



RÉSULTATS ANNUELS

2017

8 mars 2018



GRUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

SOMMAIRE

1

Faits marquants 2017

2

Activité des enseignes

3

Résultats

4

Priorités stratégiques et Perspectives

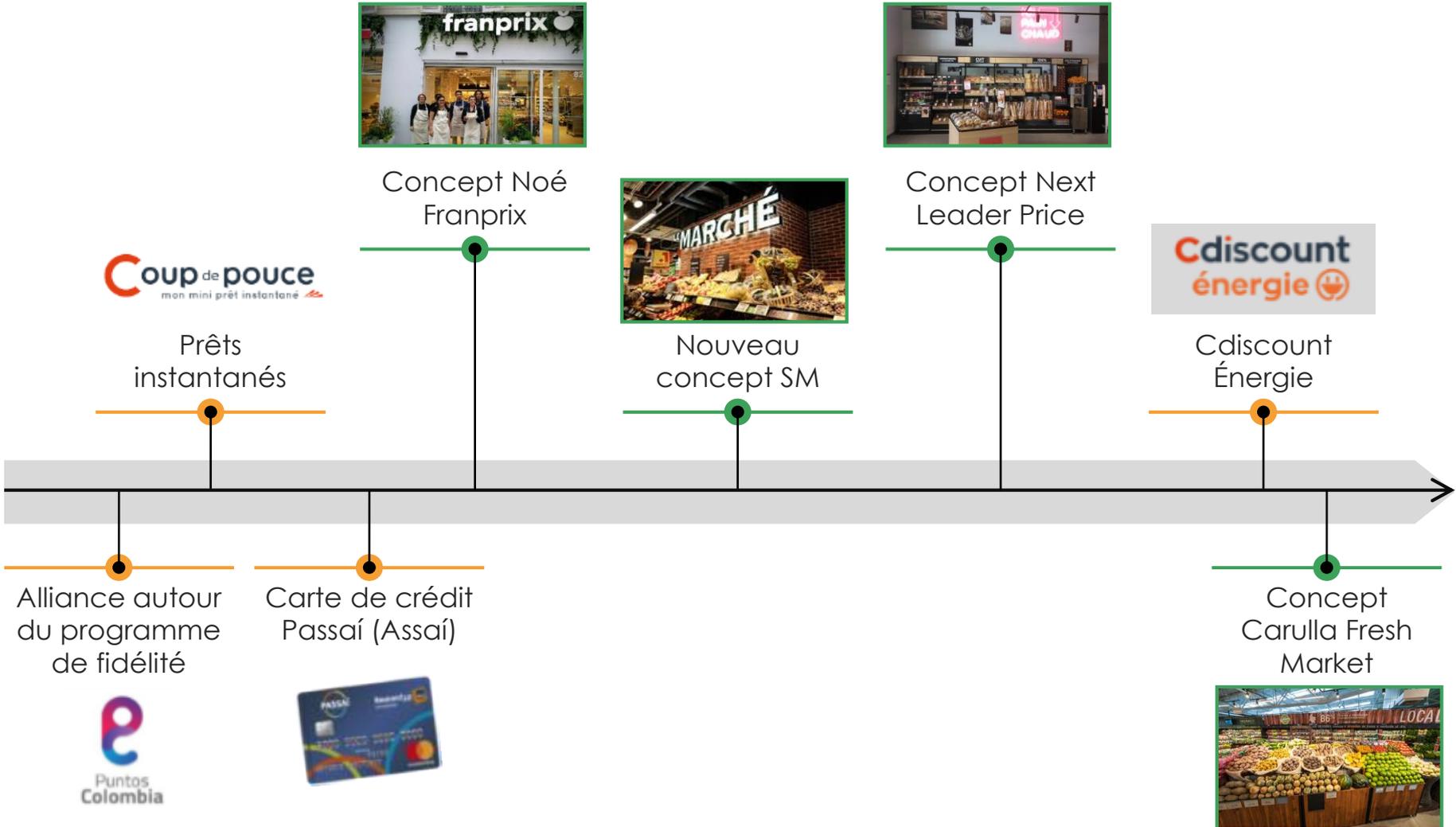
5

Annexes

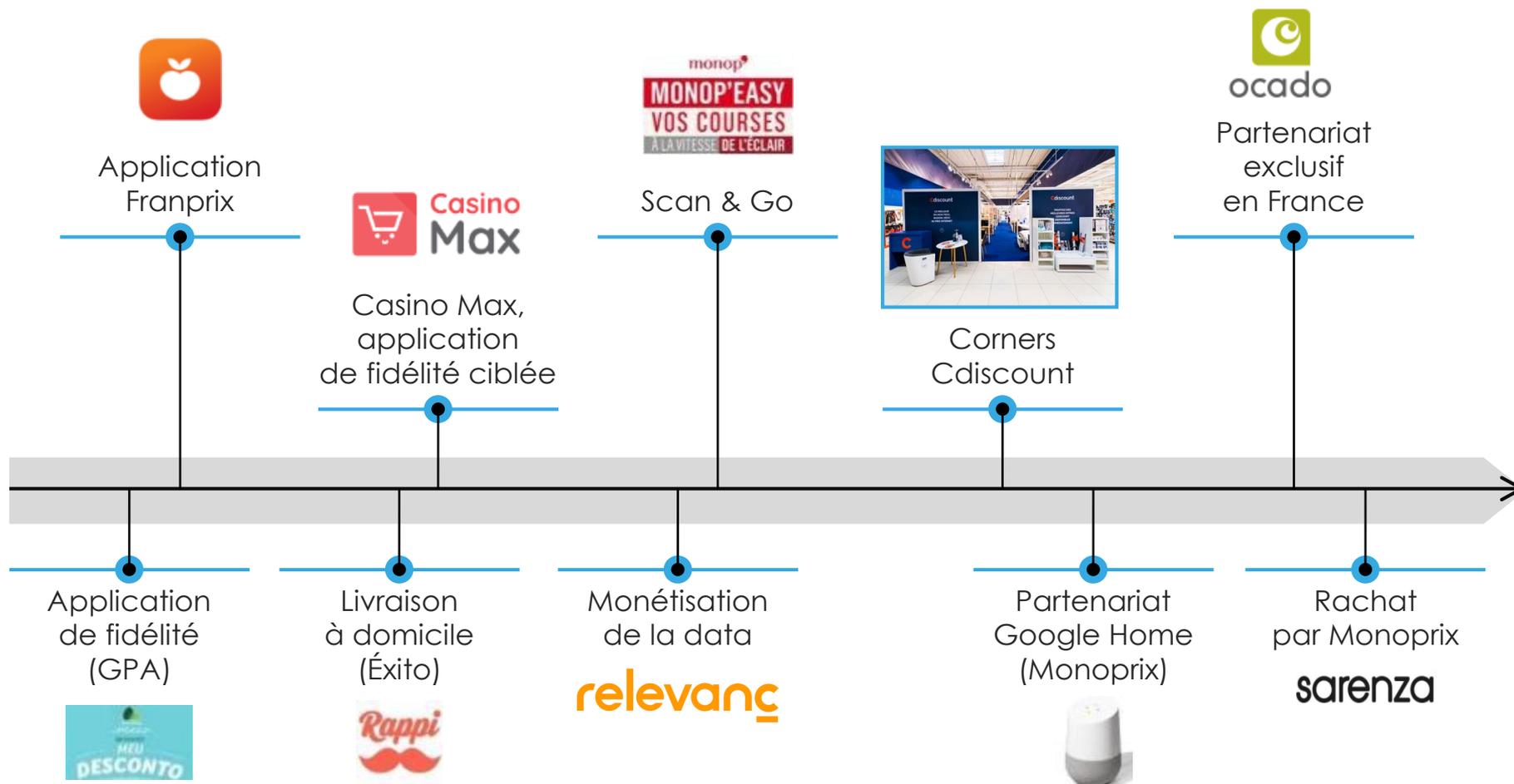
1

Faits marquants 2017

■ Poursuite de la transformation des concepts et nouveaux services



■ Accélération sur le digital et l'omnicanal



- Un **volume d'affaires total** 2017 de 22 Mds€ en progression hors calendrier de **+ 2,3 %**, dont **+ 1,7 % en alimentaire** et **+ 5,6 % en non-alimentaire** (y compris Cdiscount)
- **Bonne dynamique commerciale et excellente rentabilité** des enseignes de proximité / qualitatives / à services : **Franprix, Monoprix, Supermarchés Casino**
 - **Volumes d'affaires** respectivement en croissance de **+ 2,2 %**, **+ 2,7 %** et **+ 1,1 %** en 2017
 - Forte capacité d'**innovation** (Mandarine, Noé, Supermarchés Casino, Naturalia Vegan)
 - Bonne dynamique **d'expansion et de franchise** : **+ 60** magasins Monoprix, **+ 51** magasins Franprix ; **premier ralliement** en franchise d'un indépendant pour les Supermarchés Casino
 - **168 magasins bio** Naturalia à fin décembre 2017
- **Poursuite du redressement de Géant** :
 - Croissance **comparable** des ventes **alimentaires** de **+ 2,3 %** sur l'année
 - **Amélioration** du **chiffre d'affaires** et de la **marge par m²** en 2017
- **Accélération du multicanal et du digital** :
