

CHIFFRE D'AFFAIRES – T1 2017

- ❖ Croissance du chiffre d'affaires du Groupe de +11,6%
- ❖ En France, volume d'affaires alimentaire en hausse de +2,0%
- ❖ En Amérique Latine, croissance du chiffre d'affaires organique de +7,7%
- **En France, dans la distribution alimentaire**, trafic en hausse de +1,1% sur l'ensemble des enseignes avec une bonne performance de Monoprix, des Supermarchés Casino et de Franprix :
 - **Monoprix** : poursuite de la dynamique commerciale avec des ventes comparables en hausse de +2,1% et un trafic en croissance de +2,9%
 - **Supermarchés Casino** : poursuite d'une croissance soutenue avec un chiffre d'affaires organique en croissance de +4,1% et un trafic en hausse de +1,9%
 - **Franprix** : chiffre d'affaires en croissance comparable de +1,4% avec un trafic en hausse de +4,1%
 - **Géant Casino** : part de marché stable et chiffre d'affaires alimentaire comparable en hausse (+0,4%)
 - Performance de **Leader Price** en ligne avec le T4 2016 (+0,2% en comparable) avec un trafic stable
- **Cdiscount** : progression du volume d'affaires (GMV) de +7,7% en comparable⁽¹⁾. Croissance du GMV de +10% sur les 8 dernières semaines⁽²⁾.
- **En Amérique Latine**, progression des ventes de +7,7% en organique, dans un contexte de décélération de l'inflation (hors Argentine) :
 - **Exito (hors Brésil)** : croissance organique tirée par les bonnes performances comparables en Uruguay et par l'expansion sur toutes les zones
 - **GPA Food** : poursuite de la croissance de l'activité avec des ventes en hausse de +9,8% en organique, dans un contexte de forte baisse de l'inflation alimentaire

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR

PAR SECTEUR	Variation T4 2016 / T4 2015				Variation T1 2017 / T1 2016			
	en M€	T4 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T1 2017	Croissance totale	Croissance organique
France Retail	4 915	-0,5%	-0,6%	+0,2%	4 504	-1,0%	-0,5%	+0,2%
Cdiscount	584	+5,9%	+5,9%	+7,8%	469	+1,5%	+2,8%	+4,0%
Latam Retail	4 539	+22,5%	+12,3%	+7,5%	4 348	+30,2%	+7,7%	+4,6%
TOTAL GROUPE	10 039	+9,1%	+5,1%	+4,2%	9 321	+11,6%	+3,1%	+2,5%

Suite à la décision de céder Via Varejo (y compris Cnova Brésil) prise en fin d'année 2016 et conformément à la norme IFRS 5, l'activité de Via Varejo (y compris Cnova Brésil) est reclassée en activité abandonnée et ne figure plus dans le chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2016 et 2017.

Au 1^{er} trimestre 2017, le chiffre d'affaires s'établit à 9,3 milliards euros, en croissance de +11,6%. Il bénéficie d'une croissance organique de +3,1%, d'un effet change de +10,1%, d'un effet essence de +0,3% et est pénalisé par un calendrier défavorable de -1,8%, lié au décalage de Pâques et à l'année bissextile en 2016. L'effet périmètre est neutre sur le trimestre.

Nota : Les évolutions en organique et en comparable sont hors effets essence et calendaire

⁽¹⁾ GMV (Gross Merchandise Volume) : volume d'affaires TTC, données communiquées par la filiale. Les données comparables incluent les ajustements suivants : i) la vente ou la fermeture en 2016 des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonCornerDéco, ii) la réduction volontaire des ventes B2B initiée au 3^{ème} trimestre 2016 et iii) le retraitement de l'impact de l'année bissextile (29 février 2016).

