RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

27 juillet 2017

GROUPE Casino
NOURRIR UN MONDE DE DIVERSITÉ

GROUPE Casino

NOURRIR UN MONDE DE DIVERSITÉ

RÉSULTATS FINANCIERS S1 2017

Chiffres clés du 1er semestre 2017

- Croissance du **chiffre d'affaires Groupe** de **+ 9,7 %**
- **ROC France Retail : 121 M€ contre 85 M€ au** S1 2016,
  dont **83 M€** pour les activités de distribution alimentaire
  contre 36 M€ au S1 2016
- **ROC Groupe : 466 M€** contre 281 M€ au S1 2016
  dont **336 M€** contre 211 M€ au S1 2016 hors crédits fiscaux
- **Résultat net normalisé** part du Groupe de **48 M€**
- **Dette financière nette Groupe** : **5,6 Mds€** vs 6,3 Mds€ à fin juin 2016

Remarques préliminaires

- **Les états financiers 2016 et S1 2017 reflètent l'application d'IFRS 5 pour tenir compte de la cession des activités en Asie et du projet de cession de Via Varejo.**
  - En conséquence, l'activité de Via Varejo (y compris celle de Cnova Brésil) est reclassée en activité abandonnée en 2016 et au S1 2017. Les actifs et passifs de cette activité au 30 juin 2017 sont présentés sur une ligne séparée du bilan.
- **Les effets de change ont été positifs avec des appréciations moyennes du COP et du BRL de + 10,0 % et + 19,9 % respectivement. Les taux de clôture marquent néanmoins un ralentissement de ces monnaies contre l'Euro.**

	Taux de change moyen			Taux de change clôture (30 juin)			Taux de change des résultats annuels
	S1 2016	S1 2017	*Var. %*	S1 2016	S1 2017	*Var. %*	7/03/2017
Colombie (COP/EUR) (x1 000)	3,4817	**3,1659**	***+ 10,0 %***	3,2477	**3,4772**	***- 6,6 %***	**3,1415**
Brésil (BRL/EUR)	4,1296	**3,4431**	***+ 19,9 %***	3,5898	**3,7600**	***- 4,5 %***	**3,3098**

Chiffres clés du Groupe S1 2017 (1/2)

En M€	S1 2016	S1 2017	Var.
Chiffre d'affaires consolidé	16 950	**18 598**	**+ 9,7 %**
EBITDA	600	**814**	**+ 35,7 %**
Marge d'EBITDA	*3,5 %*	*4,4 %*	*+ 84 bp*
Résultat Opérationnel Courant	281	**466**	**+ 65,6 %**
Marge de ROC	*1,7 %*	*2,5 %*	*+ 85 bp*

Chiffres clés du Groupe S1 2017 (2/2)

En M€	S1 2016	S1 2017	Var.
Résultat Opérationnel Courant	281	**466**	**+ 65,6 %**
Autres produits et charges opérationnels	(418)	**(274)**	**+ 34,5 %**
Résultat financier	(123)	**(227)**	**- 85,2 %**
Impôts sur les bénéfices	33	**26**	**- 22,3 %**
Quote-part de résultat net des entreprises associées et co-associées	14	**5**	**- 66,4 %**
Résultat Net des activités poursuivies - Part du Groupe	**(188)**	**(78)**	**+ 58,7 %**
Résultat Net normalisé - Part du Groupe	**56**	**48**	**- 14,1 %**
Dette financière nette consolidée	(6 343)	**(5 594)**	**- 11,8 %**
Dette financière nette de Casino en France	(4 027)	**(4 314)**	**+ 7,1 %**

Rentabilité opérationnelle par segment

En M€	FRANCE RETAIL S1 2017	FRANCE RETAIL Var.	E-COMMERCE S1 2017	E-COMMERCE Var.	LATAM RETAIL S1 2017	LATAM RETAIL Var.
Chiffre d'affaires consolidé	**9 261**	**+ 0,0 %**	**871**	**+ 2,5 %**	**8 466**	**+ 23,8 %**
EBITDA	**292**	**+ 9,5 %**	**(7)**	**n.s**	**529**	**+ 59,3 %**
Marge d'EBITDA	*3,2 %*	*+ 27 bp*	*- 0,8 %*	*n.s*	*6,2 %*	*+ 139 bp*
Résultat Opérationnel Courant	**121**	**+ 42,9 %**	**(19)**	**n.s**	**364**	**+ 76,4 %**
Marge de ROC	*1,3 %*	*+ 39 bp*	*- 2,1 %*	*n.s*	*4,3 %*	*+ 128 bp*

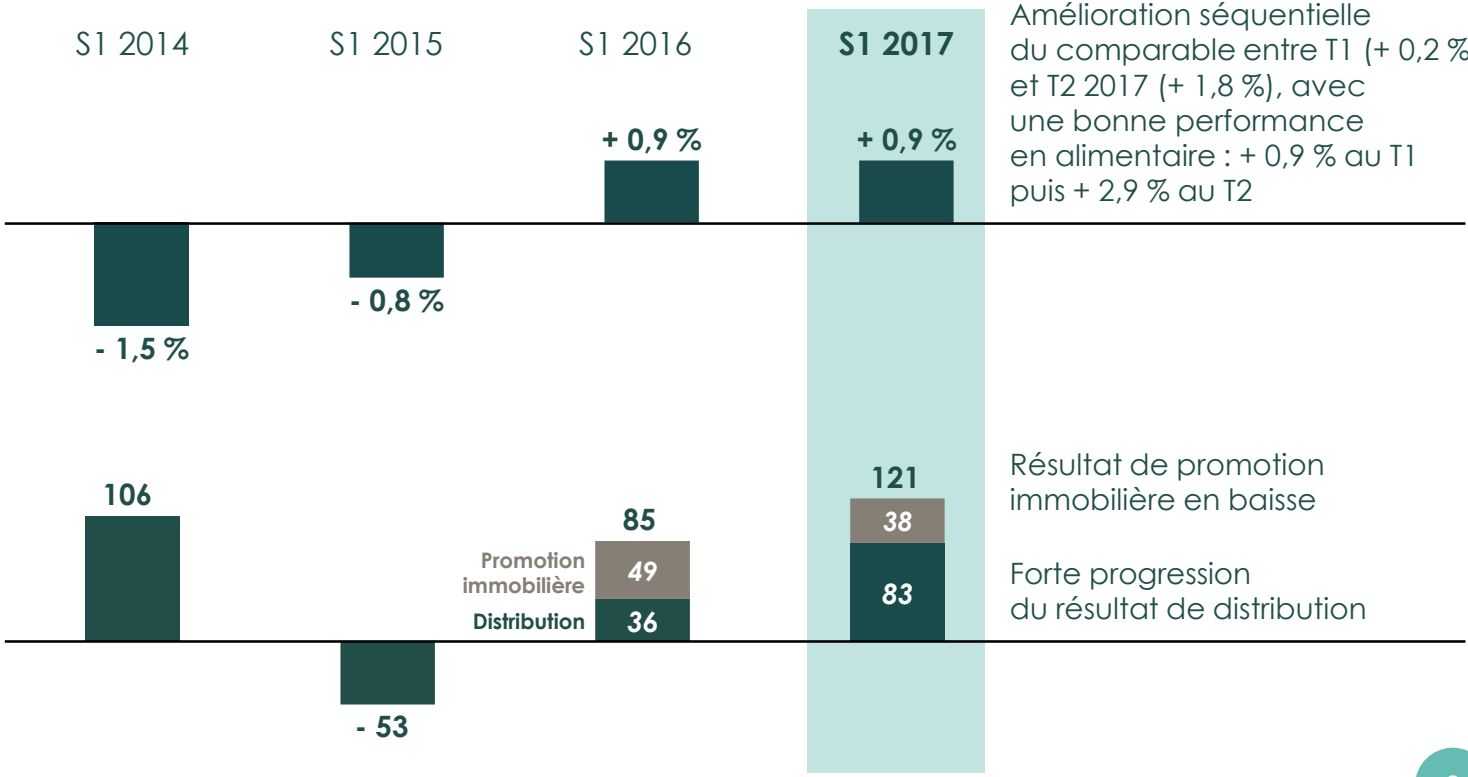
- **Progression des résultats en France grâce à l'activité de distribution alimentaire**
- **Résultats opérationnels du E-commerce reflétant les investissements liés au plan stratégique**
- **Amélioration des résultats en Amérique latine, soutenue par la bonne performance du Brésil**