 - Refonte des **programmes de fidélité et des applications** (Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price)
 - Partenariat avec **Ocado** pour développer une offre de **e-commerce alimentaire** sur Paris, l'Île-de-France, la Normandie et les Hauts-de-France
 - Projet d'acquisition de **Sarenza** visant à développer l'offre **e-commerce non alimentaire** de Monoprix
 - Surperformance des premiers **corners Cdiscount**

- **Nouveau plan stratégique** et forte croissance chez **Cdiscount** : **trafic** en hausse de **+ 12 %** et près d'**1 Md de visites** en 2017 sur le site :
 - **Très forte amélioration du service de livraison** :
 - **Livraison le jour même** en Île-de-France, à Lyon, Lille et Bordeaux ; le dimanche dans 14 grandes agglomérations françaises en 2017 ; **en temps réel** géolocalisée
 - Extension de la surface des entrepôts de **+ 70 %** en 2017
 - **Évolution vers un modèle plus technologique** :
 - Constitution d'une équipe de **500 développeurs** et de **30 data scientists**
 - **Développement accéléré de l'offre en 2017** :
 - Nombre de **références** éligibles au programme **CDAV multiplié par 3**
 - Nombre de **références marketplace** en hausse de **+ 80 %**
 - Développement des **corners Cdiscount** en hypermarchés Géant avec un accès à plus de 700 références en magasin et un retrait immédiat proposé sur près de 4 000 références
 - Développement du service **Fulfillment-by-Cdiscount** (FBC) avec un nombre de références et une quote-part dans le volume d'affaires multipliés par 2
