

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2014

Ventes totales du Groupe de **11,3** milliards d'euros, en croissance organique⁽¹⁾ de **+6,6%**

- En France, croissance totale de **+8,3%**
 - ▶ Retour à la stabilité des ventes⁽¹⁾ de Géant grâce à la poursuite de la forte croissance des volumes et du trafic clients
 - ▶ Volume d'affaires du e-commerce en progression de **+13%**
- A l'International, chiffre d'affaires en progression organique⁽¹⁾ de **+11%**, porté par le très bon niveau de la croissance au Brésil (**+13,3%**)

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE AU 1^{ER} TRIMESTRE 2014

CA CONSOLIDE HT en M€	Variation T1 2014/T1 2013 ⁽²⁾			
	T1 2014 ⁽²⁾	A changes courants	A changes constants	Organique ⁽¹⁾
Total activités poursuivies	11 295	-3,3%	+8,3%	+6,6%
France	4 674	+8,3%	+8,3%	-1,8%
International	6 621	-10,1%	+8,3%	+11%

Au 1^{er} trimestre 2014, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 11,3 Mds€, en retrait par rapport au 1^{er} trimestre 2013, en raison d'un effet change de -11,6% principalement lié au real. A changes constants, la progression du chiffre d'affaires est de +8,3% pour le Groupe. Hors variations de périmètre (qui ont un impact positif de +3,6%) et hors effet calendaire, la croissance organique est de +6,6%. L'effet calendaire est de -0,8% en moyenne en France et de -1,8% à l'international.

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire : la croissance organique s'entend à périmètre et change constants.

⁽²⁾ Le chiffre d'affaires 2013 retraité qui résulte de l'application rétrospective de la norme IFRS 11 (suppression de la consolidation proportionnelle en 2013 des co-entreprises du Groupe) figure en page 8. Il n'en est pas tenu compte dans les évolutions de ce tableau qui sont exprimées par rapport au chiffre d'affaires du T1 2013 tel que publié en 2013. Les chiffres publiés en 2014 tiennent compte de la suppression de l'intégration proportionnelle.

SYNTHESE DE L'ACTIVITE AU 1^{ER} TRIMESTRE 2014

EN FRANCE, CROISSANCE DES VENTES COMPARABLES ALIMENTAIRES⁽¹⁾ DE GEANT (+3,1%) ET VOLUMES NON-ALIMENTAIRES POSITIFS EN MARS ; PROGRESSION DU VOLUME D'AFFAIRES DU E-COMMERCE DE +13% AVEC UN TRES FORT DEVELOPPEMENT DE LA MARKETPLACE

En France, les ventes totales du 1^{er} trimestre s'élèvent à 4 674 millions d'euros en croissance de +8,3% sous l'effet notamment de la consolidation de Monoprix à 100%, et en croissance organique⁽¹⁾ de -1,8%.

- L'amélioration des ventes comparables⁽¹⁾ des hypermarchés **Géant**, désormais stables, se poursuit (vs -2% au T4 2013) soutenue par la forte croissance des volumes (+7% vs + 5,6% au T4 2013) et du trafic (+4,2% vs +2,1% au T4 2013). Le chiffre d'affaires de l'alimentaire est en croissance de +3,1%. En non-alimentaire, les volumes sont redevenus positifs en mars.
- Les ventes des **Supermarchés Casino** sont en ligne avec la tendance du T4 2013, reflétant la baisse des prix. Le trafic est en hausse de +2,2% et les volumes sont stables sur la période.
- Les ventes de **Monoprix** enregistrent une croissance de +0,6% en organique hors essence et calendaire.
- Les ventes totales de **Franprix-Leader Price** reculent en raison du repositionnement des indices-prix de Leader Price et de la mise en équivalence de la société Geimex⁽²⁾.
- Le volume d'affaires des **activités e-commerce** en France progresse de +13% au 1^{er} trimestre 2014. Cette croissance est notamment liée au fort développement de la marketplace, dont l'activité a progressé de +89% au 1^{er} trimestre. La montée en puissance de la marketplace au sein des activités e-commerce est ainsi rapide (elle représente 18% des volumes totaux au 1^{er} trimestre et 21% début avril), bénéficiant de la priorité qui lui a été accordée dans la phase de déploiement.

