

## CHIFFRE D'AFFAIRES - T4 2014

Amélioration de la croissance organique du **Groupe** à +3,1% (contre +2,8% au T3)

- Redressement de la croissance organique en **France** : -0,4% contre -1,6% au T3
- Maintien d'un bon niveau de croissance organique à l'**international** (+5,6%)

Sur l'ensemble de l'année, les ventes du Groupe s'établissent à 48,5 milliards d'euros, en croissance organique de +4,7%

**Ventes du Groupe de 13,3 milliards d'euros au T4 2014, en croissance totale de +1,3% et de +3,1% en organique (contre +2,8% au T3 2013)**

- **En France**, nette amélioration de la croissance organique au T4 2014 (-0,4% vs -1,6% au T3 2014) ; le trafic et les volumes sont désormais positifs (+0,6% et +0,8% en comparable et +0,7% et +1,7% en tous magasins respectivement) :
  - Amélioration séquentielle sur l'ensemble des enseignes
  - Chez **Géant**, les ventes à magasins comparables sont en amélioration à -2,3% (vs -3,9% au T3 2014) ; en alimentaire, les ventes s'améliorent fortement et progressent de +1,6% contre -1,3% au T3 2014. Le trafic est en croissance de +1,8% et les volumes de +4,6%, dont +5,7% en PGC
  - Chez **Leader Price**, le trafic est désormais positif à magasins comparables, en croissance de +1,2%, et les volumes sont stables. Les ventes totales progressent de +2,3%. En tous magasins, le trafic progresse de +9,5% et les volumes de +5,8%
- **A l'International**, croissance organique de +5,6%, tirée par les ventes du Brésil et la bonne tenue de l'Asie, dont les ventes à magasins comparables se redressent

**Volume d'affaires de Cnova (E-commerce) de 1 469,2 millions d'euros, en forte croissance de +28,6%**

CA CONSOLIDE HT en M€	Variation T3 2014/T3 2013			Variation T4 2014/T4 2013		
	T3 2014	Croissance totale	Organique	T4 2014	Croissance totale	Organique
Total activités poursuivies	11 967	+1,6%	+2,8%	13 278	+1,3%	+3,1%
France	5 108	-2,6%	-1,6%	5 397	-1,6%	-0,4%
International	6 859	+5,0%	+6,1%	7 881	+3,5%	+5,6%

**Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014**, hors variations de périmètre et effet calendaire, la croissance organique est en amélioration séquentielle à +3,1% dont +5,6% à l'international et -0,4% en France. L'écart entre la croissance organique et la croissance totale des ventes du Groupe s'explique principalement par un effet change négatif de -1,4% et par un effet essence de -0,5% (dont -0,9% pour la France) lié à la baisse marquée des prix des hydrocarbures au cours du trimestre. L'effet calendaire est de -0,3% en moyenne en France et de +0,6% à l'international.

*nota : Les évolutions en organique et en comparable sont hors effets essence et calendaire.*

\*\*\*

## PERFORMANCE TRIMESTRIELLE DU CA CONSOLIDÉ HT

GROUPE : PAR SECTEUR		T3				T4				
(en M€)	T3 2013	T3 2014	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T4 2013	T4 2014	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
France Retail	4 920	4 730	-3,9%	-2,7%	-4,8%	5 026	4 870	-3,1%	-1,9%	-2,7%
Latam Retail	3 603	3 776	+4,8%	+7,0%	+1,8%	4 263	4 341	+1,8%	+5,1%	+1,1%
Latam Electronics	1 718	1 754	+2,1%	+0,4%	-0,1%	2 016	2 014	-0,1%	+2,4%	+1,2%
Asie	858	866	+0,9%	+3,1%	-2,8%	875	955	+9,2%	+3,1%	-0,4%
E-commerce	677 <sup>(1)</sup>	841	+24,2%	+23,6%	+23,6%	922 <sup>(1)</sup>	1 098	+19,0%	+22,2%	+21,1%

<sup>(1)</sup> Données publiées en 2013

La croissance organique des **activités de distribution alimentaire en France** s'inscrit en amélioration séquentielle (-1,9% au T4 2014 vs -2,7% au T3 2014), tirée par le redressement de l'ensemble des enseignes à magasins comparables.

