2	451,2	3,2%	1 194,8	1 213,0	1,5%
<b>Autres activités</b>	<b>264,3</b>	<b>292,9</b>	<b>10,8%</b>	<b>802,8</b>	<b>890,2</b>	<b>10,9%</b>

C.A. à magasins comparables	3 <sup>ème</sup> trimestre 2008		9 mois 2008	
	Variation	Var. hors essence	Variation	Var. hors essence
Franprix	10,0%	10,0%	7,8%	7,8%
Leader Price	5,3%	5,3%	3,8%	3,8%
Hypermarchés Géant Casino	0,5%	-1,7%	0,7%	-2,1%
Supermarchés Casino	5,5%	4,0%	6,3%	4,2%
Monoprix	0,7%	0,7%	1,2%	1,2%

### Franprix-Leader Price

Franprix-Leader Price affiche une forte croissance de ses ventes au 3<sup>ème</sup> trimestre (+12,1%), portée par une croissance à magasins comparables soutenue et par l'accélération de l'expansion. La croissance à magasins comparables de Franprix s'établit ainsi à +10% (contre +7,9% au 2<sup>ème</sup> trimestre) et celle de Leader Price à +5,3% (contre +4,9% au 2<sup>ème</sup> trimestre). Ces bonnes performances résultent principalement de la hausse du trafic.

15 magasins Franprix et 10 magasins Leader Price ont été ouverts sur la période. L'accélération de l'expansion va se poursuivre au 4<sup>ème</sup> trimestre avec un objectif de 39 ouvertures de magasins pour Franprix et 26 pour Leader Price.

## **Hypermarchés**

Les ventes de Géant Casino sont en hausse de +0,5% à magasins comparables. Hors essence, elles reculent de -1,7%, sous l'effet de la baisse des ventes en non alimentaire (-7,2%), qui restent pénalisées par les arbitrages de dépenses opérés par les consommateurs.

Les ventes en alimentaire progressent de +0,8%, portées par le fort dynamisme de la marque propre dont la croissance se poursuit sur un rythme à deux chiffres. La quote-part de la MDD et des premiers prix dans les volumes de PGC-FI a ainsi progressé de 4 points à 44,7%.

Les débits sont en baisse de -2,3%, le panier moyen progresse de +0,7%.

Ces évolutions, conformes aux anticipations du Groupe, traduisent une accentuation des tendances structurelles du marché : recul du trafic en hypermarchés au profit des formats de proximité et de discount, et glissement du mix vers la marque propre et les premiers prix. Dans ce contexte, Géant Casino a continué à renforcer son attractivité commerciale par le déploiement de son nouveau concept de magasin, la rationalisation du portefeuille de familles en non alimentaire et la mise en œuvre d'une stratégie marketing de plus en plus personnalisée grâce à dunnhumby.

## **Proximité**

### **Supermarchés**

Casino Supermarchés a enregistré un nouveau trimestre de forte croissance avec des ventes en progression de +8,6%, +5,5% à magasins comparables. Hors essence, la croissance à magasins comparables s'établit à +4,0%, portée par une hausse du panier moyen (+3,6%).

L'enseigne a poursuivi son expansion avec l'ouverture de 3 magasins au 3<sup>ème</sup> trimestre.

Cette performance commerciale très satisfaisante s'est traduite par la poursuite de gains de part de marché (+0,1 point sur la période).

### **Monoprix**

Les ventes de Monoprix ont progressé de +2,3%, +0,7% à magasins comparables. L'enseigne bénéficie de son positionnement différencié lui permettant d'afficher une performance satisfaisante, en particulier en non alimentaire en dépit d'un environnement peu favorable.

Monoprix a ouvert 3 magasins Monop' sur la période.

### **Supérettes**

Les ventes des supérettes sont en hausse de +3,2% au 3<sup>ème</sup> trimestre, sous l'effet d'une nette amélioration des ventes de liquides et de fruits et légumes.

## **Autres activités**

Les autres activités (Cdiscount, Mercialis, Casino Cafétéria et Banque Casino) maintiennent une croissance élevée de leur chiffre d'affaires (+10,8%), portée par la très forte progression des ventes de Cdiscount (+20,7%). Les ventes additionnelles de Cdiscount viennent ainsi totalement compenser le recul des ventes en non alimentaire des hypermarchés.

