



France



France



France



Thaïlande



Colombie



Brésil



France



France

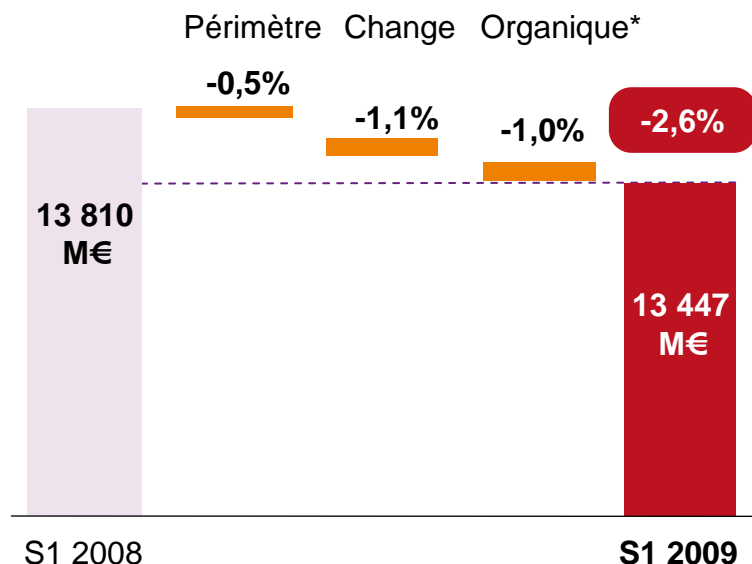
- Depuis le 1^{er} janvier 2009, la norme IFRS 8 « Secteurs opérationnels » et l'interprétation IFRIC 13 « Programme de fidélisation clients » sont entrées en application, les données de l'exercice 2008 ci-après ont été retraitées en conséquence
- Tous les chiffres ci-après sont établis sur la base des activités poursuivies, sauf indication contraire

Variation vs S1 2008

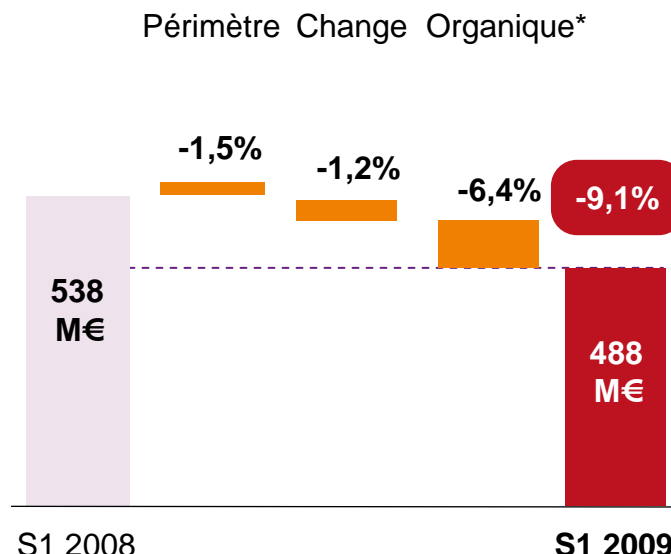
CA consolidé	13 447 M€	-2,6% -1,0% en organique*
EBITDA	819 M€	-5,0% -2,0% en organique*
Marge EBITDA	6,1%	vs 6,2% au S1 2008 -6 bp en organique*
Résultat opérationnel courant	488 M€	-9,1% -6,4% en organique*
Marge Opérationnelle Courante	3,6%	vs 3,9% au S1 2008 -21 bp en organique*
Résultat net part du Groupe	231 M€	vs 229 M€ au S1 2008 +0,8%
Dette Financière Nette	6 003 M€	vs 5 868 M€ (30/06/08)

ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

Évolution du Chiffre d'Affaires



Évolution du ROC



Principaux effets de périmètre

- ▶ Déconsolidation fin décembre 2008 de deux franchisés Franprix-Leader Price : impact de -98 M€ sur le chiffre d'affaires, de -11,5 M€ sur l'EBITDA et de -6,4 M€ sur le ROC
- ▶ Cessions de murs à un OPCI en décembre 2008 : impact de -3,3 M€ sur l'EBITDA et de -1,9 M€ sur le ROC

Principaux effets de change

- ▶ Dépréciation du réal brésilien et du peso colombien
- ▶ Partiellement compensée par l'appréciation du baht thaïlandais

* À périmètre comparable et taux de change constants et hors impact des cessions immobilières (OPCI)

● **Bonne tenue de l'activité** au 1^{er} semestre

- ▶ Croissance organique hors essence et effet calendaire de +1,3%, portée par
 - La résistance des formats de proximité en France
 - Et la poursuite d'une croissance soutenue à l'International

● **Maintien de la rentabilité**

- ▶ Mise en œuvre rapide du programme de réduction des coûts
- ▶ Quasi-stabilité de la marge d'EBITDA en organique*

● **Discipline financière accrue**

- ▶ Réduction des investissements et des stocks, en ligne avec les objectifs annuels
- ▶ Renforcement de la liquidité du Groupe par émission de 1,5 Md€** d'obligations depuis le 1^{er} janvier 2009

● **Succès des opérations d'apport d'actifs à Mercialys et de conversion des ADP**

* A périmètre et taux de change constant et hors impact des cessions immobilières (OPCI)

** Dont 750 M€ émis le 3 juillet 2009

Performance des activités

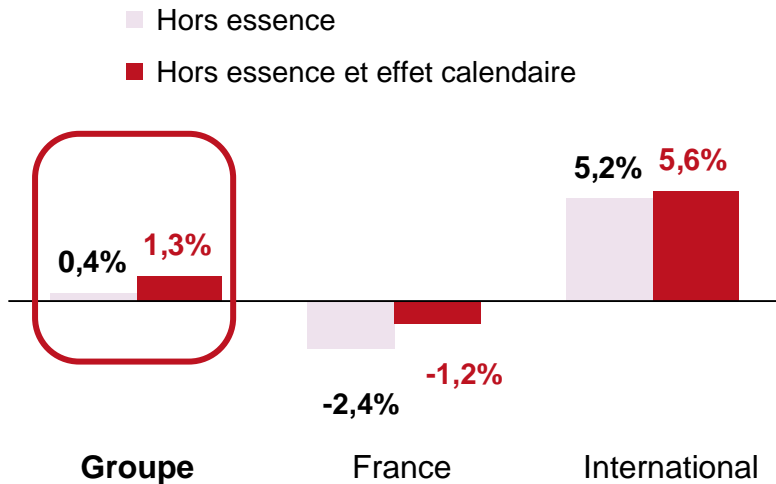
Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions



Annexes

CASINO A POURSUIVI SA CROISSANCE AU 1^{er} SEMESTRE, PORTÉE PAR LE DYNAMISME DE L'INTERNATIONAL...

Croissance organique*



Position de leader sur les marchés émergents

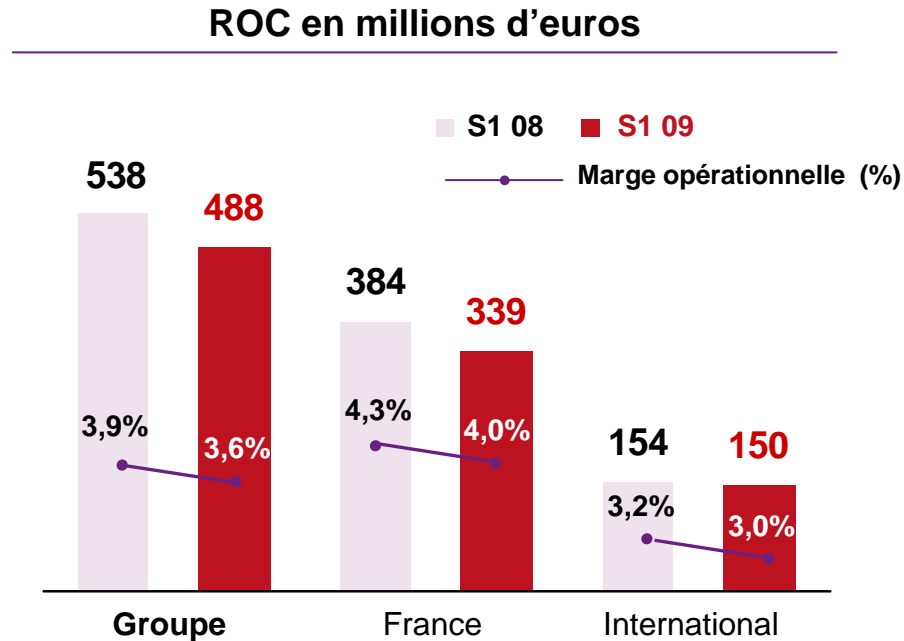
	Capi. Boursière au 25/08/09	Rang parmi les distributeurs
<i>Grupo Pão de Açúcar</i>	~ 5,9 Mds \$	# 1
 Almacenes Exito S.A.	~2,4 Mds \$	# 1
	~1,1 Md \$	# 2**

- **Résistance de l'activité en France** grâce à la stabilité des ventes des enseignes de proximité (environ 50% du CA France)
- Contribution croissante des marchés émergents, qui représentent près de 30% du chiffre d'affaires du Groupe au 1^{er} semestre 2009 (vs 12% en 2004)
- Poursuite d'une **croissance soutenue à l'International** sous l'impulsion du Brésil, de la Thaïlande et du Vietnam
- Forte progression de la valorisation boursière des filiales internationales cotées

* À périmètre comparable et taux de change constants et hors impact des cessions immobilières (OPCI)