Résultats France Retail – S1 2017

CA : évolution

En %

(CA comparable, hors essence et calendaire)



Amélioration séquentielle du comparable entre T1 (+ 0,2 %) et T2 2017 (+ 1,8 %), avec une bonne performance en alimentaire : + 0,9 % au T1 puis + 2,9 % au T2

ROC du S1

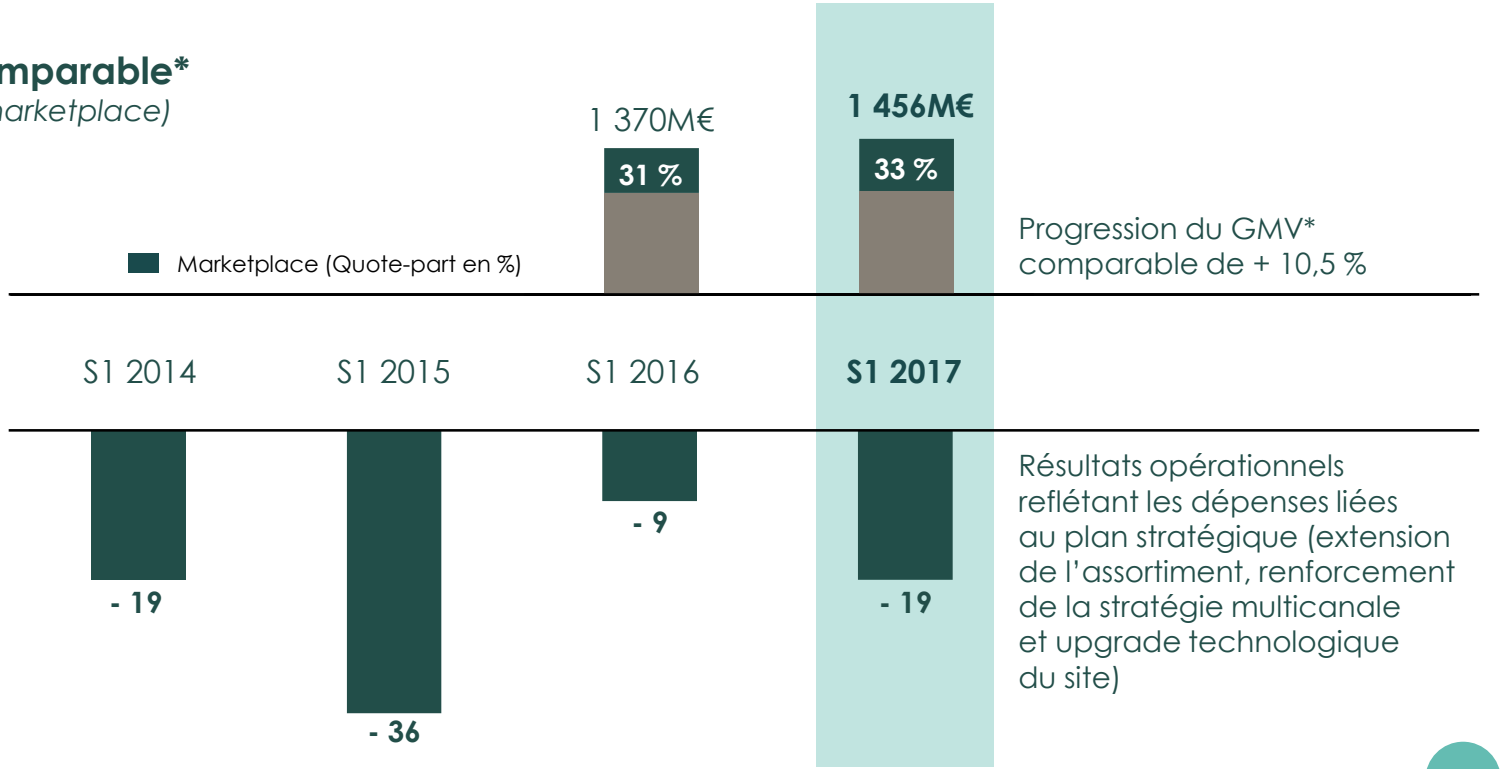
En M€

Résultat de promotion immobilière en baisse

Forte progression du résultat de distribution

Résultats E-Commerce – S1 2017

GMV
Évolution en comparable*
(Quote-part de la marketplace)