⁽²⁾ Tendence commerciale observée sur les 8 dernières semaines arrêtées au 11 avril, sur la base du volume promis B2C

- **France Retail**

PAR ENSEIGNE	Variation T4 2016 / T4 2015				Variation T1 2017 / T1 2016			
	T4 2016	Croissance totale	Croissance organique ⁽¹⁾	Croissance comparable ⁽¹⁾	T1 2017	Croissance totale	Croissance organique ⁽¹⁾	Croissance comparable ⁽¹⁾
Monoprix	1 154	+2,4%	+2,5%	+0,4%	1 066	+1,6%	+2,4%	+2,1%
SM Casino	829	+4,1%	+5,2%	+3,2%	765	+1,6%	+4,1%	+1,9%
Franprix	402	-5,1%	-4,5%	-1,7%	395	-2,0%	-0,3%	+1,4%
Proximité & Divers⁽²⁾	621	-6,5%	-6,9%	-4,8%	593	-5,5%	-5,6%	-3,3%
<i>Dont Proximité</i>	313	-6,4%	-6,3%	-6,1%	321	-6,1%	-5,3%	-4,0%
Hypermarchés⁽³⁾	1 254	-0,3%	+0,7%	+0,7%	1 058	-2,3%	-2,6%	-1,9%
<i>Dont Géant Casino</i>	1 182	-0,4%	+0,6%	+0,6%	1 005	-1,7%	-2,1%	-1,9%
Leader Price	655	-2,6%	-5,9%	+0,1%	626	-0,9%	-2,7%	+0,2%
FRANCE RETAIL	4 915	-0,5%	-0,6%	+0,2%	4 504	-1,0%	-0,5%	+0,2%

En France, les ventes totales s'établissent à 4 504 M€ au T1 2017, en croissance de +0,2% en comparable dont +0,9% en alimentaire. Sur le non-alimentaire, les ventes de Monoprix, positives, sont tirées par la bonne performance du textile ; celles de Géant sont impactées par les réductions de surfaces et par l'effet favorable au T1 2016 du passage obligatoire à la TNT. Le recul de -0,5% du chiffre d'affaires en organique s'explique par les passages en franchises en 2016 et les travaux de rénovation de magasins. Le trafic client progresse de +1,1%, porté par une progression de la fréquentation des supermarchés et des enseignes urbaines. Le Groupe gagne +0,1pt de part de marché sur la dernière période mesurée par Kantar (P03).

- Le chiffre d'affaires comparable de **Monoprix** s'inscrit à nouveau en amélioration par rapport au trimestre précédent, à +2,1% de croissance. Le trafic est en hausse de +2,9%, soit la plus forte hausse enregistrée depuis 2011. Cette croissance confirme la reprise de la dynamique commerciale de l'enseigne, tirée en particulier par l'alimentaire (frais) et le textile. Les ventes alimentaires en ligne enregistrent une croissance à deux chiffres, en lien notamment avec la mise en place de la livraison le jour même. Sur la période, 9 magasins ont été ouverts et 2 magasins significatifs sont ponctuellement fermés pour rénovation (Champs-Élysées et Parly II). La part de marché sur la dernière période mesurée par Kantar (P03) est stable.
- Les **Supermarchés Casino** se maintiennent dans la très bonne tendance de 2016 avec un chiffre d'affaires en croissance organique de +4,1% sur le T1, dont une croissance comparable de +1,9%, tirée par un chiffre d'affaires alimentaire en hausse de +2,4%. Les produits frais, notamment les rayons à services déployés avec le nouveau concept, plus qualitatif, sont particulièrement dynamiques. Le trafic client progresse de +1,9%. La part de marché progresse de +0,1pt en cumul annuel à date (à fin P03).
- Les ventes comparables de **Franprix** sont à nouveau en croissance (+1,4%). Le trafic progresse de +4,1% sur le trimestre, sous l'effet des rénovations de magasins. 65% du parc offre désormais un assortiment rénové (« Mandarine ») ; la totalité du parc intégré devrait être au nouveau concept à la fin du S1 2017. La part de marché de Franprix est à nouveau stable sur la dernière période Kantar (P03).
- Le chiffre d'affaires comparable de la **Proximité** est en amélioration séquentielle sur le T1. L'enseigne poursuit la modernisation de son offre en déployant dans ses magasins intégrés son nouveau concept Petit Casino. Les ventes des franchisés sont en hausse de +6,1% sur le trimestre. La part de ces derniers dans le volume d'affaires passe de 52% au T1 2016 à 58% au T1 2017.

