

notre lettre

nourrir un monde de diversité Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE
Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE
Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE
Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE

nourrir un monde de diversité Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE
Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE
Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng Nourishing a world of diversity
ALIMENTAR UN MUNDO DE DIVERSIDADES NUTRIR UN MUNDO DE DIVERSIDADE

LA LETTRE DE L'ACTIONNAIRE DU GROUPE CASINO N° 11 SEPTEMBRE 2009



02

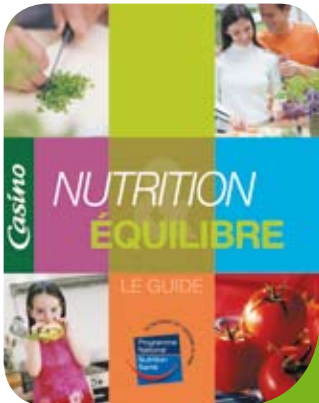
MESSAGE
DU PRÉSIDENT

BONNE TENUE DE
L'ACTIVITÉ AU PREMIER
SEMESTRE 2009

NOS ENSEIGNES EN ACTION

04

"CASINO FAMILI" :
LE BONHEUR DE
SE RETROUVER
EN FAMILLE



06

GRAND ANGLE

MERCIALYS,
SPÉCIALISTE DE
L'IMMOBILIER DE
COMMERCE : UN
BUSINESS MODEL
CRÉATEUR
DE VALEUR

05

COMMERÇANT
RESPONSABLE

CASINO,
1^{er} DISTRIBUTEUR
À SIGNER UNE CHARTE
D'ENGAGEMENTS
VOLONTAIRES
DE PROGRÈS
NUTRITIONNELS

INFORMATIONS ET CONTACTS

08

COURS DE L'ACTION
AGENDA
CONTACTS



Votre Lettre s'étoffe et s'embellit : composée désormais de 8 pages et de 6 rubriques, vous retrouverez : "le message du Président", un focus "Performances" sur les derniers résultats publiés, l'actualité des enseignes à travers "Nos enseignes en action", ainsi que toute l'information utile dans votre relation avec le Groupe dans "Informations et Contacts".
2 nouvelles rubriques à découvrir : "Commerçant responsable", consacrée aux avancées du Groupe en matière de développement durable, et "Grand angle", qui vous fait découvrir le Groupe à travers un sujet transversal.

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



“Le Groupe est
EN LIGNE
avec son **PLAN**
de **MARCHE**”

Madame, Monsieur, Cher actionnaire,

Dans un environnement difficile au 1^{er} semestre, le Groupe est en ligne avec son plan de marche. Les résultats du semestre traduisent la robustesse de notre modèle économique et l'efficacité des plans d'actions mis en œuvre par les équipes de Casino, tant sur le plan commercial que financier. Les objectifs en terme de stratégie commerciale, de coûts et de gestion des capitaux ont été atteints.

En France, le positionnement du Groupe, caractérisé par la prédominance des formats de proximité et de discount, lui confère un socle de résultats solide. À eux seuls, ces formats représentent 80 % du résultat opérationnel du Groupe sur son marché domestique ; ils ont affiché une performance satisfaisante de leurs ventes, démontrant l'adéquation de leur positionnement aux attentes des consommateurs. Leur marge opérationnelle s'est maintenue à un niveau élevé, confirmant la solidité de leur modèle opérationnel. Le Groupe entend continuer à se développer sur ces formats.

Les hypermarchés Géant Casino ont enregistré une amélioration sensible de leur tendance d'activité au deuxième trimestre sous l'effet de la montée en puissance des initiatives commerciales mises en œuvre depuis fin mars. La bonne maîtrise des coûts a permis de compenser en partie l'impact de la baisse d'activité. La transformation en profondeur du modèle des hypermarchés reste l'une de nos priorités : l'enseigne va ainsi accélérer le repositionnement de son offre en non-alimentaire et continuer à renforcer la compétitivité prix de son offre en alimentaire.

