

RÉSULTATS ANNUELS



2014

17 février 2015

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

Faits marquants

- **France**
 - Fin du cycle de repositionnement tarifaire des enseignes discount (Géant et Leader Price)
 - Mise en place d'un accord de partenariat dans le domaine des achats (Intermarché)
 - Poursuite de la stratégie centrée sur les 4 priorités du Groupe : enseignes discount (hypermarchés et Leader Price), enseignes qualitatives, proximité et E-commerce
- **International**
 - Amélioration du contexte macro-économique en Colombie, Thaïlande et Vietnam
 - Ralentissement au Brésil
 - Croissance organique soutenue : + 6,8 %*
 - Forte progression de la rentabilité grâce aux plans d'efficacité opérationnelle
 - Portefeuille d'actifs équilibré autour de 3 principaux pays : Brésil, Thaïlande et Colombie
- **E-commerce** : forte croissance de Cnova en 2014 – Volume d'affaires : + 27 %
- **Résultat Net normalisé Part du Groupe** de 556 M€ (- 10,1 %) sous l'effet du change et des baisses de prix décidées en France ; à taux de change constant, recul du résultat de - 3,9 %

* Hors essence et calendrier

Chiffres clés 2014

	2014	<i>Croissance organique vs. 2013 publié</i>
Chiffre d'affaires consolidé	48 493 M€	+ 4,7 %*
EBITDA	3 191 M€	+ 4,1 %
<i>Marge EBITDA</i>	<i>6,6 %</i>	<i>stable</i>
Résultat Opérationnel Courant	2 231 M€	+ 5,6 %
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	<i>4,6 %</i>	<i>+ 7 bp</i>
Résultat Net Normalisé Part du Groupe	556 M€	- 3,9 % à TCC
Capacité d'autofinancement	2 015 M€	+ 9,1 % à TCC
Dette financière nette	5 822 M€	1,8 x EBITDA

* Hors essence et calendaire

France : fin du cycle de repositionnement tarifaire des enseignes discount et développement satisfaisant des enseignes qualitatives et de proximité

- **Géant** : hausse des volumes tant en alimentaire qu'en non-alimentaire grâce à la forte baisse des prix
- **Leader Price** : réaffirmation du modèle discount
 - Leader Price est désormais positionné comme l'enseigne la moins chère du marché*
 - Trafic positif et volumes stables au T4 2014
 - Leader Price Express : 281 magasins à fin janvier 2015 combinant proximité et discount
- **Monoprix** : poursuite de l'expansion sous différents formats (Monoprix, Monop', Naturalia...) et maintien d'une marge élevée
- **Magasins de proximité** : sensible amélioration des ventes, succès des rénovations et reprise de l'expansion

* Panélistes indépendants

International : très bonnes performances

- **Colombie, Thaïlande et Vietnam**
 - Amélioration de l'environnement macroéconomique
 - Performances opérationnelles et financières très satisfaisantes
- **Brésil**
 - Ralentissement économique
 - Rentabilité en forte hausse grâce aux efforts de gestion
- Poursuite de la forte dynamique d'expansion dans toutes les zones : 752 ouvertures nettes de magasins à l'international vs. 642 en 2013
- Effet de changes défavorables, principalement lié à la dépréciation du real. Impact désormais neutre en 2015 suite au mouvement inverse du real et de l'euro



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

ACTIVITÉ

Résultats

Perspectives stratégiques

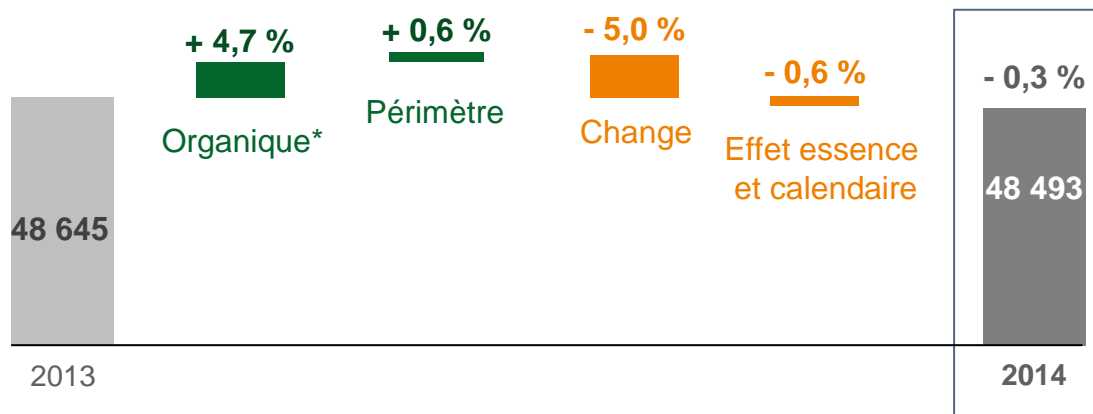
Annexes

Jean-Charles NAOURI
Président-directeur général

En 2014, Casino a connu une croissance satisfaisante de son activité : + 4,7 % en organique*

Évolution du chiffre d'affaires

En M€



- Une croissance organique* de + 4,7 % tirée par :
 - L'augmentation des ventes à magasins comparables en France
 - Une expansion toujours soutenue à l'international, sur l'ensemble des zones
 - Les bonnes performances du E-commerce
- Des effets de change globalement défavorables pour le Groupe en 2014
- Confirmation au T4 de l'amélioration tendancielle du CA en France avec une amélioration du trafic et des volumes de + 0,7 % et + 1,7 % respectivement

* Hors essence et calendaire

Confirmation du redressement commercial

Géant Casino

Au 4^{ème} trimestre 2014

Trafic client	Volumes totaux	Volumes PGC
+ 1,8 %	+ 4,6 %	+ 5,7 %



* Panélistes indépendants

- Désormais co-leader en prix sur le segment des hypermarchés* en France avec un chiffre d'affaires alimentaire en croissance depuis le T4
- Trafic positif et fort redressement des volumes en 2014 avec de bonnes performances en fin d'année
- Nombreuses initiatives commerciales innovantes :
 - Prix Ronds
 - Collections textiles sourcées en Colombie
 - Synergies avec Cdiscount : promotions communes, Corner Cdiscount,...
 - Palettisation
 - Produits Finlandek (MDD mondiale de décoration et maison, également introduite au Brésil)
- Poursuite de la progression soutenue des volumes PGC au début 2015 (4S à + 6 %)



Les prix ronds



Produits Finlandek



Collections textiles Exito



Corner Cdiscount



Retour aux fondamentaux



Au 4^{ème} trimestre 2014

Ventes totales en croissance
de **+ 2,3 %**

Trafic en croissance de **+ 1,2 %**
et volumes stables

- Désormais l'enseigne la moins chère du marché*
- Redressement marqué du trafic client et des volumes depuis le début du T4 2014
- Progression des ventes totales de + 1,2 % sur l'ensemble de l'année grâce à l'expansion et à l'acquisition des magasins Le Mutant et Norma
- Part de marché stable en 2014 et en croissance début 2015 (+ 0,1 pt)
- Vente de produits techniques en collaboration avec Cdiscount
- Lancement d'un nouveau concept Leader Price Express combinant proximité et discount
- 1 041 magasins à fin janvier 2015 dont 281 Leader Price Express



* Panélistes indépendants

Succès confirmé de la stratégie de différenciation

MONOPRIX



- Croissance organique des ventes (hors fermeture de certains magasins à 21h et cessions imposées par l'ADC)
- Bonne performance des ventes alimentaires avec des volumes en hausse sur l'ensemble de l'année
- Succès des différents formats commerciaux : City Marché, Monop', Daily Monop', Monoprix.fr
- Développement très satisfaisant de Naturalia : 92 magasins à fin 2014
- Expansion soutenue de Monoprix : 67 ouvertures de magasins en 2014



Bonnes performances en supermarchés et en proximité



CASINO SUPERMARCHÉS

- Redressement progressif des ventes au cours de l'année
- Trafic stable sur le 4^{ème} trimestre



FRANPRIX

- Poursuite du déploiement du nouveau concept de l'enseigne
- Stabilité de la part de marché en 2014
- Progression en volumes des ventes de marque propre
- Maintien d'un bon niveau de rentabilité



