

## Résultats semestriels 2007

Le Groupe poursuit l'amélioration de son profil de croissance et confirme ses objectifs pour 2007.

## Actualités

Casino innove avec le lancement de l'étiquetage environnemental de ses produits à marque propre.

## À la découverte de...

Exito, leader de la distribution alimentaire en Colombie.

## L'agenda 2007-2008



LA LETTRE DE L'ACTIONNAIRE DU GROUPE CASINO N° 8 OCTOBRE 2007

# votre lettre

## Madame, Monsieur, Cher actionnaire,

Notre Groupe a enregistré au 1<sup>er</sup> semestre 2007 des résultats très satisfaisants, caractérisés par une solide croissance du chiffre d'affaires et une progression significative du résultat opérationnel courant. Cette bonne performance traduit à la fois l'efficacité de notre stratégie de différenciation en France et les bénéfices du remodelage de notre portefeuille d'actifs à l'international.

En France, dans un environnement concurrentiel, nous avons continué à améliorer la compétitivité de nos opérations, en particulier en renforçant nos axes de différenciation. La marque propre Casino a de nouveau confirmé son dynamisme, grâce à une politique active d'innovation et à un positionnement prix attractif. Nous avons poursuivi le déploiement de nouveaux concepts, en particulier en fruits et légumes, valorisant

ainsi notre savoir-faire historique en produits frais. Le partenariat avec dunhumby nous a également permis d'accroître notre attractivité commerciale et de renforcer la fidélité de nos clients par une meilleure connaissance de leurs habitudes de consommations et de leurs attentes. Nos enseignes ont ainsi maintenu une bonne dynamique commerciale, en particulier les formats de proximité.

Nous avons par ailleurs repris le management de Franprix et de Leader Price et avons mis en place des plans d'actions visant à redynamiser les ventes des deux enseignes. Je reste très confiant dans le potentiel de développement de Franprix, concept fort de proximité en région parisienne, et de Leader Price, dont la marque bénéficie d'un fort capital confiance.

À l'international, le profil de croissance rentable du Groupe a été renforcé par la prise de contrôle d'Exito, numéro 1 de la distribution en Colombie. Le groupe Casino est ainsi devenu le leader de la distribution alimentaire en Amérique du Sud, une région offrant des perspectives de croissance prometteuses du fait de son dynamisme économique et démographique. L'international représente désormais 30 % du chiffre d'affaires du Groupe et confirme son rôle de moteur de la croissance.

Les bons résultats du premier semestre, dans la continuité de ceux réalisés en 2006, démontrent que le processus de transformation du Groupe, engagé en 2005, est sur la bonne voie. Je souhaite donc vous exprimer toute ma confiance dans les perspectives de développement du Groupe et dans la capacité des équipes de Casino à poursuivre le déploiement de notre modèle de croissance rentable. Ce modèle repose sur l'accentuation de la différenciation de nos enseignes en France, l'intégration renforcée des filiales, l'expansion dans les zones à forte croissance et le développement de métiers porteurs et complémentaires à la distribution, notamment l'immobilier.

Enfin, l'inauguration en septembre du nouveau siège social du Groupe, au cœur du futur quartier d'affaires de Saint-Étienne, symbolise parfaitement le renouveau de notre entreprise. Fidèle à notre histoire et tourné vers l'avenir, ce bâtiment fait le lien entre notre souci d'implantation locale et notre volonté d'ouverture au monde, tout en offrant à nos collaborateurs un lieu de vie et d'échange à la fois agréable et performant.

« Les résultats du 1<sup>er</sup> semestre traduisent l'efficacité de notre stratégie de différenciation en France et l'amélioration du profil de croissance de l'international. »



**Jean-Charles Naouri**  
Président-Directeur général

Croissance solide du chiffre d'affaires **+ 6,2 %**  
 Résultat opérationnel courant (ROC) **+ 14 %**  
 Résultat net en forte croissance à **367 M€**

# Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2007

## DONNÉES EN MILLIONS D'EUROS

Activités poursuivies (en M€)	S1 2007	S1 2006	Variation en %
Chiffre d'affaires	11 547	10 872	+ 6,2%
<i>dont France</i>	8 601	8 497	+ 1,2%
<i>dont International</i>	2 946	2 375	+ 24,1%
ROC	492	431	+ 14,0%
<i>dont France</i>	378	344	+ 9,8%
<i>dont International</i>	114	87	+ 30,5%
Autres produits et charges opérationnels	(17)	95	ns
Résultat opérationnel	475	527	- 9,9%
Résultat net activités poursuivies, part du Groupe*	208	254	- 18,3%
Résultat net activités abandonnées, part du Groupe	159	3	ns
Résultat net, part du Groupe (RNPG)	367	258	+ 42,5%

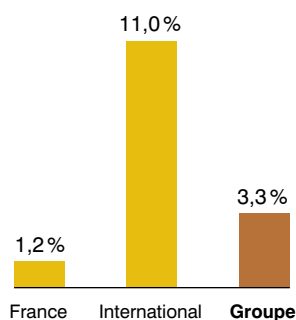
\* Le RNPG, hors éléments non récurrents, progresse de + 22% à 220 M€, contre 180 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2006.

### PROGRESSION DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE EN FRANCE AMÉLIORATION DU PROFIL DE CROISSANCE À L'INTERNATIONAL

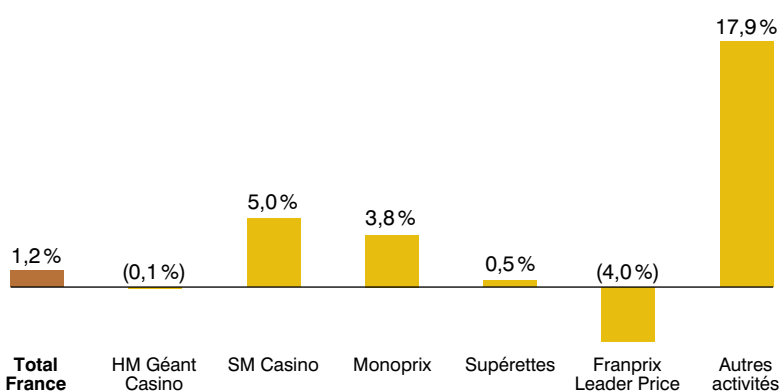
Les bonnes performances du Groupe au 1<sup>er</sup> semestre reflètent l'efficacité de la stratégie de différenciation menée en France et l'amélioration du profil de croissance de l'international au travers du remodelage du portefeuille d'actifs.

**En France**, la croissance des ventes s'est établie à + 2,9% sur la période (hors Franprix/Leader Price), ce qui traduit la bonne dynamique commerciale des activités de distribution et le maintien d'un fort rythme de croissance des autres activités. La marge opérationnelle a connu une hausse sensible (+ 34 pb), grâce à l'amélioration de la marge commerciale, sous l'effet notamment du développement de la marque propre et du renforcement des espaces frais, conjuguée à une hausse modérée des coûts.

### CROISSANCE ORGANIQUE DES VENTES (S1 07)



### CROISSANCE ORGANIQUE DES VENTES EN FRANCE (S1 07)



## Casino innove avec l'étiquetage environnemental

Le groupe Casino poursuit son engagement dans le développement durable en lançant « l'étiquetage environnemental » de ses produits à marque propre, avec le soutien de l'ADEME, Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie.

Casino est ainsi la première marque française à informer le consommateur de l'impact des produits de grande consommation sur l'environnement.

Cette initiative a pour but de favoriser des comportements d'achat plus responsables et permettra de faire évoluer les produits afin de réduire leur empreinte environnementale.

En complément des informations nutritionnelles figurant déjà sur les emballages, une signalétique renseignera le client sur l'impact écologique du produit, en matière d'emballages et de distance parcourue par le produit et ses ingrédients. Actuellement, le transport des produits alimentaires représente plus d'un tiers

du trafic routier de marchandises, et 27 % (en poids) des déchets ménagers sont des emballages, essentiellement de produits alimentaires. Depuis janvier 2007, les données nécessaires sont collectées auprès de fournisseurs afin de reconstituer le cycle de vie des produits, de la matière première à la mise en vente. Dès 2008, entre 50 et 100 produits seront étiquetés, l'étiquetage environnemental sera ensuite étendu progressivement aux 3 000 produits à la marque Casino d'ici à 2010.