À l'International, le Groupe continue à tirer profit de sa présence dans des pays à fort potentiel. En Amérique du Sud, la poursuite du fort développement de Grupo Pão de Açúcar (GPA) a significativement contribué à la croissance des ventes de la région. L'enseigne, qui a surperformé son marché, affiche une croissance à deux chiffres de ses ventes à magasins comparables et renforce son leadership avec l'acquisition, en juillet, du 2^e acteur brésilien dans le segment de l'électronique-électroménager. Le Groupe continue aussi de se développer de façon dynamique en Asie sous l'enseigne Big C.

Enfin, la performance de Mercialis au premier semestre et ses perspectives de croissance significatives attestent du bien-fondé de la stratégie de valorisation des actifs immobiliers déployée par le Groupe.

Au cours des prochains mois, nous allons poursuivre et accélérer la mise en œuvre de nos plans d'actions avec trois objectifs prioritaires : le renforcement de l'attractivité commerciale de nos enseignes, la maîtrise des marges et une flexibilité financière accrue, grâce notamment à la réalisation d'un plan de cession d'actifs d'1 milliard d'euros d'ici fin 2010.

Jean-Charles Naouri
Président-Directeur général

+ 1,3 %

CROISSANCE ORGANIQUE HORS ESSENCE ET EFFET CALENDRAIRE

488 M€

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT DU GROUPE

231 M€

RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE

Bonne **tenue** de **L'ACTIVITÉ** au premier semestre 2009

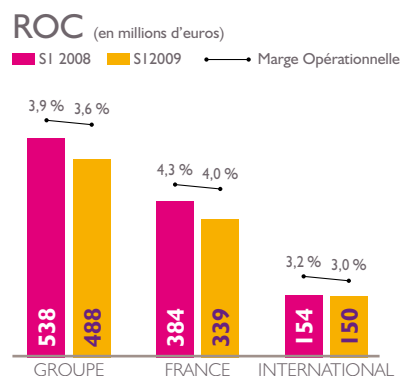
BONNE RÉSISTANCE DES FORMATS DE PROXIMITÉ EN FRANCE POURSUITE D'UNE CROISSANCE SOUTENUE À L'INTERNATIONAL

Le Groupe a poursuivi sa croissance au premier semestre 2009, portée par le dynamisme des activités à l'International, tout en maintenant en France un bon niveau d'activité et de marge.

En France, les ventes du Groupe sont en repli de - 4,2 % en organique et de - 2,4 % hors essence. La stabilité de la marge d'EBITDA en organique résulte de la bonne tenue de la marge commerciale, grâce à l'impact favorable du mix format et du mix marque, et de la mise en œuvre rapide du plan d'économies de coûts.

Le résultat opérationnel courant est en recul de - 11,8 % (- 9,8 % en organique) du fait, notamment, de la hausse des amortissements liée à la politique d'expansion de Casino Supermarchés et de Monoprix. Cdiscount continue à être un moteur de croissance important avec des ventes en progression de + 14,9 %.

L'International affiche une croissance organique robuste de son chiffre d'affaires (+ 5,0 %), portée par le maintien du dynamisme de l'Amérique du Sud et de l'Asie qui représentent désormais près de 30 % du chiffre d'affaires du Groupe.



Le résultat opérationnel courant recule de - 2,6 % (+ 1,9 % en organique), pénalisé par l'impact défavorable de la dépréciation des devises brésiliennes et colombiennes par rapport à l'euro.

Le Groupe a maintenu une stricte **discipline financière** avec des ratios de dette stables par rapport au 30 juin 2008. La dette financière nette s'est ainsi élevée à 6 003 M€ au 30 juin 2009 (contre 5 868 M€ au 30 juin 2008) malgré l'impact négatif de la mise en œuvre de la LME en France sur les délais de paiement fournisseurs. Le Groupe a mené une politique active de réduction de ses stocks et de maîtrise de ses investissements, en ligne avec son plan de marche. La situation de liquidité a été renforcée avec l'émission de 1,5 milliard d'obligations depuis le début de l'année.