** En nombre de magasins

... TOUT EN MAINTENANT EN FRANCE UN BON NIVEAU D'ACTIVITÉ ET DE MARGE



- **Recul limité du ROC France** de -11,8% (-9,8% en organique*), reflétant
 - ▶ Le mix de formats favorable : stabilité des marges des formats de proximité et de Franprix-Leader Price
 - ▶ Et la bonne maîtrise des coûts grâce à la mise en œuvre rapide du programme d'économies
- **Bonne tenue des marges à l'International** sur l'ensemble des pays clefs du Groupe
 - ▶ La baisse du ROC de l'International résultant exclusivement de l'effet défavorable des taux de change

* Impact périmètre lié à la déconsolidation des franchisés FP/LP : -6,4 M€
 Impact des cessions immobilières (OPCI) : -1,9 M€

LE GROUPE EST AU RENDEZ-VOUS DE SES OBJECTIFS EN TERME DE STRATÉGIE COMMERCIALE, DE COÛTS ET DE GESTION DES CAPITAUX ENGAGÉS

Stratégie commerciale

- France
 - ▶ Des investissements tarifaires ciblés...
 - ▶ ...permis par l'amélioration des conditions d'achats
 - ▶ Un pilotage optimisé des promotions
- International
 - ▶ Poursuite d'une politique commerciale agressive

Coûts

- Déploiement du plan de réduction des coûts, en ligne avec l'objectif initial
- Des résultats significatifs en matière de réduction des coûts en magasins

Capitaux employés

- Optimisation du BFR, notamment par réduction des stocks
- Politique d'investissements sélective
- Fermetures des magasins non rentables
- Réallocation des surfaces

UNE ACTIVITÉ IMMOBILIÈRE CRÉATRICE DE VALEUR : **MERCIALYS**

- Une performance au 1^{er} semestre qui confirme la **solidité du modèle économique** de Mercialys
 - ▶ Poursuite d'une croissance soutenue des revenus locatifs à +13,2%*, dont +6,3%* en organique
 - ▶ Relèvement des objectifs 2009 : hausse de 15% des revenus locatifs et des cashflows
- Franchissement d'une nouvelle étape dans la stratégie de **valorisation des actifs immobiliers**
 - ▶ Apport par Casino en mai 2009 de 25 projets Alcudia, à fort potentiel de restructuration et de développement, rémunéré par émission d'actions nouvelles
 - ▶ Augmentation d'environ 20% des actifs et des loyers (proforma 2008)
- Renforcement du **profil boursier**
 - ▶ Distribution des actions nouvellement émises aux actionnaires de Casino
 - ▶ Augmentation du flottant (d'environ 1 Md€) et de la liquidité
- Des perspectives de **croissance** significatives
 - ▶ Fort potentiel de réversion des actifs existants
 - ▶ Croissance des actifs assurée, notamment, grâce au pipeline de promotion de Casino
 - ▶ Flexibilité financière forte (pas de dette)

Performance des activités

France

International

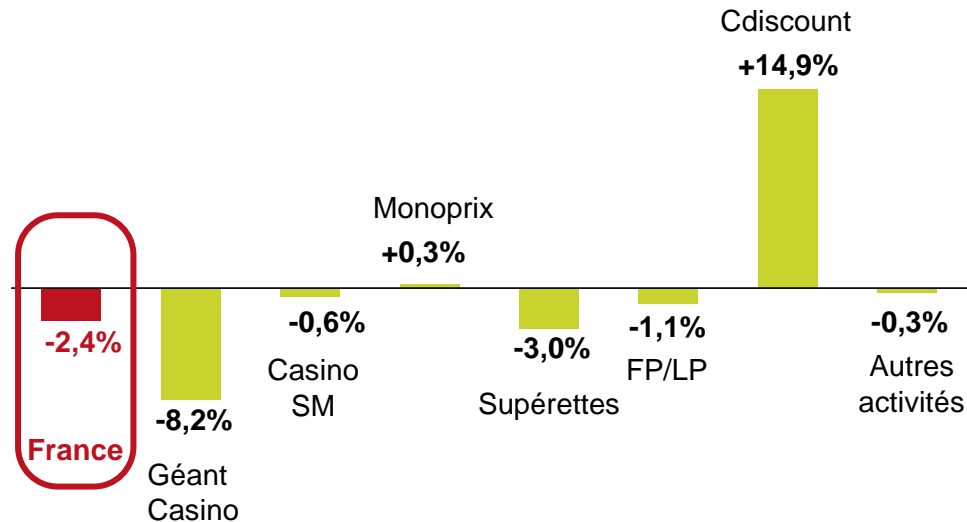
Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions

Annexes

FRANCE : BONNE TENUE DE L'ACTIVITÉ GRÂCE AUX FORMATS DE PROXIMITÉ

Croissance organique du chiffre d'affaires S1 2009 vs S1 2008 – Hors essence



- ❑ Dans un environnement difficile, **maintien des tendances de consommation** observées depuis plusieurs mois
 - ▶ Plus grande sensibilité au prix et souhait de limiter la taille du panier
 - ▶ Proximité et rapidité des courses
 - ▶ Recul du non alimentaire et bonne résistance de l'alimentaire
- ❑ Performance satisfaisante des **formats de proximité**, en particulier Monoprix, Casino Supermarchés et Franprix, avec des ventes totales en croissance
- ❑ Amélioration de la tendance d'activité de **Géant Casino** au 2nd trimestre sous l'effet de la montée en puissance des initiatives commerciales
- ❑ Poursuite d'une croissance à deux chiffres pour **Cdiscount**

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09	Variation	En organique*
Chiffre d'affaires HT	9 008	8 530	-5,3%	-4,2%
EBITDA	589	550	-6,6%	-4,2%
<i>Marge d'EBITDA</i>	6,5%	6,4%	-9 bp	+0 bp
Résultat opérationnel courant	384	339	-11,8%	-9,8%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	4,3%	4,0%	-29 bp	-24 bp

● Stabilité de la **marge d'EBITDA** en organique* résultant

- ▶ De la bonne tenue de la marge commerciale grâce à l'impact favorable du mix de format et de la progression de la marque propre
- ▶ Et de la mise en œuvre rapide du plan de réduction des coûts, permettant notamment une bonne maîtrise des frais de personnel

● Hausse des **amortissements** reflétant la politique d'expansion soutenue de Casino Supermarchés et de Monoprix

* Hors impact de la déconsolidation de deux franchisés FP/LP (-11,5 M€)
et hors impact des cessions immobilières (-3,3 M€)

GÉANT CASINO : RENFORCEMENT DE LA DYNAMIQUE COMMERCIALE, BAISSÉ DES COÛTS ET DES STOCKS

Accélération de la **dynamique commerciale en alimentaire** au 2nd trimestre

- Intensification de l'activité promotionnelle et baisses de prix ciblées en fond de rayon
- Réinvestissement des gains Achats
- Pilotage strict des promotions

Poursuite du **recentrage de l'offre en non alimentaire**

- Réduction des produits « bruns » et « blancs »
- Développement des familles Textile, Maisons et Loisirs

Bonne **maîtrise des coûts**

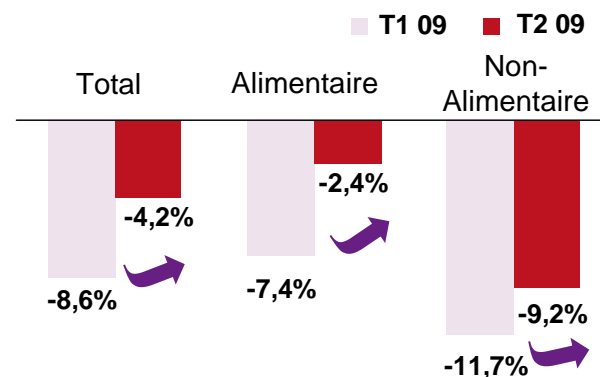
- En particulier par l'amélioration de l'efficacité opérationnelle en magasin et des coûts de mailing
- Permettant de compenser en partie l'impact de la baisse de l'activité

Baisse de la **marge**, en ligne avec le plan de marche

Réduction des **stocks** magasins de 54 M€ depuis fin juin 2008 et de 34 M€ depuis fin décembre 2008



Ventes à magasins comparables*



FORMATS DE PROXIMITÉ : UN MODÈLE OPÉRATIONNEL RÉSILIENT



- **Performance satisfaisante** des formats de proximité, avec des ventes totales stables* sur la période
- Contribution favorable de la politique d'expansion active de **Casino Supermarchés**
- Bonne tenue des ventes de **Monoprix**, qui tire profit de son positionnement différencié et poursuit son développement (intégration de Naturalia, ouverture de 5 Citymarchés et 8 Monop'')
- Retrait des ventes des **supérettes** sous l'effet de la poursuite de la politique d'optimisation du parc de magasins
- **Stabilité de la marge opérationnelle** totale des formats de proximité

FRANPRIX-LEADER PRICE : STABILITÉ DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE