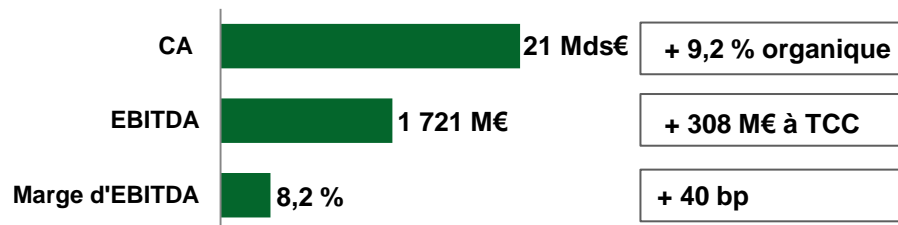
PROXIMITÉ

- Redressement des ventes à magasins comparables au T4 et amplification de la tendance au T1 2015
- Niveau soutenu d'expansion en franchise : Vival et Spar
- Succès des transformations des magasins intégrés aux nouveaux concepts Petit Casino et Casino Shop

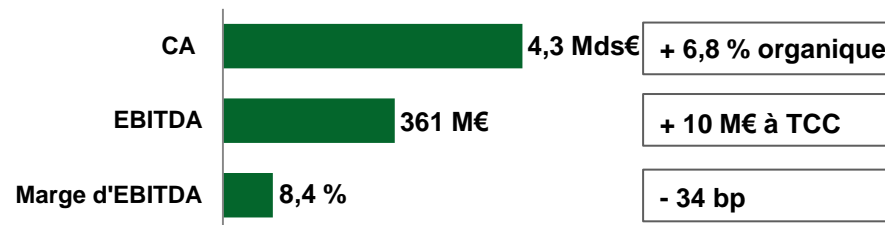
Bonnes performances des filiales internationales*



Market cap** : 7,5 Mds€

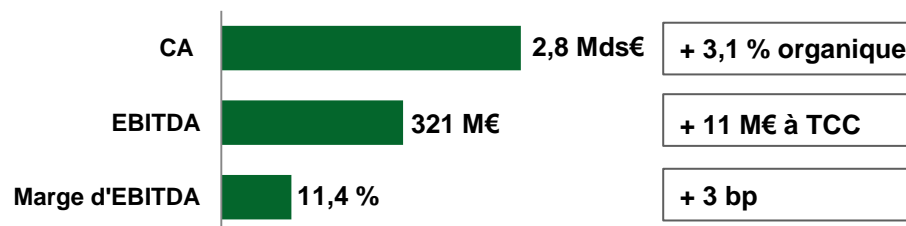


Market cap** : 4,0 Mds€



THAÏLANDE

Market cap** : 5,1 Mds€



* Chiffres communiqués par les filiales et convertis aux taux de change moyens 2014

** Capitalisation boursière au 13 février 2014

Excellente rentabilité du Groupe GPA en 2014



En 2014*

CA : **21 Mds€**

Croissance organique** : **+ 9,2 %**

EBITDA : **1 721 M€**

Marge d'EBITDA : **8,2 % (+ 40 bp)**



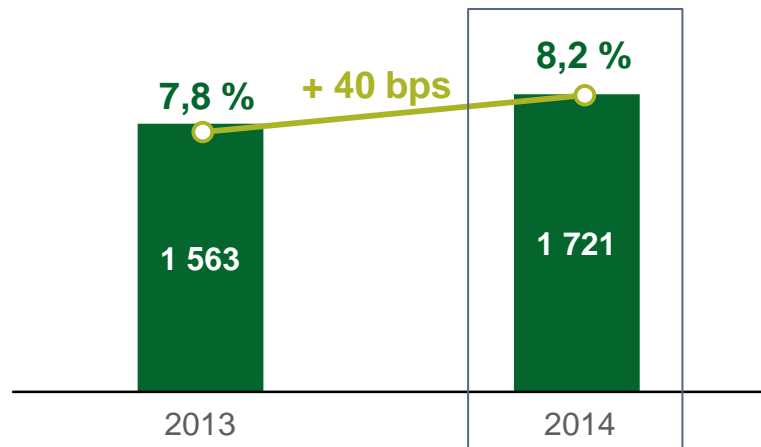
* Chiffres communiqués par la filiale et convertis aux taux de change moyens 2014

** Hors essence et calendaire

- Leadership confirmé en distribution alimentaire (Multivarejo) et en distribution électronique (Viavarejo)
- Accélération de l'expansion
- Dans un contexte de ralentissement, forte amélioration de la rentabilité grâce à la mise en œuvre rigoureuse de plans d'efficacité opérationnelle

EBITDA

En M€



Bon résultat des enseignes alimentaires de GPA



En 2014*

CA : **11,1 Mds€**

Croissance organique** : **+ 9,5 %**

EBITDA : **903 M€**

Marge d'EBITDA : **8,1 % (- 2 bp)**



* Chiffres communiqués par la filiale et convertis aux taux de change moyens 2014

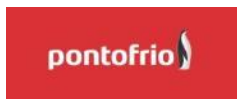
** Hors essence et calendaire

- Assaí : excellente performance des ventes en organique + 32,7 %

Magasins de cash & carry, concept bien adapté à l'évolution de la consommation au Brésil

- Pão de Açúcar : le leader incontesté du format qualitatif avec une part de marché en hausse
- Accélération du développement en proximité sous le format Minimercado
- EBITDA : marge en progression chez Assaí comme chez Multivarejo ; impact de la part croissante d'Assaí dans le mix total
- Ouverture nette de 108 magasins en 2014, dont 9 Assaí et 92 magasins de proximité





En 2014*

CA : **7,2 Mds€**

Croissance organique : **+ 4 %**

EBITDA : **753 M€**

Marge d'EBITDA : **10,4 % (+ 220 bp)**



- Viavarejo : leader en Amérique Latine de la distribution de produits électroniques et de meubles
- Marché porteur : taux d'équipement des ménages encore faible
- Succès des plans d'excellence opérationnelle et réalisation de synergies commerciales et logistiques
- Nouvelle amélioration de la rentabilité : marge d'EBITDA en progression de + 220 bps vs. 2013
- RN de 309 M€ en forte hausse de + 34 %
- FCF (301 M€) et situation de trésorerie (1,4 Md€) très élevés
- Ouverture brute de 88 magasins en 2014

* Chiffres communiqués par la filiale et convertis aux taux de change moyens 2014

Progression de l'activité et de la rentabilité



En 2014*

CA : **4,3 Mds€**

Croissance organique : **+ 6,8 %**

EBITDA : **361 M€**

Marge d'EBITDA : **8,4 % (- 34 bp)**



* Chiffres communiqués par la filiale et convertis aux taux de change moyens 2014

- Environnement porteur après une période difficile
- Leader de la distribution alimentaire en Colombie : part de marché renforcée en 2014
- Léger recul de la marge d'EBITDA notamment lié au développement accéléré des formats Surtimax et Aliados
- 856 M€ de trésorerie nette en fin d'année
- Bonne dynamique d'expansion, notamment dans les formats discount via les réseaux d'affiliés :
 - 721 magasins Surtimax Aliados dont 506 magasins ouverts en 2014
- Finalisation de l'intégration de Super Inter, spécialiste du discount dans la région de Cali :
 - 46 nouveaux magasins exploités
 - CA : 400 M\$
- Développement des galeries commerciales :
 - + 66 000 m² en 2014, soit un total de 275 000 m²

Amélioration de la rentabilité



En 2014*

CA : **2,8 Mds€**

Croissance organique : **+ 3,1 %**

EBITDA : **321 M €**

Marge d'EBITDA : **11,4 % (+ 3 bp)**



- Amélioration de la rentabilité dans un contexte local peu favorable
- Leadership confirmé en termes d'image et de prix et nouveaux succès des opérations promotionnelles
- Retour à des ventes comparables positives au 4^{ème} trimestre
- Maintien d'un niveau élevé de rentabilité
- Dette de 332 M€ à fin 2014, fortement réduite grâce à la génération d'un Cash Flow élevé
- Rythme d'expansion élevé en 2014 :
 - Ouvertures de 4 hypermarchés, 7 Big C Market et 19 000 m² de galeries commerciales
 - Total magasins : 636
 - Total galeries : 154

* Chiffres communiqués par la filiale et convertis aux taux de change moyens 2014