ACTIVITÉS POURSUIVIES

en millions d'euros	SI 2008 retraité*	SI 2009	Variation en %	Variation organique**
Chiffre d'affaires	13 810	13 447	- 2,6 %	- 1,0 %
EBITDA	861	819	- 5,0 %	- 2,0 %
ROC	538	488	- 9,1 %	- 6,4 %
Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe	229	231	0,8 %	
Résultat net normalisé, part du Groupe	223	189	- 15,1 %	
Capacité d'autofinancement	607	570	- 6,1 %	

* Données 2008 retraitées pour tenir compte de la norme IFRS 8 et de l'interprétation IFRIC 13.

** À taux de change et périmètres constants et hors impact des cessions immobilières OPCI. Les effets périmètre incluent principalement la déconsolidation de 2 franchisés Franprix et Leader Price. Les effets de change résultent principalement de la dépréciation des devises brésiliennes et colombiennes par rapport à l'euro.



DEPUIS LE 2 FÉVRIER 2009, **CASINO** PARRAINE UN PROGRAMME COURT DIFFUSÉ EN PRIME TIME SUR TF1 : "LA PROCHAINE FOIS, C'EST CHEZ MOI". Le principe est aussi simple que sympathique : une personne se rend chez une autre qu'elle ne connaît pas et lui prépare sa recette préférée : l'occasion de découvrir des hommes et des femmes dans leur quotidien, dans leur diversité et... dans l'intimité de leur cuisine. Ce rendez-vous convivial du lundi au jeudi durera toute l'année 2009. Plus qu'un programme sur la cuisine, un clin d'œil sur le plaisir de partager, en parfaite adéquation avec les valeurs du Groupe !

www.laprochainefoiscestchezmoi.com

Nos enseignes en **action**



"CASINO FAMILI" : LE BONHEUR DE SE RETROUVER EN FAMILLE

L'ambition de Casino Famili ? Proposer, sous une même bannière, une gamme élargie de produits et de services adaptés à la famille. Plus que jamais à l'écoute de ses clients, Casino innove et devient ainsi la première enseigne à proposer une offre intergénérationnelle.

En temps de crise, la famille est considérée comme une valeur refuge. Casino l'a compris et lance Casino Famili, une nouvelle gamme entièrement pensée pour la famille, avec deux maîtres mots : partage et convivialité. Large et accessible, Casino Famili intègre des produits de gammes existantes, notamment Tilapin en jouets et Tom & Pilou en alimentaire, dont les personnages emblématiques adoptent pour l'occasion un look plus moderne. Mais la nouvelle gamme est aussi une source d'innovations. En alimentaire, elle compte ainsi 1/3 de nouveautés : des pancakes, des diabolos et des pizzas à partager en famille... 50 % des recettes ont été retravaillées en faisant une guerre impitoyable au sucre, au sel et aux colorants. En non-alimentaire, Casino Famili propose 25 références de jeux de plein air, des produits scolaires et des jouets qui favorisent l'éveil, l'apprentissage et la croissance.

Pour compléter la gamme, un troisième segment a été créé en plus de l'offre bébés et de l'offre enfants : les produits de partage appelés "Famille Heureuse" (comme la pâte à cookies à cuisiner entre amis). Une nouveauté en GMS !

Autre innovation et spécificité de la gamme, le "+ Famili". Figurant sur les emballages, il explique comment chaque produit accompagne les familles. Quatre critères sont retenus : Santé et Sécurité, Accessibilité, Fun et Partage, Éveil et Éducation. La première vague de produits a été lancée fin juin et d'ici fin 2009, Casino Famili proposera plus de 200 références. Plus qu'une gamme de produits, Casino Famili est une réponse claire à des attentes concrètes !



Pour les grandes et moyennes surfaces (France), les familles représentent :

30 à 40 %
des clients

40 à 48 %
du chiffre d'affaires

Casino, une marque internationale

Bien implantée sur le territoire national, la marque Casino s'exporte aussi à travers ses filiales, notamment en Amérique latine (avec GPA) et en Asie (avec Big C Vietnam).