A L'INTERNATIONAL, POURSUITE D'UNE FORTE CROISSANCE ORGANIQUE⁽¹⁾ TIREE PAR LE BRÉSIL

L'international affiche un nouveau trimestre de croissance organique⁽¹⁾ à +11%. La progression comparable hors calendaire est de +6,6% dont +8,7% au Brésil. Au global, les ventes de l'international sont en baisse de -10,1% compte tenu d'un effet change significatif (-18,4%).

- **L'Amérique Latine** enregistre une forte croissance organique⁽¹⁾ de +12,3% portée par les performances et le niveau d'expansion de **GPA** au **Brésil**.
- La croissance organique⁽¹⁾ de **l'Asie** reste positive à +5,2% en dépit du contexte macro-économique et politique en Thaïlande.

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire.

⁽²⁾ Détenue à 50% par Casino, Geimex exploite la marque Leader Price à l'international.

FRANCE : PERFORMANCE DES ENSEIGNES AU

1^{ER} TRIMESTRE 2014

Les ventes en France s'élèvent à 4 674 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2014 soit une hausse de +8,3%.

EVOLUTION DU CA ⁽²⁾ <i>(en M€)</i>			Croissance totale	Croissance Organique ⁽¹⁾	Croissance Organique ⁽¹⁾
	T1 2013	T1 2014	T1 2014	T1 2014	T4 2013
CA HT France	4 314,7	4 674,2	+8,3%	-1,8%	-1,4%
Dont HM Géant Casino	1 122,3	1 094,7	-2,5%	+0,1%	-1,7%
Dont SM Casino	821,1	786,2	-4,3%	-2,9%	-2,9%
Dont Proximité	340,7	318,8	-6,4%	-6%	-3%
Dont Franprix – Leader Price	1 078,9	1 031,7	-4,4%	-5,3%	-4,9%
Dont Monoprix	504,5	1 010,5	+100,3%	+0,6%	+0,9%
Dont e-commerce	337,2	357,7	+6,1%	+4,8%	+10,2%
Volume d'affaires du e-commerce	368,9	416,7	+13%	n.a.	n.a.

EVOLUTION DU CA A MAGASINS COMPARABLES HORS ESSENCE <i>(en M€)</i>	Hors calendaire			
	T1 2014	Effet calendaire du T1 2014	T1 2014	T4 2013
Hypermarchés Géant Casino	-1,6%	-1,5%	-0,1%	-2%
Supermarchés Casino	-3,4%	-0,9%	-2,5%	-2,7%
Franprix	-3,4%	+0,3%	-3,7%	-2,4%
Leader Price	-9,5%	-0,5%	-9%	-7,6%
Monoprix	-1,2%	-0,4%	-0,8%	-0,8%

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire.

⁽²⁾ Chiffres d'affaires T1 2013 tel que publié en 2013 ; le chiffres d'affaires 2013 retraité qui résulte de l'application rétrospective de la norme IFRS 11 (suppression de la consolidation proportionnelle en 2013 des co-entreprises du Groupe) figure en page 8. Il n'en est pas tenu compte dans les évolutions de ce tableau qui sont exprimées par rapport au chiffre d'affaires du T1 2013 tel que publié en 2013. Les chiffres publiés en 2014 tiennent compte de la suppression de l'intégration proportionnelle.

■ Géant Casino

L'amélioration des ventes comparables hors calendrier des hypermarchés **Géant**, amorcée au T4 2013, se poursuit sur le 1^{er} trimestre 2014 avec un chiffre d'affaires désormais stable hors essence (vs -2% au T4 2013).