\*

\*\*

## INTERNATIONAL

Les ventes de L'International sont en progression de +30,5% sur le trimestre. Ce chiffre intègre un effet périmètre de +21,7% lié principalement à la consolidation de Super de Boer à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2008. L'effet de change est défavorable de -3,2%, dû essentiellement à la dépréciation des devises thaïlandaises et vénézuéliennes par rapport à l'euro, en partie compensée par l'appréciation de la devise brésilienne.

La croissance organique a été élevée à la fois en Amérique du Sud (+11,6%) et en Asie (+16,5%).

CA consolidé	Variation en euros		Croissance organique		Mag.Comp	
	T3 2008	9 mois 08	T3 2008	9 mois 08	T3 2008	9 mois 08
Amérique du Sud	15,1%	41,2%	11,6%	13,8%	10,0%	10,7%
Asie	0,3%	2,0%	16,5%	14,3%	4,1%	4,4%
Océan Indien	3,2%	2,1%	5,4%	4,3%	5,2%	3,9%

**En Amérique du Sud**, la croissance des ventes à magasins comparables s'établit à +10,0%, sous l'effet principalement de l'accélération de la croissance à magasins comparables de CBD (+13,6% contre +8,1% au 1<sup>er</sup> semestre) et du maintien d'une croissance très forte en Argentine, Venezuela et Uruguay.

L'excellente performance de CBD, tant en alimentaire qu'en non alimentaire, traduit l'efficacité de la politique commerciale mise en œuvre par la société (positionnement prix compétitif, révision de l'assortiment...).

Dans un environnement macro-économique moins favorable, l'évolution des ventes de la Colombie continue à être pénalisée par le recul des ventes en non alimentaire.

**L'Asie** enregistre une croissance organique élevée +16,5%, portée par l'expansion et une croissance à magasins comparables satisfaisante (+4,1%). En Thaïlande, Big C a ouvert 3 hypermarchés sur la période (9 ouvertures depuis le début de l'année), ce qui porte à 63 le nombre d'hypermarchés à fin septembre. Un nouvel hypermarché a été ouvert au Vietnam, où le parc compte désormais 8 magasins.

**L'Océan Indien** enregistre une performance satisfaisante avec une croissance organique des ventes de +5,4%, +5,2% à magasins comparables, reflétant le succès des opérations commerciales de la période.

**Aux Pays-Bas**, Super de Boer a enregistré une croissance à magasins comparables de +4,2% au 3<sup>ème</sup> trimestre, en ligne avec celle du 1<sup>er</sup> semestre.

## Principales variations du périmètre de consolidation

- Exito (Colombie) est consolidée par intégration globale à compter du 1<sup>er</sup> mai 2007 (par mise en équivalence précédemment).
- Disco (Uruguay) est consolidée par intégration proportionnelle à hauteur de 62,5% à compter du 1<sup>er</sup> août 2007 (contre 58% précédemment).
- Assai (Brésil) est consolidée par intégration globale au sein du groupe CBD à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2007.
- Super de Boer (Pays-Bas), jusqu'à présent mise en équivalence, est consolidée par intégration globale à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2008.