> **Au Brésil**, les hypermarchés Extra et les supermarchés

Pão de Açúcar comptent déjà 142 références (dont plus de 150 en épicerie) qui bénéficient d'un positionnement qualitatif. La croissance des ventes en 2008 témoigne d'une expansion rapide : + 283 % par rapport à 2007 !

> **Au Vietnam**, Big C importe des produits Casino depuis 2004. Leur origine française et/ou européenne positionne les 156 références en haut de gamme pour des prix inférieurs de 10 à 30 % par rapport à d'autres produits importés.

Protection de l'environnement : développer la production d'énergie solaire pour réduire l'impact environnemental de nos activités

> **Élaborée en 2003, la Politique Environnement du Groupe** intègre le respect de l'environnement dans l'ensemble de ses activités : depuis l'achat et le transport des marchandises jusqu'à la fin de vie des produits, en passant par la conception et l'exploitation des magasins. Dans ce cadre, le Groupe a fait de la lutte contre le changement climatique l'une de ses priorités : l'amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments, notamment à travers le développement

de l'énergie solaire, est au cœur de son plan d'actions. Avec 4 millions de m² de toiture (entrepôts et magasins) et une implantation géographique particulièrement dense dans le sud de la France, le Groupe ne manque pas d'atouts pour devenir un acteur majeur du développement de la filière photovoltaïque. La toiture d'un entrepôt à la Réunion accueille depuis 2007 l'une des plus grandes centrales photovoltaïques françaises.

En métropole, la première mise en service a eu lieu en 2008 à Saint-Laurent-des-Arbres (Gard). L'objectif est d'installer, d'ici 2011, des panneaux solaires sur une trentaine de sites situés en France métropolitaine, en Corse et à la Réunion.



LE GROUPE CASINO REÇOIT LE LABEL DIVERSITÉ

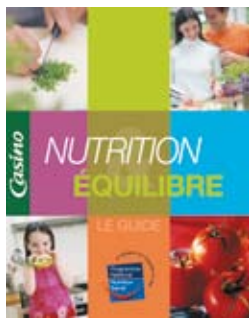
Le 14 mai 2009, **Eric Besson**, ministre de l'Immigration, de l'Intégration, de l'identité nationale et du Développement solidaire, en présence de **Claude Bébéar**, initiateur de la Charte de la diversité, a remis le Label Diversité au Groupe Casino. Ce label, véritable certification, témoigne de l'engagement du Groupe en matière de prévention des discriminations, d'égalité des chances et de promotion de la diversité dans le cadre de sa gestion des ressources humaines. Casino était représenté par **Mansour Zobéri**, Directeur de la promotion de la diversité et de la solidarité au sein du Groupe.

Commerçant RESPONSABLE

CASINO, 1^{er} DISTRIBUTEUR FRANÇAIS À SIGNER UNE CHARTE D'ENGAGEMENTS VOLONTAIRES DE PROGRÈS NUTRITIONNELS

Conscient de l'enjeu majeur que représente la nutrition dans la plupart des pays développés, le Groupe a engagé depuis 2005 un programme ambitieux pour promouvoir les bonnes pratiques alimentaires auprès de ses clients et collaborateurs. En 2008, le Groupe a réaffirmé sa volonté de participer activement aux enjeux de santé publique, et plus particulièrement à la lutte contre le surpoids et l'obésité, en signant une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels. Avec la signature de cette charte, validée par l'État dans le cadre du Plan National Nutrition Santé (PNNS), Casino devient ainsi le premier distributeur français à s'engager pour les quatre prochaines années dans trois domaines : amélioration de la qualité nutritionnelle des produits, valorisation et incitation à la consommation de fruits et légumes, information et déploiement de services spécifiques pour les consommateurs. Pour chaque domaine, des plans d'actions concrets ont été mis en place. Ils correspondent à cinq engagements précis :