- Cdiscount a développé ses **activités B2B**, incluant la régie et une activité de gestion, d'enrichissement et de commercialisation de sa **donnée** de façon à créer de **nouvelles sources de revenus**

- Chez **GPA**, **excellente** performance du **Cash & Carry** et poursuite du redressement en hypermarchés :
 - Redressement des hypermarchés et de Pão de Açúcar se traduisant par **des gains de part de marché** à périmètre comparable selon Nielsen
 - **Digitalisation accélérée de la relation client** avec l'application **Meu Desconto** (3,7 M de clients actifs en 2017, portant à **14 M** le nombre de clients fidèles chez Multivarejo)
 - Une transformation rapide du parc avec **davantage de Cash & Carry** (15 conversions en 2017), plus rentable
 - **Très forte croissance du Cash & Carry en 2017**
 - Croissance organique de **+ 27,8 %**
 - **126** magasins Assaí au total à fin 2017
 - **41,3 %** du chiffre d'affaires annuel de GPA contre 35,0 % en 2016
- Chez **Éxito**, évolution du **parc** et développement de l'**immobilier** :
 - Développement du Cash & Carry avec **9 magasins Surtimayorista** ouverts à fin 2017
 - Poursuite du **développement** du parc de galeries commerciales (plus de 375 000 m² à fin 2017)
 - Déploiement de nouvelles sources de **revenus** (offres mobiles, assurance, crédits etc) et lancement d'un **programme national de fidélité** multi-enseignes (« Puntos Colombia »)