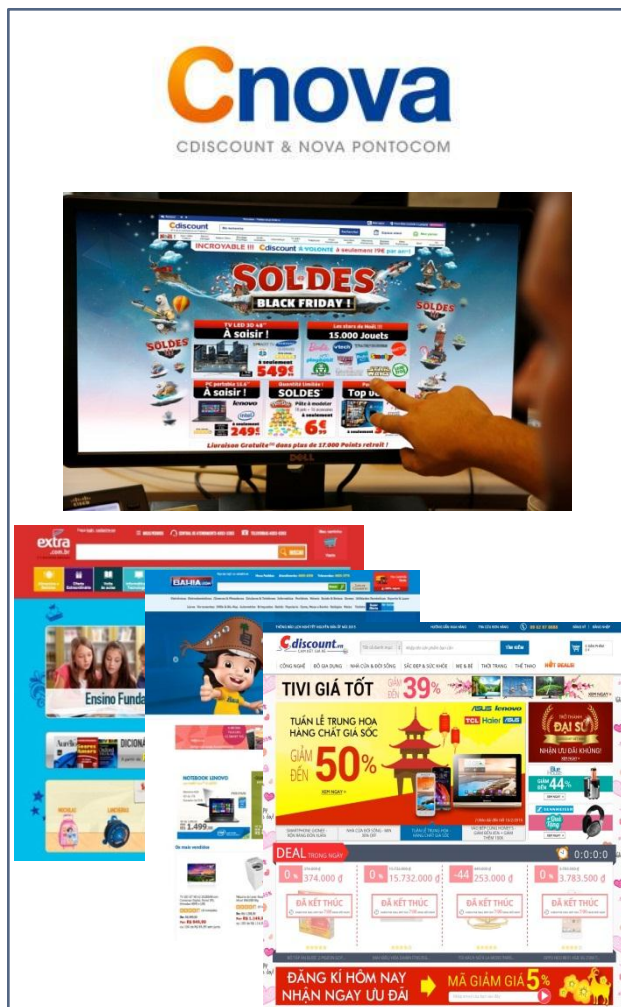
Très bons résultats en 2014



- Croissance organique* des ventes dans un contexte de ralentissement macroéconomique
- Développement continu du parc de magasins avec l'ouverture de 5 nouveaux hypermarchés dans des villes à fort potentiel
- Création de galeries commerciales autour des hypermarchés : patrimoine de 27 sites à fin 2014
- Croissance de l'activité et marge d'EBITDA satisfaisante malgré un rythme important d'ouvertures

* Hors essence et calendaire

E-commerce : poursuite d'une très forte croissance de l'activité sur la tendance des années précédentes



- GMV* de 4,5 Mds€ en croissance de + 26,6 % en 2014 (+ 28,6 % au T4 2014)
- 13,6 millions de clients actifs** dans le monde à fin 2014 (+ 23,1 %)
- Croissance adossée aux réseaux de magasins du Groupe dans le monde :
 - 17 500 points de retrait au total en France
 - Déjà 100 points de retrait au Brésil à travers le Click & Collect des magasins Extra
- Un modèle d'activité à faibles coûts et prix bas combinant croissance rentable et génération de trésorerie nette significative à 203 M€ (x 3,6)
- Cnova est désormais le 6^{ème} acteur mondial coté opérant 22 sites dans 11 pays

* GMV : Volume d'affaires

** Clients actifs fin décembre ayant réalisé au moins 1 achat sur les 12 derniers mois



Faits marquants

RÉSULTATS

Perspectives 2015 & Conclusion

Annexes

Antoine GISCARD D'ESTAING
Directeur Financier

Remarques préliminaires

DES RÉSULTATS 2014 IMPACTÉS PAR DIFFÉRENTS EFFETS COMPTABLES

- De périmètre :
 - Mise en équivalence de Mercialys depuis le 21 juin 2013
 - Intégration globale de Monoprix à 100 % depuis le 5 avril 2013
 - Acquisition du Mutant (46 magasins dont 40 exploités) à compter de mars 2014
 - Intégration de Super Inter depuis octobre 2014
 - Mise en équivalence de Distridyn, Geimex et Disco en 2014 avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2013
- De change avec une baisse des taux moyens de :
 - - 8,0 % pour le BRL
 - - 6,4 % pour le COP
 - - 5,4 % pour le THB
- La prise en compte du lancement de sites de E-commerce en Colombie, Thaïlande, Vietnam et Afrique

Activité et résultat opérationnel

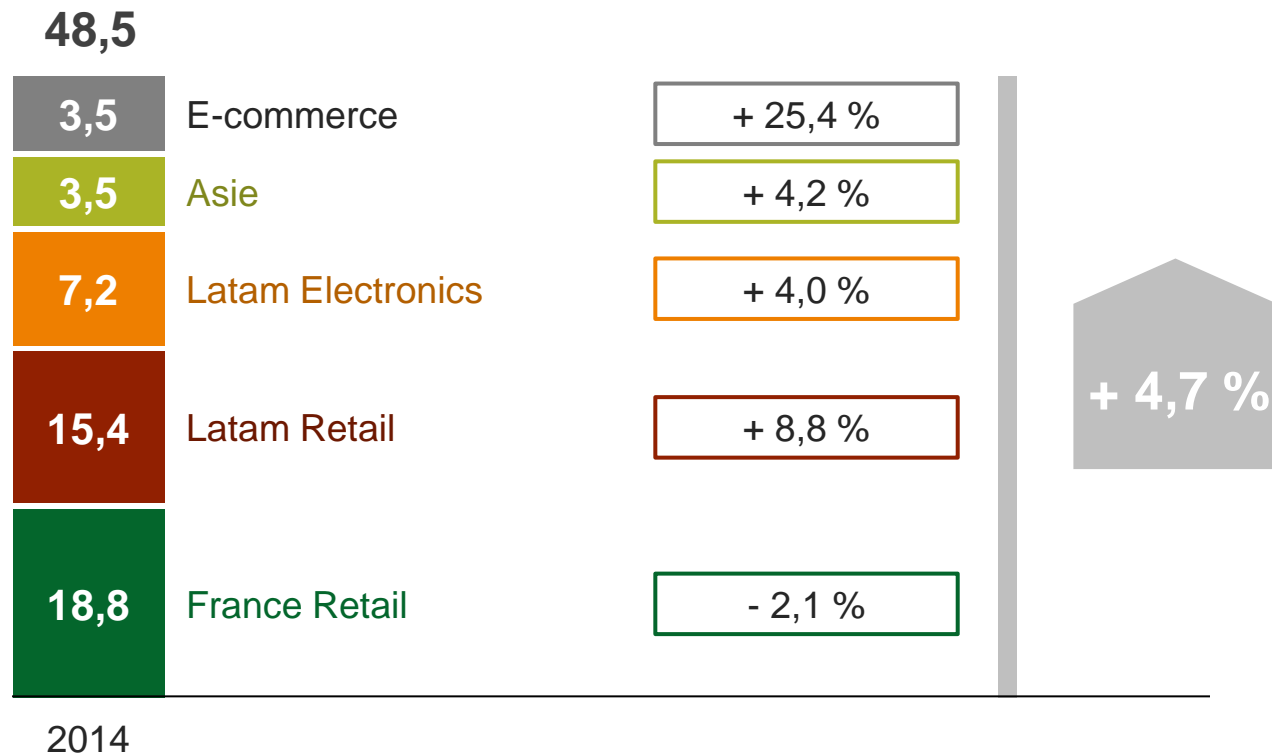
<i>En M€</i>	2013 publié	2014	<i>Croissance organique</i>
Chiffre d'affaires	48 645	48 493	+ 4,7 %*
EBITDA**	3 337	3 191	+ 4,1 %
Résultat Opérationnel Courant	2 363	2 231	+ 5,6 %
Marge Opérationnelle Courante	4,9 %	4,6 %	+ 7 bp
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	21	77	