⁽¹⁾ Hors essence et calendaire

⁽²⁾ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

⁽³⁾ Y compris Géant Casino et essentiellement les activités des 4 magasins Codim en Corse

- Chez **Géant Casino** la croissance comparable, à -1,9% au T1 2017, se compare à un T1 2016 en croissance de +4,0%. Les ventes alimentaires comparables sont en croissance de +0,4% sur le trimestre (contre +4,7% au T1 2016), et la part de marché est stable, sans aucune expansion et en dépit d'une baisse des surfaces totales de -1,6%. L'enseigne enregistre de très bonnes performances sur ses espaces Marché (frais) et Bio. La croissance est également dynamique pour l'activité « click-and-collect » (Drives), qui bénéficie de services et d'un assortiment améliorés ; à fin mars 2017 Géant compte ainsi 103 Drives accolés sur un total de 106 magasins intégrés en France. Le recul du non-alimentaire s'explique par les réductions de surfaces et par l'effet favorable, au T1 2016, du passage obligatoire à la TNT et de l'Euro de football.
- **Leader Price** affiche une croissance comparable en ligne avec le T4 2016 (+0,1%), à +0,2%, avec un trafic stable et sous l'effet de l'amélioration séquentielle des volumes, tirés par une offre et une animation commerciale dynamisées en magasins. A fin mars, l'enseigne compte 791 magasins dont 380 franchisés. La part de marché est stable sur la période P03 en dépit des fermetures de 2016.

• Cdiscount

Le volume d'affaires (GMV) de **Cdiscount** s'élève à 770 M€ au T1 2017, en croissance comparable de +7,7%⁽¹⁾. Hors magasin Image et Son, impacté sur le trimestre par le passage obligatoire à la TNT au T1 2016, ce chiffre est de +9,7%. La dynamique commerciale s'est améliorée au cours du trimestre pour atteindre un taux de croissance de GMV de +12% en mars, une tendance qui se confirme sur les 8 dernières semaines arrêtées au 11 avril 2017 (de l'ordre de +10% en vision promis B2C). La quote-part de la marketplace atteint désormais 32,0% (+267bp vs T1 2016), tirée notamment par la hausse du nombre de références (+38%) et l'amélioration continue de la qualité du service client dédié.

Le trafic connaît une croissance soutenue de +11,4%, portée par le canal mobile dont le trafic croît de 633bp, à 57% de quote-part. Les visites mobile ont augmenté de 25% et le taux de transformation a augmenté de plus de 20 points de base. Le nombre de visiteurs uniques moyens mensuels sur ordinateur en janvier et février 2017 est en hausse de 8,0% par rapport à l'année passée pour atteindre 12,2 millions selon Médiamétrie. Sur cet indicateur, Cdiscount est le site le plus dynamique parmi les 5 principaux e-commerçants et consolide sa deuxième position en France. S'agissant du mobile, le nombre de visiteurs uniques moyens est de 6,5 millions sur les deux premiers mois de 2017.

Cdiscount a également continué à renforcer sa présence sur les Réseaux Sociaux. La base de « fans » sur Facebook a ainsi très nettement augmenté entre fin mars 2016 et fin mars 2017, passant de 1,2 million à 1,4 million. Selon l'étude Sprinklr publiée en février 2017, Cdiscount est 2ème parmi 62 distributeurs sur le marché français en termes d'engagements sur les réseaux sociaux, mesurés en nombre d'interactions (like, partage, commentaire).

Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre de façon détaillée le 13 avril 2017.