	3 <sup>ème</sup> trimestre		Variation		9 mois		Variation	
	2007 M€	2008 M€	en Euros	A taux de change constants	2007 M€	2008 M€	en Euros	A taux de change constants
<b>FRANCE</b>	<b>4 504,0</b>	<b>4 737,3</b>	<b>5,2%</b>	<b>5,2%</b>	<b>13 104,8</b>	<b>13 747,7</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,9%</b>
<i>dont :</i>								
Franprix – Leader Price	908,3	1 018,3	12,1%	12,1%	2 876,0	3 156,6	9,8%	9,8%
HM Géant Casino	1 612,3	1 608,6	-0,2%	-0,2%	4 553,7	4 551,1	-0,1%	-0,1%
Proximité	1 719,1	1 817,5	5,7%	5,7%	4 872,3	5 149,7	5,7%	5,7%
Supermarchés Casino	871,0	945,8	8,6%	8,6%	2 392,7	2 613,5	9,2%	9,2%
Monoprix	410,9	420,5	2,3%	2,3%	1 284,8	1 323,2	3,0%	3,0%
Supérettes	437,2	451,2	3,2%	3,2%	1 194,8	1 213,0	1,5%	1,5%
Autres Activités	264,3	292,9	10,8%	10,8%	802,8	890,2	10,9%	10,9%
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>1 898,7</b>	<b>2 476,9</b>	<b>30,5%</b>	<b>33,7%</b>	<b>4 845,2</b>	<b>7 279,1</b>	<b>50,2%</b>	<b>54,1%</b>
<i>dont :</i>								
Amérique du Sud	1 310,1	1 507,7	15,1%	15,0%	3 103,1	4 381,6	41,2%	42,7%
Asie	385,0	386,0	0,3%	16,5%	1 136,9	1 159,2	2,0%	14,3%
Océan Indien	203,3	209,8	3,2%	3,1%	604,2	617,1	2,1%	2,0%
Pays-Bas	0,0	373,0	ns	ns	0,0	1 120,0	ns	ns
Autres (Pologne)	0,3	0,4	33,9%	17,6%	0,9	1,1	19,8%	7,4%
<b>C.A. ACTIVITES POURSUIVIES</b>	<b>6 402,7</b>	<b>7 214,2</b>	<b>12,7%</b>	<b>13,6%</b>	<b>17 949,9</b>	<b>21 026,8</b>	<b>17,1%</b>	<b>18,2%</b>
C.A. Activités Abandonnées	0,5	0,0			625,0			
<b>C.A. Ensemble consolidé</b>	<b>6 403,2</b>	<b>7 214,2</b>			<b>18 574,9</b>	<b>21 026,8</b>		

Taux de change moyens	S1 2007	S1, 2008	Var. %	9 mois 07	9 mois 08	Var. %
Argentine (ARS / EUR)	0,243	0,208	-14.5%	0,239	0,211	-11,7%
Uruguay (UYU / EUR)	0,031	0,032	3.0%	0,031	0,033	5,3%
Venezuela (VEB / EUR) (x1000)	0,350	0,304	-13.3%	0,346	0,306	-11,7%
Thaïlande (THB / EUR)	0,023	0,021	-8.7%	0,023	0,020	-10,9%
Vietnam (VND/EUR) (x1000)	0,047	0,041	-13.1%	0,046	0,040	-12,2%
Colombie (COP / EUR) (x1000)	0,355	0,355	0.0%	0,356	0,354	-0,7%
Brésil (R\$ / EUR)	0,368	0,385	4.7%	0,372	0,390	4,9%