- ▶ améliorer la composition des produits de marque propre vendus en hypermarchés, supermarchés et magasins de proximité. À fin 2008, 312 produits ont déjà été améliorés sur le plan nutritionnel (diminution du sel, du sucre et des matières grasses),



- ▶ intégrer la qualité nutritionnelle dans la conception des nouveaux produits,
- ▶ valoriser les fruits et légumes dans les points de vente,
- ▶ rendre le prix des fruits et légumes plus accessibles,
- ▶ informer et offrir aux consommateurs des services accessibles pour les aider à améliorer leur alimentation au quotidien.

Dans cet esprit, le Groupe a déjà publié le Guide Nutrition & Équilibre (labellisé par le PNNS et diffusé à plus de 600 000 exemplaires à fin juin 2009) et mis en place un nouvel étiquetage nutritionnel sur 630 produits Casino.

312

produits Casino optimisés d'un point de vue nutritionnel

680 000

guides Nutrition & Équilibre diffusés

630

produits Casino intégrant le nouvel étiquetage nutritionnel



UN BON PREMIER SEMESTRE 2009 POUR **MERCIALYS**

DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE SIGNIFICATIVES :

- > FORT POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIFS EXISTANTS
- > CROISSANCE DES ACTIFS ASSURÉE,
NOTAMMENT GRÂCE AU PIPELINE DE PROMOTION DE CASINO
- > FLEXIBILITÉ FINANCIÈRE FORTE (PAS DE DETTE)

Croissance soutenue
des revenus locatifs :

+ 13,2 %
(vs 1^{er} semestre 2008)

Cash-flows en hausse de

+ 12,5 %
(vs 1^{er} semestre 2008)

Relèvement des objectifs 2009
de hausse des revenus
locatifs et des cash-flows :

+ 15 %
attendus

Grand **ANGLE**



MERCIALYS,
SPÉCIALISTE DE L'IMMOBILIER
DE COMMERCE : UN BUSINESS
MODEL CRÉATEUR DE VALEUR

Détenue majoritairement par le groupe Casino, Mercialys est une foncière cotée de dimension européenne. Disposant d'une structure financière solide, elle est propriétaire des galeries commerciales du Groupe. Sa mission est double : créer de la valeur patrimoniale et générer du trafic. Ensemble, les deux sociétés déploient notamment un ambitieux programme de valorisation de leurs sites : le programme "Alcudia, l'Esprit Voisin".

Créée en 2005 à partir d'actifs du groupe Casino et d'AXA, Mercialys bénéficie du statut de SIIC (société d'investissements immobiliers cotée). Spécialiste de l'immobilier de commerce, elle gère, à fin 2008, un portefeuille de 2 milliards d'euros constitué de 168 actifs dont 98 centres commerciaux (essentiellement des centres de proximité implantés dans des agglomérations françaises de taille moyenne).

Réinventer des lieux de distribution en phase avec les évolutions des tendances de consommation, telle est la mission de Mercialys. En rénovant et en agrandissant ces espaces, Mercialys attire les enseignes les plus dynamiques et contribue au renforcement de la vitalité commerciale des sites marchands de Casino. Pour remplir cette mission, Mercialys s'appuie sur une structure légère, concentrée sur les fonctions à forte valeur ajoutée : l'asset management⁽¹⁾, la commercialisation et l'animation des centres commerciaux.

"L'ESPRIT VOISIN" BIENVENUE CHEZ VOUS !

Depuis toujours, la proximité est l'une des valeurs clés du groupe Casino. En phase avec les aspirations actuelles des consommateurs, Mercialys réinvente la proximité à travers un concept novateur : "L'Esprit Voisin".

Au cœur du programme Alcudia, "L'Esprit Voisin" guide la transformation de chaque site. Objectif : leur apporter une véritable personnalité. Tous les sites sont dotés d'une identité visuelle commune, mais chacun peut revendiquer un positionnement commercial original basé sur ses spécificités locales.