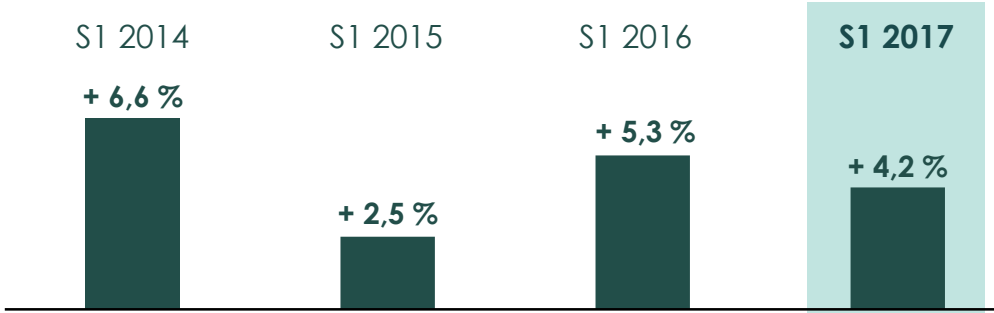
ROC du S1
En M€

Résultats opérationnels reflétant les dépenses liées au plan stratégique (extension de l'assortiment, renforcement de la stratégie multicanale et upgrade technologique du site)

* GMV (Gross Merchandise Volume) ou Volume d'Affaires comprend les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace, toutes taxes comprises. Chiffres publiés par la filiale.

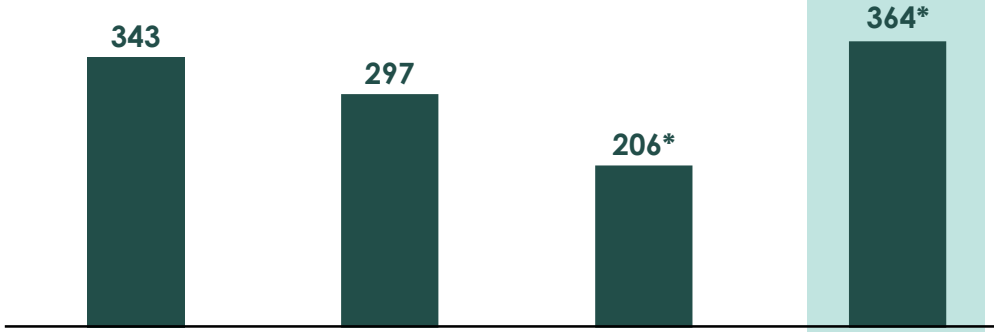
Résultats Latam Retail – S1 2017

CA : évolution
En %
(CA comparable, hors essence et calendaire)



Au Brésil : succès de la relance des Hypermarchés Extra et développement rapide d'Assaí

ROC du S1
En M€

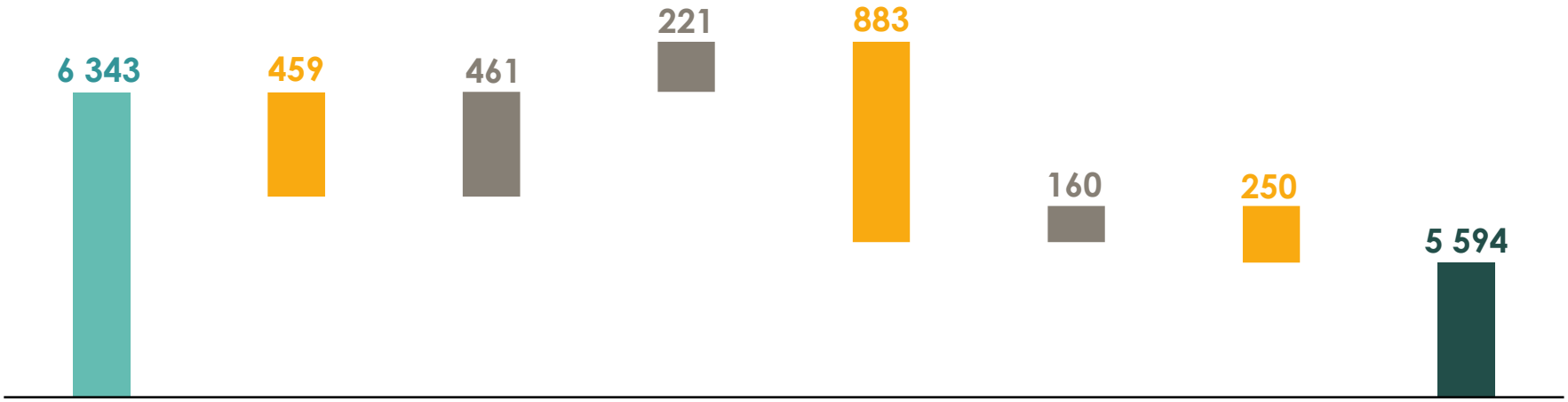


Très forte progression du ROC

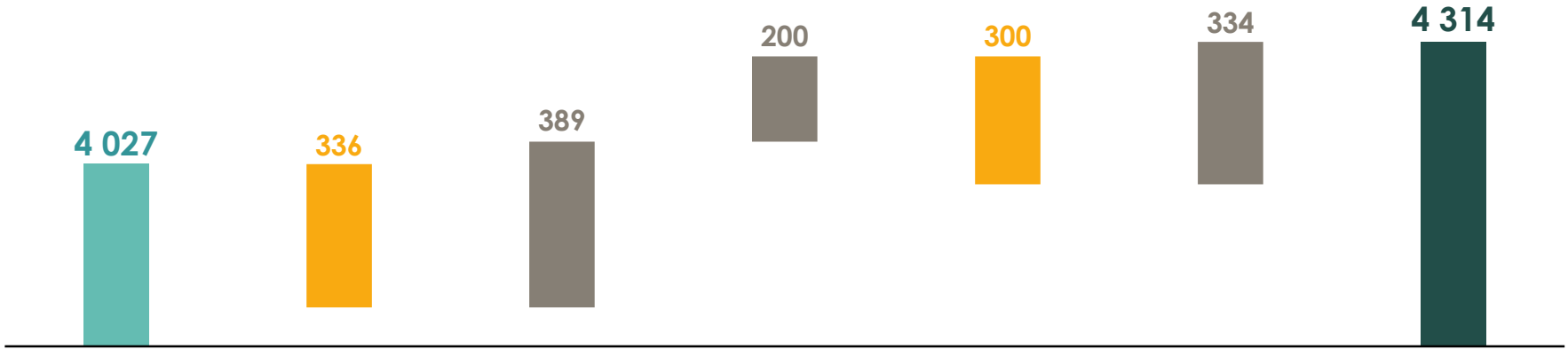
ROC 2017 var. en %	TCR	TCC
publié	+ 76,4 %	+ 50,1 %
Hors crédits fiscaux	+ 71,7 %	+ 47,8 %

* Y compris les crédits fiscaux de 70 M€ au S1 2016 liés aux taxes PIS et COFINS cumulatifs et de 130 M€ liés à la taxe ICMS-ST (« Tax substitution ») au S1 2017