La croissance des volumes, de +7% (contre +5,6% au T4 2013) et celle du trafic, de +4,2% (vs +2,1% au T4 2013), continuent leur progression.

Les ventes alimentaires à magasins comparables hors calendrier progressent de +3,1%. En non-alimentaire, les volumes ont renoué avec une croissance positive depuis mars.

■ Supermarchés Casino

L'évolution des ventes des **Supermarchés Casino** à magasins comparables hors calendrier est en ligne avec celle du T4 2013 (-2,5% au T1 2014 vs -2,7% au T4 2013), reflétant la baisse des prix. Le trafic, positif, est en amélioration séquentielle (+2,2% au T1 2014 vs +1,1% au T4 2013) et les volumes sont stables sur la période.

■ Proximité

Les ventes de la **Proximité** sont en retrait de -6% en organique hors calendrier. L'enseigne poursuit la rationalisation de son parc de magasins notamment par la transformation progressive des Petit Casino en Casino Shop, et par la relance des réseaux franchisés Spar et Vival. La quasi-totalité des magasins Coop d'Alsace sont désormais sortis du réseau.

■ Franprix – Leader Price

Les ventes à magasins comparables de **Franprix** s'inscrivent en recul de -3,7% hors calendrier sur le trimestre. L'enseigne poursuit le déploiement de sa carte fidélité et les rénovations de ses magasins. Après intégration de certains magasins Norma, les ventes totales reculent de -2,6%.

Leader Price est aujourd'hui l'enseigne la moins chère du marché selon les panélistes indépendants. Les ventes à magasins comparables hors calendrier, qui intègrent le plein effet des baisses de prix initiées fin 2013, ressortent en repli de -9%. Le trafic reste négatif mais s'améliore progressivement au premier trimestre pour atteindre -1,5% au mois de mars.

L'activité totale de Leader Price s'établit en repli à -1,7%. Elle bénéficie notamment sur le trimestre de la reprise de l'expansion (ouverture de 46 magasins intégrés).

Les ventes totales de **Franprix-Leader Price** sont impactées par la mise en équivalence en 2014 de la société Geimex (détenue à 50% par Casino), qui exploite la marque Leader Price à l'international.

■ Monoprix

Au 1^{er} trimestre 2014, les ventes de **Monoprix** enregistrent une croissance de +0,6% en organique hors essence et calendaire. La croissance est soutenue par les bonnes performances de Monop' et Naturalia. L'expansion en franchise a été dynamique tant en France (+5 magasins) qu'à l'international (+8 magasins).

■ E-commerce (Cdiscount et Monshowroom)

Le volume d'affaires des activités **e-commerce** en France progresse de +13% au 1^{er} trimestre 2014. Cette croissance est notamment liée au fort développement de la marketplace, dont l'activité a progressé de +89% au 1^{er} trimestre. La montée en puissance de la marketplace au sein des activités e-commerce est ainsi rapide (elle représente 18% des volumes totaux au 1^{er} trimestre et 21% début avril), bénéficiant de la priorité qui lui a été accordée dans la phase de déploiement.

La marketplace compte aujourd'hui 7,8 millions d'offres et 3 750 vendeurs. Par ailleurs, Cdiscount offre désormais plus de 15 000 points de retraits en France.

INTERNATIONAL : PERFORMANCE DES FILIALES INTERNATIONALES AU 1^{ER} TRIMESTRE 2014

La **croissance organique** hors essence et calendaire de l'international est de nouveau élevée à +11%, portée principalement par le Brésil (+13,3% au T1 2014).

L'évolution des **taux de change moyens** a un effet défavorable de -18,4%, résultant principalement de la forte dépréciation du real brésilien par rapport à l'euro depuis le deuxième semestre 2013.