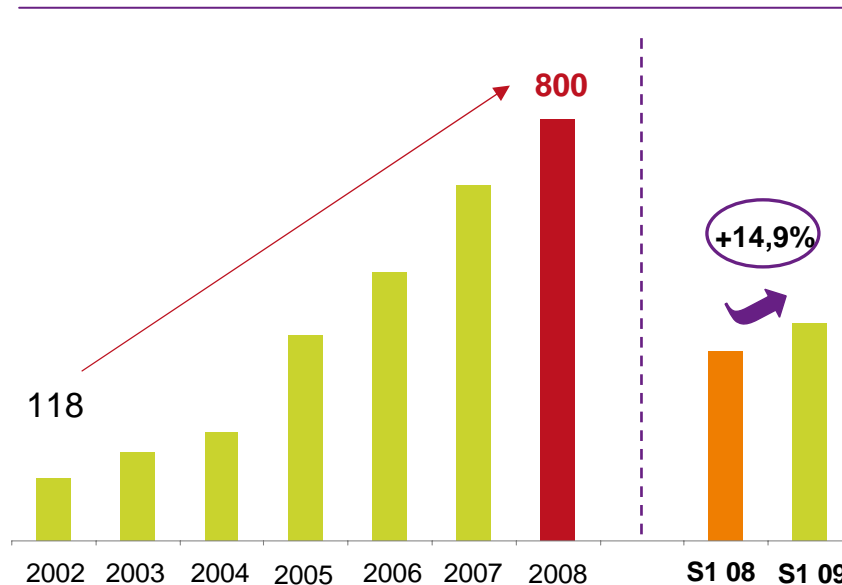
- ❶ Performance commerciale satisfaisante de **Franprix**
 - ▶ Stabilité des ventes à magasins comparables
 - ▶ Bonne tenue du trafic démontrant la robustesse de l'enseigne
 - ▶ Succès du nouveau concept
- ❷ Recul des ventes à magasins comparables de **Leader Price** (-7,6%)
 - ▶ Imputable à la baisse du panier moyen, évolution commune à l'ensemble des enseignes de Hard Discount
 - ▶ Renforcement des initiatives visant à accroître l'attractivité de l'enseigne
- ❸ Poursuite du **développement** des réseaux...
 - ▶ Franprix : 34 ouvertures à fin août pour un objectif annuel d'environ 80
 - ▶ Leader Price : 25 ouvertures à fin août pour un objectif annuel de 60
- ❹ ... s'accompagnant d'un processus de **rationalisation du parc**, avec notamment la fermeture de magasins non rentables
- ❺ Baisse limitée des **ventes totales** (-1,1%*)
- ❻ **Stabilité de la marge opérationnelle**, témoignant de la solidité du modèle économique



CDISCOUNT CONTINUE À ÊTRE UN TRÈS FORT MOTEUR DE CROISSANCE



Croissance du chiffre d'affaires (en M€)



- Poursuite du **dynamisme des ventes** de Cdiscount avec une progression à deux chiffres sur le 1^{er} semestre 2009 (+14,9%), portée par une fréquentation et un taux de transformation en hausse
- Avec 800 M€ de chiffre d'affaires en 2008, Cdiscount est le **leader du commerce électronique B to C en France** et le premier site marchand en notoriété spontanée
 - ▶ Positionnement tarifaire très attractif et forte réactivité commerciale
 - ▶ Offre élargie à de nouveaux univers

Performance des activités

France

International

Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions

Annexes

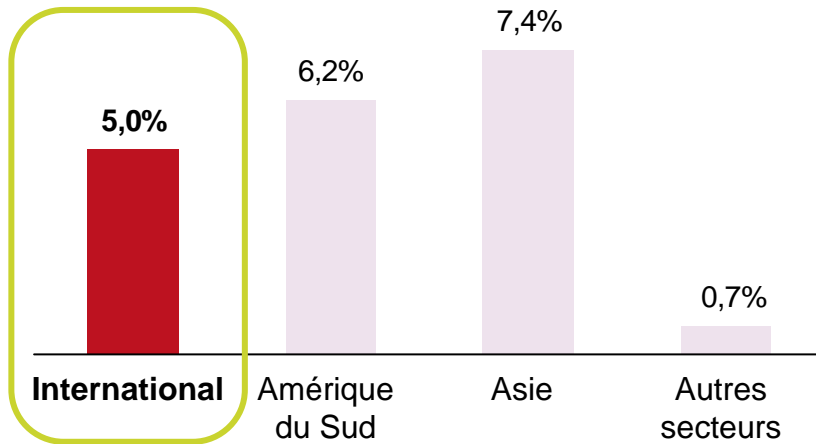
CROISSANCE DES PRINCIPAUX INDICATEURS À TAUX DE CHANGE CONSTANTS

<i>En millions d'euros</i>	S1 08	S1 09	Variation	En organique*
Chiffre d'affaires HT	4 802	4 917	+2,4%	+5,0%
EBITDA	272	269	-1,4%	+2,7%
<i>Marge d'EBITDA</i>	5,7%	5,5%	-21 bp	-12 bp
Résultat opérationnel courant	154	150	-2,6%	+1,9%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	3,2%	3,0%	-16 bp	-10 bp

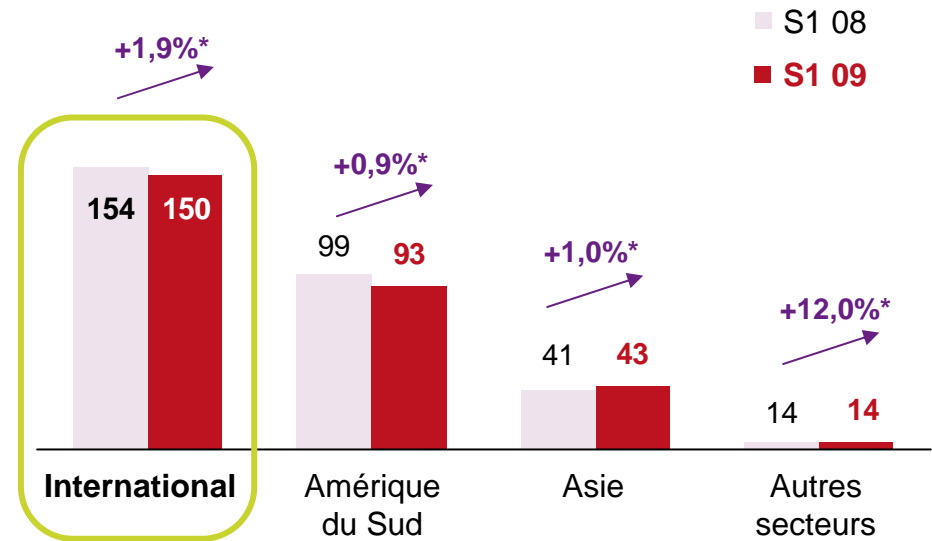
- Impact défavorable de la **dépréciation des devises** brésiliennes et colombiennes par rapport à l'euro
- **Croissance robuste des ventes** en organique à +5%, portée par les marchés émergents (+6,5%)
- Croissance de l'**EBITDA** de +2,7% et du **ROC** de +1,9% en organique
- Baisse de la **marge opérationnelle** courante résultant des troubles sociaux au Venezuela

DYNAMISME MAINTENU DANS LES DEUX ZONES STRATÉGIQUES : AMÉRIQUE DU SUD ET ASIE

Croissance organique* des ventes
S1 09 vs S1 08



ROC publié (M€) et progression du ROC en organique*



* À périmètre et taux de change constants

AU BRÉSIL, GRUPO PAO DE AÇUCAR A SURPERFORMÉ SON MARCHÉ ET POURSUIVI SON DÉVELOPPEMENT

- Une activité **dynamique** au 1^{er} semestre
 - ▶ Ventes totales en hausse de +13,7%* portée par une croissance élevée à magasins comparables +11,8%*
 - ▶ Bonne performance de l'alimentaire et du non alimentaire
- **Progression** à deux chiffres de l'**EBITDA**
 - ▶ Poursuite d'une politique commerciale compétitive basée sur un mix produits adapté et une stratégie tarifaire agressive grâce notamment au renforcement des partenariats avec les fournisseurs
 - ▶ Maintien d'un contrôle strict des coûts
 - ▶ Maintien de la marge d'EBITDA à un niveau élevé
- Acquisition en juillet 2009 de **Ponto Frio**, 2^{ème} acteur brésilien dans le segment de l'électronique-électroménager
 - ▶ Un marché à fort potentiel de croissance : 15% CAGR sur les dernières années
 - ▶ Ventes additionnelles : 1,6 Md€ (+20%)
 - ▶ Synergies importantes, notamment en matière de conditions achats (taille x 3 sur ce marché)
 - ▶ GPA renforce son leadership sur le marché brésilien
- Annonce du rachat de la participation des minoritaires d'**Assaï** (40% du capital)

EN COLOMBIE, **EXITO** A MIS EN PLACE LES ACTIONS LUI PERMETTANT DE PRÉSERVER SA RENTABILITÉ

❶ **Recul des ventes** de -2,5%* dans un contexte de récession

- ▶ Maintien d'une politique de prix compétitive
- ▶ Développement de la marque propre en alimentaire et en non alimentaire
- ▶ Renforcement du programme de fidélité
- ▶ Poursuite de la rationalisation du portefeuille d'enseignes (5 conversions au format Bodega sur la période, format ciblant les catégories à plus faibles revenus)

❷ **Maintien** de la **marge d'EBITDA** à un niveau élevé : 6,5%*

- ▶ Montée en puissance du programme d'excellence opérationnelle...
- ▶ ... ayant permis une réduction sensible des frais de personnel en magasins et des coûts centraux (-1,1%)
- ▶ Finalisation des synergies avec Carulla (conditions d'achat, assortiments)