Chiffres clés de l'année 2017 (activités poursuivies)

| En M€ | 2016 | 2017 | Δ |
|---|--------|---------------|-----------------|
| Chiffre d'affaires consolidé | 36 030 | 37 822 | + 5,0 % |
| EBITDA | 1 697 | 1 930 | + 13,7 % |
| Résultat Opérationnel Courant | 1 034 | 1 242 | + 20,1 % |
| Résultat Net normalisé Part du Groupe | 341 | 372 | + 9,0 % |
| Résultat Net normalisé par action dilué | 2,56 | 2,90 | + 13,4 % |
| Dettes financières nettes consolidées | 3 367 | 4 126 | + 759 M€ |

Current trading France – 8S (du 8 janvier au 4 mars 2018)

| <i>Évolution du chiffre d'affaires</i> | Organique |
|--|------------------|
| Monoprix | + 3,4 % |
| Franprix | - 0,5 % |
| Leader Price | - 0,6 % |
| Hypermarchés* | + 1,0 % |
| Supermarchés | + 0,0 % |
| Proximité | + 0,9 % |
| France | + 1,0 % |

* Dont + 3,0 % en organique en alimentaire

Notes : Données organiques 8S au 05 mars 2018, hors essence



TOUT NOUVEAU
TOUT SHOW

GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

2

France Retail

MONOPRIX

Croissance organique
de **+ 2,8 %**

Croissance comparable
de **+ 2,0 %**

Trafic comparable en hausse
de **+2,1 %**

Part de marché* **stable** en 2017
et de **+0,1 pt** en CAD sur la P02 2018*

+ 60 magasins ouverts



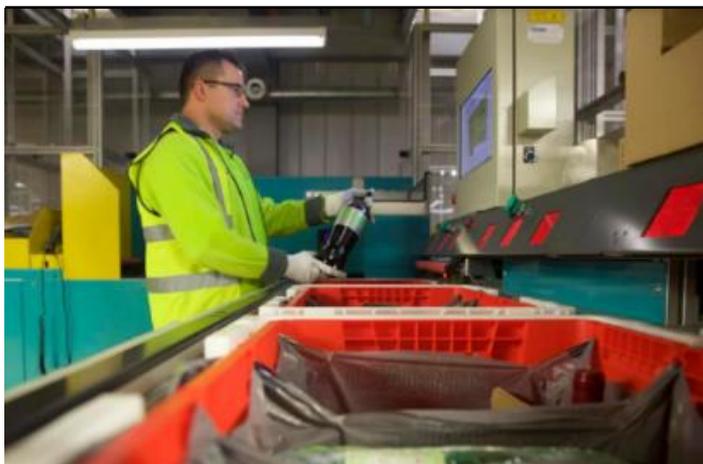
* Kantar

RÉSULTATS ANNUELS 2017 • 8 mars 2018

- **Très bonne performance** portée par l'**innovation commerciale** et l'**expansion**
- Développement de **nouveaux services**
 - **Livraison** à pied en **1H**
 - Horaires élargis (**dimanche** et en **soirée**)
- Succès du nouveau programme de **fidélité**
 - **4,1 M de clients fidèles** dont + 1,3 M recrutés en 2017
 - 66 % du chiffre d'affaires désormais réalisé auprès de clients encartés
- Forte croissance de **Naturalia**
 - **Trafic** en croissance de **+ 5,7 %** en comparable sur l'année
 - 24 ouvertures de magasins
 - Nouveau concept **Naturalia Vegan**
- Accélération de la stratégie **Omnicanale**
 - Hausse des **ventes en ligne de + 20 %**
 - Innovations (Monop'Easy) et Partenariats : **Ocado, Epicery, Google Home, etc.**
 - Projet d'acquisition de **Sarenza**



E-commerce alimentaire : Partenariat avec Ocado pour accélérer le développement de la livraison à domicile



- Le 28 novembre 2017, Casino a signé **un accord avec Ocado Solutions, le leader mondial de la distribution alimentaire en ligne, avec livraison à domicile**
- L'objectif est de mettre en service, **début 2020, la solution OSP « Ocado Smart Platform »**, plateforme client et logistique intégrée la plus performante du marché alliant :
 - Un **site web** et une application en marque blanche
 - Un **entrepôt automatisé (CFC)**
 - La **gestion de la livraison** de l'entrepôt au dernier kilomètre
 - Des systèmes d'information et outils de gestion
- Cet accord offrira **une avancée majeure en terme de livraison à domicile**
 - **50 000 références de produits alimentaires** proposées
 - **Une livraison à domicile efficace (J+1)** aux meilleurs niveaux de qualité, de service et de coût
 - En premier lieu, service destiné aux clients de Monoprix, sur **Paris, l'Île-de-France, la Normandie et les Hauts-de-France**