Évolution de la dette financière nette Groupe 12 mois glissants à fin juin 2017



Évolution de la dette financière nette France 12 mois glissants à fin juin 2017



Décomposition de la dette financière nette consolidée au 30/06/2017

	S1 2016	S1 2017
France	(4 027)	**(4 314)**
E-commerce	(140)	**(214)**
Latam Retail	(2 263)	**(1 706)**
Latam Electronics	87	**641**
Groupe	**(6 343)**	**(5 594)**

GROUPE Casino

NOURRIR UN MONDE DE DIVERSITÉ

ACTIVITÉ

France Retail

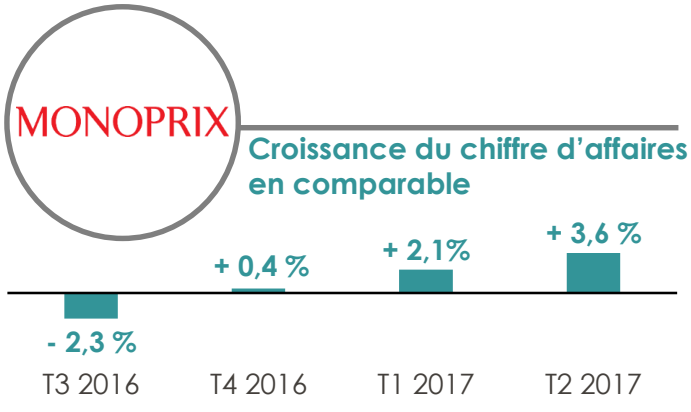
Faits marquants du S1 en France

- Accélération de **l'adaptation permanente** de chaque format **aux évolutions rapides des attentes** clients :
  - Évolution du **format** lui-même
  - Évolution de la part de chaque format au sein du **mix de la France** (qui s'améliore en marge au total)
  - Accroîssement dans chaque format de la part du **multicanal**, qui a connu une forte évolution

- Cette adaptation permanente explique la **bonne tenue au S1 des parts de marché** du Groupe, **sans expansion** et, pour certains formats, avec une réduction des m^2

Monoprix : retour à une croissance soutenue

- **Croissance accélérée sur le semestre :**
  - Croissance élevée du chiffre d'affaires comparable et du trafic
  - Gain de + 0,1 pt de part de marché sur la P07 Kantar
- **Dynamique commerciale retrouvée :**
  - Succès du nouveau programme de **fidélité** : recrutements x2
  - Extension des **horaires** d'ouvertures
- **Maintien d'un niveau d'expansion élevé (+ 29 magasins ouverts au S1)**
  - Bon rythme d'ouverture des magasins **bio** Naturalia (+ 8 magasins)
  - Poursuite de l'ouverture de **supermarchés urbains** (+ 3 Citymarchés Monoprix)



STRATÉGIE MULTICANALE

Croissance à deux chiffres des ventes de monoprix.fr, **tirée par l'alimentaire**

Développement continu du **cross-canal** :

- **291** points de **click & collect** urbains
- **Livraison** en une heure dans 93 magasins à fin juin
- **Reserve & Collect** et **livraison le jour même** pour les achats en magasins ou en ligne

Supermarchés Casino : poursuite des très bonnes tendances

- **6 trimestres continus de croissance comparable positive :**
  - Chiffre d'affaires comparable au T2 2017 : + 3,2 %
  - Croissance portée par le **frais**

- **Poursuite du déploiement du modèle commercial:**
  - Nouveaux îlots à **services** et succès de l'espace **Marché** : offre de poissons issus de la Criée, viandes de filières sélectionnées
  - **Parfumerie** : nouveau concept d'îlot maquillage
  - Modernisation et nouvelle offre en **marque propre** : ready to eat, bio et veggie
- **Dynamique commerciale et excellence opérationnelle :**
  - Lancement d'innovations en continu
  - Renforcement du programme de fidélité
  - Ambition d'excellence dans les rayons frais

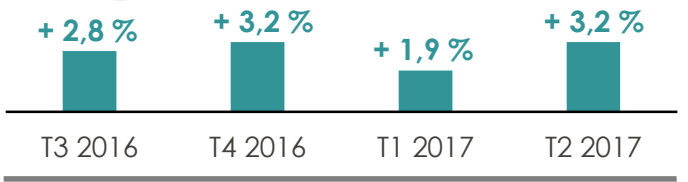
STRATÉGIE MULTICANALE

173 Click & collect

111 magasins offrent le paiement en caisse et livraison sous 3h (**« Laissé Caisse »**)

Casino supermarchés

Croissance du chiffre d'affaires en comparable



Franprix : excellente performance

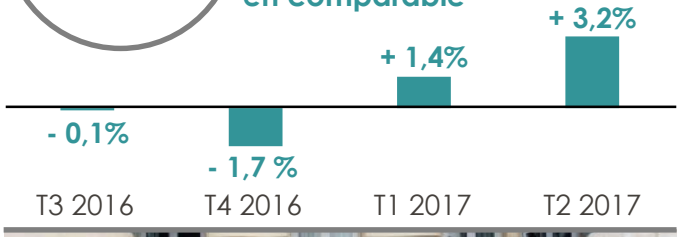
- **Très fort dynamisme commercial de l'enseigne : croissance comparable de + 6,4 % du trafic client au T2, après + 4,1 % au T1 2017**

- Un **modèle commercial très bien adapté** à la **demande des clients urbains,** en attente de toujours plus d'**innovation, de services et de renouvellement de l'offre** :
  - **Nouveaux services** : paiement par mobile pour la livraison à domicile, wifi, caisse mobile etc.
  - Produits et nouveaux îlots innovants **constamment renouvelés**
  - Accroissement de la part du **frais**, développement de produits **en vrac** ou **au détail** et du **bio** visant une clientèle soucieuse de consommer plus sain en gaspillant moins

- **Avec le concept Mandarine, un parc profondément modernisé :**
  - 73 % du parc au nouveau concept, avec l'objectif d'en avoir **100 % à fin 2017**
  - **Reprise de l'expansion** : 30 nouveaux magasins au S1 2017

franprix

Croissance du chiffre d'affaires en comparable



STRATÉGIE MULTICANALE

Franprix élue **Entreprise Cross Canal de l'Année** lors des Trophées LSA 2017 :

Ce prix distingue l'ensemble des **solutions digitales de l'enseigne**, de la commande expresse sur mobile au paiement dématérialisé.