* Hors essence et calendaire

** EBITDA = ROC + dotations aux amortissements opérationnels courants

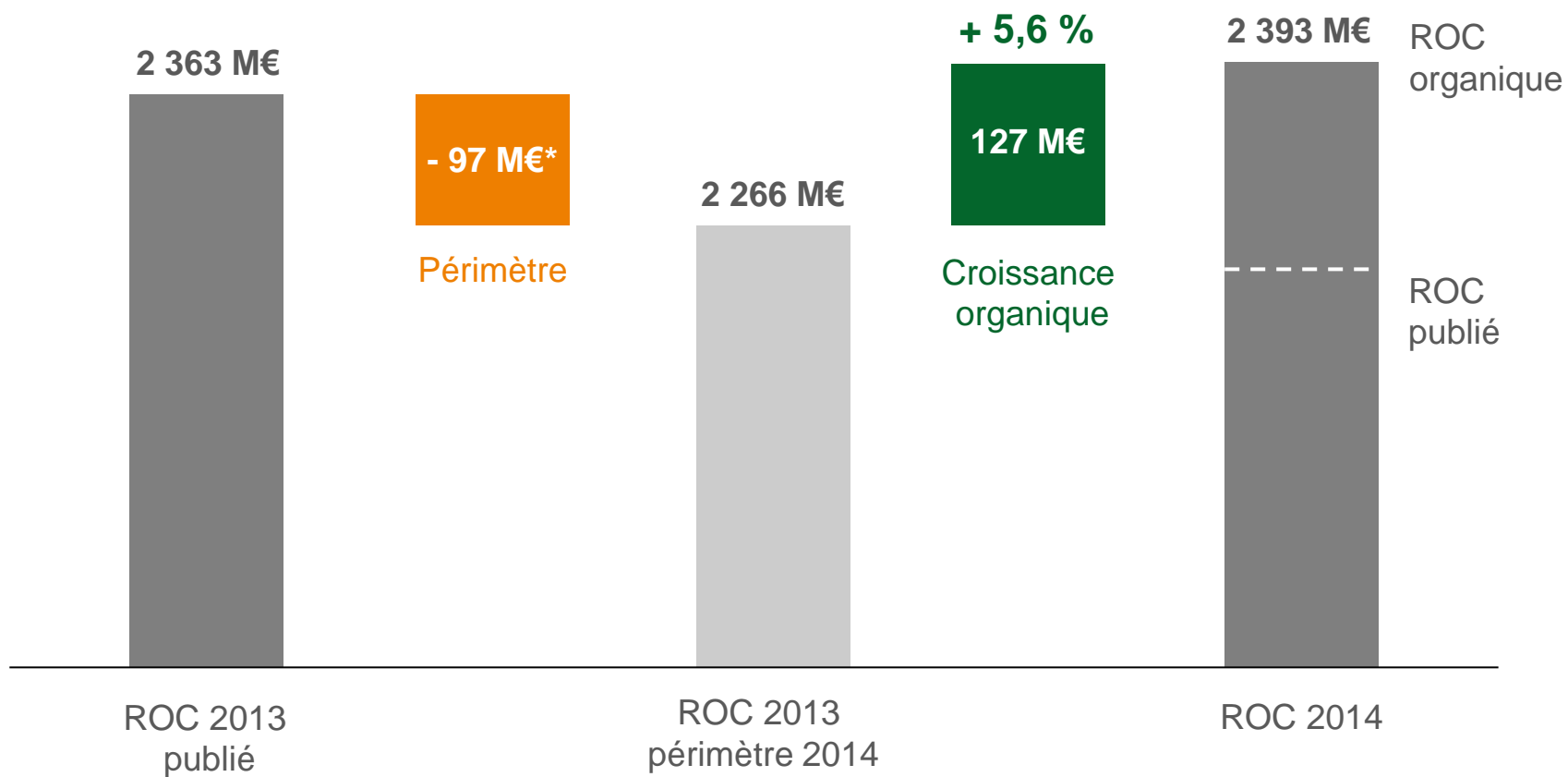
Croissance organique* soutenue du CA en 2014

En Md€



* Hors essence et calendaire

Progression organique du ROC Groupe



* Les effets de périmètre se composent principalement de Mercialys et Disco

Répartition du ROC Groupe

<i>En M€</i>	2013 publié hors Mercialys	2014
France Retail	555	396
Latam Retail	892	895
Latam Electronics	546	677
Asie Retail	264	255
E-commerce	31	7
<i>Activités France & Brésil*</i>	31	26
<i>Activités nouvelles**</i>	0	(19)
TOTAL	2 288	2 231

* Y compris Cdiscount, Monshowroom et Nova

** Y compris Colombie, Thaïlande, Vietnam et autres

France Retail

<i>En M€</i>	2013 publié hors Mercialys	2014	<i>Croissance organique</i>
Chiffre d'affaires	18 881	18 848	- 2,1 %*
EBITDA	987	835	- 17,0 %
Résultat Opérationnel Courant	555	396	- 28,1 %
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	2,9 %	2,1 %	

- Investissement tarifaire important chez **Leader Price** expliquant l'essentiel du repli du résultat opérationnel courant
- Résistance des **enseignes Casino** dans un contexte de baisse des prix notamment en hypermarchés
- Bonne performance opérationnelle de **Monoprix** et **Franprix**

* Hors essence et calendaire

Latam Retail

<i>En M€</i>	2013 publié	2014	<i>Croissance organique</i>
Chiffre d'affaires	15 661	15 422	+ 8,8 %*
EBITDA	1 253	1 215	+ 7,6 %
Résultat Opérationnel Courant	892	895	+ 11,9 %
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	5,7 %	5,8 %	+ 17 bp

- **Brésil** : amélioration continue des marges de Pão de Açúcar et Assaí, et progression satisfaisante du ROC total en organique
- **Colombie** : maintien d'une rentabilité élevée
- **Uruguay** : Disco consolidé par mise en équivalence en 2014 (et par intégration proportionnelle en 2013)

* Hors essence et calendaire

Latam Electronics

<i>En M€</i>	2013 publié	2014	<i>Croissance organique</i>
Chiffre d'affaires	7 576	7 245	+ 4,0 %*
EBITDA	600	737	+ 33,7 %
Résultat Opérationnel Courant	546	677	+ 35,7 %
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	7,2 %	9,3 %	+ 220 bp

- Croissance satisfaisante de l'activité de **Viavarejo** sur une base 2013 élevée : + 5,1 % retraitée des cessions de magasins liées au rapprochement des enseignes Casas Bahia et Ponto Frio
- Excellente progression de l'EBITDA et du ROC sous l'effet de la réalisation des synergies d'achats et de coûts

* Hors essence et calendaire

Asie

<i>En M€</i>	2013 publié	2014	<i>Croissance organique</i>
Chiffre d'affaires	3 561	3 513	+ 4,2 %*
EBITDA	368	361	+ 3,3 %
Résultat Opérationnel Courant	264	255	+ 1,5 %
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	7,4 %	7,2 %	- 15 bp

- Performances opérationnelles satisfaisantes dans un contexte difficile
- Croissance rentable en **Thaïlande** dans les formats alimentaires
- Stabilité de la marge à un niveau élevé avec une contribution significative des galeries commerciales en **Thaïlande**
- Bonne performance du **Vietnam**

* Hors essence et calendaire

E-commerce

<i>En M€</i>	2013 publié	2014	<i>Croissance totale</i>
GMV (volume d'affaires) publié par Cnova	3 567	4 516	+ 26,6 %
Chiffre d'affaires	2 902	3 465	+ 19,4 %
ROC ⁽¹⁾	31	7	
<i>Activités France & Brésil</i> ⁽²⁾	31	26	
<i>Activités nouvelles</i> ⁽³⁾	0	(19)	
Trésorerie nette ⁽⁴⁾ générée par Cnova	56	203	x 3,6

- Croissance élevée de la GMV (volume d'affaires) et du chiffre d'affaires
- Quasi stabilité du ROC hors sites internationaux lancés durant l'exercice
- Forte génération de trésorerie nette et maîtrise des CAPEX

(1) Les différences entre le ROC ci-dessus et celui publié par Cnova sont essentiellement liées à la période de consolidation et à l'élimination des comptes inter-compagnies avec les autres filiales du groupe Casino

(2) Y compris Cdiscount, Monshowroom et Nova

(3) Y compris Colombie, Thaïlande, Vietnam et autres

(4) Publiée par Cnova, hors produits de l'introduction en bourse

Résultat financier normalisé*

<i>En M€</i>	2013 publié	2014
France Retail**	(255)	(240)
Latam Retail	(97)	(111)
<i>Dont Brésil</i>	(114)	(128)
Latam Electronics	(185)	(195)
Asie	(26)	(19)
E-commerce	(55)	(63)
Autres	6	9
Mercialys	(18)	0
TOTAL	(631)	(620)

- Baisse des charges financières en France et pour la société mère
- Hausse modérée dans les segments Latam Retail, Latam Electronics et E-commerce sous l'effet de la hausse des taux d'intérêts au Brésil
- Poursuite du désendettement en Asie

* Le résultat financier normalisé correspond au Résultat financier corrigé des éléments financiers non récurrents. Les éléments financiers non récurrent regroupent certains instruments financiers constatés en résultat dont la juste valeur peut être très volatile. À titre d'exemple, les variations de juste valeur instruments financiers non qualifiés de couverture et des dérivés incorporés sur le cours de l'action Casino sont ainsi retraitées du Résultat net normalisé.

