

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3^{EME} TRIMESTRE 2014

Ventes du Groupe de **12** milliards d'euros, en croissance totale de **+1,6%** et de **+2,8%** en organique

■ En France,

- ▶ Chez Géant, les volumes PGC-FI s'inscrivent en croissance (+1,4%) sur une base 2013 déjà en progression. Sur deux ans, la croissance des volumes PGC-FI est désormais positive à +2,3%. Sur les quatre dernières semaines, la progression des volumes alimentaires est de +3,6%
- ▶ Après une faible activité durant l'été, bonnes tendances en septembre et au début du mois d'octobre dans toutes les enseignes

- A l'International, chiffre d'affaires en croissance organique de **+6,1%**, porté par les ventes alimentaires au Brésil en croissance de **+6,7%** en organique et par une bonne dynamique d'expansion dans l'ensemble des zones

GMV de Cnova (E-commerce) de **1 098,8** millions d'euros, en très forte croissance de **+30,6%**

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE AU 3^{EME} TRIMESTRE 2014

CA CONSOLIDE HT en M€	Variation T3 2014/T3 2013		
	T3 2014	Croissance totale	Organique
Total activités poursuivies	11 967	+1,6%	+2,8%
France	5 108	-2,6%	-1,6%
International	6 859	+5,0%	+6,1%

Au 3^{ème} trimestre 2014, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 12 Mds€. L'effet change est désormais neutre sur la période. Hors variations de périmètre et effet calendaire, la croissance organique est de +2,8% dont +6,1% à l'international et -1,6% en France. La progression du chiffre d'affaires est de +5,0% à l'international et de +1,6% pour le Groupe. L'effet calendaire est de -0,7% en moyenne en France et de -0,3% à l'international.

PERFORMANCE PAR SECTEUR

VARIATIONS CA CONSOLIDÉ HT				
(en M€)	T3 2013	T3 2014	Croissance totale	Croissance organique
France Retail	4 920	4 730	-3,9%	-2,7%
Latam Retail	3 603	3 776	+4,8%	+7,0%
Latam Electronics	1 718	1 754	+2,1%	+0,4%
Asie	858	866	+0,9%	+3,1%
E-commerce	677 ⁽¹⁾	841	+24,2%	+23,6%

⁽¹⁾ Données publiées en 2013

Au 3^{ème} trimestre 2014, les **activités de distribution alimentaire en France** s'inscrivent en repli de -2,7% en organique, impactées par l'exposition élevée du Groupe sur les zones touristiques, qui ont été affectées par la mauvaise saison. Les ventes intègrent par ailleurs les baisses de prix chez Géant et Leader Price ainsi que la déflation des fruits et légumes. Après une faible activité durant l'été, les tendances se sont sensiblement améliorées en septembre et début octobre dans toutes les enseignes. Le chiffre d'affaires total inclut un effet calendaire de -0,7% et un effet essence de -0,5%.

Les **activités de distribution alimentaire en Amérique Latine et en Asie** enregistrent de bonnes performances. La croissance des ventes est satisfaisante au Brésil, en Colombie et en Uruguay. Malgré un contexte macroéconomique peu favorable, les ventes de l'Asie sont en progression organique notamment tirées par un bon niveau d'expansion.

Les ventes des activités **Latam Electronics** (Viavarejo), qui se comparent à un T3 2013 particulièrement dynamique, sont en légère progression en organique dans un contexte d'anticipation des ventes liées à la coupe du monde sur le T2.

L'activité de **E-commerce** du Groupe (Cnova) est en très forte croissance dans l'ensemble des zones.

ANALYSE DES PERFORMANCES PAR SECTEUR

■ France Retail

Le secteur France Retail inclut essentiellement l'activité des enseignes **Casino**, **Monoprix**, **Franprix-Leader Price** et **Vindémia**.

PERFORMANCES DES PRINCIPALES ENSEIGNES				
(en M€)	T3 2013	T3 2014	Croissance totale	Croissance organique
Géant Casino	1 307	1 232	-5,7%	-3,9%
SM Casino	943	893	-5,3%	-4,4%
Monoprix	944	921	-2,4%	-1,9%
Franprix - Leader Price	1 026	1 012	-1,3%	+0,2%
Proximité & Divers ⁽¹⁾	701	671	-4,3%	-4,3%

⁽¹⁾ Inclut les activités de restauration, immobilier, divers et l'Océan Indien

Au 3ème trimestre 2014, les ventes des **activités de distribution alimentaire** en France s'élèvent à **4 730 millions d'euros**.