Casino Proximité : amélioration des tendances commerciales

- **Parc intégré**
  - **Rénovation** des magasins :
    - Modernisation de l'offre, densifiée en snacking, en produits frais, en vrac et à la coupe, en marques nationales et en produits locaux
    - Refonte des horaires d'ouvertures
    - Excellence opérationnelle : réduction du nombre de ruptures, etc.
  - Déploiement du nouveau concept **« Le Petit Casino »**, autour de **l'esprit d'épicier de quartier**, avec des services du quotidien (pressing, casiers, wifi, bornes de recharge pour téléphones)

- **Franchisés**
  - **Accélération** du rythme des passages en franchise : 78 % du parc est franchisé
  - Poursuite des **excellentes performances commerciales** des franchisés (CA comparable à + 6,8 % au T2 2017)

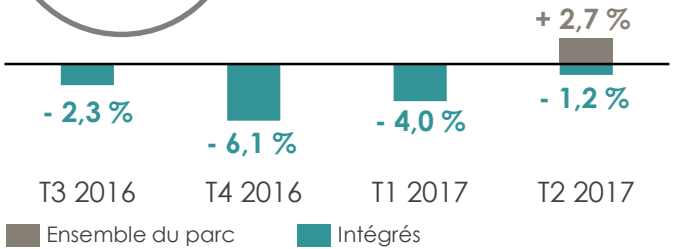
STRATÉGIE MULTICANALE

Déploiement, en zone touristique, de **bornes de commande hors magasins, avec livraison** depuis les SPAR

Déploiement progressif du paiement par smartphone dès juillet dans les enseignes SPAR et Vival

Casino proximités

Croissance du chiffre d'affaires en comparable



Leader Price : performance satisfaisante et poursuite des plans d'action

- **Poursuite du redressement du chiffre d'affaires au T2 :**
  - Bonne dynamique du rayon **Fruits & Légumes** depuis le début de l'année
  - Amélioration de **l'offre** avec le déploiement de plus de 300 nouvelles références
  - Poursuite des **rénovations** : 73 à mi-juillet avec une bonne surperformance des magasins rénovés

- **Amélioration de l'exécution en magasins et de l'expérience client :**
  - Mise en avant de la **fraîcheur** avec les produits de l'Espace Marché
  - Réduction des **ruptures**
  - Amélioration de la **fluidité du passage en caisse :** moins de 3 clients en moyenne par caisse

STRATÉGIE MULTICANALE

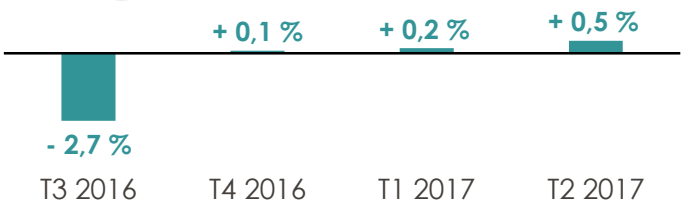
Lancement fin juin d'un **nouveau site**

158 drives accolés

Réseaux sociaux : + de 600 000 vues sur la page Facebook de Leader Price pour l'opération commerciale (« Toque Show ») avec **Norbert Tarayre**, nouvel ambassadeur de l'enseigne

LEADER PRICE

Croissance du chiffre d'affaires en comparable

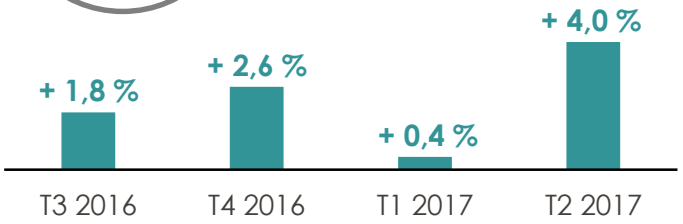


Géant : excellente performance en alimentaire et poursuite de l'adaptation du modèle commercial

- **Redressement de la croissance comparable du chiffre d'affaires au T2 2017**
  - + 0,8 % contre - 1,9 % au T1
  - Poursuite des réductions de surfaces à - 1,1 % au S1
  - Amélioration du CA/m² : + 0,6 % dont + 2,3 % en alimentaire
  - Amélioration de la marge/m² plus forte encore
- **Excellente performance en alimentaire, tirée par la forte croissance du bio et du e-commerce :**
  - Chiffre d'affaires **alimentaire** : + 4,0 % au T2 2017
  - Dynamisme de l'offre **Espace Marché**
- **Premiers résultats des plans d'excellence opérationnelle au S1 :**
  - Maintien de la promesse clients sur l'attente en caisse
  - Amélioration de la productivité portée par les projets d'organisation
  - Formations d'experts sur les métiers de l'espace marché

Géant Casino

Croissance du chiffre d'affaires alimentaire en comparable



STRATÉGIE MULTICANALE

108 drives

Disponibilité immédiate de produits Cdiscount en magasins

Refonte du site Geant.fr, accessible via mobile : redirection proposée, pour la commande et la livraison, vers les magasins, les drives ou le site de Cdiscount

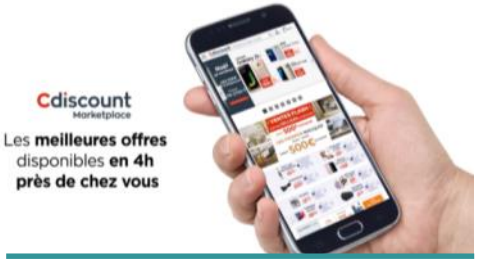
E-Commerce

Cdiscount : bonne performance commerciale (1/2)

- **Au T2 2017,** croissance comparable du GMV de **+ 11,5 %*** pour atteindre une quote-part de la marketplace de **35,0 % sur le trimestre**
  - Triplement de la quote-part fulfilment de la market place : 15 % contre 5 % en juin 2016
  - Introduction de nouveaux services aux vendeurs : agrégation, taux de change, prêt
- **Doublement du nombre d'abonnés CDAV** à fin juin 2017 vs fin juin 2016
- QP mobile du trafic de 60 % au T2 2017, soit + 8 pts vs T2 2016
- Cdiscount renoue avec des parts de marché en hausse croissante (Gfk) **: + 1,5 pt en mai et + 2,0 pts en juin****

STRATÉGIE MULTICANALE

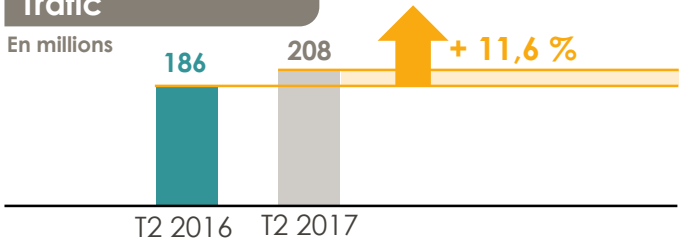
À compter du 1/07, gestion de l'offre non-alimentaire des hypermarchés Géant et Supermarchés Casino, avec **disponibilité immédiate** des produits du site en magasin