** Y compris société mère

Résultat net normalisé* part du Groupe

<i>En M€</i>	2013 normalisé publié	2014 publié	2014 à change constant
Résultat opérationnel courant	2 363	2 231	2 390
Charges financières	(631)	(620)	(653)
Charge d'impôt	(499)	(467)	(504)
Quote-part de résultat des entreprises associées	21	77	82
Résultat net des activités poursuivies	1 254	1 221	1 315
Dont intérêts minoritaires	636	665	721
Dont part du Groupe	618	556	594

* 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

Bénéfice net normalisé par action

<i>En M€</i>	2013 normalisé	2014	Variation
Nombre moyen d'actions dilué	112 918 625	113 038 122	+ 0,1 %
BNPA normalisé* (€)	5,33	4,74	- 11,1 %

- Dividende proposé lors de l'Assemblée Générale du 12 mai 2015 : 3,12 € par action
 - Payable en espèce
 - Détachable le 14 mai 2015

* Avant dilution liée aux ORA Monoprix, pour lesquelles Casino dispose d'options de rachat

Compte de résultat publié

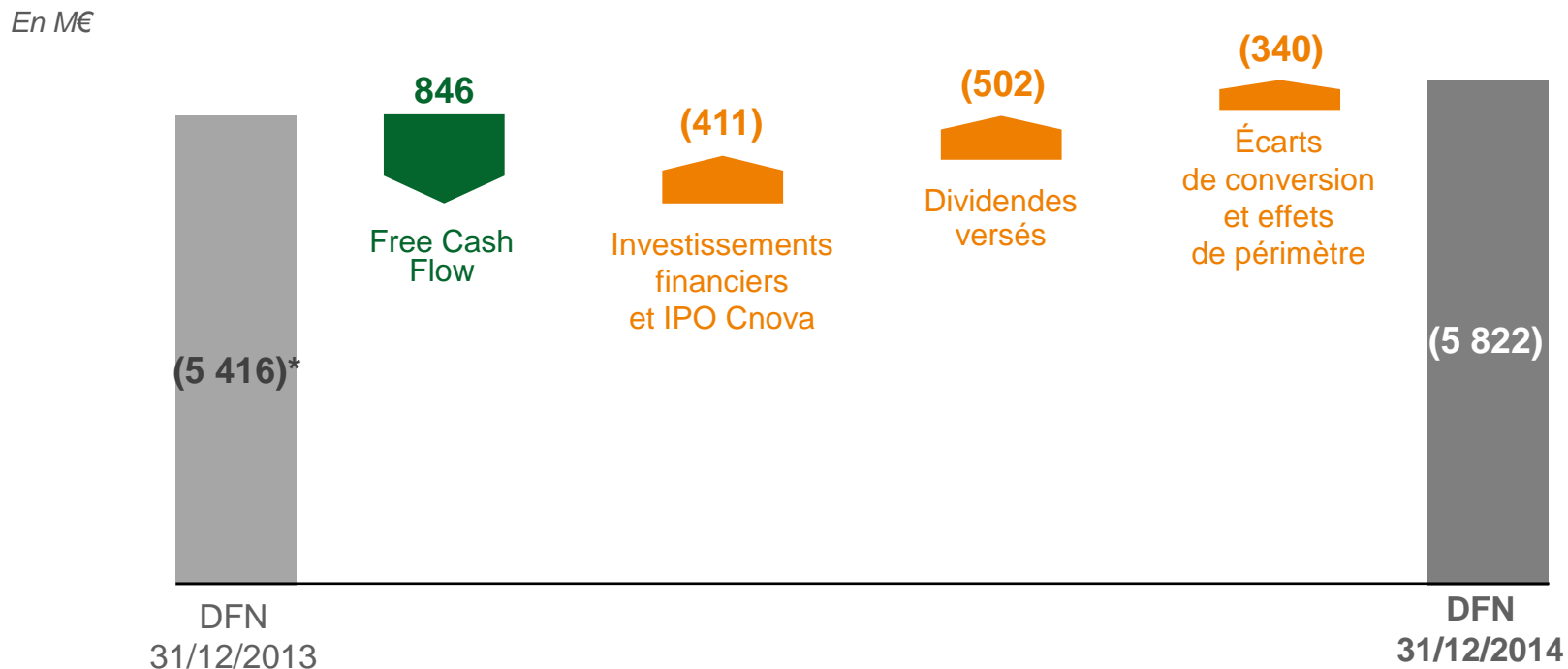
<i>En M€</i>	2013 publié	2014 publié
Résultat opérationnel courant	2 363	2 231
Autres produits et charges opérationnels	261	(494)
Charges financières	(719)	(678)
Charge d'impôt	(401)	(310)
Quote-part de résultat des entreprises associées	21	77
Résultat net des activités poursuivies	1 524	826
Dont intérêts minoritaires	672	573
Dont part du Groupe	853	253

Bonne génération de Cash Flow libre

<i>En M€</i>	2013 publié hors Mercialys	2014	2014 à TCC
Capacité d'autofinancement	1 956	2 015	2 135
Variation du BFR	445	343	358
<i>Exploitation</i>	620	724	765
<i>Hors exploitation</i>	(175)	(381)	(408)
CAPEX net	(1 535)	(1 511)	(1 573)
Cash Flow libre	866	846	920

- Progression de la capacité d'autofinancement de + 9,1 % à TCC
- Bonne maîtrise des CAPEX grâce à la réduction des coûts au m²
- Croissance des ressources générées par le BFR d'exploitation
- Dégradation ponctuelle du BFR hors exploitation, essentiellement au Brésil dans le cadre d'un programme gouvernemental de paiement accéléré de dettes fiscales

Évolution de la dette financière nette du Groupe



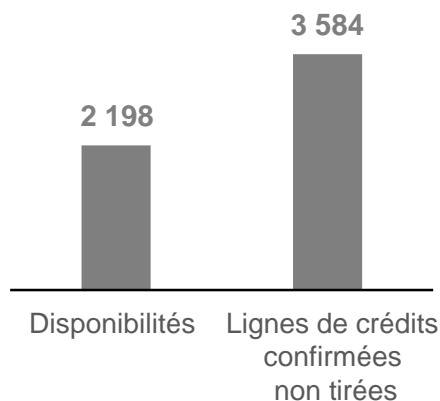
- Dette financière nette en progression modérée : + 7,5 %
- Free Cash Flow de 846 M€ couvrant quasiment les investissements financiers nets de 411 M€ et les dividendes versés de 502 M€
- Investissements financiers : principalement montée au capital de GPA, acquisition des magasins Le Mutant et Super Inter

* DFN publiée en 2013

Une excellente liquidité

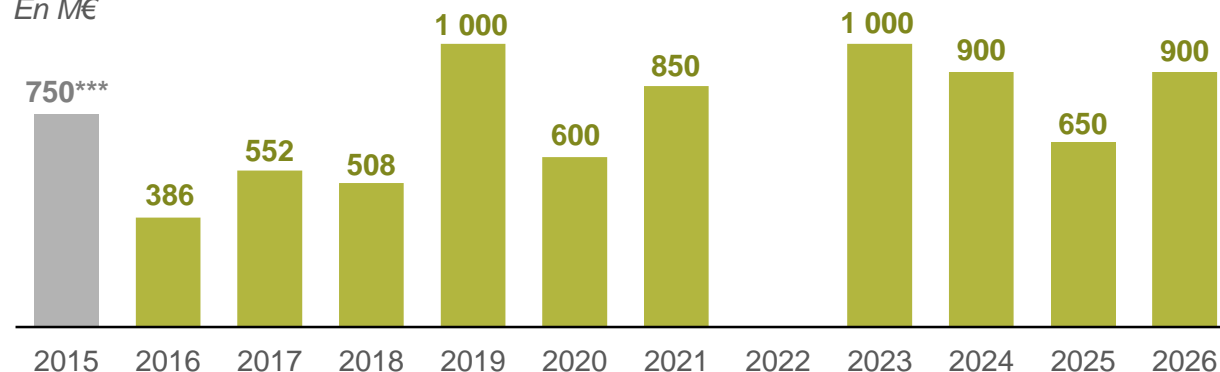
5 782 M€ de liquidités*
Au 31/12/2014

En M€



Échéances obligataires**
lissées dans le temps

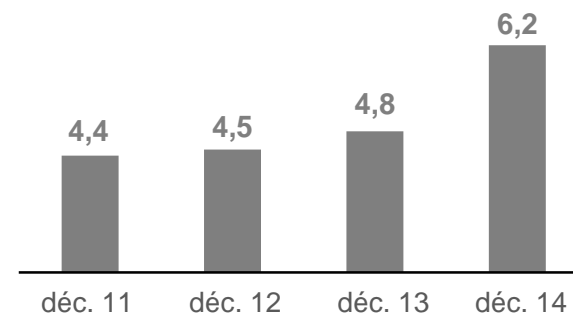
En M€



- Placement avec succès d'une émission obligataire de 650 M€ en décembre avec une maturité de plus de 10 ans, soit février 2025
- Amélioration constante de la maturité moyenne de la dette : 6,2 années au 31/12/2014 vs 4,8 années au 31/12/2013
- Casino est noté BBB - stable par Standard & Poor's et par Fitch Ratings