Evolution de la croissance du chiffre d'affaires International au 1er trimestre 2014

	Croissance totale	Croissance organique hors essence (HE)	Croissance organique HE hors calendaire	Croissance à magasins comparables HE	Croissance à magasins comparables HE hors calendaire
Amérique Latine ⁽²⁾	-10,7%	+10,5%	+12,3%	+6,1%	+7,9%
Asie	-7,1%	+4,3%	+5,2%	-2,3%	-1,4%

En **Amérique Latine**, les ventes à magasins comparables⁽¹⁾ affichent une progression de +7,9%, tirées par la bonne performance de GPA. La croissance organique⁽¹⁾ s'établit à +12,3%, favorisée par la dynamique des ventes à magasins comparables et la poursuite de l'expansion. Au total, les ventes converties en euros baissent en raison d'un effet change de -20,1%. En outre, elles sont impactées par un effet calendaire de -1,3% au Brésil (dont -2,4% pour GPA Food) et de -5,5% en Colombie lié au décalage de Pâques, et en particulier pour Exito au décalage au T2 2014 (vs T1 2013) de son opération Anniversaire.

■ GPA

Au Brésil, les ventes à magasins comparables hors calendaire de **GPA** enregistrent une croissance de +8,7%.

Les ventes à magasins comparables hors calendaire de GPA Food progressent de +7%, notamment tirées par la forte progression du cash & carry (Assaí). L'expansion a été dynamique au 1^{er} trimestre 2014 avec l'ouverture de 6 Minimercado, 3 Extra Hyper et 2 Assaí.

Les ventes à magasins comparables de Viavarejo progressent de +3,8%, sur une base élevée au T1 2013.

La croissance de Nova Pontocom (e-commerce) est très forte (+52,6%).

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire.

⁽²⁾ Chiffres d'affaires T1 2013 tel que publié en 2013 ; le chiffres d'affaires 2013 retraité qui résulte de l'application rétrospective de la norme IFRS 11 (suppression de la consolidation proportionnelle en 2013 des co-entreprises du Groupe) figure en page 8.

■ Groupe Exito

La croissance organique des ventes d'**Exito** hors essence et calendaire est positive et bénéficie de l'expansion, en dépit de la mise en équivalence de Disco. Exito poursuit le développement de son réseau d'affiliés en totalisant 379 « Aliados » à la fin du trimestre. Exito a également acquis une galerie commerciale et ouvert 6 magasins dont 4 Surtimax et 1 Exito Express.

Le site **Cdiscount Colombie** a été lancé le 29 janvier 2014.

Exito publiera ses résultats du 1^{er} trimestre le 28 avril 2014.

En Asie, la croissance organique⁽¹⁾ des ventes s'établit à +5,2%, en dépit du contexte macroéconomique et politique en Thaïlande. Les ventes totales baissent de -7,1%, après prise en compte d'un effet change défavorable de -11,4%.

Les sites **Cdiscount Thaïlande** et **Vietnam** sont opérationnels depuis le mois de février.

■ Big C Thaïlande

Big C affiche une croissance organique⁽¹⁾ de +3,3% au T1 2014 (vs +2,1% au T4 2013). L'expansion a été soutenue avec l'ouverture de 17 Mini Big C et la conversion d'un hypermarché Big C en Jumbo (activité de cash & carry). Les ventes à magasins comparables s'inscrivent en baisse de -2,1% hors calendaire (vs -4,7% au T4 2013).

■ Big C Vietnam

Les ventes organiques⁽¹⁾ de **Big C Vietnam** progressent de +16,8%, bénéficiant notamment de la bonne performance des magasins ouverts en 2013.

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

Régine GAGGIOLI
Tél : +33 (0)1 53 65 64 17
rgaggioli@groupe-casino.fr
ou
+33 (0)1 53 65 64 18
IR_Casino@groupe-casino.fr

DIRECTION COMMUNICATION EXTERNE GROUPE CONTACTS PRESSE

Aziza BOUSTER
Tél : +33 (0)1 53 65 24 78
Mob : +33 (0)6 08 54 28 75
abouster@groupe-casino.fr

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire.