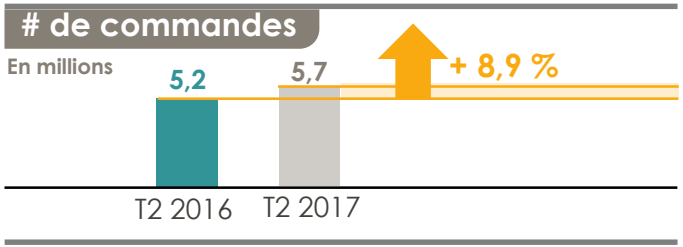
Dynamisme

#2 Site attirant le plus de visiteurs uniques en France

Trafic



de commandes



* Les données comparables incluent les ajustements suivants : i) la vente ou fermeture en 2016 des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco, ii) la réduction volontaire des ventes B2B initiée au 3ème trimestre 2016, iii) le retraitement du chiffre d'affaires du magasin Image et Son dont la croissance a été pénalisée par un effet TNT/Euro en 2016 (impact de 1,7 pt et 2,3 pts respectivement sur la croissance du GMV et du chiffre d'affaires), iv) le retraitement de l'impact calendaire lié au démarrage des soldes d'été 2017 une semaine plus tard qu'en 2016 (impact de 1,0 pt et 0,9 pt respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires), v) En vision Cnova, les ventes réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du groupe Casino en France, suite à l'accord multicanal effectif depuis juin 2017, et vi) l'impact de l'année bissextile en 2016.

** Part de marché de Cdiscount sur les biens techniques (high-tech, informatique et électroménager), selon Gfk, mai et juin 2017

Cdiscount : relance forte des plans d'action (2/2)

AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Refonte du site mobile
- Amélioration de l'espace client sur les supports mobiles avec de nouvelles fonctionnalités (retours, réclamations,…)
- Amélioration du service clients et du NPS©*

OPTIMISATION DES CONDITIONS DE LIVRAISON

- Livraison express gratuite à partir de 10 € pour les clients CDAV
- Déploiement de la livraison le jour même sur Paris sur les petits colis
- Ouverture de 2 nouveaux entrepôts dans le sud de Paris

AUGMENTATION DU NOMBRE DE RÉFÉRENCES, EN PROPRE ET SUR LA MARKET PLACE

- Le **nombre de références en propre** a presque doublé depuis fin 2016

DES PRIX ET DES PROMOTIONS TOUJOURS PLUS COMPÉTITIFS

* NPS : Net Promoter Score, Bain

Le Multicanal au sein du Groupe Casino en France

Livraisons à domicile

- MONOPRIX : « Lâché de Caddie » et livraison en 1h à pied
- franprix : Shop & Go Livraison en 30min via l'application Franprix
- Casino supermarchés : « Lâché Caisse » : livraison sous 3H

Applications et sites

- MONOPRIX : Monoprix.fr, Application Monoprix&Moi
- LEADER PRICE : Leaderprice.fr
- Géant Casino : Geant.fr
- Casino supermarchés : Supercasino.fr
- franprix : Application Franprix

Drives et click & collect

- MONOPRIX : 291 click & collect*
- Casino supermarchés : 173 click & collect*
- LEADER PRICE : 158 drives*
- Géant Casino : 108 drives*

Cdiscount

- Cdiscount : Offre Cdiscount express
- &
- Géant Casino : Disponibilité immédiate chez Géant et dans les Supermarchés Casino
- &
- Casino supermarchés : Points retrait en magasins

* À fin juin 2017

Latam Retail

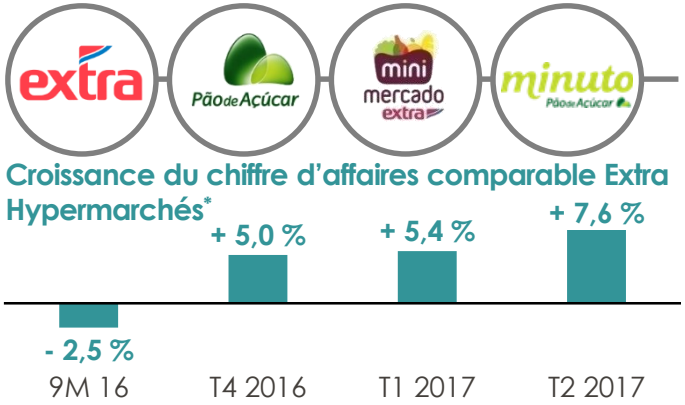
Éxito (hors Brésil)

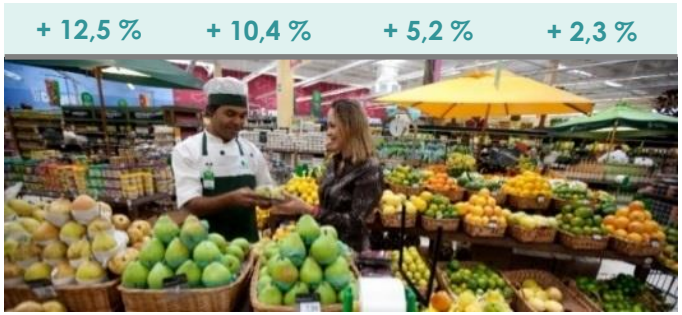
- **Éxito publiera ses résultats détaillés le 14 août 2017**
- **Les plans d'actions suivants ont déjà été communiqués par la société au S1 :**
  - Poursuite de l'expansion
  - Lancement par **Éxito et Bancolombia** d'un ambitieux **programme de fidélité commun** « Puntos Colombia », destiné dans un premier temps aux plus de 7 millions de clients d'Éxito, avec un important potentiel de pénétration
  - **Forte croissance des ventes de textile** sous marque propre
  - Poursuite du déploiement des **synergies** avec le Brésil, l'Argentine et l'Uruguay

GPA (Brésil) – Multivarejo : Bonne performance des hypermarchés Extra

- **Forte amélioration des hypermarchés Extra : + 7,6 % en comparable** après - 2,5 % sur les 9M 2016, + 5 % au T4 2016 et + 5,4 % au T1 2017*
  - **Gains de parts de marché** vs 2016
  - **Forte croissance en non-alimentaire** grâce aux initiatives commerciales : magasins de téléphonie en magasin, assortiment et expérience client pour le gros électroménager et le multimedia, textile (en synergie avec Éxito)
  - Lancement du **programme de fidélité « My Discount »** : promotions personnalisées via une application destinée aux 12 millions de clients encartés, avec une segmentation réalisée directement par les fournisseurs