"L'Esprit voisin" s'exprime ainsi dans l'architecture des centres, dans l'attention portée au client (qualité de l'accueil, ambiance chaleureuse, services malins pour le quotidien – coins repos, espaces wi-fi et enfants) et dans l'engagement citoyen à travers une démarche de développement durable.



"L'ESPRIT VOISIN" : PAR L'EXEMPLE :

LE CENTRE COMMERCIAL DE CHATEAUFARINE À BESANCON CHANGE DE VISAGE... ET LES CLIENTS APPRECIENT...

L'extension du centre commercial de Châteaufarine a ouvert ses portes au public le 11 mars 2009. Cette réalisation est à ce jour la plus importante du programme en termes de surface, d'investissement et d'image.

De très belles enseignes ont été convaincues par le projet : au total, 17 nouvelles boutiques et 3 moyennes surfaces se sont installées. Avec son nouveau visage, résolument moderne et accueillant, Châteaufarine incarne parfaitement "L'Esprit voisin".

Après quelques mois d'ouverture, le bilan est déjà très positif :

- 94 % des clients apprécient l'élargissement de l'offre commerciale,
- 91 % des consommateurs sont satisfaits de la qualité de l'accueil dès l'arrivée dans le centre et 94 % trouvent les décors chaleureux et confortables.



Lancé il y a trois ans en partenariat avec Casino, le programme "Alcudia, l'Esprit Voisin" vise à renforcer l'attractivité des sites du Groupe : les galeries commerciales sont agrandies et rénovées et deviennent de véritables lieux de vie dotés d'une personnalité propre et fortement ancrés dans la culture locale. Comme le souligne Jacques Ehrmann, P-DG de Mercialis, "ce programme est unique, non seulement dans sa dimension mais aussi parce qu'il capitalise sur les liens existants entre Mercialis et le groupe Casino, des liens très étroits qui génèrent des synergies créatrices de valeur pour les deux parties".

Un plan stratégique sur 109 sites a été finalisé en 2007. L'année 2008 a marqué le début de la phase de déploiement opérationnel : 5 sites ont ainsi été étendus⁽²⁾ et 9 autres rénovés⁽³⁾.

Au cours du semestre, une étape majeure du programme a été franchie : l'apport par Casino de 25 projets à fort potentiel de restructuration et de développement pour une valeur totale de 334 millions d'euros.

En rémunération de cet apport, Casino a reçu 14,2 millions d'actions nouvelles Mercialis. Souhaitant associer directement ses actionnaires au développement de Mercialis et aux perspectives de création de valeur offertes par le développement de ces projets, Casino a distribué, le 2 juin 2009, en complément de son dividende ordinaire en numéraire⁽⁴⁾, un dividende en actions Mercialis à hauteur de 1 action Mercialis pour 8 actions Casino détenues.

Mercialis et Casino répondent ainsi aux nouvelles attentes des consommateurs en développant des centres commerciaux dans lesquels les clients se sentent bien et trouvent ce qu'ils cherchent facilement et rapidement : des centres qui jouent la proximité. "Être proche de nos clients fait partie intégrante de nos gènes", rappelle J. Ehrmann. Tel est d'ailleurs l'esprit du concept "L'Esprit voisin" qui préside au réaménagement de chaque site du Groupe (voir encadré).

(1) Gestion d'actifs.

(2) Valence Sud (26), Vals-le-Puy (43), Lanester (56), Arles (13), Besançon (25).