# actualités

Les hypermarchés améliorent leur compétitivité, grâce à la croissance à deux chiffres de la marque propre, à l'optimisation des investissements tarifaires permise par la collaboration avec dunnhumby et au déploiement des nouveaux concepts en alimentaire et non alimentaire.

Les formats de proximité enregistrent une croissance soutenue de leurs ventes et améliorent leur rentabilité. Supermarché Casino et Monoprix tirent profit de leur stratégie de différenciation. La marge opérationnelle des supérettes bénéficie de l'optimisation accrue du parc de magasins.

La performance commerciale de Franprix/Leader Price a été à nouveau décevante. La rentabilité s'établit à 6,9 % (contre 7 % au premier semestre 2006).

Les autres activités (immobilier, Cdiscount, Banque Casino, cafétérias) ont maintenu un rythme de croissance élevé de leur chiffre d'affaires.

**L'international** confirme son rôle de moteur de croissance, bénéficiant de la poursuite d'une croissance organique à deux chiffres des ventes et de la consolidation par intégration globale d'Exito depuis le 1<sup>er</sup> mai 2007.

Le Groupe a bénéficié du dynamisme des ventes de ses deux zones d'implantation prioritaires, la croissance organique ayant en effet été soutenue en Amérique du Sud (+ 14,1 %) et en Asie (+ 9,9 %).

Le profil de rentabilité de l'Amérique du Sud est renforcé par la consolidation d'Exito, qui permet au Groupe de devenir

le leader de la distribution alimentaire dans cette zone.

L'Asie devient la zone la plus rentable après la cession de Taiwan.

L'international représente désormais près de 30 % <sup>(1)</sup> du chiffre d'affaires du Groupe.

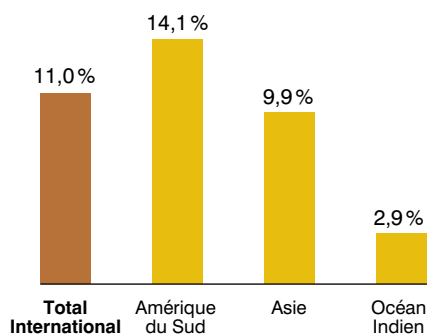
La dette financière nette s'établit à 6 015 millions d'euros au 30 juin 2007. Ce chiffre ne tient pas compte de l'impact favorable (200 millions d'euros) de l'augmentation du capital d'Exito en juillet 2007. Les cessions complémentaires d'actifs non stratégiques contribueront, par ailleurs, au renforcement de la structure financière du Groupe à fin 2007.

Le Groupe poursuit le déploiement de son modèle de croissance rentable qui repose sur l'accentuation de la différenciation des enseignes en France, l'intégration renforcée des filiales, avec notamment la mise en œuvre des plans de relance commerciale de Franprix et de Leader Price, la poursuite de l'expansion dans les zones à forte croissance et le développement des métiers porteurs complémentaires à la distribution (l'immobilier, les services financiers et le e-commerce).

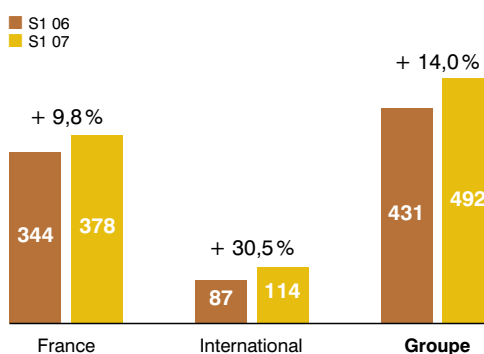
Le Groupe confirme ainsi, pour 2007, ses objectifs d'une nouvelle croissance du résultat opérationnel courant et de renforcement de la structure financière pour atteindre un ratio dette financière nette / EBITDA inférieur à 2,5 en fin d'année.

(1) Sur la base d'une consolidation d'Exito en année pleine.