Maturité moyenne de la dette

En années



* Périmètre France : Casino Guichard Perrachon, Monoprix, FPLP et autres (y compris Vindemia et Cdiscount France)

** Échéances obligataires Casino Guichard Perrachon au 31/12/14

*** L'obligation a été remboursée le 30/01/2015



Activité

Résultats



PERSPECTIVES STRATÉGIQUES

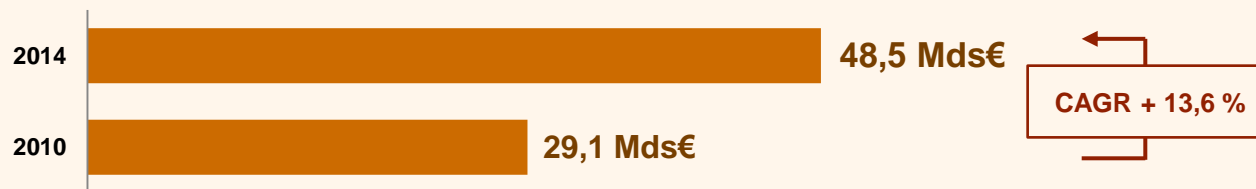
Annexes

Jean-Charles NAOURI
Président-directeur général

Le Groupe en 2015

- Le CA de Casino a progressé de + 67 % sur les 5 dernières années pour dépasser 48 Mds€ en 2014 et se situer au rang de 11^{ème} distributeur alimentaire mondial
- Cette forte croissance, la plus forte des leaders de la distribution selon la dernière étude Deloitte*, s'est appuyée sur le développement prioritaire des pays et formats porteurs

Groupe Casino

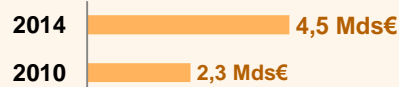


GPA



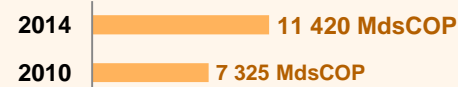
CAGR : + 19,5 %

Cnova



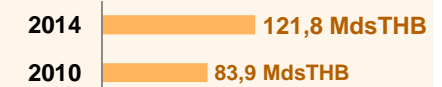
CAGR : + 18,3 %

Exito



CAGR : + 11,7 %

Big C Thaïlande



CAGR : + 9,8 %

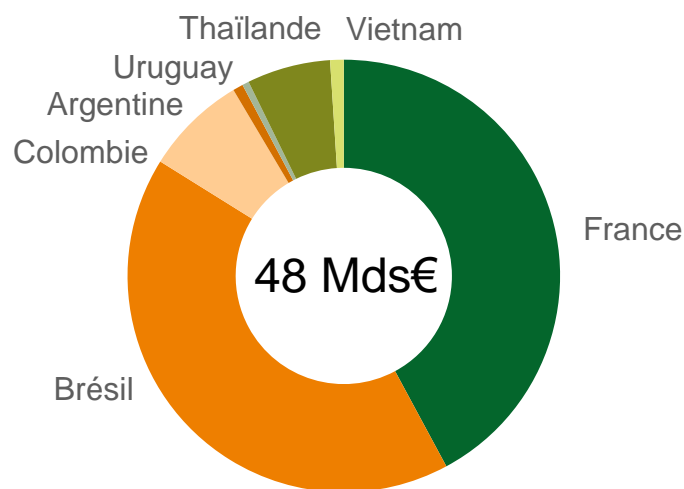
* Global Powers of Retailing 2015, parue en janvier 2015 – Taux de croissance de + 11,1 % pour Casino entre 2008 et 2013

CAGR : taux de croissance moyen annuel du chiffre d'affaires (hormis pour Cnova - données exprimées en GMV)

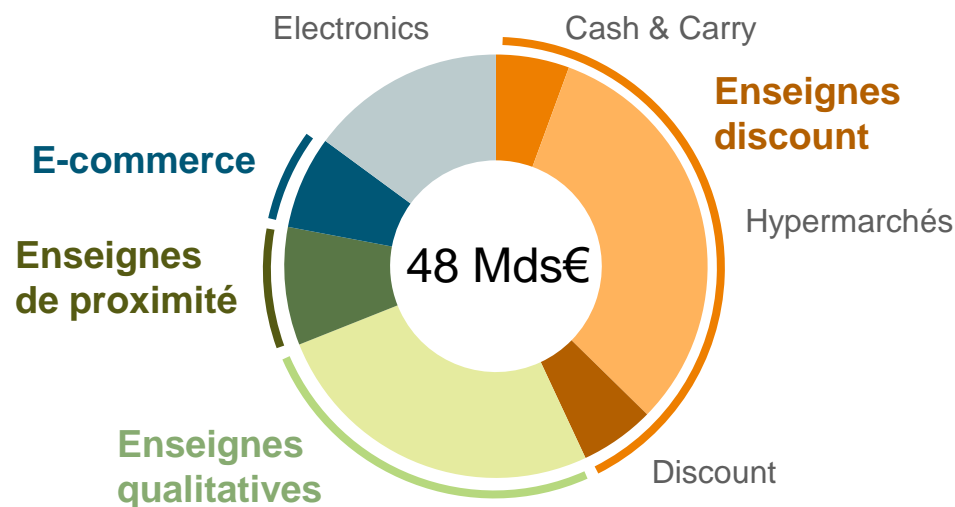
Un profil diversifié sur des pays et des formats porteurs

- Casino dispose d'un mix de formats et d'implantations permettant une diversification géographique avec des positions de leader en Amérique Latine et en Asie du Sud-Est

Répartition CA Groupe par pays



Répartition CA Groupe par format



- Cette stratégie, qui donne la priorité aux formats de discount, qualitatifs, de proximité et de E-commerce, est bien adaptée aux tendances actuelles de consommation

Poursuite du déploiement des 5 priorités stratégiques du Groupe

- Après leur repositionnement tarifaire, développement des enseignes discount en France et déploiement accéléré à l'international
- Renforcement du leadership sur les formats qualitatifs
- Relance de l'expansion pour les formats de proximité
- Cnova : maintien d'une forte croissance et génération de Cash Flow
- Poursuite de l'amélioration de l'efficacité opérationnelle : optimisation des achats et des coûts

Après leur repositionnement tarifaire, développement des enseignes discount en France et déploiement accéléré à l'international

- Succès de la refonte du modèle commercial de Géant et Leader Price
 - Géant à présent co-leader en termes de prix pour les hypermarchés*
 - Leader Price désormais l'enseigne la moins chère du marché* et en redressement depuis le T4 2014
- Déploiement de nouveaux concepts comme Leader Price Express, format de discount et proximité
- À l'international, poursuite d'une expansion soutenue en Cash & Carry
 - Renforcement continu de la part de marché d'Assaí, aujourd'hui n°2 du segment au Brésil
 - En Colombie, déploiement rapide de Surtimax au travers d'un modèle unique d'affiliation et via l'expansion
 - Adaptation du modèle de Cash & Carry en Asie : Big C compact

* Panélistes indépendants

Renforcement du leadership dans les formats qualitatifs

- Leadership dans trois pays clés du Groupe avec 900 magasins à fin 2014 :
 - 540 magasins Monoprix / 92 Naturalia en France
 - 181 Pão de Açúcar au Brésil
 - 71 Carulla en Colombie
- Accélération de l'expansion pour renforcer ce positionnement unique
 - En France, expansion dans les formats porteurs de Monoprix : City Marché, Monop', Naturalia, ...
 - En Colombie et au Brésil, programme ambitieux d'ouvertures sous les enseignes existantes, de l'ordre de 40 magasins par an