❸ **Réduction** significative de la **dette financière**

- ▶ De 344 M€ à fin juin 2008 à 268 M€ à fin juin 2009

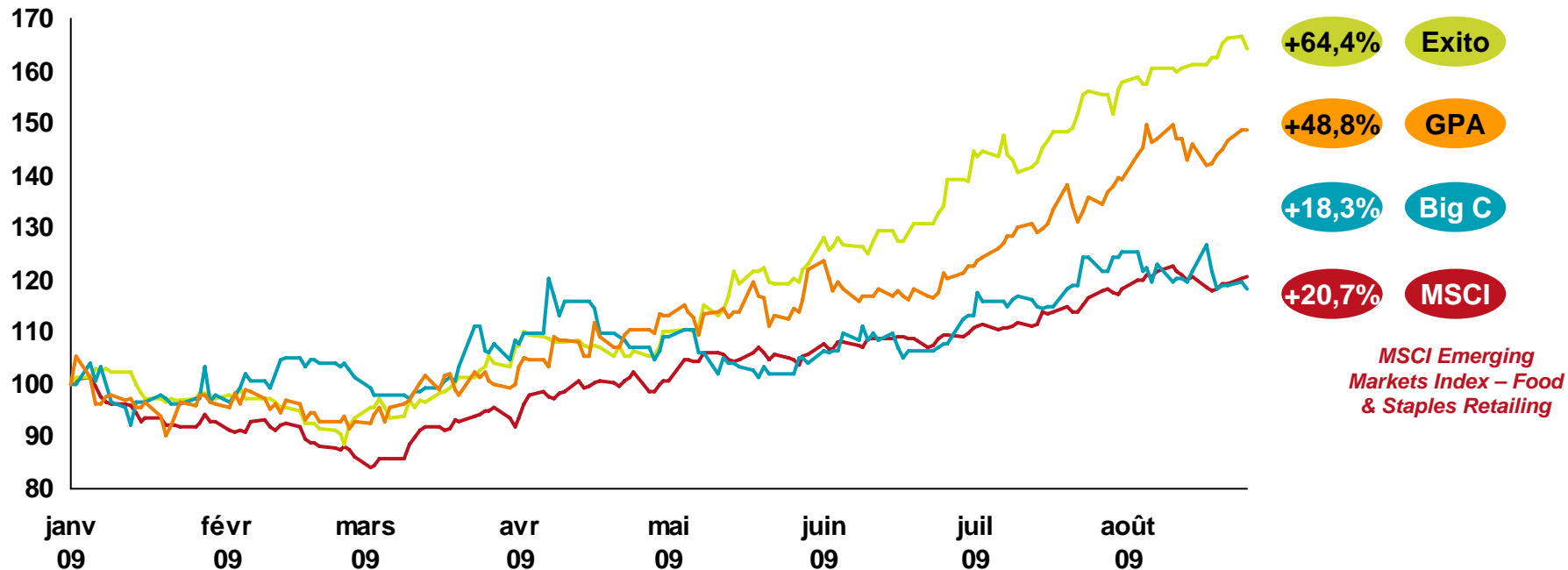
❶ **Thaïlande** : résistance du modèle dual Distribution & Immobilier

- ▶ Croissance solide du chiffre d'affaires à +3,9%*, sous l'effet de la politique d'expansion soutenue (12 hypers ouverts en 2008, 1 ouverture au 1^{er} semestre 2009)
- ▶ Stabilité de la marge d'EBITDA à un niveau élevé de 9,5%* reflétant
 - La réactivité commerciale de la société dans un environnement économique plus difficile
 - La résistance de l'activité foncière de galeries commerciales (taux d'occupation maintenu à 95%)
- ▶ Amélioration du BFR portée par une réduction sensible des stocks

❷ Résultats très prometteurs au **Vietnam**

- ▶ Poursuite d'une forte croissance à magasins comparables
- ▶ Ouverture du 9^{ème} hypermarché en juillet 2009
- ▶ Progression du résultat opérationnel courant et de la marge

UNE PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE QUI S'EST TRADUITE PAR UNE FORTE APPRÉCIATION DES COURS DE BOURSE



• Une création de valeur significative pour Casino : **+11 € par action**
(depuis début mars)

Performance des activités

Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions

Annexes

REPLI MODÉRÉ DE L'EBITDA

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09	<i>Variation</i>
Volume d'affaires*	18 443	18 003	-2,4%
Chiffre d'affaires HT	13 810	13 447	-2,6%
Marge commerciale	3 418	3 364	-1,6%
<i>En % du CA</i>	24,7%	25,0%	+26 bp
EBITDA**	861	819	-5,0%
<i>Marge d'EBITDA</i>	6,2%	6,1%	-15 bp
Dotations aux amortissements	324	330	+2,0%
Résultat opérationnel courant	538	488	-9,1%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	3,9%	3,6%	-26 bp
Capacité d'autofinancement	607	570	-6,1%

* Chiffre d'affaires à 100% des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du Groupe (y compris les sociétés mises en équivalence).
Il intègre également le chiffre d'affaires réalisé sous-enseigne par l'activité franchise

** EBITDA = ROC + dotations aux amortissements opérationnels courants

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09	Variation
ROC	538	488	-9,1%
Autres produits et charges opérationnelles	(15)	11	
Coût de l'endettement financier net	(163)	(167)	
Autres produits et charges financières	2	(4)	
Résultat avant IS	361	329	
Impôt sur les bénéfices	(89)	(71)	
Quote-part de résultats des sociétés MEE	7	4	
Résultat net des activités poursuivies	280	262	
Dont, Part du Groupe	229	231	+0,8%
Dont, Intérêts minoritaires	51	31	
Résultat net des activités abandonnées	(2)	(1)	
Résultat net normalisé, Part du Groupe*	223	189	-15,1%

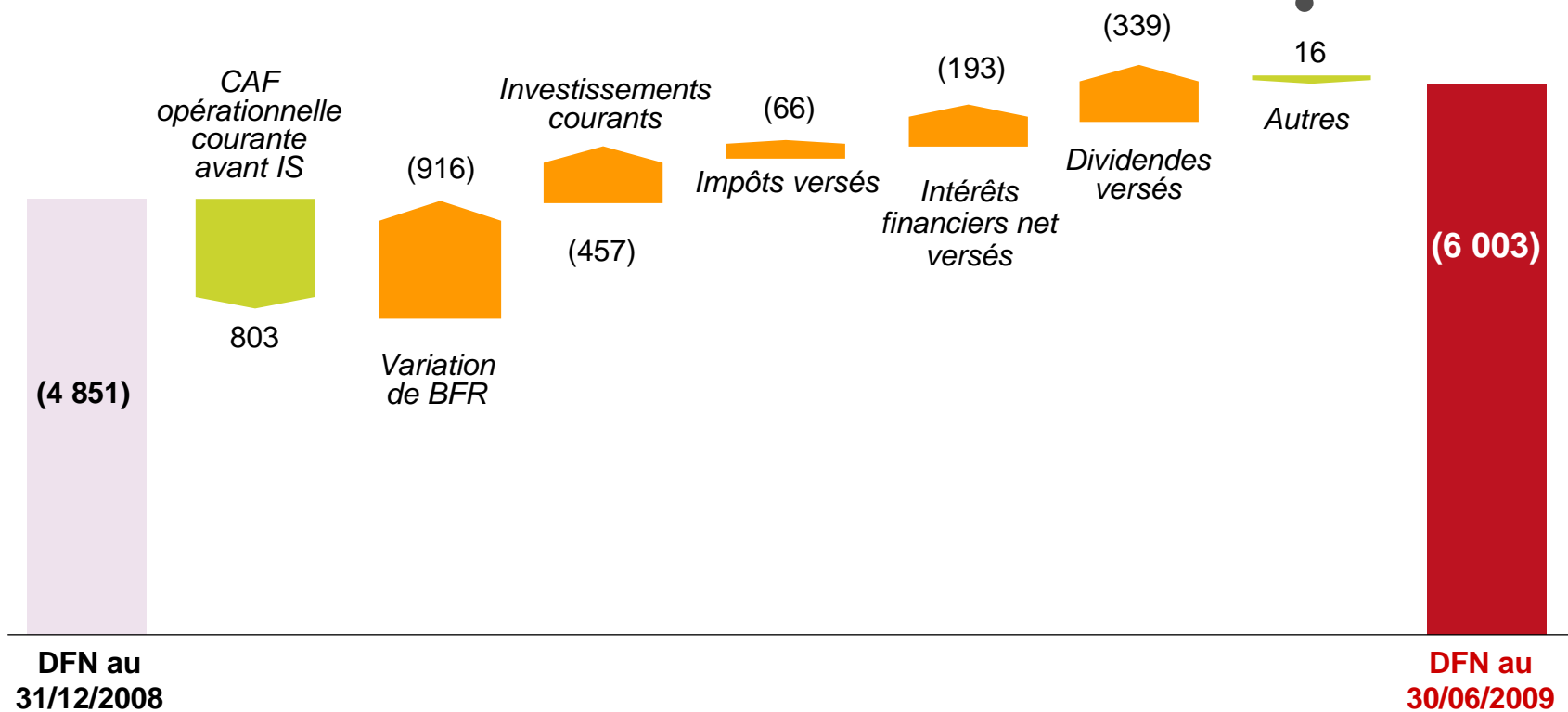
* Le résultat net normalisé correspond au résultat net des activités poursuivies, corrigé des effets des autres produits et charges opérationnels, tels que définis dans la partie Principes Comptables de l'annexe annuelle aux comptes consolidés, et des effets des éléments financiers non récurrents, ainsi que des produits et charges d'impôts non récurrents

VARIATION DE LA DFN SUR 6 MOIS

en M€

Dont

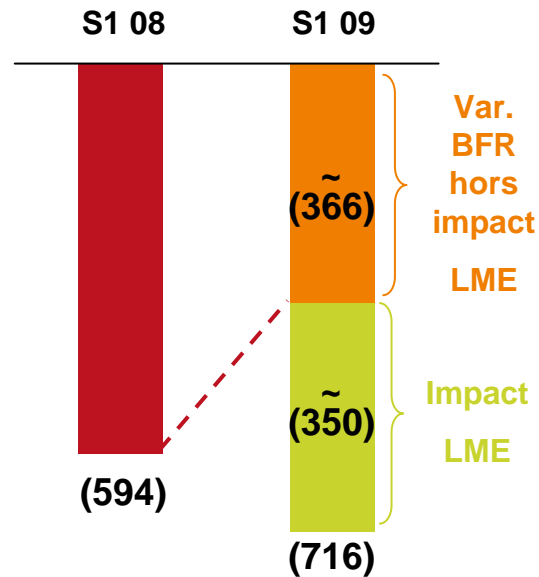
- Cessions	82
- Acquisitions	(64)
- Écarts de conversion	(33)