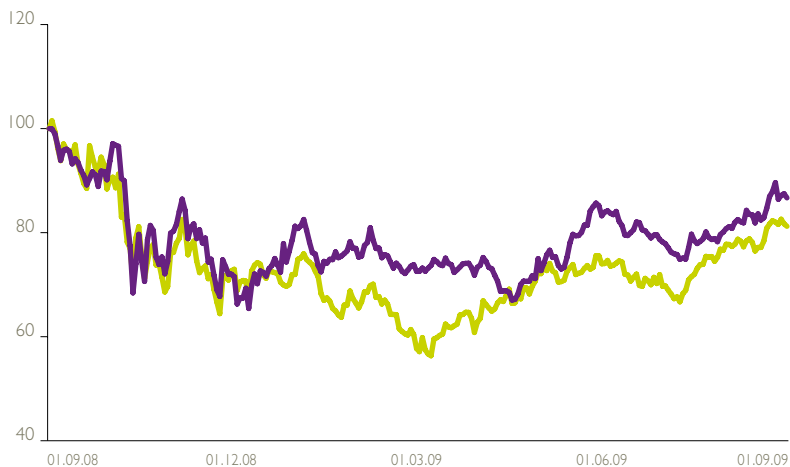
(3) Mandelieu La Napoule (06), Viv'Erdre à la Chapelle-sur-Erdre (44), La Valentine à Marseille (13), Espace Monthieu à Saint-Étienne (42), Chaumont (52), Torcy (71), Amilly Montargis (45), Les Allées Géant à Béziers (34), Agen Boé (47).

(4) 2,57 € par action à dividende prioritaire et 2,53 € par action ordinaire.

ÉVOLUTION COMPARÉE DE L'ACTION CASINO ET DU CAC 40 depuis septembre 2008

Source : Reuters, données rebasées à 100 au 1^{er} septembre 2008.

— Casino — CAC 40



FICHE SIGNALÉTIQUE DE L'ACTION CASINO

- Lieu de cotation : **Euronext Paris**
- Code ISIN : **FR0000125585** (compartiment A)
- Principaux indices : **CAC Next 20, Euronext 100, SBF120, SBF80 et SBF250.**
- Nombre total d'actions ordinaires au 31 juillet 2009 : **110 351 614**
- Capitalisation boursière au 31 juillet 2009 : **5,3 milliards d'euros**

Pour connaître le cours de l'action ordinaire Casino en temps réel, consulter <http://www.groupe-casino.fr> (rubrique "L'Action Casino").

agenda

- **Mercredi 14 octobre 2009**
Chiffre d'affaires du 3^e trimestre 2009

www.groupe-casino.fr

SERVICE RELATIONS ACTIONNAIRES DE CASINO

B.P. 306 – 1, esplanade de France
F-42008 Saint-Étienne Cedex 2

Site Internet

www.actionnaires.groupe-casino.fr

E-mail

actionnaires@groupe-casino.fr

▶ N° Vert 0 800 16 18 20

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

2009

LES DOCUMENTS D'INFORMATION À VOTRE DISPOSITION

Votre **Lettre** vous est envoyée deux fois par an.

Le **Rapport Annuel et de Développement Durable** est disponible sur le site Internet.

Le **Document de Référence** est aussi disponible en ligne.

site Internet

www.groupe-casino.fr

Si vous souhaitez recevoir ces documents, il vous suffit d'en faire la demande en nous appelant ou en nous écrivant, par courrier ou par e-mail.

votre numéro vert

▶ N° Vert 0 800 16 18 20

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

N'hésitez pas à contacter le Service Relations Actionnaires, pour dialoguer en temps réel avec un conseiller et obtenir des informations sur la vie du Groupe et le titre Casino.

sur Internet, votre "espace actionnaires"

Dans la rubrique Finance, cet espace d'informations et de communication, mis à jour régulièrement, vous est spécialement dédié. Retrouvez toutes les informations dont vous avez besoin parmi lesquelles : les différents modes de détention et les avantages et inconvénients de chacun, vos Lettres, les informations pratiques sur l'Assemblée générale.

www.actionnaires.groupe-casino.fr

E-mail : actionnaires@groupe-casino.fr

Crédit photos : Photothèque groupe Casino, Monoprix et Leader Price, Frédéric Baron-Morin, Cedric Daya, Patrick Messina, Jean-Pierre Porcher, Stéphane Repentin-Le studio atelier photographique, Thomas & Porcher.

Conception et réalisation : W & CIE ©