Les tendances du trimestre sont marquées par l'exposition élevée du Groupe sur les zones touristiques, affectées par la mauvaise saison, et par les baisses de prix chez Géant et Leader Price ainsi que par la déflation des fruits et légumes. Plus faible durant l'été, l'activité s'est sensiblement améliorée en septembre puis au début du mois d'octobre.

Dans ce contexte, les ventes à magasins comparables des hypermarchés **Géant** s'inscrivent en repli de -3,9% intégrant les baisses de prix (y compris la déflation des fruits et légumes). Les volumes PGC-FI sont en croissance de +1,4% au T3 2014 après une croissance de +0,8% au T3 2013. Cette tendance montre une amélioration séquentielle par rapport au T2 2014, où les volumes s'inscrivaient en croissance sur une baisse au T2 2013. Sur deux ans, les volumes PGC-FI s'inscrivent désormais en croissance à +2,3%. Sur les quatre dernières semaines, la progression des volumes alimentaires est de +3,6%.

Les ventes comparables des **Supermarchés Casino** s'inscrivent en repli de -4,6% avec un effet de baisses de prix incluant la déflation significative des fruits et légumes. L'activité s'est améliorée depuis septembre, avec un panier moyen stable. Le trafic est stable sur les quatre dernières semaines.

Les ventes de **Monoprix** s'établissent en retrait de -1,9% en organique. Elles sont impactées par la fermeture de certains magasins à 21h (effet de -1,1%) et par la cession de magasins à la demande de l'autorité de la concurrence (effet de -0,5%). Le site Monoprix.fr poursuit sa croissance de façon satisfaisante et l'enseigne Naturalia enregistre de très bonnes performances.

Les ventes totales de **Franprix-Leader Price**, en baisse de -1,3% (vs -2,5% au T2 2014), bénéficient notamment des bonnes performances des magasins « Le Mutant » récemment acquis.

Le repositionnement tarifaire de **Leader Price** se traduit par une baisse du chiffre d'affaires comparable et par une amélioration progressive du trafic. Celui-ci s'est redressé pour devenir stable en septembre et positif sur les quatre dernières semaines. La part de marché de Leader Price est stable⁽¹⁾.

Les ventes du secteur **Proximité & divers** s'inscrivent en repli de -4,3% en organique. Les magasins de proximité ont été affectés par leur positionnement dans les zones touristiques et par la fin du contrat d'approvisionnement avec les Coop d'Alsace (impact de -2%). L'expansion reste dynamique en franchise.

■ Latam Retail

Le secteur Latam Retail inclut l'activité des groupes **GPA** (enseignes alimentaires), **Exito** et **Libertad**.

Au 3ème trimestre 2014, les ventes **des activités de distribution alimentaire** en Amérique Latine s'élèvent à **3 776 millions d'euros**, en forte croissance organique de +7%. L'effet du change est en nette amélioration à -0,3% (vs -13,3% au T2 2014).

Au Brésil, les ventes de **GPA (Multivarejo et Assai)** enregistrent une croissance organique de +6,7%. A l'exception des hypermarchés, impactés par l'anticipation sur le T2 des ventes non-alimentaires liées à la coupe du monde, les formats Pão de Açúcar et Minimercado ont poursuivi leurs bonnes performances. Les magasins de cash & carry **Assai** enregistrent une très forte croissance de +31,2%⁽²⁾. GPA poursuit son expansion sur les formats porteurs.

GPA a publié son chiffre d'affaires du T3 2014 le 10 octobre 2014.

Les ventes d'**Exito** poursuivent leur amélioration séquentielle, en lien avec de meilleures tendances de consommation en Colombie et un bon niveau d'expansion.

Exito publiera ses résultats du T3 2014 le 29 octobre 2014.

⁽¹⁾ Source : Kantar P09 2014

⁽²⁾ Données publiées par la filiale

■ Latam Electronics

Le secteur Latam Electronics inclut l'activité du groupe **Viavarejo** qui réunit les enseignes Casas Bahia et Ponto Frio.