Chiffres clés ⁽¹⁾	T1 2016	T1 2017	Croissance totale	Croissance comparable ⁽¹⁾
GMV⁽²⁾ (volume d'affaires) TTC	732,4	770,4	+5,2%	+7,7%
Trafic (en millions de visites)	209,9	233,8	+11,4%	
Quote-part trafic mobile (%)	50,6%	56,9%	+633bp	
Clients actifs ⁽³⁾ (en millions)	7,5	8,3	+10,4%	
Unités vendues (en millions)	11,2	12,5	+11,7%	
Commandes ⁽⁴⁾ (en millions)	5,7	6,5	+13,6%	

⁽¹⁾ Chiffres publiés par la filiale. Les données comparables incluent les ajustements suivants : i) la vente ou la fermeture en 2016 des sites spécialisés Comptoir des Parfums, Comptoir Santé et MonComerDéco, ii) la réduction volontaire des ventes B2B initiée au 3ème trimestre 2016 et iii) le retraitement de l'impact de l'année bissextile (29 février 2016).

⁽²⁾ GMV (Gross Merchandise Volume) : volume d'affaires TTC, données communiquées par la filiale

⁽³⁾ Clients actifs au 31 mars ayant effectué au moins un achat sur notre site au cours des 12 derniers mois

⁽⁴⁾ Nombre total de commandes passées avant annulation due à la détection de fraudes et/ou à l'absence de paiement par les clients

- **Latam Retail**

Les ventes des activités du Groupe en Amérique Latine (Groupe Exito et GPA Food) sont en hausse ce trimestre de +7,7% en organique et +4,6% en comparable, dans un contexte de décélération de l'inflation (hors Argentine).

- **Groupe Exito** (hors GPA Food) : croissance organique tirée par les bonnes performances comparables en Uruguay et par l'expansion sur toutes les zones.
- **GPA Food** connaît, ce trimestre, une croissance organique de +9,8% de ses ventes, dont +5,8%⁽¹⁾ en comparable, tirées par le redressement des hypermarchés Extra et la poursuite de la croissance d'Assaí. Ces deux formats surperforment le marché⁽²⁾. Les ventes intègrent ce trimestre l'effet d'une forte baisse de l'inflation alimentaire (5,2% au T1 2017 contre 13,1% au T1 2016). Elles intègrent également la fermeture de 60 magasins sur les 12 derniers mois et 20 sur le trimestre, dont 5 hypermarchés pour conversion au format Assaí.
 - Les ventes d'**Assaí** poursuivent leur progression au T1 2017 avec une croissance des ventes de +28,8% en organique, dont un comparable à +12,9%⁽¹⁾. Le trafic client continue de connaître une croissance à deux chiffres et le parc s'établit fin mars à 106 magasins. A cette date, le chiffre d'affaires d'Assaí représente 38,4% des ventes de GPA Food. L'enseigne poursuit ses gains de parts de marché.
 - **Multivarejo** affiche une croissance comparable de +2,0%, avec un trafic en hausse de +410bps par rapport au T1 2016 et des volumes qui poursuivent leur amélioration. Chez Extra, la croissance des volumes est de +2,0%, avec des ventes comparables en hausse de +5,4%⁽²⁾ pour les hypermarchés, qui se traduisent par un gain de part de marché en volume sur les 12 dernières périodes mesurées. Les ventes non-alimentaires sont en croissance et positives sur le trimestre. La part de marché de Pao de Açucar est stable en janvier et février 2017 avec des volumes et un trafic en hausse.

GPA a commenté son chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre de façon détaillée le 13 avril 2017.

Le Groupe Exito commentera son chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre de façon détaillée le 16 mai 2017.

⁽¹⁾ Incluent les ventes de deux hypermarchés Extra déjà convertis en Assaí

⁽²⁾ Données publiées par la filiale – Sources : ABRAS, PMC (IBGE), Nielsen

ANNEXES

Détail et évolution du chiffre d'affaires T1 2017

La croissance organique s'étend à périmètre et changes constants, hors essence et calendaire sauf mention du contraire.