Accélération de l'expansion pour les formats de proximité

- En France, refonte des concepts et relance de la franchise : Franprix, Vival, Spar, ...
 - Un réseau unique par sa densité de plus de 6 000 magasins
 - Résultats positifs des plans de relance commerciale et de la rénovation des magasins
 - Lancement de nouveaux formats en 2015
- À l'international, une nouvelle priorité : le développement de formats de proximité
 - Un réseau de 704 magasins à fin 2014 dont 324 en Thaïlande, 256 au Brésil et 102 en Colombie
 - Une forte ambition de développement à l'international (une centaine de magasins par an) avec des modèles adaptés aux marchés locaux

Cnova : maintien d'une forte croissance et d'une génération de Cash Flow élevée

- Poursuite d'une forte croissance des ventes et du volume d'affaires
- Maintien du positionnement prix des sites et élargissement de leur assortiment
- Forte accélération du développement des Marketplaces et des ventes sur mobile
- Lancement continu de nouveaux sites internationaux et spécialisés
- Poursuite du renforcement des synergies avec le Groupe : achats, logistique et points de retrait

Efficacité opérationnelle : amélioration des conditions d'achat

- En France, accord conclu avec Intermarché pour constituer une centrale d'achat commune
- À l'international, la taille du Groupe est un atout majeur dans ses négociations commerciales avec ses fournisseurs internationaux
- En non-alimentaire, approfondissement des synergies d'achat entre Cnova, Viavarejo et Casino

Efficacité opérationnelle : maîtrise des coûts et synergies

- Démarche volontariste de grande discipline dans la gestion des coûts de toutes les enseignes, dans toutes les zones géographiques du Groupe
- Baisse des coûts opérationnels et de structure : démarche systématique s'appuyant sur des benchmarks de productivité et des process communs
- Optimisation des investissements : réduction des coûts de construction au m² et expansion via des modèles peu consommateurs de capitaux
- Mise en œuvre progressive des synergies entre les enseignes
 - Budget IT et régies publicitaires
 - Sourcing et marques propres (Casino, Finlandek,...)
 - Multicanal : Click & Collect (France, Brésil,...)
 - Etc.

Conclusion

En 2015, le Groupe se fixe pour objectifs :

- En France* :
 - une progression du chiffre d'affaires annuel en organique
 - un ROC annuel supérieur à celui de l'exercice précédent
- À l'international* :
 - une croissance organique soutenue de l'activité
 - une croissance du ROC supérieure à celle du CA
- Au total, une progression organique du ROC
- Une amélioration de son ratio DFN/EBITDA de l'ordre de 0,2 x

* Hors E-commerce

RÉSULTATS ANNUELS



2014

17 février 2015

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



Activité

Résultats

Perspectives stratégiques

ANNEXES

Évolution du chiffre d'affaires à magasins comparables hors essence

France	T1	T2	T3	T4
HM Géant	- 1,6 %	+ 2,1 %	- 5,0 %	- 3,0 %
Casino SM	- 3,4 %	- 1,2 %	- 5,4 %	- 3,2 %
Franprix – Leader Price	- 7,0 %	- 6,5 %	- 9,6 %	- 6,1 %
Monoprix	- 1,2 %	- 1,0 %	- 3,1 %	- 1,2 %

International	T1	T2	T3	T4
Amérique Latine	+ 6,1 %	+ 10,0 %	+ 2,9 %	+ 3,6 %
Asie	- 2,3 %	- 2,3 %	- 3,0 %	- 0,3 %

Effets calendaires

	2014
Hypermarchés Géant	- 0,6 %
Supermarchés Casino	- 0,3 %
Proximité	- 0,1 %
Monoprix	- 0,1 %
FPLP	- 0,4 %
France	- 0,3 %
International	- 0,1 %
Groupe	- 0,2 %

Effets calendaires 2015 estimés

	2015				
	T1	T2	T3	T4	2015
France Retail	- 0,1 %	- 0,2 %	0,0 %	- 0,1 %	- 0,1 %
Latam Retail	2,7 %	- 2,7 %	0,9 %	- 0,5 %	0,0 %
Asie Retail	- 0,3 %	0,7 %	- 0,1 %	0,0 %	0,1 %
Groupe	0,8 %	- 0,9 %	0,3 %	- 0,2 %	0,0 %

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. À 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

Passage du résultat net publié au résultat net normalisé

<i>En M€</i>	2013 publié	Éléments retraités	2013 normalisé	2014	Éléments retraités	2014 normalisé
Résultat Opérationnel Courant	2 363		2 363	2 231		2 231
Autres produits et charges opérationnels	261	(261)		(494)	494	
Résultat Opérationnel	2 625	(261)	2 363	1 736	494	2 231
Coût de l'endettement financier net	(635)		(635)	(640)		(640)
Autres produits et charges financiers	(84)	88	4	(38)	58	20
Charge d'impôt	(401)	(97)	(499)	(310)	(157)	(467)
Quote-part de résultat des entreprises associées	21		21	77		77
Résultat net des activités poursuivies	1 524	(270)	1 254	826	395	1 221
Dont intérêts minoritaires	672	(36)	636	573	93	665
Dont Part du Groupe	853	(234)	618	253	303	556

Bénéfice net normalisé par action

	2013 publié	2014	<i>Variation</i>
Nombre moyen d'actions dilué	112 918 625	113 038 122	+ 0,1 %
BNPA normalisé (€)	5,33	4,80	- 10,0 %
BNPA normalisé dilué (€)	5,32	4,40	- 17,3 %

- Le calcul du BNPA dilué prend en compte l'effet dilutif maximum lié aux ORA Monoprix émises le 27 décembre 2013. Le Groupe dispose d'une option d'achat sur ces ORA

Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence

<i>En M€</i>	2013 publié	2014
France Retail	(7)	(14)
Latam Retail	12	39
Latam Electronics	5	10
E-commerce	0	0
Divers et Holdings International	0	8
Mercialys	12	34
TOTAL	21	77

Intérêts minoritaires normalisés*

<i>En M€</i>	2013 publié	2014
France Retail	28	(1)
Latam Retail	353	329
<i>Dont Brésil</i>	264	240
<i>Dont Colombie</i>	75	78
Latam Electronics	181	283
Asie	77	75
<i>Dont Thaïlande</i>	72	71
E-commerce	(6)	(21)
Divers et Holdings International	2	1
TOTAL	636	665

* Les intérêts minoritaires normalisés correspondent au Résultat revenant aux intérêts minoritaires, corrigé de la part de ces mêmes intérêts minoritaires dans les autres produits et charges opérationnels, tel que définis dans la partie Principes Comptables de l'annexe actuelle aux comptes consolidés, dans les éléments financiers non récurrents, ainsi que dans les produits et charges d'impôts non récurrents.

Autres produits et charges opérationnels

<i>en M€</i>	2013 publié	2014
Résultats sur cessions d'actifs	58	(4)
Produits nets liés à des opérations de périmètre	551	(136)
Pertes nettes de valeur des actifs	(79)	(53)
Provisions et charges pour restructuration	(148)	(197)
Provisions et charges pour taxes, litiges et risques	(86)	(97)
<i>Dont GPA au Brésil</i>	(44)	(84)
Divers	(35)	(7)
TOTAL	261	(494)

- **Charges exceptionnelles 2014** essentiellement liées à des opérations de périmètre (- 136 M€), à des provisions pour restructuration (- 197 M€) et de provisions pour risques (- 97 M€) :
 - **Opérations de périmètres** : frais de l'IPO Cnova, honoraires pour des projets de croissance externe et garanties de passif chez GPA. En 2013, gains exceptionnels liés aux changements de mode de consolidation de Mercialys et Monoprix
 - **Provisions pour restructuration** liées notamment à la rationalisation des réseaux de magasins, réparties entre les différentes entités du Groupe
 - **Provisions et charges** pour litiges et taxes essentiellement liées aux risques fiscaux et sociaux de GPA