Au 3^{ème} trimestre 2014, les ventes des activités **Latam Electronics** s'élèvent à **1 754 millions d'euros**. Elles s'inscrivent en légère progression de +0,4% en organique et de +0,2%⁽¹⁾ en comparable, sur une base particulièrement dynamique (+13,6%⁽¹⁾ de croissance comparable au T3 2013) et dans le contexte de report sur le T2 des ventes liées à la coupe du monde.

Viavarejo poursuit ses plans d'amélioration opérationnelle.

■ Asie

Le secteur Asie inclut l'activité des enseignes des groupes **Big C Thaïlande** et **Big C Vietnam**.

Au 3^{ème} trimestre 2014, les ventes totales de **l'Asie** s'élèvent à **866 millions d'euros** en croissance organique de +3,1%, dont +3,6% en Thaïlande, en dépit du contexte macroéconomique difficile. Les ventes totales sont impactées par un effet change de -1,6% (contre -11,9% au T2 2014).

Big C Thaïlande a publié son chiffre d'affaires du T3 2014 le 13 octobre 2014.

⁽¹⁾ Données publiées par la filiale

■ Contribution du E-commerce Groupe à l'activité de Casino

Ce segment, qui réunit les activités de la société Cnova, inclut les contributions de **Cdiscount** ainsi que de ses sites spécialisés et internationaux lancés au cours du premier semestre et de **Cnova Brésil**.

Au 3^{ème} trimestre 2014, le chiffre d'affaires du **E-commerce** s'élève à **841 millions d'euros**, en très forte croissance de +24,1%.

E-COMMERCE GROUPE (ACTIVITES DE LA SOCIETE CNOVA)	T3 2013 ⁽²⁾	T3 2014	Croissance totale
			T3 2014
GMV ⁽¹⁾ (volume d'affaires) TTC	841,3	1 098,8	+30,6%
Ca ⁽³⁾ net en M€	678,2	841,4	+24,1%
Clients actifs ⁽⁴⁾ (en millions)	10,1	12,9	+27,6%
Commandes ⁽⁵⁾ (en millions)	5,6	7,8	+39,0%
Unités vendues (en millions)	9,8	13,5	+38,9%

CDISCOUNT ⁽⁶⁾	T3 2013 ⁽²⁾	T3 2014	Croissance totale
			T3 2014
GMV ⁽¹⁾ (volume d'affaires) TTC	450,5	560,7	+24,5%
Ca net en M€	333,4	384,3	+15,3%
Quote-part de la marketplace ⁽⁷⁾ (%)	12,5%	20,5%	+800bp
Quote-part des ventes sur mobile (%)	12,2%	19,3%	+713bp

CNOVA BRESIL	T3 2013 ⁽²⁾	T3 2014	Croissance totale
			T3 2014
GMV ⁽¹⁾ (volume d'affaires) TTC	1 181,4	1 623,5	+37,4%
Ca net en MBRL	1 043,5	1 378,6	+32,1%
Quote-part de la marketplace ⁽⁸⁾ (%)	1,9%	11,9%	+992bp
Quote-part des ventes sur mobile (%)	4,0%	9,8%	+584bp

⁽¹⁾ GMV : Gross Merchandise Volume

⁽²⁾ Le chiffre d'affaires est comptabilisé à la réception des marchandises par les clients. Les chiffres du T3 2013 ont été retraités en conséquence.

⁽³⁾ L'écart entre le chiffre d'affaires présenté ci-dessus et celui publié par Cnova le 6 octobre 2014 s'explique principalement par la différence de périmètre de consolidation entre les deux groupes et par des éliminations de transactions intercompagnies chez Casino

⁽⁴⁾ Clients actifs fin septembre ayant réalisé au moins 1 achat sur les 12 derniers mois

⁽⁵⁾ Total commandes promises placées par les clients avant annulation pour fraude ou incidents de paiement, et effets de cut-off

⁽⁶⁾ y compris sites spécialisés et sites internationaux

⁽⁷⁾ Quote-part de la marketplace du site www.cdiscount.com

⁽⁸⁾ Quote-part de la marketplace du site www.extra.com.br

ANNEXES

DETAIL ET EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

La croissance organique s'entend à périmètre et change constants, hors essence et calendrier sauf mention du contraire.