500 000 unités
de stockage



Capacité
de 74 000 références



6 min pour préparer
une commande
de 50 produits

Acquisition de Sarenza visant à accélérer le développement omnicanal de Monoprix

SARENZA.COM



Et aussi sur Sarenza



- **Sarenza**, un e-commerçant de premier plan
 - Chiffre d'affaires (avant retours) de plus de **250 M€** dans 30 pays d'Europe
 - Offre large : **650 marques**
 - **8 M de clients** et un **management** expérimenté
- Rapprochement visant à faire de Monoprix un **leader omnicanal Lifestyle** (Mode, Décoration, Beauté) :
 - Acquisition de **l'expertise** de e-commerçant de Sarenza
 - Obtention d'une **taille critique** sur le commerce en ligne avec une offre enrichie et une plateforme modernisée
 - Partage de la **qualité de service et de l'accompagnement client**
 - Position de **leader omnicanal de centre-ville** :
 - Un réseau dans plus de **250 villes**
 - Une **offre alimentaire** responsable et innovante (avec **Ocado**)
 - Une **offre non-alimentaire** et e-commerce renforcée avec Sarenza sur le Lifestyle

La transaction, qui a été validée par les représentants du personnel, reste soumise à l'approbation de l'Autorité de la concurrence, doit avoir lieu dans les prochaines semaines.

Supermarchés Casino : dynamique commerciale portée par la refonte du modèle



Croissance comparable
de **+ 1,5 %**

Part de marché **stable**

+ 0,1 pt*
de part de marché
sur les espaces marchés



* Part de marché Kantar P01 au cumul annuel mobile sur les fruits & légumes et rayons à service

- **Croissance confortée** en 2017
 - Comparable **positif depuis 2 ans**
 - Très bonnes performances en produits **frais et bio (+ 18 %)**
- **Montée en gamme** de l'enseigne :
 - Déploiement du concept **Bijou**
 - Excellence sur les rayons à **service, les Fruits & Légumes et le bio**
- Développement de la **fidélité**
 - **2,1 M de clients fidèles** dont + 0,5 M recrutés en 2017
 - Programme « meilleurs clients »
- Expansion en **franchise**
 - **4 ralliements d'indépendants** à date dont 1 premier en 2017
- Croissance de l'**omnicanal**
 - Nouveaux services : lâché de caddie et livraison express
 - Application **Casino Max** (fidélité, couponing et paiement : **400 000 téléchargements**)



franprix 🍏

Croissance comparable
de **+ 1,3 %**

Trafic comparable en hausse
de **+ 3,1 %**

Part de marché* **stable** en 2017
et de **+0,1 pt** sur la P02 2018

+ 51 ouvertures



* Kantar

- **Bon dynamisme** de l'enseigne, en particulier du **trafic client (+ 3,1 %)**
- **Concept en amélioration permanente**
 - Près de **80 % du parc rénové** au concept Mandarine, dont 158 magasins Mandarine Vitaminé, une version avancée du concept
 - Nouveau concept « **Noé** »
- **Nouveaux services innovants**
 - **Livraison** (« Partez-sans-payer »)
 - Développement de la **restauration** (Bar à salade connecté et espace snacking)
- Bonne dynamique d'expansion : **51 nouveaux magasins**, essentiellement en région parisienne
- Développement de l'**omnicanal**
 - Application mobile : > **500 000 téléchargements**, élue application e-commerce de l'année par LSA
 - Franprix élue **Entreprise Cross-Canal de l'année** par LSA



Casino proximités

Croissance comparable
de **+ 0,3 %**

Croissance comparable franchisée
à **+ 2,5 %**

Déploiement du concept
Le Petit Casino et poursuite
du développement de la **franchise**



- Croissance **comparable en nette amélioration par rapport à 2016 (dont + 2,0 % au T4 2017)**
- **Bonne dynamique des franchisés** à + 3,4 % au T4
- **Nouveau concept : Le Petit Casino**
 - Déploiement dans 128 magasins avec une forte croissance des **ventes (+ 10,5 %)**
 - **Spécialisation** de l'offre, produits régionaux, snacking et **services**
- **Nouveaux services**
 - Développement de la **livraison à domicile**
 - Installation de **corners** (La Poste, Relai, PMU etc.)
- **Optimisation continue du parc**
 - **197** ouvertures en **franchise**
 - **130** transferts en **franchise**
 - **151 fermetures** de magasins déficitaires
 - **80 % du parc** exploité **en franchise** à fin 2017