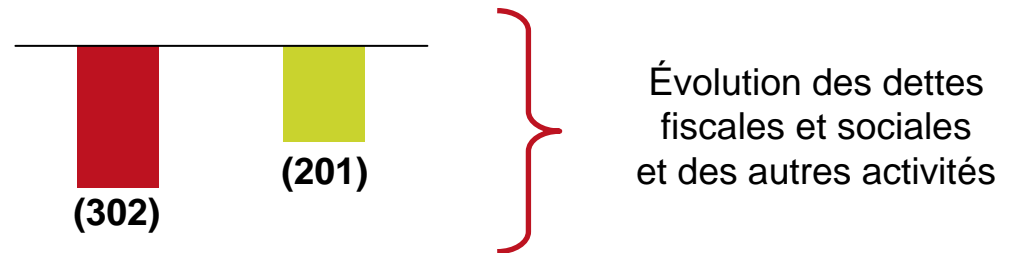
UNE ÉVOLUTION DU BFR ESSENTIELLEMENT AFFECTÉE PAR L'EFFET PONCTUEL DE LA LME

en M€

Variation du BFR
« Marchandises »



Variation du BFR
« hors marchandises »



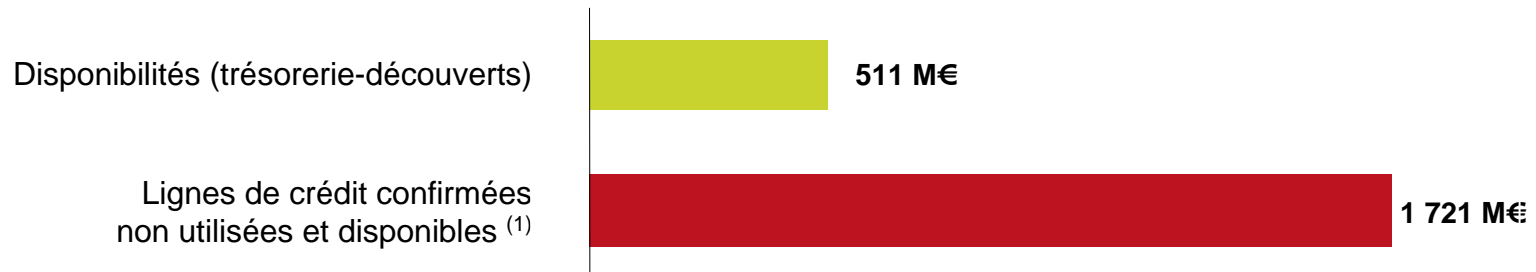
Total BFR

Année	Valeur (M€)
S1 08	(895)
S1 09	(916)

<i>en millions d'euros</i>	30/06/2008	31/12/2008	30/06/2009
Capitaux propres	7 080	7 031	7 146
Dette Financière Nette	5 868	4 851	6 003
<i>dont options de vente des minoritaires</i>	663	626	622
DFN/capitaux propres	83%	69%	84%
DFN/EBITDA*	3,1X	2,5X	3,1X

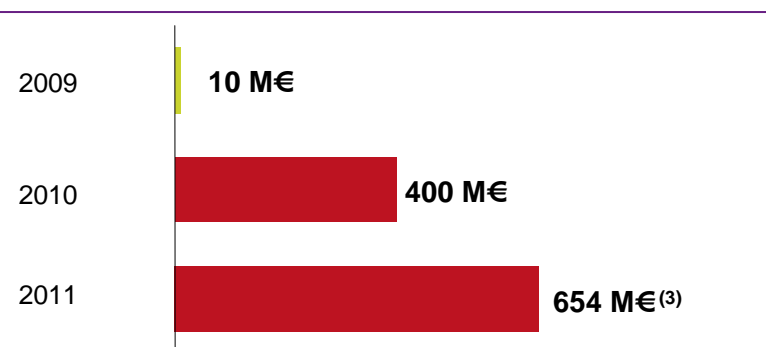
● **Stabilité des ratios** de dette au 30 juin 2009 par rapport au 30 juin 2008

- Au 30 juin 2009, le Groupe dispose de 511 M€ de disponibilités et de plus de 1,7 Md€ de lignes de crédit confirmées, non utilisées et disponibles...



- ...avant prise en compte du règlement, début juillet, de l'émission obligataire de 750 M€ à échéance janvier 2015 ...
- ...à comparer aux prochaines échéances de remboursement obligataires et placements privés

Échéances obligataires et placements privés ⁽²⁾



⁽¹⁾ Lignes de crédit confirmées Casino Guichard Perrachon et Monoprix à 50%

⁽²⁾ Échéances obligataires et placements privés Casino Guichard Perrachon

⁽³⁾ Dont 254 M€ de placements privés

FORTE AUGMENTATION DE LA VALEUR BOURSIÈRE DES PARTICIPATIONS COTÉES

<i>Sociétés cotées</i>	Cours de Bourse au 25/08/2009	Capi. Boursière (100%, M€)	% de détention	Quote-part de Casino (M€)	Delta vs 03/03/2009 (M€)	DFN* au 30/06/2009 (M€)	Contribution à la VE du Groupe (M€)
Mercialys	€25,40	2 296	50,9%	1 169	45	9	1 177
GPA (Brésil)	BRL 46,0	4 097	35,0%	1 434**	651	142	1 576
Exito (Colombie)	COP 16 700	1 669	61,2%	1 022	511	378	1 400
Big C (Thaïlande)	THB 45,3	738	63,2%	466	50	27	493
Super de Boer (Pays-Bas)	€2,85	327	57,1%	187	60	66	253
TOTAL				4 278	1 317	622	4 900

* A 100%, à l'exception de GPA à 35%

** Sur la base du cours de l'action préférentielle

Performance des activités

Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions

Annexes

◀ En France

- ▶ Une baisse structurelle du trafic en hypermarchés...
 - En alimentaire : au profit des formats de proximité et de discount (plus en phase avec les évolutions socio-démographiques des clients)
 - En non alimentaire : au profit des spécialistes et du e-business
- ▶ ...entraînant une pression à la baisse des profits de l'ensemble des acteurs du format
- ▶ Objectif du Groupe : une **croissance continue et durable du free cash flow**...
 - ...basée sur le développement prioritaire des formats de proximité, du discount et de l'e-business : des modèles rentables et générateurs de cash
 - ...et la transformation en profondeur du modèle des hypermarchés

◀ Une présence à l'**International** dans des pays à fort potentiel

- ▶ Fort ancrage local des enseignes du Groupe
- ▶ Excellent niveau de rentabilité
- ▶ Poursuite de l'expansion visant à renforcer les positions de leadership des filiales

◀ Une stratégie active de **valorisation des actifs immobiliers**

... DONT L'EFFICACITÉ SERA SIGNIFICATIVEMENT RENFORCÉE PAR LE DEPLOIEMENT DES PLANS D' ACTIONS

- Le Groupe va poursuivre et intensifier ses plans d'actions, avec trois objectifs prioritaires
 - ▶ Renforcer son **attractivité commerciale**
 - Développement de la marque propre
 - Optimisation de la stratégie tarifaire
 - Transformation en profondeur des hypermarchés français
 - ▶ Maîtriser ses **marges**
 - Amélioration des conditions d'achats
 - Réduction des coûts
 - ▶ Améliorer sa **flexibilité financière**
 - Par l'amélioration de la génération de free cash flow : baisse des stocks et discipline en matière d'investissements
 - Et la mise en œuvre d'un programme de cessions d'actifs d'1 milliard d'euros d'ici fin 2010

- ❶ La **marque Casino** est **au cœur de la stratégie commerciale** du Groupe depuis 2005
- ❷ Le Groupe est aujourd'hui **leader** sur ce segment **en France**
 - ▶ Avec une pénétration de la marque propre dans les volumes vendus supérieure à 50%*
 - ▶ En progression constante (+2,5 pts en 09 / +10 pts sur la période 2004-2008)
- ❸ Le renforcement du leadership s'appuiera sur le **développement de l'offre**, en ligne avec les attentes des consommateurs...
 - ▶ Lancement en juin de la gamme Famili
 - ▶ Développement des gammes Bio et Non Alimentaire
 - ▶ Montée en puissance à l'International
- ❹ ...et sur l'amélioration de la **compétitivité** de la marque
 - ▶ Gestion dynamique des assortiments
 - ▶ Massification des achats entre les enseignes du Groupe
 - ▶ Optimisation de la supply chain avec les fournisseurs (stocks avancés par exemple)
- ❺ La marque propre constitue un puissant levier de **croissance** et de **différenciation**...
- ❻ ...et permet au Groupe de bénéficier d'un **socle de marge** solide

- Allouer les **moyens commerciaux** de façon optimale afin de
 - ▶ Créer de la valeur pour les clients : fidéliser et recruter
 - ▶ Maximiser le chiffre d'affaires et la marge du Groupe
- En s'appuyant sur l'**expertise des équipes** Casino et l'utilisation d'**outils performants** (dunnhumby, Demandtec, algorithmes développés en interne)

Prix

- Positionnement tarifaire adapté (format, zone de chalandise)
- Investissements ciblés
 - ✓ Produits « sensibles »
 - ✓ Forte élasticité prix / volume
 - ✓ Marge élevée

Promotions

- Sélectivité Produits
- Optimiser le couple CA / marge
- Pilotage fin des opérations

Fidélité

- Un programme de fidélité attractif et différenciant
- Des opérations thématiques et personnalisées (dunnhumby)
- Utilisation des nouvelles technologies de communication (paiement sans contact, mobile)