Le chiffre d'affaires 2013 présenté ci-dessous (« T3 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 : Geimex (Leader Price à l'international) sur le T3 2013 et le T3 2014
- En Uruguay : Disco sur le T3 2013 et le T3 2014

Le chiffre d'affaires du T3 2013 retraité présenté ci-dessous diminue de 54,4M€ par rapport à celui publié l'année dernière, principalement au titre de Disco et Geimex.

Le chiffre d'affaires de l'activité de e-commerce est comptabilisé à la réception des marchandises par les clients. Les chiffres consolidés du T3 2013 ont été retraités en conséquence ainsi que les revenus locatifs des galeries commerciales de GPA.

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

Le chiffre d'affaires 2013 retraité résulte de l'application rétrospective de la norme IFRS 11 (suppression de la consolidation proportionnelle en 2013 des co-entreprises du Groupe). Il n'en est pas tenu compte dans les évolutions exprimées par rapport au chiffre d'affaires du T3 2013 tel que publié en 2013. Les chiffres publiés en 2014 tiennent compte de la suppression de l'intégration proportionnelle.

En M€	T3 2013 publié	T3 2013 retraité	T3 2014	Croissance totale
				<i>Variations T3 2014/T3 2013 retraité</i>
Activités poursuivies	11 777	11 722	11 967	+2,1%
France Retail	4 920	4 906	4 730	-3,6%
Latam Retail	3 603	3 563	3 776	+6,0%
Latam Electronics	1 718	1 718	1 754	+2,1%
Asie	858	858	866	+0,9%
E-commerce	677	678	841	+24,1%

PRINCIPALES VARIATIONS DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION

- 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 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

TAUX DE CHANGE

Taux de change moyens	T3 2013	T3 2014	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	7,4078	10,9854	-32,57%
Uruguay (EUR/UYP)	28,6281	31,3228	-8,60%
Thaïlande (EUR/THB)	41,6751	42,5627	-2,09%
Vietnam (EUR/VND) (x 1000)	28,0207	28,1628	-0,50%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	2,5263	2,5299	-0,14%
Brésil (EUR/BRL)	3,0304	3,0137	+0,55%

PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE

France	31 déc. 2013	30 juin 2014	30 sept. 2014
HM Géant Casino	126	126	126
<i>Dont Affiliés France</i>	7	7	7
<i>Affiliés International</i>	9	9	9
+ Stations-service	97	97	97
SM Casino	444	444	443
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	60	60	61
<i>Affiliés Franchisés International</i>	34	32	30
+ Stations-service	176	177	176
Monoprix	584	601	599
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	162	174	178
<i>Naturalia</i>	77	79	80
<i>Naturalia franchisé</i>	1	2	2
Franprix	885	886	872
<i>Dont Franchisés</i>	344	345	333
Leader Price	619	728	761
<i>Dont Franchisés</i>	120	189	204
Total SM et Discount	2 532	2 659	2 675
PROXIMITE	7 347	6 821	6 800
Autres activités (Restauration, Drive...)	512	549	565
TOTAL France hors stations-service	10 517	10 155	10 166
International	31 déc. 2013	30 juin 2014	30 sept. 2014
ARGENTINE	22	26	27
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	7	11	12
URUGUAY	54	54	54
HM Géant	2	2	2
SM Disco	28	28	28
SM Devoto	24	24	24
BRESIL	1 999	1 992	2 037
HM Extra	138	137	137
SM Pao de Açucar	168	166	171
SM Extra	213	213	208
Assai (discount)	75	78	80
SUP Extra Facil et Mini Mercado Extra	164	184	213
Casas Bahia	602	611	622
Ponto Frio	397	361	364
Drugstores	157	159	159
+ Stations-service	85	83	83
COLOMBIE	739	982	1 146
HM Exito	85	85	82
SM Exito et Carulla	145	146	151
Surtimax (discount)	415	658	816
<i>Dont « Aliados »</i>	269	508	662
Exito Express et Carulla Express	91	90	94
Autres	3	3	3
THAILANDE	559	616	624
HM Big C	119	123	123
SM Big C	30	32	35
SUP Mini Big C	278	313	316
Pure	132	148	150
VIETNAM	35	38	38
HM Big C	25	28	28
Proximité	10	10	10
OCEAN INDIEN	131	131	129
TOTAL International	3 539	3 839	4 055

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

Aziza BOUSTER

Tél : +33 (0)1 53 65 24 78
Mob : +33 (0)6 08 54 28 75

abouster@groupe-casino.fr

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.