Direction de la Communication Financière

**Nadine COULM**

**Aline NGUYEN**

ncoulm@groupe-casino.fr

anguyen@groupe-casino.fr

+33 (0)1 53 65 64 17

+33 (0)1 53 65 64 85

<b>France</b>	<b>31 déc 07</b>	<b>30 juin 08</b>	<b>30 sept 08</b>
<b>HM Géant Casino</b>	<b>129</b>	<b>131</b>	<b>131</b>
dont <i>Affiliés France</i>	6	6	6
<i>Affiliés International</i>	11	14	14
+ stations service	99	99	99
<b>SM Casino</b>	<b>379</b>	<b>386</b>	<b>392</b>
dont <i>Affiliés Franchisés France</i>	71	69	69
<i>Affiliés Franchisés International</i>	17	18	21
+ stations service	140	144	145
<b>SM Franprix</b>	<b>652</b>	<b>668</b>	<b>683</b>
dont <i>Franchisés</i>	289	282	277
<b>SM Monoprix-Prisunic</b>	<b>330</b>	<b>336</b>	<b>332</b>
dont <i>Franchisés/Affiliés</i>	53	52	45
<b>DIS Leader Price</b>	<b>489</b>	<b>503</b>	513
dont <i>Franchisés</i>	221	203	206
<b>Total SM + DIS</b>	<b>1 850</b>	<b>1 893</b>	<b>1 920</b>
dont <i>Franchisés /LGA</i>	651	624	618
<b>SUP Petit Casino</b>	<b>1 947</b>	<b>1 927</b>	<b>1 918</b>
dont <i>Franchisés</i>	25	36	36
<b>SUP Eco Services</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
dont <i>Franchisés</i>	13	8	7
<b>SUP Spar</b>	<b>893</b>	<b>895</b>	<b>898</b>
dont <i>Franchisés</i>	716	717	720
<b>SUP Vival</b>	<b>1 620</b>	<b>1 676</b>	<b>1 686</b>
dont <i>Franchisés</i>	1 620	1 676	1 686
<b>SUP Casitalia et C'Asia</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>23</b>
<b>MAG Franchisés</b>	<b>1 133</b>	<b>1 161</b>	<b>1 158</b>
Ex <i>SM Casino</i>	5		
<i>Corners, Relay, Shell, Elf, Carmag...</i>	1 128	1 161	1 158
<b>MAG Négoce</b>	<b>411</b>	<b>455</b>	448
<b>TOTAL PROXIMITE</b>	<b>6 040</b>	<b>6 147</b>	<b>6 139</b>
dont <i>Franchisés/LGA/Négoce</i>	3 918	4 053	4 055
<b>MAG Affiliés</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
dont <i>Affiliés France</i>	98	98	98
<i>Affiliés International</i>	2	2	2
<b>DIV Autres Activités</b>	<b>278</b>	<b>272</b>	<b>270</b>
Imagica	21	19	11
Cafétérias	257	253	259
<b>TOTAL France</b>	<b>8 397</b>	<b>8 543</b>	<b>8 560</b>
Hypermarchés (HM)	129	131	131
Supermarchés (SM)	1 361	1 390	1 407
Discount (DIS)	489	503	513
Supérettes (SUP) + Magasins (MAG)	6 140	6 247	6 239
Autres	278	272	270

**HM** : hypermarchés    **SM** : supermarchés    **DIS** : discount    **SUP** : supérettes    **MAG** : magasins  
**DIV** : divers    **LGA** : location-gérance franchise

<b>International</b>	<b>31 déc 07</b>	<b>30 juin 08</b>	<b>30 sept 08</b>
<b>ARGENTINE</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>64</b>
HM Libertad	13	13	14
DIS Leader Price	25	26	26
DIV Autres	24	24	24
<b>URUGUAY</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
HM Géant	1	1	1
SM Disco	27	27	27
SM Devoto	24	24	24
<b>VENEZUELA</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>60</b>
HM Exito	6	6	6
SM Cada	38	38	36
DIS Q precios	18	18	18
<b>BRESIL</b>	<b>575</b>	<b>575</b>	<b>579</b>
HM Extra	91	91	93
SM Pão de Açucar	153	154	153
SM Sendas	62	62	62
SM Extra Perto	15	15	15
SM CompreBem	178	173	171
DIS Assai	15	16	18
SUP Extra Facil	19	22	25
DIV Eletro	42	42	42
<b>THAILANDE</b>	<b>58</b>	<b>68</b>	<b>71</b>
HM Big C	54	60	63
DIS Leader Price	4	8	8
<b>VIETNAM</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
HM Big C	7	7	8
<b>OCEAN INDIEN</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>51</b>
HM Jumbo	11	11	11
SM Score/Jumbo	19	19	20
SM Cash and Carry	5	5	6
SM Spar	6	6	6
Autres	8	8	8
<b>COLOMBIE</b>	<b>257</b>	<b>261</b>	<b>260</b>
HM Exito	74	81	85
SM Pomona et Carulla	92	93	92
DIS Bodega		6	9
DIV Ley, Q Precios, Merquefacil, Surtimax et Autres	91	81	74
<b>PAYS-BAS</b>	<b>315</b>	<b>311</b>	<b>308</b>
SM Konmar			
SM Super de Boer	315	311	308
<b>TOTAL INTERNATIONAL</b>	<b>1 437</b>	<b>1 448</b>	<b>1 453</b>
Hypermarchés (HM)	257	270	281
Supermarchés (SM)	934	927	920
Discount (DIS)	62	74	79
Autres (DIV)	184	177	173