Détail et évolution du volume d'affaires total France Retail T1 2017

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T1 2016	T1 2017	Variation (hors calendaire)
Monoprix	1 078	1 092	+2,1%
Supermarchés Casino	695	709	+3,2%
Franprix	440	443	+1,9%
Proximité & Divers	703	676	-3,6%
<i>Dont Proximité</i>	401	384	-3,4%
Hypermarchés	922	880	-2,6%
Leader Price	690	672	-1,5%
FRANCE RETAIL	4 529	4 524	+1,1%

Principales variations du périmètre de consolidation

- Cession des activités en Asie sur 2016
- Reclassement de Via Varejo et de Cnova Brazil en activités abandonnées
- Consolidation en intégration globale de GEIMEX au 31 octobre 2016

Chiffre d'affaires de Via Varejo – T1 2017 – Données locales en BRL – publié par GPA

Communiqué disponible sur : www.gpari.com.br

CHIFFRE D'AFFAIRES T1 (en millions de Real)	T1 2017	Variation
Magasins physiques	4,891	+4,2%
E-commerce	1,102	-4,0%
Total	5,993	+2,6%

CROISSANCE LFL	T1 2016	T1 2017
Magasins physiques	-11,8%	+2,5%
E-commerce (GMV)	-10,5%	+2,0%

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T1 2016	T1 2017	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	15,9531	16,6866	-4,4%
Uruguay (EUR/UYP)	34,7434	30,2801	+14,7%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	3,5885	3,1110	+15,4%
Brésil (EUR/BRL)	4,3041	3,3468	+28,6%

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	30 sept. 2016	31 déc. 2016	31 mars 2017
HM Géant Casino	129	129	129
<i>Dont Affiliés France</i>	7	7	7
<i>Affiliés International</i>	12	12	12
SM Casino	445	447	446
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	69	83	104
<i>Affiliés Franchisés International</i>	32	33	32
Monoprix	738	745	750
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	196	196	200
<i>Naturalia</i>	137	141	144
<i>Naturalia franchisé</i>	5	5	5
Franprix	853	858	869
<i>Dont Franchisés</i>	375	392	402
Leader Price	796	796	791
<i>Dont Franchisés</i>	393	383	380
Total SM et Discount	2 832	2 846	2 856
Proximité	6 745	6 065	5 506
Autres activités (Restauration, Drive...)	643	630	636
Océan Indien	172	185	186
TOTAL France	10 521	9 855	9 313

INTERNATIONAL	30 sept. 2016	31 déc. 2016	31 mars 2017
ARGENTINE	27	27	28
HM Libertad	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	12	12	13
URUGUAY	75	79	80
HM Géant	2	2	2
SM Disco	29	29	29
SM Devoto	24	24	24
SUP Devoto Express	20	24	25
BRESIL	1 119	1 135	1 117
HM Extra	134	134	129
SM Pão de Açúcar	184	185	185
SM Extra	194	194	194
Assaí (Cash & Carry)	100	107	106
SUP Mini Mercado Extra & Minuto Pao de Acucar	276	284	274
Drugstores	155	155	152
+ Stations-service	76	76	77
COLOMBIE	1 805	1 873	1 899
HM Exito	85	86	87
SM Exito et Carulla	167	166	164
SM Super Inter	67	67	67
Surtimax (discount)	1 381	1 443	1 471
<i>Dont « Aliados »</i>	1 246	1 307	1 336
B2B ⁽¹⁾	2	2	2
SUP Exito Express et Carulla Express	102	109	108
Autres	1	0	0
TOTAL International	3 026	3 114	3 124

⁽¹⁾ auparavant compris dans la ligne Surtimax

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

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

ou

+33 (0)1 53 65 24 17
IR_Casino@groupe-casino.fr

CONTACTS PRESSE

Groupe Casino

Tél : +33 (0)1 53 65 24 78
Directiondelacommunication@groupe-casino.fr

Stéphanie ABADIE, responsable des Relations presse

Tél : + 33 (0)6 26 27 37 05 – sabadie@groupe-casino.fr

AGENCE IMAGE SEPT

Simon ZAKS – Tél : +33 (0)6 60 87 50 29 – szaks@image7.fr
Karine ALLOUIS – Tél : + 33 (0)6 11 59 23 26 – kallouis@image7.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.