- **Accent mis désormais sur les rénovations de magasins chez Pão de Açucar :**
  - **15 à 20 magasins** significatifs à rénover sur les prochains trimestres





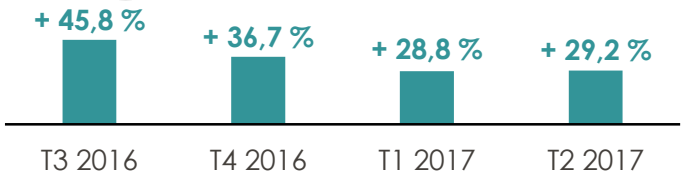
* Données publiées par la filiale. Chiffre d'affaires comparable des hypermarchés Extra hors calendaire

GPA (Brésil) - Assaí : poursuite de l'excellente performance

- **Excellentes performances une nouvelle fois au T2 :**
  - Croissance organique élevée : + 29,2 %*
  - Croissance comparable : + 13,5 %*
  - Forte croissance du trafic compensant les effets du ralentissement de l'inflation alimentaire
  - Au S1, les hypermarchés convertis en Assaí ont conservé leur taux d'accroissement des ventes (près de x 2,5), avec une rentabilité en ligne avec celle du parc et supérieure à ce qu'elle était avant les conversions

- **Poursuite de la forte dynamique d'expansion en 2017 :**
  - **110 magasins à fin juin 2017**
  - Sur le trimestre,
    - 1 magasin a été ouvert
    - 4 magasins sont en construction
    - 3 magasins ont été convertis
  - 11 autres magasins sont en cours de conversion, pour un **objectif total de 16 magasins convertis en 2017**

Croissance du chiffre d'affaires en organique*



Inflation alimentaire

+ 13,6 %	+ 10,4 %	+ 5,2 %	+ 2,3 %

* Données hors calendaire

GROUPE Casino

NOURRIR UN MONDE DE DIVERSITÉ

PERSPECTIVES DU S2 2017

Perspectives S2 2017 – France (1/2)

MONOPRIX

- Forte dynamique multicanale
- Ouverture d'au moins 21 nouveaux magasins, pour un total > 50 nouveaux magasins à fin 2017

FRANPRIX

- Finalisation de la mise au nouveau concept Mandarine
- Ouverture d'au moins 20 nouveaux magasins, pour un total de plus de 50 nouveaux magasins à fin 2017

SUPERMARCHÉS CASINO

- Poursuite du déploiement du modèle commercial
- Maintien d'une dynamique commerciale soutenue

PROXIMITÉ

- Déploiement du nouveau concept et rénovation de l'offre des intégrés
- Expansion en franchise

Perspectives S2 2017 – France (2/2)

GÉANT

- Retour à l'équilibre sous l'effet
  - des réductions de surfaces
  - des plans d'excellence opérationnelle
  - de l'accroissement du CA/m²

LEADER PRICE

- Poursuite des plans d'action d'excellence opérationnelle

CDISCOUNT

- Poursuite de la relance des plans d'action :
  - Amélioration de l'expérience client
  - Augmentation du nombre de références
  - Prix et promotions toujours plus compétitifs
  - Amélioration des conditions de livraison

Perspectives S2 2017 – Brésil

GPA

- Accélération du cash & carry : objectif de 20 nouveaux magasins sur l'année, dont 16 issus de conversions
- Poursuite des plans en hypermarchés et accent désormais mis sur les rénovations de Pão de Açucar

Perspectives S2 2017
Relèvement des Objectifs de rentabilité

- Compte tenu des bons résultats du S1 2017, le Groupe relève sa guidance de croissance de résultat opérationnel courant consolidé à au moins 20 %, aux taux de clôture du 30 juin 2017

- En France, le groupe Casino vise désormais une croissance supérieure à 15 % du résultat opérationnel courant en distribution alimentaire et anticipe une contribution de ses activités de promotion immobilière de l'ordre de 60 M€

GROUPE Casino

NOURRIR UN MONDE DE DIVERSITÉ

ANNEXES

Définition du résultat net normalisé

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

- Les éléments financiers non récurrents regroupent les variations de juste valeur des dérivés actions (par exemple les instruments de Total Return Swap et Forward portant sur les titres GPA) et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens

- 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

En M€	S1 2016	Éléments retraités	S1 2016 normalisé	S1 2017	Éléments retraités	S1 2017 normalisé
Résultat Opérationnel Courant	281	0	281	466	0	466
Autres produits et charges opérationnels	(418)	418	0	(274)	274	0
Résultat Opérationnel	**(137)**	**418**	**281**	**192**	**274**	**466**
Coût de l'endettement financier net	(133)	0	(133)	(192)	0	(192)
Autres produits et charges financiers	11	(46)	(36)	(35)	(18)	(53)
Charge d'impôt	33	(68)	(35)	26	(80)	(54)
Quote-part de résultat des entreprises associées	14	0	14	5	0	5
Résultat net des activités poursuivies	**(212)**	**304**	**91**	**(5)**	**176**	**171**
Dont intérêts minoritaires	(24)	59	35	73	50	123
Dont Part du Groupe	**(188)**	**244**	**56**	**(78)**	**126**	**48**

EBITDA et ROC consolidés

EBITDA

En M€	S1 2016	S1 2017		Variation	
		TCR	TCC	TCR	TCC
France	267	292	291	+ 9,5 %	+ 8,9 %
E-commerce	1	(7)	(7)	n.s	n.s
Latam Retail	332	529	451	+ 59,3 %	+ 35,8 %
Groupe	**600**	**814**	**735**	**+ 35,7 %**	**+ 22,5 %**

ROC

En M€	S1 2016	S1 2017		Variation	
		TCR	TCC	TCR	TCC
France	85	121	120	+ 42,9 %	+ 41,6 %
E-commerce	(9)	(19)	(19)	- 97,0 %	- 97,0 %
Latam Retail	206	364	310	+ 76,4 %	+ 50,1 %
Groupe	**281**	**466**	**411**	**+ 65,6 %**	**+ 46,0 %**

Autres produits et charges opérationnels

	Total	Dont France	Dont Latam
Résultat de cession d'actifs, périmètre et perte de valeur sur actifs	**(77)**	**(62)**	**(13)**
Résultats de cessions d'actifs	23	24	(1)
Produits et charges liées à des opérations de périmètre	(55)	(54)	(1)
Pertes nettes de valeur des actifs	(45)	(32)	(12)
Autres produits et charges opérationnels	**(197)**	**(107)**	**(84)**
Total	**(274)**	**(169)**	**(98)**