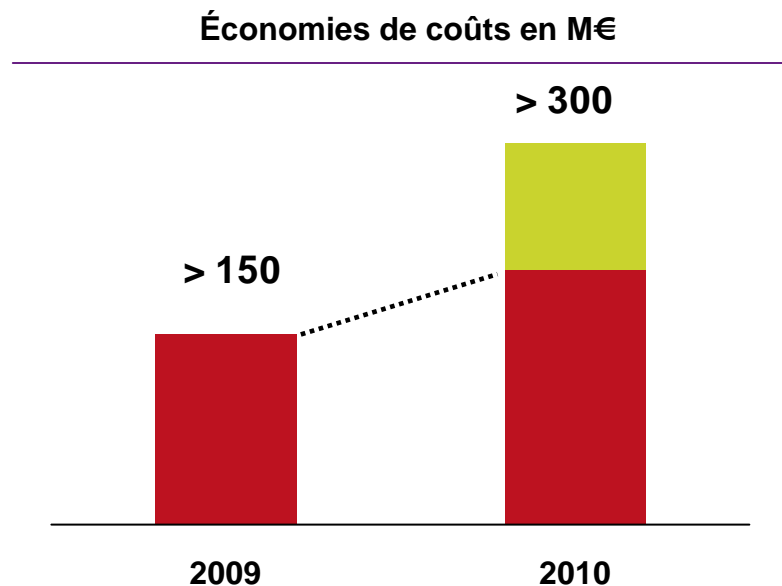
TRANSFORMATION EN PROFONDEUR DES HYPERMARCHÉS FRANÇAIS

- Accélération du **repositionnement** de l'offre en **non alimentaire**
 - Priorité aux familles porteuses et rentables : Maison, Loisirs, Textile
 - Réduction de l'offre sur les familles en déclin et non-rentables : Multimédia et Gros Electroménager
 - Renforcement de la dynamique promotionnelle
- Renforcement de l'**attractivité** de l'offre en **alimentaire**
 - Un positionnement prix compétitif et maîtrisé...
 - ...grâce au réinvestissement des gains achats et des marges de manœuvre dégagées en non alimentaire
 - ...et au pilotage optimal des modules Prix / Promotions / Fidélité
 - Une offre différenciante, basée en particulier sur le développement de la MDD et des Produits Frais
- Ajustement continu de la structure de **coûts**
- Réduction des **capitaux engagés**
 - Réduction des surfaces
 - Allocation des surfaces optimisée entre les familles
 - Baisse des stocks

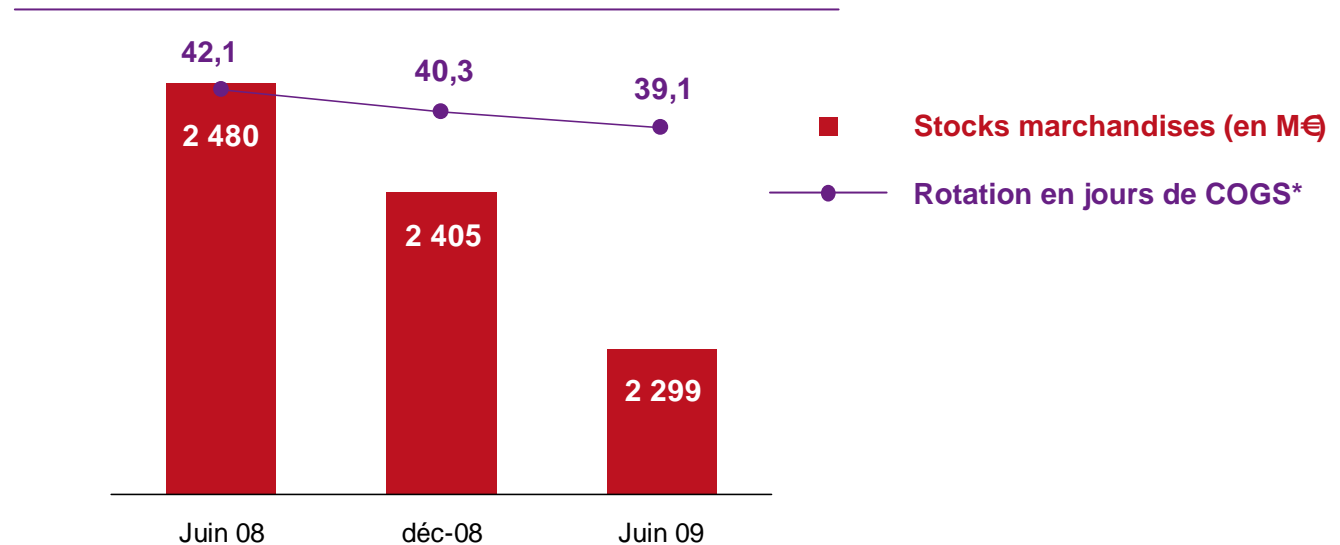
- ◀ Mise en œuvre favorisée par les changements d'**équipes** et l'utilisation de nouveaux **outils**
- ◀ **Massification**
 - ▶ Alimentaire : synergies Casino et FP/LP sur Marque Propre et Premiers Prix en France, Premiers Prix au niveau international
 - ▶ Non alimentaire : synergies Géant Casino et Cdiscount, global sourcing mondial
- ◀ **Rationalisation** des assortiments
- ◀ **Négociations** avec les fournisseurs basées sur l'ensemble des leviers qui optimisent le couple rentabilité / capitaux employés
 - ▶ Prix / Assortiment / Innovation / Merchandising
 - ▶ Promotions
 - ▶ Marketing direct / accès aux données commerciales (dunnhumby)
 - ▶ Logistique
 - ▶ Stocks
- ◀ **Excellence opérationnelle** en matière d'Achats
 - ▶ Indicateurs de performance
 - ▶ Analyse de la valeur

POURSUITE DES PLANS D'AMÉLIORATION DE L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

- Les **plans de réduction de coûts** lancés en 2009 délivrent des **résultats satisfaisants...**
- ...dont l'impact s'amplifiera en 2010
- Par ailleurs, le Groupe s'engage dans de **nouvelles initiatives** visant à améliorer structurellement son efficacité, notamment en France
 - Organisation « lean » en magasin
 - Supply et Logistique : amélioration opérationnelle en entrepôts
 - Simplification des fonctions support et poursuite de la réduction des frais généraux (Marketing, Technique & Maintenance, Energie)
- En 2010, les économies de coûts seront **supérieures à 300 M€**



Evolution des stocks



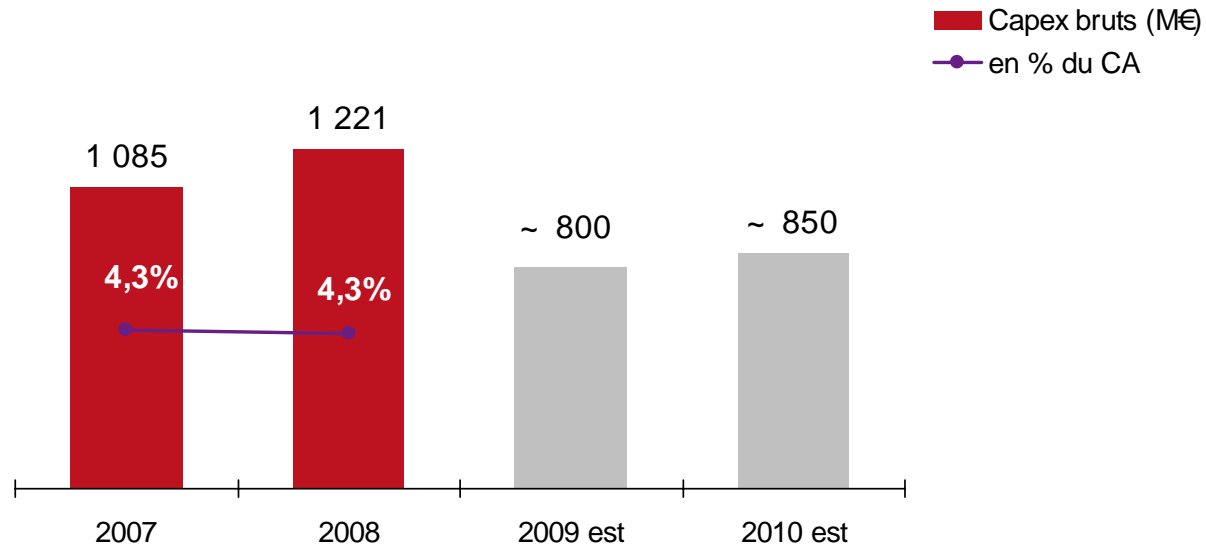
Objectif confirmé de réduction des stocks

- ▶ De 2 jours à fin 2009, permettant de compenser la majorité de l'impact de la LME sur les délais de paiement en France
- ▶ De 1 jour addtionnel en 2010
- ▶ Un potentiel de réduction supplémentaire au-delà de 2010

Principaux leviers

- ▶ Maîtrise des engagements promotionnels et rationalisation de l'assortiment
- ▶ Mise en place de schémas logistiques innovants (stocks avancés, entrepôts massificateurs, cross docking, etc..)
- ▶ Optimisation des outils de réapprovisionnement

SÉLECTIVITÉ EN MATIÈRE D'INVESTISSEMENTS



Discipline en matière d'investissements

- ▶ Relèvement des critères de rentabilité
- ▶ Accélération de l'**expansion** en 2010 (mesurée en m² et CA additionnel)
- ▶ En France, expansion centrée sur les **formats porteurs**
 - ▶ Développement des réseaux Franprix et Leader Price, peu consommateurs de cash
 - ▶ Poursuite de l'expansion de Monoprix et Casino Supermarchés
 - ▶ Partiellement financés par les cessions de m² en hypermarchés
- ▶ Priorité à l'international aux **pays clefs** : Brésil, Colombie, Thaïlande et Vietnam