Leader Price : amélioration opérationnelle et déploiement de nouveaux concepts



+ 0,2 %

de croissance comparable

Déploiement du concept **Next**

Rénovation du parc



- Croissance **comparable positive** en 2017
- Nouveau concept **Next**
 - Magasins **plus qualitatifs** qui restent **discount** dans leur structure de coût (OPEX et CAPEX)
 - **Offre modernisée** et élargie en marque propre Bio, de l'offre parfumerie et beauté (nouvelle marque Sooa)
- **Amélioration du parc**
 - **150 rénovations** de magasins
 - **17** magasins passés au concept **Next** à date, avec un *uplift* de chiffre d'affaires à 2 chiffres
 - **20 fermetures** de magasins déficitaires
- **Excellence opérationnelle**
 - Fluidité caisse (< 3 clients en attente)
 - Maîtrise des coûts

Géant : une croissance soutenue des ventes alimentaires

Géant *Casino*

Croissance comparable alimentaire
+ 2,3 %

Part de marché* **stable** en 2017
et de **+ 0,1 pt** en CAD sur la P02 2018



* Kantar

- Très bonne performance en **alimentaire (+ 2,8 % au T4)** portée par les espaces **marchés, le frais et le bio**
- **Poursuite de la réduction des surfaces :**
 - **Surfaces totales** en baisse de **- 1,2 %** en moyenne annuelle sur 2017 (dont **- 0,6 %** vs. T4 2016) et de **- 6,8 % vs. 2011**
 - Forte amélioration de la **marge au m²** en non-alimentaire
 - Taille moyenne des HM de **7 300 m²**
- **Progression de la fidélité :**
 - **3,2 M de clients fidèles** en 2017 dont 0,9 M recrutés en 2017
- **Développement de l'omnicanal :**
 - **Click & collect NAL** : 470 000 colis
 - **Corners Cdiscount** : 5 à date

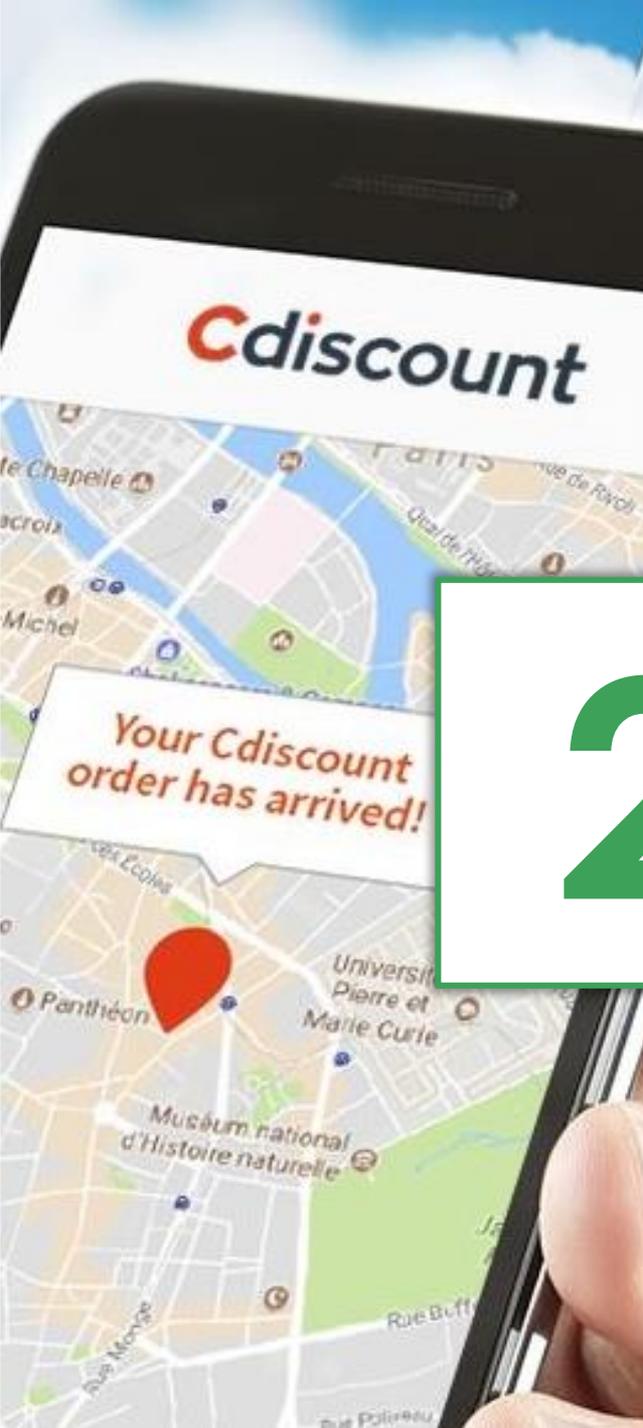
Cdiscount
VOUS ÊTES PLUS RICHE QUE VOUS NE LE CROYEZ