Les activités de **distribution alimentaire en Amérique Latine et en Asie** sont en progression de +5,1% et de +3,1% respectivement en organique.

Les ventes des activités **Latam Electronics (Viavarejo)** s'inscrivent en progression de +2,4% en organique, en nette amélioration par rapport au T3 2014 (+0,4%).

FRANCE RETAIL : PAR ENSEIGNE		T3				T4				
(en M€)	T3 2013	T3 2014	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T4 2013	T4 2014	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
Géant Casino	1 307	1 232	-5,7%	-3,9%	-3,9%	1 313	1 255	-4,4%	-2,3%	-2,3%
SM Casino	943	893	-5,3%	-4,4%	-4,6%	849	808	-4,9%	-3,2%	-2,9%
Monoprix	944	921	-2,4%	-1,9%	-2,7%	1 100	1 094	-0,5%	-0,7%	-1,4%
Franprix Leader Price	1 026	1 012	-1,3%	+0,2%	-8,7%	1 121	1 082	-3,5%	-2,0%	-5,9%
Proximité & Divers	701	671	-4,3%	-4,3%	-3,8%	643	632	-1,7%	-2,0%	+0,2%

Les ventes à magasins comparables des hypermarchés **Géant** sont en nette amélioration à -2,3% (vs -3,9% au T3 2014) malgré l'impact de la baisse des prix passée et des réductions de surfaces non-alimentaires. Chez **Leader Price**, le trafic est désormais positif à magasins comparables, en croissance de +1,2%, et les volumes sont stables. Les ventes totales progressent de +2,3%. En tous magasins, le trafic progresse de +9,5% et les volumes de +5,8%.

Les ventes à magasins comparables des **Supermarchés Casino** sont en amélioration séquentielle (-2,9% vs -4,6%). Le trafic est stable.

En dépit d'un environnement difficile pour les ventes textiles et de la fermeture de certains magasins à 21h, les ventes de **Monoprix** s'améliorent en organique et à magasins comparables par rapport au T3 2014.

Les ventes à magasins comparables du secteur **Proximité & Divers** sont en forte progression par rapport au T3 2014, tirées par l'amélioration du trafic.

## Contribution du E-commerce Groupe (Cnova) à l'activité de Casino

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014, la GMV (volume d'affaires) du E-commerce s'élève à **1 469,2 millions d'euros**, en forte croissance de +28,6% et le chiffre d'affaires à **1 098 millions d'euros** en progression de +19,9%.

E-COMMERCE GROUPE (CNOVA)	T3 2013 <sup>(2)</sup>	T3 2014	Croissance totale	T4 2013 <sup>(2)</sup>	T4 2014	Croissance totale
<b>GMV<sup>(1)</sup> (volume d'affaires) TTC</b>	841,3	1 098,8	+30,6%	1 142,7	1 469,2	+28,6%
<b>Ca<sup>(3)</sup> net en M€</b>	678,2	841,4	+24,1%	915,7	1 098,0	+19,9%
Clients actifs <sup>(4)</sup> (en millions)	10,1	12,9	+27,6%	11,0	13,6	+23,1%
Commandes <sup>(5)</sup> (en millions)	5,6	7,8	+39,0%	7,9	10,8	+38,0%
Unités vendues (en millions)	9,8	13,5	+38,9%	15,1	20,8	+37,3%
<b>CDISCOUNT<sup>(6)</sup></b>						
<b>GMV<sup>(1)</sup> (volume d'affaires) TTC</b>	450,5	560,7	+24,5%	621,1	792,1	+27,5%
<b>Ca<sup>(3)</sup> net en M€</b>	333,4	384,3	+15,3%	458,5	537,1	+17,1%
Quote-part de la marketplace <sup>(7)</sup> (%)	12,5%	20,5%	+800bp	13,2%	21,5%	836bp
Quote-part des ventes sur mobile (%)	12,2%	19,3%	+713bp	14,0%	21,6%	753bp
<b>CNOVA BRESIL</b>						
<b>GMV<sup>(1)</sup> (volume d'affaires) TTC</b>	1 181,4	1 623,5	+37,4%	1 589,0	2 141,0	+34,7%
<b>Ca<sup>(3)</sup> net en MBRL</b>	1 043,5	1 378,6	+32,1%	1 394,0	1 774,5	+27,3%
Quote-part de la marketplace <sup>(8)</sup> (%)	1,9%	11,9%	+992bp	3,8%	12,4%	865bp
Quote-part des ventes sur mobile (%)	4,0%	9,8%	+584bp	4,4%	10,5%	600bp