Tableau de financement

<i>En M€</i>	2013 publié hors Mercialys	2014
Dette financière nette à l'ouverture	(5 451)	(5 502)
Capacité d'autofinancement	1 956	2 015
Variation de BFR	445	343
Autres*	665	517
Cash Flow opérationnel net d'IS	3 066	2 874
Investissements courants	(1 622)	(1 563)
Acquisitions financières	(32)	(15)
Cessions	96	67
Variation de périmètre et autres opérations avec les actionnaires minoritaires	(1 806)	(411)
Variation des prêts et avances consentis	39	1
Instruments en capitaux propres	1 158	0
Augmentation et diminution de capital de la société mère	14	4
Variation de l'autocontrôle	(3)	(11)
Dividendes versés	(534)	(475)
Dividendes versés aux TSSDI	(17)	(27)
Intérêts financiers nets versés	(616)	(639)
Variation de dette non cash	435	13
Écarts de conversion	(142)	(138)
Dette financière nette au 31/12 de l'ensemble consolidé	(5 416)	(5 822)
<i>Dont dette financière nette des activités en cours de cession</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Dette financière nette au 31/12	(5 416)	(5 822)

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

Bilan consolidé simplifié

<i>En M€</i>	31/12/2013 publié	31/12/2014
Goodwill	10 791	11 009
Immobilisations	14 128	14 599
Participations entreprises associées	768	897
Actifs non courants	1 593	2 244
Autres actifs non courants	425	366
Stocks	4 693	5 311
Clients et autres créances	3 242	3 460
Trésorerie et équivalents de trésorerie	5 433	7 359
Actifs détenus en vue de la vente	96	36
TOTAL ACTIF	41 168	45 280
Capitaux propres	15 426	15 608
Provisions à long terme	963	1 011
Passifs financiers non courants	8 516	9 223
Autres passifs non courants	2 012	2 168
Provisions court terme	214	169
Fournisseurs	7 016	8 324
Autres dettes	4 397	4 252
Passifs financiers courants	2 623	4 525
Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente	0	0
TOTAL PASSIF	41 168	45 280

Puts intégrés dans la dette financière nette

	% capital	Valorisation au 31/12/2013	Valorisation au 31/12/2014	Période d'exercice
Franprix - Leader Price	Magasins franchisés détenus majoritairement	48	43	Différentes dates
Monshowroom		10	0	Différentes dates
Uruguay		15	15	À tout moment → 2021
Autre		1	3	À tout moment → 2017
TOTAL		75	62	

Puts hors bilan

	% capital	Valorisation au 31/12/2013	Valorisation au 31/12/2014	Période d'exercice
Franprix - Leader Price	Magasins franchisés détenus minoritairement	71	72	Différentes dates
Uruguay (Disco)		87	90	À tout moment → 2021
TOTAL (hors bilan)		158	163	

Taux de change moyens

	2013	2014	Var. %
Argentine (ARS / EUR)	7,2859	10,7685	- 32,3 %
Uruguay (UYP / EUR)	27,1368	30,8353	- 12,0 %
Thaïlande (THB / EUR)	40,8297	43,1469	- 5,4 %
Vietnam (VND / EUR) (x 1 000)	27,915	28,093	- 0,6 %
Colombie (COP / EUR) (x 1 000)	2,4827	2,6526	- 6,4 %
Brésil (BRL / EUR)	2,8702	3,1211	- 8,0 %

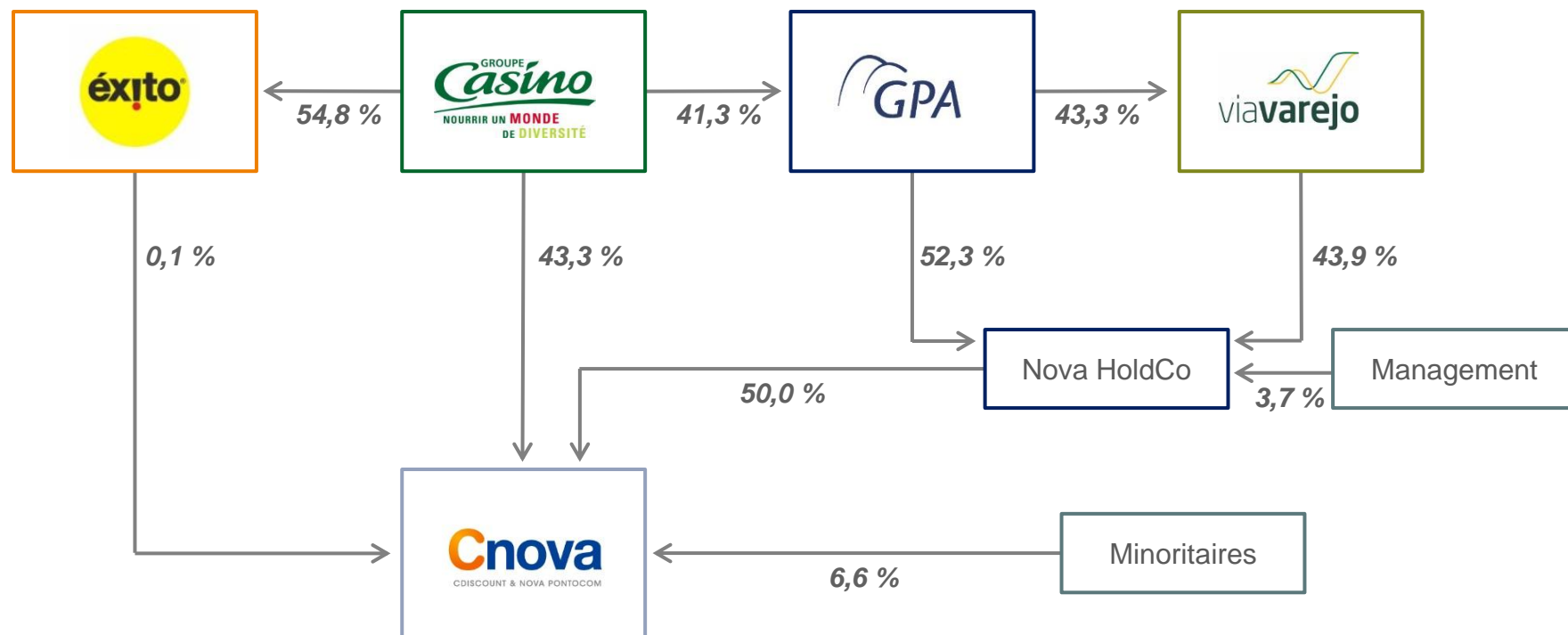
ROC 2014 par principales devises

	Contribution au ROC consolidé Groupe <i>En M€</i>	Taux de change moyen 2014
Brésil (BRL / EUR)	1 371*	3,1211
Colombie (COP / EUR) (x 1 000)	202	2,6526
Thaïlande (THB / EUR)	226	43,1469

* Y compris E-commerce

Structure actionnariale de Cnova

% du capital



Intérêt économique
en %

Groupe Casino

Minoritaires

Cnova

58,1 %

41,9 %

DISCLAIMER

Cette présentation contient des informations et déclarations prospectives sur Casino. Les informations prospectives ne sont pas des faits historiques. Ces déclarations contiennent des projections financières et des estimations, ainsi que les hypothèses sous-jacentes, des déclarations concernant les plans, les objectifs et les attentes à l'égard de futures opérations, produits et services, et des déclarations concernant les performances futures. Les déclarations prospectives sont généralement identifiées par les mots « s'attendre à », « anticiper », « croire », « à l'intention », « estime » et autres expressions similaires. Bien que la direction de Casino pense que les attentes reflétées dans ces énoncés prospectifs sont raisonnables, les investisseurs et les détenteurs de titres Casino sont avertis que ces énoncés et déclarations prospectives sont assujetties à divers risques et incertitudes, dont bon nombre sont difficiles à prévoir et généralement en dehors du contrôle de Casino, qui pourraient entraîner des résultats et développements réels sensiblement différents de ceux exprimés, suggérés ou projetés dans les informations prospectives et déclarations. Ces risques et incertitudes comprennent ceux qui sont développés ou identifiés dans les documents publics de Casino déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (« AMF »), y compris ceux énumérés sous la rubrique « Facteurs de risque et assurances » dans le Document de Référence déposé par la société Casino le 28 mars 2013. Sauf tel que requis par la loi applicable, Casino ne s'engage aucunement à mettre à jour toute information prospective ou des énoncés.

Cette présentation a été préparée uniquement à titre informatif et ne doit pas être interprétée comme une sollicitation ou une offre d'achat ou de vente de valeurs mobilières ou instruments financiers connexes. De même, elle ne donne pas et ne doit pas être traitée comme un conseil d'investissement. Elle 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.

Cette présentation et son contenu sont des renseignements exclusifs et ne peuvent être reproduits ou diffusés en tout ou en partie sans le consentement préalable écrit du Groupe Casino.