▪ **CA e-commerce** : + 10 % (drive)

Casino drive .fr

- Application **Casino Max** (fidélité, couponing et paiement) : **400 000** téléchargements

Casino Max



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

2

E-commerce

Cdiscount : croissance significative du volume d'affaires et gains continus de parts de marché

Cdiscount

VOUS ÊTES PLUS RICHE QUE VOUS NE LE CROYEZ

| En M Données publiées par la filiale | 2017 | Δ (comp.) |
|--|---------------|-----------|
| GMV (€) | 3 391 | + 9,6 % |
| CA (€) | 2 122 | + 9,3 % |
| Trafic (# visites) | 946 | + 12,4 % |
| QP Mobile | 38,1 % | + 737 pts |
| Clients actifs | 8,6 | + 6,0 % |
| Unités vendues | 52,8 | + 6,9 % |
| Commandes | 27 | + 8,3 % |

* Part de marché GfK sur les biens techniques

- Confirmation du positionnement comme **2^{ème} acteur du E-commerce** en France
 - Avec **18 M** de visiteurs uniques mensuels
 - Un trafic en hausse de **+ 12,4 %**
 - Et désormais **60 %** du **trafic sur mobile**

- **GMV** en hausse de **+ 9,6 %** sur l'année
 - 31 % des ventes en **CDAV** (clients fidèles), soit **+ 10 pts** par rapport à 2016
 - Quote-part de la **marketplace** dans la GMV de **32 %**
 - Performance **record du Black Friday**

- **Gains de part de marché*** au deuxième semestre 2017 selon GfK (+ 1,8 pt en volume et + 1,3 pt en valeur)

- **Ces bons résultats témoignent du succès du nouveau plan stratégique**, axé sur le développement de l'offre, l'amélioration des services et notamment de la livraison, et la monétisation accrue des données et des services

Cdiscount – Plan Stratégique (1/2) : améliorer l'expérience client



- Plus d'**offre** et plus de **choix** :
 - **+ 17 M de références** en 2017 pour atteindre 37 M de références sur le site
 - Offre de **produits marketplace** en hausse de **+ 80 %** en 2017
 - Cdiscount est **leader sur les produits techniques** avec 30 % de parts de marché
- Une forte **amélioration de la livraison** :
 - Livraison **le même jour** :
 - **250 000 produits concernés** vs 100 000 en 2016
 - Déployé dans **4 villes** (Paris, Lyon, Lille, Bordeaux) avec un objectif de 8 villes à fin 2018
 - **Géolocalisation** des commandes en temps réel
 - **Automatisation** des entrepôts avec Exotec
- Accélération de l'**omnicanal** :
 - **5 corners Cdiscount** ouverts à date avec un objectif de **20 corners à la fin du S1 2018** (dont 1 franchisé). Ce déploiement se poursuivra par la suite
 - Déploiement du **click & collect** en magasin
 - **Retrait immédiat** en magasin sur 4 000 références

Cdiscount – Plan Stratégique (2/2) : développer les services et accroître la monétisation



**NE CHERCHEZ PAS
LA DIFFÉRENCE**

**C'EST LA MÊME ÉNERGIE
15% MOINS CHÈRE**

Cdiscount · énergie



Coup de pousse
mon mini prêt instantané

EMPRUNTEZ DE L'ARGENT COMME ÇA
**vous n'avez jamais
vu ça !**



Cdiscount · Media
by 3W Régie

Créez et diffusez votre publicité en 3 clics !