## CROISSANCE ORGANIQUE DES VENTES À L'INTERNATIONAL (S1 07)



## ROC (en millions d'euros)





**Gonzalo Restrepo,**  
Président-Directeur général  
du groupe Almacenes Exito SA

« Les perspectives à moyen terme d'Exito s'articulent autour de trois grands axes : un plan d'expansion volontariste sur l'ensemble du marché colombien, l'optimisation des coûts d'exploitation et l'amélioration des marges, grâce à l'intégration de Carulla Vivero, ainsi que la mise en œuvre de nouvelles initiatives de croissance. Nous devons notamment renforcer notre activité de crédit à la consommation, continuer à développer nos marques propres et nos centres commerciaux.

L'intégration de Carulla Vivero nous a permis de consolider notre leadership sur le marché colombien de la grande distribution, avec une part de marché trois fois supérieure à celle de notre premier concurrent. Concernant les synergies, je voudrais mettre l'accent notamment sur la consolidation de notre présence sur la côte Atlantique et le leadership sur Bogotá, la complémentarité des enseignes, l'harmonisation des conditions d'achat, les synergies logistiques...

Le groupe Exito continue d'être perçu par les consommateurs colombiens comme une entreprise locale avec une forte tradition et une connaissance inégalée de leurs besoins et envies. L'intégration renforcée d'Exito au sein du groupe Casino permettra à la société de bénéficier du savoir-faire et de l'expérience de Casino au niveau mondial. »

## EXITO

### Leader de la distribution alimentaire en Colombie

Avec la prise de contrôle d'Exito en mai 2007, le groupe Casino est devenu le leader de la distribution alimentaire en Amérique du Sud, une région offrant des perspectives de croissance prometteuses.

Exito est, après l'acquisition du n° 2 Carulla Vivero, le leader incontesté de la distribution colombienne avec un chiffre d'affaires de 2,1 milliards d'euros. Exito détient aujourd'hui 42% de part de marché et est numéro un sur les trois formats : hypermarchés, supermarchés et discount.

La société est implantée sur l'ensemble du pays, avec 266 points de vente répartis dans 45 villes. Elle souhaite encore renforcer sa présence dans les grandes villes, pénétrer les villes petites et moyennes, et développer des formats de proximité. Avec plus de 600 000 m<sup>2</sup> de surfaces de vente (dont 66% détenus en propre), Exito dispose d'actifs immobiliers de qualité. Le Groupe souhaite valoriser ce patrimoine en développant des centres commerciaux, qui permettront de renforcer l'attractivité des sites.

L'intégration de Carulla offre un potentiel significatif d'amélioration de la rentabilité et de création de valeur du fait des synergies générées. Exito va procéder à une rationalisation de ses enseignes, les Hypers (Vivero) seront ainsi convertis en Exito et les Supers (Pomona) en Carulla. Les enseignes vont échanger leur savoir-faire, notamment en termes de développement des marques propres, de fidélisation clients et de crédit. Des synergies dans le domaine des achats seront également réalisées.





# la vie des enseignes



## FRANPRIX ET LEADER PRICE : SOUS LE SIGNE DE LA REDYNAMISATION COMMERCIALE

Franprix et Leader Price bénéficient actuellement d'un vaste programme de redynamisation commerciale. Les équipes ont été renforcées, des synergies sont progressivement mises en œuvre avec les équipes de Casino, et les plans de relance des ventes ont été mis en place, depuis fin mai pour Franprix et début juillet pour Leader Price.

Chez Franprix, enseigne de proximité bénéficiant d'une forte position de marché en région parisienne, le plan d'actions s'appuie notamment sur l'introduction de nouvelles références en marques nationales, ainsi que le développement de l'assortiment sur les familles de produits les plus porteuses, telles que les produits frais non laitiers, les produits de spécialités, les produits de soins.



La politique tarifaire a également été revue avec une baisse des prix sur 300 produits de marques nationales, et des actions promotionnelles ciblées autour de thèmes sont mises en œuvre. Le plan de relance de Leader Price repose sur la mise en place de campagnes de promotions mensuelles, un élargissement de la gamme de premiers prix « Prix gagnant » de 200 à 400 produits,

une révision de l'offre à marque Leader Price ainsi que sur le développement des espaces frais. Ces actions sont soutenues par une intensification de la communication : de la publicité dans les quotidiens gratuits parisiens et des campagnes d'affichage sur les vitrines des magasins pour Franprix ; pour Leader Price, un affichage renforcé en magasins, des spots radio, un nouveau site Web et une diffusion élargie du catalogue des promotions. L'expansion sera également poursuivie avec un objectif de 1 000 magasins pour chacune des enseignes à moyen terme.