ANNEXES

DETAIL ET EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires 2013 présenté ci-dessous (« T1 2013 retraité ») a été retraité de l'application rétrospective d'IFRS 11 supprimant l'intégration proportionnelle. Les coentreprises sont désormais mises en équivalence. Les principales sociétés impactées par l'application d'IFRS 11 et désormais mises en équivalence sont :

- En France : Monoprix sur le T1 2013, Geimex (Leader Price à l'international) sur le T1 2013 et le T1 2014
- En Uruguay : Disco sur le T1 2013 et le T1 2014

Le chiffre d'affaires du T1 2013 retraité présenté ci-dessous diminue de 584M€ par rapport à celui publié l'année dernière, principalement pour 504 M€ au titre de Monoprix, la différence de 79 M€ concernant essentiellement Disco et Geimex.

CHIFFRE D'AFFAIRES 2013 RETRAITE DE L'IMPACT DE L'APPLICATION RETROSPECTIVE D'IFRS 11 ET VARIATIONS 2014/2013 RETRAITE

En M€	T1 2013 publié	T1 2013 retraité	T1 2014	Variations T1 2014/T1 2013 retraité
				<i>Croissance totale</i>
Total activités poursuivies	11 681,2	11 097,5	11 295,4	+1,8%
France	4 314,7	3 789,4	4 674,2	+23,4%
Dont HM Géant Casino	1 122,3	1 122,7	1 094,7	-2,5%
Dont SM Casino	821,1	821,5	786,2	-4,3%
Dont Proximité	340,7	340	318,8	-6,2%
Dont Franprix – Leader Price	1 078,9	1 057,4	1 031,7	-2,4%
Dont Monoprix	504,5	0	1 010,5	n.s.
Dont Cdiscount et Monshowroom	337,2	337,2	357,7	+6,1%
Dont Mercialys	32,8	32,9	0	n.s.
International	7 366,4	7 308,2	6 621,3	-9,4%
Amérique Latine	6 257,4	6 199,1	5 585,4	-9,9%
Asie	895,6	895,6	832,0	-7,1%
Autres secteurs	213,5	213,5	203,8	-4,5%

PRINCIPALES VARIATIONS DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION

- Consolidation en intégration globale de Monoprix à partir du 5 avril 2013
- Déconsolidation de Mercialys au 21 juin 2013, date de l'Assemblée générale au cours de laquelle la perte de contrôle de Casino a été constatée. A compter de cette date, les résultats sont mis en équivalence.
- Consolidation en intégration globale de Monshowroom à partir du 2 septembre 2013

Principales évolutions de périmètre au sein du groupe Franprix-Leader Price en France suite à des intégrations de réseaux régionaux :

- Consolidation en intégration globale de DSO à partir du 1er février 2013
- Consolidation en intégration globale de CAFIGE à partir du 1er février 2013
- Consolidation en intégration globale de GUERIN à partir du 30 Juin 2013
- Consolidation en intégration globale de NORMA à partir du 31 Juillet 2013
- Consolidation en intégration globale de MUTANT à partir du 8 mars 2014
- Déconsolidation de VOLTA 10 à partir du 30 Septembre 2013

Par ailleurs, l'évolution du pourcentage d'intérêt de GPA dans Viavarejo, passé de 52,4% à 43,3% fin décembre 2013, sans changement de contrôle, n'a pas d'incidence sur le chiffre d'affaires consolidé.

De la même façon, l'évolution du pourcentage d'intérêt fin 2013 de CBD dans Nova.com, passé de 43,9% à 52,3%, et du pourcentage d'intérêt de Viavarejo dans Nova.com, passé de 50,1% à 44,1%, n'a pas d'incidence sur le chiffre d'affaires consolidé.