Résultat financier normalisé*

M€	S1 2016	S1 2017	
		Change réel	Change constant
France Retail	(14)	**(65)**	**(71)**
E-commerce	(12)	**(18)**	**(18)**
Latam Retail	(143)	**(163)**	**(142)**
Dont Éxito (Hors GPA Food)	(59)	**(65)**	**(60)**
Dont Brésil	(84)	**(98)**	**(82)**
Total	**(169)**	**(246)**	**(231)**

* Le résultat financier normalisé correspond au Résultat financier corrigé des éléments financiers non récurrents. Les éléments financiers non récurrents regroupent les variations de juste valeur des dérivés actions (par exemple les instruments de Total Return Swap et Forward portant sur les titres GPA) et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens

Quote part de résultat net des entreprises associées et co-entreprises

	S1 2016	S1 2017
France Retail	4	**(0)**
Dont Mercialys	*20*	***13***
Dont Franprix Leader Price	*(20)*	***(15)***
Dont Autres	*4*	***1***
Latam Retail	11	**5**
Total	**14**	**5**

Intérêts minoritaires normalisés*

	S1 2016	S1 2017
France Retail	1	**2**
E-commerce	(16)	**(10)**
Latam Retail	51	**130**
Dont Éxito (hors GPA Food)	19	**15**
Dont GPA Food	32	**115**
Total	**35**	**123**

* Les intérêts minoritaires normalisés correspondent à la part des intérêts non contrôlés du résultat net normalisé; ils correspondent donc à la part des intérêts ne donnant pas le contrôle du résultat net des activités poursuivies, corrigée des effets des intérêts ne donnant pas le contrôle des autres produits et charges opérationnels et des effets des intérêts ne donnant pas le contrôle des éléments financiers non récurrents, ainsi que des produits et charges d'impôts non récurrents

Résultat net et BNPA normalisés

	S1 2016	S1 2017
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires avant dilution	112 071 429	**110 852 275**
Résultat net Part du Groupe normalisé (en M€)	56	**48**
Dividendes attribuables aux TSSDI (en M€)	(46)	**(43)**
Résultat attribuable aux ORA Monoprix (en M€)	(7)	**0**
Résultat net part du Groupe normalisé dilué (en M€)	4	**5**
BNPA normalisé, dilué* (€)	0,03	**0,05**

* BNPA normalisé dilué : intègre l'effet de dilution lié aux ORA Monoprix et aux TSSDI

Tableau de financement

En M€	S1 2016	S1 2017
Dette financière nette à l'ouverture	**(6 073)**	**(3 367)**
Capacité d'autofinancement	**503**	**794**
Variation de BFR	(2 686)	(2 646)
Impôts versés	(111)	(40)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	**(2 294)**	**(1 892)**
Acquisitions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placements	(660)	(659)
Acquisitions d'actifs financiers	(9)	(17)
Cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placements	117	175
Cessions d'actifs financiers	14	3
Variation de périmètre et autres opérations avec les actionnaires minoritaires	3 677	(212)
Variation des prêts et avances consentis	6	(30)
Variation de l'autocontrôle	(4)	1
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère et aux intérêts ne donnant pas le contrôle	(380)	(197)
Dividendes versés aux TSSDI	(42)	(41)
Remboursement d'obligations remboursables en actions	(500)	0
Intérêts financiers nets versés	(218)	(548)
Variation de dette non cash	94	1 152
Écarts de conversion	(71)	38
Dette financière nette au 30/06	**(6 343)**	**(5 594)**

Bilan consolidé simplifié

En M€	S1 2016	S1 2017
Goodwill	10 228	**9 214**
Immobilisations incorporelles, corporelles et immeubles de placement	12 927	**10 921**
Participations entreprises associées et co-entreprises	667	**607**
Autres actifs non courants	2 051	**1 384**
Impôts différés actifs	519	**700**
Stocks	5 016	**3 967**
Clients et autres créances	3 947	**2 243**
Trésorerie et équivalents de trésorerie	4 147	**3 287**
Actifs détenus en vue de la vente	17	**5 416**
Total actif	**39 521**	**37 739**
Capitaux propres	14 668	**13 446**
Provisions à long terme	1 075	**828**
Passifs financiers non courants	8 106	**7 831**
Impôts différés passifs	1 219	**970**
Autres passifs non courants	857	**458**
Provisions court terme	187	**165**
Fournisseurs	6 081	**5 294**
Autres dettes	4 292	**2 865**
Passifs financiers courants	3 036	**2 283**
Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente	-	**3 599**
Total passif	**39 521**	**37 739**

CAPEX nets par entité

M€	S1 2016	S1 2017
France	285	206
E-commerce	15	21
Latam Retail	206	224
Total*	**506**	**452**

* Montant des CAPEX Groupe excluant les montants relatifs aux segments Asie et Latam Electronics

Instruments dérivés inclus dans les autres passifs

En M€	% capital	Date de maturité	Taux d'intérêt	Notionnel	JV au 30/06/2016	JV au 30/06/2017
Forward GPA	2,2 %	Février 2020	Libor 3M + 2,04 %	209	**(232)**	**(109)**
TRS GPA	2,9 %	Juin 2018	E3M + 2,695 %	332	**(226)**	**(200)**
Total					**(458)**	**(308)**

- La maturité du forward GPA a été portée à février 2020 et le spread réduit de 72 points de base, de 276 à 204 bp. Pour rappel, postérieurement au 30 juin 2016, le nominal du forward GPA a été réduit à 105 M$.
- Les autres paramètres de l'instrument ainsi que ceux du TRS GPA demeurent inchangés.

Puts intégrés dans le bilan

En M€	% capital	Valorisation au 30/06/2016	Valorisation au 30/06/2017	Période d'exercice
Franprix - Leader Price	Magasins franchisés détenus majoritairement	65	**52**	Différentes dates
Monoprix		2	**1**	À tout moment ➔ fin 2017
Uruguay (Disco)		87	**110**	À tout moment ➔ 2021
Total		**153**	**162**	

Puts hors bilan

En M€	% capital	Valorisation au 30/06/2016	Valorisation au 30/06/2017	Période d'exercice
Franprix - Leader Price	Magasins franchisés détenus minoritairement	11	**3**	Différentes dates
Total (hors bilan)		**11**	**3**	

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 », « croit », « a 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 assujettis 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 6 avril 2017. 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.