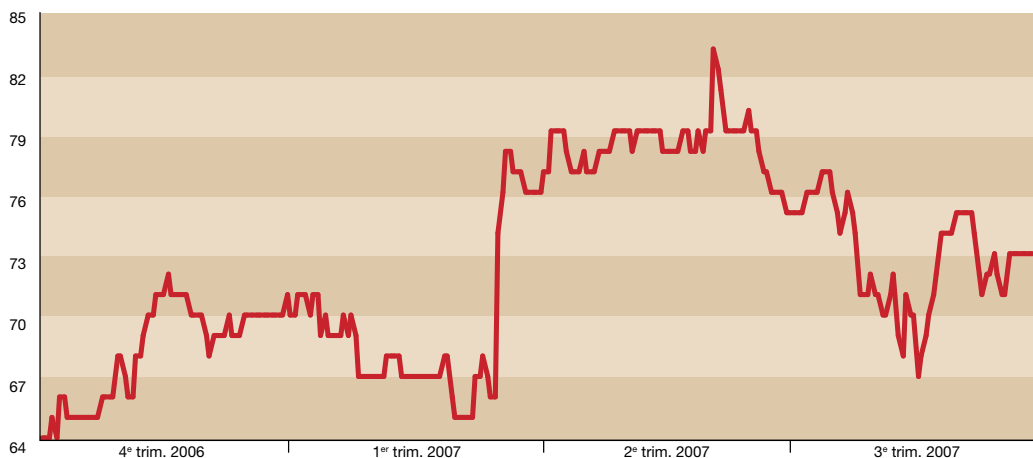
# agenda

Mardi 23 octobre 2007  
Chiffre d'affaires  
du 3<sup>e</sup> trimestre 2007

Jeudi 24 janvier 2008  
Chiffre d'affaires  
du 4<sup>e</sup> trimestre 2007

Jeudi 13 mars 2008  
Résultats annuels 2007

## ÉVOLUTION DE L'ACTION CASINO DEPUIS SEPTEMBRE 2006



# zoom sur

### LES DOCUMENTS D'INFORMATION À VOTRE DISPOSITION

*Votre Lettre* vous est envoyée deux fois par an. Le rapport annuel et le rapport développement durable 2006 sont disponibles sur le site Internet. Si vous souhaitez recevoir d'autres documents d'information sur Casino, il vous suffit d'en faire la demande en appelant le numéro Vert ou de nous adresser un courrier, ou encore, de nous envoyer un e-mail.

### VOTRE NUMÉRO VERT 0 800 16 18 20

(appel gratuit depuis un poste fixe)

Vous pouvez contacter le Service Relations Actionnaires, qui vous permet de dialoguer en temps réel avec un conseiller et d'obtenir des informations sur la vie du Groupe et le titre Casino.



### SUR INTERNET, VOTRE ESPACE ACTIONNAIRES

Vous pouvez consulter votre Espace Actionnaires sur notre site Internet. Cet espace d'information et de communication, mis à jour régulièrement, vous est entièrement dédié et regroupe l'ensemble des informations vous concernant.

[www.actionnaires.groupe-casino.fr](http://www.actionnaires.groupe-casino.fr)

**Numéro Vert Actionnaires**  
**0 800 16 18 20**

#### Adresse postale

Service Relations Actionnaires de Casino  
BP 306 – 24, avenue de la Montat  
F – 42008 Saint-Étienne Cedex 2

À partir du 1<sup>er</sup> novembre 2007 :  
BP 306 – 1, esplanade de France  
F – 42008 Saint-Étienne Cedex 2

#### Site Internet

[www.groupe-casino.fr](http://www.groupe-casino.fr)

#### Espace Actionnaires

[www.actionnaires.groupe-casino.fr](http://www.actionnaires.groupe-casino.fr)

#### E-mail

[actionnaires@groupe-casino.fr](mailto:actionnaires@groupe-casino.fr)

GRUPE  
**Casino**