TAUX DE CHANGE

Taux de change moyens	T1 2013	T1 2014	Variation
Argentine (EUR/ARS)	6,6187	10,3805	-36,2%
Uruguay (EUR/UYP)	25,3291	30,2755	-16,3%
Thaïlande (EUR/THB)	39,3425	44,7221	-12%
Vietnam (EUR/VND) (x 1000)	27,4961	28,8132	-4,6%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	2,3651	2,7477	-13,9%
Brésil (EUR/BRL)	2,6347	3,2400	-18,7%

PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE : FRANCE

France	31 mars 2013	31 déc. 2013	31 mars 2014
HM Géant Casino	126	126	126
<i>Dont Affiliés France</i>	9	7	7
<i>Affiliés International</i>	7	9	9
+ stations-service	97	97	97
SM Casino	446	444	444
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	61	60	58
<i>Affiliés Franchisés International</i>	39	34	34
+ stations-service	173	176	176
SM Franprix	875	885	882
<i>Dont Franchisés</i>	347	344	340
SM Monoprix	555	584	593
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	143	162	172
<i>Naturalia</i>	77*	77*	78
<i>Naturalia franchisé</i>		1	1
Leader Price	600	619	673
<i>Dont Franchisés</i>	149	120	129
Total SM et Discount	2 476	2 532	2 592
<i>Dont Franchisés/LGF</i>	739	721	734
PROXIMITE	6 486	7 347	7 147
<i>Dont Franchisés (Spar, vival, stations-service, Sherpa,...), négoces et affiliés</i>	4 664	5 642	5 458
Autres activités (Restauration, Drive...)	459	512	534
TOTAL France hors stations-service	9 547	10 517	10 399

* y compris 3 magasins serpents verts désormais présentés en Naturalia

PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE : INTERNATIONAL

International	31 mars 2013	31 déc. 2013	31 mars 2014
ARGENTINE	20	22	22
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	5	7	7
URUGUAY	52	54	54
HM Géant	1	2	2
SM Disco	27	28	28
SM Devoto	24	24	24
BRESIL	1 902	1 999	2 008
HM Extra	138	138	141
SM Pao de Açucar	163	168	166
SM Extra	209	213	213
Assai (discount)	64	75	77
SUP Extra Facil et Mini Mercado Extra	119	164	168
Casas Bahia	572	602	608
Ponto Frio	396	397	393
Drugstores	156	157	159
+ stations-service	85	85	83
COLOMBIE	454	739	851
HM Exito	88	85	85
SM Exito et Carulla	134	145	145
Surtimax (discount)	144	415	528
<i>Dont franchisés</i>	22	269	379
Exito Express et Carulla Express	81	91	90
Autres	7	3	3
THAÏLANDE	386	559	580
HM Big C	114	119	121
SM Big C	19	30	30
SUP Mini Big C	158	278	295
Pure	95	132	134
VIETNAM	32	35	36
HM Big C	22	25	26
Proximité	10	10	10
OCEAN INDIEN	123	131	129
TOTAL International	2 969	3 539	3 680

Disclaimer

Ce communiqué a été préparé uniquement à titre informatif et ne doit pas être interprété comme une sollicitation ou une offre d'achat ou de vente de valeurs mobilières ou instruments financiers connexes. De même, il ne donne pas et ne doit pas être traité comme un conseil d'investissement. Il n'a aucun égard aux objectifs de placement, la situation financière ou des besoins particuliers de tout récepteur. Aucune représentation ou garantie, expresse ou implicite, n'est fournie par rapport à l'exactitude, l'exhaustivité ou la fiabilité des informations contenues dans ce document. Il ne devrait pas être considéré par les bénéficiaires comme un substitut à l'exercice de leur propre jugement. Toutes les opinions exprimées dans ce document sont sujettes à changement sans préavis.