<sup>(1)</sup> GMV : Gross Merchandise Volume

<sup>(2)</sup> Le chiffre d'affaires est comptabilisé à la réception des marchandises par les clients. Les chiffres du T4 2013 ont été retraités en conséquence.

<sup>(3)</sup> L'écart entre le chiffre d'affaires présenté ci-dessus et celui publié par Cnova le 12 janvier 2015 s'explique principalement par la différence de périmètre de consolidation entre les deux groupes et par des éliminations de transactions intercompagnies chez Casino

<sup>(4)</sup> Clients actifs fin décembre ayant réalisé au moins 1 achat sur les 12 derniers mois

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

<sup>(6)</sup> y compris sites spécialisés et sites internationaux

<sup>(7)</sup> Quote-part de la marketplace du site [www.cdiscount.com](http://www.cdiscount.com)

<sup>(8)</sup> Quote-part de la marketplace du site [www.extra.com.br](http://www.extra.com.br)

## ANNEXES

### CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL 2014

En 2014, les ventes du Groupe sont de 48,5 Mds€ en croissance organique de +4,7% tirée par l'augmentation des ventes à magasins comparable, une expansion toujours soutenue à l'international sur l'ensemble des zones et les bonnes performances du E-commerce.

L'effet change est globalement défavorable pour le groupe en 2014.

CA CONSOLIDE HT en M€	Variation 2014/2013		
	2014	Croissance totale	Organique
<b>Total activités poursuivies</b>	48 493	-0,3%	+4,7%
France	20 431	+0,4%	-1,1%
International	28 061	-0,8%	8,5%

GROUPE : PAR SECTEUR (en M€)	2014				
	2013 publié	2014	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
France Retail <sup>(1)</sup>	18 945	18 848	-0,5%	-2,1%	-3,5%
Latam Retail	15 661	15 422	-1,5%	+8,8%	+3,8%
Latam Electronics	7 576	7 245	-4,4%	+4,0%	+2,7%
Asie	3 561	3 513	-1,3%	+4,2%	-1,3%
E-commerce	2 902	3 465	+19,4%	+25,4%	+24,7%

<sup>(1)</sup> Le secteur France Retail inclut Mercialis en 2013

## DETAIL ET EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES T4 2014

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 (« T4 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 T4 2013 et le T4 2014
- En Uruguay : Disco sur le T4 2013 et le T4 2014

Le chiffre d'affaires du T4 2013 retraité présenté ci-dessous diminue de 79M€ 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 T4 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 2014 des co-entreprises du Groupe). Il n'en est pas tenu compte dans les évolutions exprimées par rapport au chiffre d'affaires du T4 2013 tel que publié en 2013. Les chiffres publiés en 2014 tiennent compte de la suppression de l'intégration proportionnelle.

En M€	T4 2013 publié	T4 2013 retraité	T4 2014	Croissance totale
				Variations T4 2014/T4 2013 retraité
Activités poursuivies	13 102	13 023	13 278	+2,0%
France Retail	5 026	5 005	4 870	-2,7%
Latam Retail	4 263	4 212	4 341	+3,1%
Latam Electronics	2 016	2 016	2 014	-0,1%
Asie	875	875	955	+9,2%
E-commerce	922	916	1 098	+19,9%

## PRINCIPALES VARIATIONS DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION

- Consolidation en intégration globale du MUTANT à partir du 8 mars 2014
- Consolidation en intégration globale de SUPER INTER à partir du 16 Octobre 2014