- La performance du Groupe au 1^{er} semestre 2009 démontre **l'efficacité** de son **modèle économique** et sa **capacité d'adaptation** à un environnement plus difficile
- Casino va accélérer la mise en œuvre des plans d'actions visant à renforcer **l'attractivité commerciale** de ses enseignes et à maîtriser ses **marges**
- Le Groupe renforcera significativement sa **flexibilité financière** par
 - ▶ L'amélioration de la génération de free cash flow
 - ▶ Et la mise en œuvre d'un plan de cessions d'actifs d'1 milliard d'euros d'ici fin 2010
- Le Groupe se fixe ainsi pour objectif d'**améliorer** son ratio de **DFN/EBITDA** à fin 2009 et d'atteindre un **ratio inférieur à 2,2x à fin 2010**

Performance des activités

Résultats financiers

Stratégie et plans d'actions

Annexes

CHANGEMENTS DU PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION ET DE MÉTHODE COMPTABLE

- Déconsolidation de deux franchisés au sein du sous-groupe Franprix-Leader Price à compter du 31 décembre 2008
- Diminution du pourcentage de détention dans Mercialys de 59,67% à 50,89%
- Application depuis le 1^{er} janvier 2009 de la norme IFRS 8 « Secteurs opérationnels » et de l'interprétation IFRIC 13 « Programme de fidélisation clients » ; les données de l'exercice 2008 ci-après ont été retraitées en conséquence*
 - ▶ IFRS 8 remplace IAS 14 « Information sectorielle ». Cette norme est sans effet sur la performance et sur la situation financière du Groupe mais donne lieu à une présentation différente des informations par secteur. Dans le cadre de l'information semestrielle 2009 et de la première application de la norme IFRS 8, le Groupe a reconduit, en termes de résultat sectoriel, une information similaire à celle présentée dans le rapport financier semestriel 2008. L'information au niveau du résultat opérationnel courant est ainsi donnée de manière condensée sur le périmètre France.
 - ▶ L'interprétation IFRIC 13 « Programme de fidélisation clients » impose de comptabiliser à leur juste valeur les avantages octroyés aux clients dans le cadre de programmes de fidélisation (notamment programmes de points de fidélité et bons d'achat), comme une composante identifiable séparée de la vente au cours de laquelle ils sont octroyés. En pratique, au niveau du compte de résultat, cela conduit à minorer le chiffre d'affaires lors de l'octroi de l'avantage et à reconnaître une augmentation du chiffre d'affaires ainsi qu'à constater le coût de l'avantage consenti en coût d'achat des marchandises vendues ou en diminution du chiffre d'affaires selon la nature de l'avantage octroyé lors de son utilisation (versus une comptabilisation en frais de marketing auparavant). Au niveau du bilan, ces programmes de fidélité sont comptabilisés en produits constatés d'avance (versus provisions pour charges auparavant).

* Pour plus de détails sur les impacts de ces normes, se reporter aux notes 2.4.1. et 2.4.2. de l'annexe aux comptes consolidés

BILAN CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ

<i>en millions d'euros</i>	30/06/2008	31/12/2008	30/06/2009
Goodwill	6 430	6 190	6 399
Immobilisations	7 711	7 714	7 744
Participations entreprises associées	95	122	115
Actifs financiers non courants	496	469	442
Actifs financiers de couverture non courants*	54	118	152
Autres actifs non courants	188	110	130
Stocks	2 679	2 684	2 627
Clients et autres créances	2 928	2 883	2 803
Autres actifs financiers de couverture courants*	81	77	52
Trésorerie et équivalents de trésorerie*	1 549	1 948	1 080
Actifs détenus en vue d'être cédés	7	34	97
TOTAL ACTIF	22 119	22 350	21 643
Capitaux propres	7 080	7 031	7 146
Provisions à long terme	350	352	385
Passifs financiers non courants*	5 399	5 050	5 053
Autres passifs non courants	499	469	449
Provisions court terme	193	203	242
Fournisseurs	3 866	4 511	3 530
Autres dettes	2 579	2 791	2 603
Passifs financiers courants*	2 154	1 943	2 235
Passifs détenus en vue d'être cédés	0	0	0
TOTAL PASSIF	22 119	22 350	21 643

* Éléments constitutifs de la DFN

<i>en millions d'euros</i>	6 mois au 30/06/2008	6 mois au 30/06/2009
Dette financière nette à l'ouverture	(4 410)	(4 851)
Capacité d'autofinancement	607	570
Variation de BFR	(895)	(916)
Autres*	81	167
Cash-flow opérationnel net d'IS	(207)	(179)
Investissements courants	(542)	(457)
Acquisitions	(63)	(10)
Cessions	34	72
Variation de périmètre	(220)	(54)
Variation des prêts et avances consentis	1	(3)
Augmentation de capital	54	15
Variation de l'autocontrôle	(48)	1
Dividendes versés	(293)	(323)
Dividendes versés aux TSSDI	(53)	(16)
Intérêts financiers nets versés	(149)	(193)
Variation de dette non cash	19	27
Écarts de conversion	10	(33)
Dette financière nette au 30/06 de l'ensemble consolidé	(5 868)	(6 003)
<i>dont dette financière nette des activités en cours de cession</i>	0	0
Dette financière nette au 30/06 des activités poursuivies	(5 868)	(6 003)

* Neutralisation du coût de l'endettement et de la charge d'impôt et prise en compte de l'impôt décaissé

DÉFINITION DU RÉSULTAT NET NORMALISÉ

- Le résultat net normalisé correspond au Résultat net des activités poursuivies, corrigé des effets des autres produits et charges opérationnels, tels que définis dans la partie Principes Comptables de l'annexe annuelle aux comptes consolidés, et des effets des éléments financiers non récurrents, ainsi que des produits et charges d'impôts non récurrents.
- Les éléments financiers non récurrents regroupent certains instruments financiers constatés en résultat dont la juste valeur peut être très volatile. A titre d'exemple, les variations de juste valeur des instruments financiers non qualifiés de couverture et des dérivés incorporés sur le cours de l'action Casino sont ainsi retraitées du Résultat net normalisé.
- Les produits et charges d'impôts non récurrents correspondent aux effets d'impôt directement liés aux retraitements précédents ainsi que les effets directs d'impôt non récurrents. Ainsi la charge d'impôt rapportée au résultat normalisé avant impôt correspond au taux d'impôt moyen normatif du Groupe.
- Cet agrégat permet de mesurer l'évolution du résultat récurrent des activités.

PASSAGE DU RÉSULTAT NET PUBLIÉ AU RÉSULTAT NET NORMALISÉ

<i>en millions d'euros</i>	S1 2008 publié	Éléments retraités	S1 2008 normalisé	S1 2009 publié	Éléments retraités	S1 2009 normalisé
Résultat opérationnel courant	538		538	488		488
Autres pdts et ch. opérationnels	(15)	15	0	11	(11)	0
Résultat opérationnel	522	15	538	500	(11)	488
Coût de l'endettement financier net ⁽¹⁾	(163)	(2)	(166)	(167)	3	(164)
Autres pdts et ch. financiers ⁽²⁾	2	(8)	(6)	(4)	9	5
Charge d'impôt ⁽³⁾	(89)	(19)	(108)	(71)	(26)	(98)
Quote-part de résultat des entreprises associées	7		7	4		4
Résultat net des activités poursuivies	280	(14)	266	262	(26)	236
dont intérêts minoritaires ⁽⁴⁾	51	(8)	43	31	16	47
dont Part du Groupe	229	(6)	223	231	(42)	189

(1) Sont retraitées du coût de l'endettement financier net les variations de juste valeur du dérivé incorporé lié à l'indexation des obligations indexées sur le cours de l'action Casino ainsi que les résultats dégagés lors des remboursements partiels de ces obligations, soit respectivement -13 et +15 millions d'euros en 2008 et -3 et 0 million d'euros en 2009.

(2) Sont retraitées des autres produits et charges financiers les variations de juste valeur de dérivés de taux non classés en comptabilité de couverture pour respectivement +2 millions d'euros en 2008 et -9 millions d'euros en 2009 et les variations de juste valeur des options d'achat et de vente de titres pour +6 millions d'euros en 2008 et 0 million d'euros en 2009.

(3) Sont retraités de la charge d'impôt les effets d'impôt correspondants aux éléments retraités ci-dessus, ainsi que les produits et charges d'impôts non récurrents (activation de déficits d'exercices antérieurs, ...). Ainsi la charge d'impôt rapportée au résultat normalisé avant impôt correspond au taux d'impôt moyen normatif du Groupe.

(4) Sont retraités des intérêts minoritaires les montants associés aux éléments retraités ci-dessus ainsi que, pour le premier semestre 2009, la régularisation du partage du résultat au titre de la période du 29 avril 2008 au 31 décembre 2008 initialement affecté aux minoritaires pour un montant de 17 millions d'euros (cf. note 17 de l'annexe aux comptes consolidés).

DÉTAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09	Var.	Var. organique hors essence
Géant Casino	2 924	2 588	-11,5%	-8,2%
Proximité	3 310	3 241	-2,1%	-0,9%
<i>Casino Supermarché</i>	1 654	1 605	-2,9%	-0,6%
<i>Monoprix</i>	903	905	0,3%	0,3%
<i>Supérettes</i>	753	731	-3,0%	-3,0%
Franprix-Leader Price	2 138	2 018	-5,6%	-1,1%
Autres secteurs	635	683	7,5%	8,4%
FRANCE	9 008	8 530	-5,3%	-2,4%
Amérique du Sud	2 877	2 891	0,5%	6,4%
Asie	771	865	12,3%	7,4%
Autres secteurs	1 155	1 161	0,5%	0,7%
INTERNATIONAL	4 802	4 917	2,4%	5,2%
GROUPE	13 810	13 447	-2,6%	0,4%

DÉTAIL DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	Marge	S1 09	Marge
FRANCE	384	4,3%	339	4,0%
Amérique du Sud	99	3,5%	93	3,2%
Asie	41	5,3%	43	4,9%
Autres secteurs	14	1,2%	14	1,2%
INTERNATIONAL	154	3,2%	150	3,0%
GROUPE	538	3,9%	488	3,6%

DÉTAIL DES AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>en millions d'euros</i>	S1 09
Résultats sur cessions d'actifs	109
dont Plus-value sur distribution de titres Mercialys	139
Autres produits et charges opérationnels	(98)
Pertes nettes de valeur d'actifs	(6)
Provisions pour litiges	(21)
Provisions pour risques	(40)
Restructurations	(42)
Autres	10
TOTAL	11

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09
Variation de valeur des options*	6	0
Variation de dérivés hors couverture**	8	(5)
Gains et pertes de change hors DFN	(5)	4
Actualisation / Désactualisation	(12)	(6)
Divers	5	4
TOTAL	2	(4)

* Sont retraitées dans le calcul du résultat net normalisé, les variations de juste valeur des options d'achat et de vente de titres (pour respectivement +6 millions d'euros en 2008 et 0 million d'euros en 2009)

** Sont retraitées, dans le calcul du résultat net normalisé, les variations de juste valeur de dérivés de taux non classés en comptabilité de couverture (pour respectivement +2 million d'euros en 2008 et -9 millions d'euros en 2009)

TAUX DE CHANGE MOYENS

	S1 08	S1 09	Var. %
Argentine (ARS / EUR)	0,208	0,207	- 0,8%
Uruguay (UYU / EUR)	0,032	0,032	- 0,9%
Venezuela (VEB / EUR) (x 1 000)	0,304	0,349	14,9%
Thaïlande (THB / EUR)	0,021	0,021	4,0%
Vietnam (VND / EUR) (x 1 000)	0,041	0,044	9,0%
Colombie (COP / EUR) (x 1 000)	0,355	0,325	- 8,4%
Brésil (BRL / EUR)	0,385	0,342	- 11,2%

DÉTAIL DES INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09
Mercialys	16	18
FP/LP*	16	(12)
Big C	11	11
Exito	6	5
Super de Boer	2	3
Autres	0	6
TOTAL	51	31

* Intègre, sur le premier semestre 2009, la régularisation du partage du résultat au titre de la période du 29 avril 2008 au 31 décembre 2008 initialement affecté aux minoritaires des sociétés FP et LP holding pour un montant de 17 millions d'euros (cf. note 17 de l'annexe aux comptes consolidés). Ce montant est retraité pour le calcul du résultat net normalisé

QUOTE-PART DE RÉSULTAT DES SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE

<i>en millions d'euros</i>	S1 08	S1 09
FP/LP	6	3
Autres	1	1
TOTAL	7	4

PUTS INTÉGRÉS DANS LA DETTE FINANCIÈRE NETTE

en M€

Société	% capital	Valorisation au 31/12/2008	Valorisation au 30/06/2009	Période d'exercice
Franprix-Leader Price	Franprix Holding 95% → 100%	420	425*	Différentes dates
	Leader Price Holding 75% → 100%			
	Magasins franchisés détenus majoritairement	56	53	
Exito	Carulla Vivero put (77,5% à 100%)	111	110	2010→2014
Uruguay (Devoto)		12	12	À tout moment →2021
Assai (GPA)	60% → 100%	26	22**	2012→2014
TOTAL		626	622	

* Comme prévu par la convention et suite à la décision rendue par le tribunal arbitral, le prix définitif de la participation de la famille Baud, laquelle a exercé son option de vente en date du 28 avril 2008, sera calculé, selon le multiple de 14 fois la moyenne des résultats 2006 et 2007, par un expert indépendant chargé uniquement de trancher les points de désaccord résiduels entre les parties. En l'attente des conclusions de l'expert et en l'état des comptes 2006 et 2007, corrigés des anomalies et des irrégularités commises par les anciens dirigeants, le groupe Casino considère que le montant définitif devrait être proche de 425 millions d'euros (intérêts de retard inclus), enregistrés en dettes financières courantes au 30 juin 2009 (cf note 17 de l'annexe aux comptes consolidés)

** Annonce par GPA en juillet du rachat des minoritaires d'Assai pour un montant proche du montant du Put

en M€

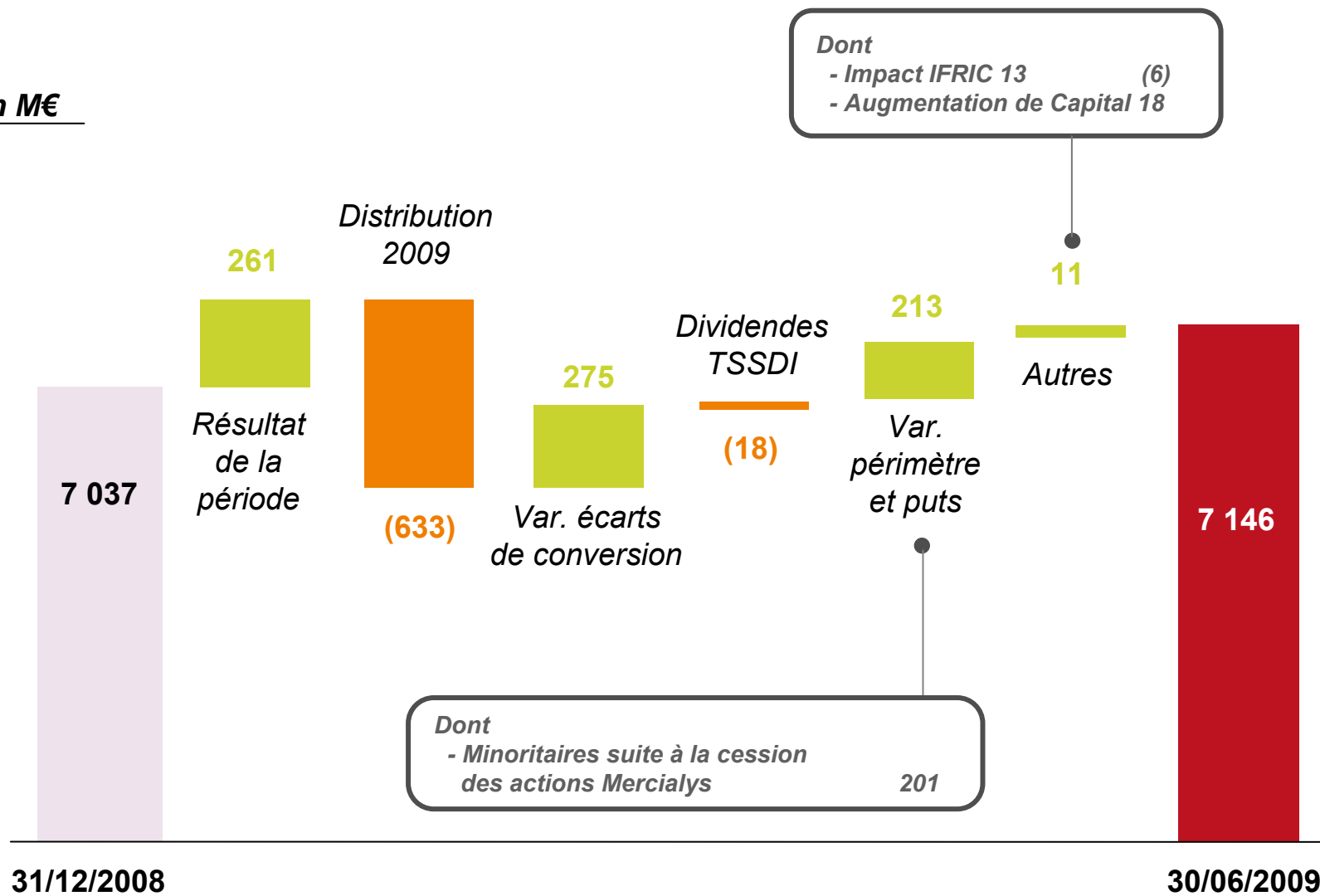
Société	% capital	Valorisation au 31/12/2008	Valorisation au 30/06/2009	Période d'exercice
Monoprix	50% → 100%	1 200*	1 200*	2012-2028
Franprix-Leader Price	Magasins franchisés détenus minoritairement	236	292	Différentes dates
Uruguay (Disco)		49	49	À tout moment →2021
Sendas (GPA)**	57,4% → 100%	55	73	À tout moment
Hors Bilan	TOTAL	1 540	1 614	

* Casino et les Galeries Lafayette ont signé, en décembre 2008, un avenant à leur accord stratégique de mars 2003, selon lequel l'option d'achat dont dispose Casino sur 10% du capital de Monoprix et l'option de vente des Galeries Lafayette sur 50% du capital de Monoprix ne seront exerçables qu'à compter du 1^{er} janvier 2012. Les autres conditions et modalités d'exercice ne sont pas modifiées. La valorisation de l'option de vente est basée sur une valeur d'expert.

** Put sur GPA, prix en compte à hauteur de 34,7%

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

en M€



DÉTAIL DU PARC DE MAGASIN

France	31/12/2008	30/06/2009
Géant Casino	131	128
Casino Supermarchés	401	393
Franprix	702	723
Monoprix	377	389
Leader Price	530	548
Supérettes	6 092	6 068
Autres	368	285
TOTAL France	8 601	8 534
International		
Argentine	65	62
Uruguay	52	52
Venezuela	60	42
Brésil	597	603
Thaïlande	79	78
Vietnam	8	8
Océan Indien	51	50
Colombie	264	261
Pays-Bas	305	302
TOTAL International	1 481	1 458