## TAUX DE CHANGE

Taux de change moyens	T4 2013	T4 2014	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	8,2366	10,6343	-22,5%
Uruguay (EUR/UYP)	29,1126	30,1782	-3,5%
Thaïlande (EUR/THB)	43,1513	40,8780	+5,6%
Vietnam (EUR/VND) (x 1000)	28,7259	26,5534	+8,2%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	2,6028	2,7143	-4,1%
Brésil (EUR/BRL)	3,0931	3,1758	-2,6%

## PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE

FRANCE	30 juin 2014	30 sept. 2014	31 déc. 2014
<b>HM Géant Casino</b>	<b>126</b>	<b>126</b>	<b>127</b>
<i>Dont Affiliés France</i>	7	7	7
<i>Affiliés International</i>	9	9	10
<b>SM Casino</b>	<b>444</b>	<b>443</b>	<b>444</b>
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	60	61	63
<i>Affiliés Franchisés International</i>	32	30	32
<b>Monoprix</b>	<b>601</b>	<b>599</b>	<b>632</b>
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	174	178	186
<i>Naturalia</i>	79	80	90
<i>Naturalia franchisé</i>	2	2	2
<b>Franprix</b>	<b>886</b>	<b>872</b>	<b>860</b>
<i>Dont Franchisés</i>	345	333	323
<b>Leader Price</b>	<b>728</b>	<b>761</b>	<b>801</b>
<i>Dont Franchisés</i>	189	204	207
<b>Total SM et Discount</b>	<b>2 659</b>	<b>2 675</b>	<b>2 737</b>
<b>Proximité</b>	<b>6 821</b>	<b>6 800</b>	<b>6 825</b>
<b>Autres activités (Restauration, Drive...)</b>	<b>549</b>	<b>565</b>	<b>596</b>
<b>Océan Indien<sup>(1)</sup></b>	<b>131</b>	<b>129</b>	<b>129</b>
<b>TOTAL France</b>	<b>10 286</b>	<b>10 295</b>	<b>10 414</b>
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>30 juin 2014</b>	<b>30 sept. 2014</b>	<b>31 déc. 2014</b>
<b>ARGENTINE</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>27</b>
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	11	12	12
<b>URUGUAY</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
HM Géant	2	2	2
SM Disco	28	28	28
SM Devoto	24	24	24
<b>BRESIL</b>	<b>1 992</b>	<b>2 036</b>	<b>2 143</b>
HM Extra	137	137	137
SM Pao de Açucar	166	171	181
SM Extra	213	208	207
Assai (discount)	78	80	84
SUP Extra Facil et Mini Mercado Extra	184	213	256
Casas Bahia	611	621	663
Ponto Frio	361	364	374
Drugstores	159	159	158
+ Stations-service	83	83	83
<b>COLOMBIE</b>	<b>982</b>	<b>1 146</b>	<b>1 258</b>
HM Exito	85	82	82
SM Exito et Carulla	146	151	153
Surtimax (discount)	658	816	874
<i>Dont « Aliados »</i>	508	662	721
Exito Express et Carulla Express	90	94	102
Autres	3	3	1
<b>THAÏLANDE</b>	<b>616</b>	<b>624</b>	<b>636</b>
HM Big C	123	123	123
SM Big C	32	35	37
SUP Mini Big C	313	316	324
Pure	148	150	152
<b>VIETNAM</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>40</b>
HM Big C	28	28	30
Proximité	10	10	10
<b>TOTAL International</b>	<b>3 708</b>	<b>3 925</b>	<b>4 158</b>

<sup>(1)</sup> Jusqu'au 30 septembre 2014, cette ligne figurait dans le total international

**CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS**

**Régine GAGGIOLI**

Tél : +33 (0)1 53 65 64 17

[rgaggioli@groupe-casino.fr](mailto:rgaggioli@groupe-casino.fr)

**ou**

+33 (0)1 53 65 64 18

[IR\\_Casino@groupe-casino.fr](mailto: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](mailto: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.*