- Ciblez uniquement votre zone de chalandise
- Ciblez les internautes par catégories et intérêts
- Créez votre publicité directement sur notre plateforme

Créez votre publicité

PME, franchisé, indépendant ?
Générez du trafic sur votre site internet ou dans votre magasin grâce à notre plateforme Cdiscount Media.
Créez votre première campagne à partir de 5€ !

19 millions
de visiteurs uniques par mois sur Cdiscount

15 univers
de consommation pour cibler les internautes

3 clics
pour créer votre publicité web

■ Développement de **nouveaux services** :

- Lancement de l'offre **Cdiscount énergie**, la moins chère du marché et facile à souscrire
- Prêts à la consommation avec l'offre **Coup de Pousse** (avec près de 44 000 dossiers de crédits accordés entre juin et décembre 2017)
- Montage et installation des produits achetés sur Cdiscount avec **C Installé**

■ Monétisation accrue des services et des données :

- Création d'un **écosystème de services** à destination des vendeurs de la **marketplace** autour de l'offre « **Fulfillment by Cdiscount** » (logistiques, marketing, financiers)
- Croissance de la **monétisation de la data** avec **3W Régie**
 - Les activités de **monétisation** essentiellement B2B (hors commissions marketplace) ont représenté **50 M€** en 2017 et devraient croître fortement en 2018



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

2

Latam Retail



#1

en Colombie et en Uruguay

692 magasins

(Hors Brésil et Aliados en Colombie)

| En COP - Mds |  |  |  |
|--------------------|---|---|---|
| Chiffre d'affaires | 10 623 | 2 590 | 1 384 |
| Marge d'EBITDA | 5,7 % | 7,8 % | 4,3 % |

**Les comptes consolidés annuels
d'Éxito ont été publiés
le 21 février 2018**

- Croissance organique de **+ 1,2 % sur l'année** du groupe Éxito (hors GPA Food) dans un contexte marqué par le ralentissement économique et la baisse de l'inflation
- **Nouveaux concepts :**
 - Bonne performance du **nouveau format Cash & Carry : 9 magasins** Surtimayorista ouverts en fin d'année, dont 5 magasins convertis qui voient leurs ventes doubler sous ce nouveau format
 - **Nouveau concept Carulla Fresh market**
- **Repositionnement commercial des hypermarchés** avec les offres « Imbattables » (Insuperables) et une amélioration de l'offre en textile et en non-alimentaire
- **Accélération des ventes en ligne** avec un GMV en hausse de **+ 20 %**
- **Développement des activités complémentaires à la distribution :**
 - Développement de la **promotion immobilière** : plus de **375 000 m²** de galeries gérées en majorité par la foncière Viva Malls avec 2 nouveaux projets en cours, livrés d'ici fin 2018
 - Assurances & cartes de crédit : **2,6 M de cartes** émises à fin 2017
 - Programme de fidélité national multi-enseignes « **Puntos Colombia** » : **10 M de clients**
 - Partenariat exclusif avec **Rappi (last miler)**



Excellentes performances des filiales en Uruguay et Argentine



Disco, Uruguay



Libertad, Argentine



URUGUAY

- Croissance organique de **+ 7,8 %** et de **+ 6,2 %** en comparable sur l'année
- Déploiement des **espaces marchés** en magasins et leadership sur le format de la proximité avec **Devoto Express**
- Développement de l'**activité immobilière**, renforcement du **multicanal**, etc.



ARGENTINE

- Croissance organique de **+ 19,7 %** et de **+ 20,9 %** en comparable sur l'année 2017
- **Gains de part de marché** sur l'année et déploiement de synergies sur l'offre textile
- **2 nouveaux développements immobiliers en 2017**

GPA Food : forte croissance du Cash & Carry et redressement de Multivarejo



Vente organique :
+ 8,7 %

| En BRL - Mds | GPA Food* |
|------------------------|-----------|
| Chiffre d'affaires* | 45 |
| EBITDA ajusté | 3,0 |
| Marge d'EBITDA ajustée | 6,8 % |

Les comptes consolidés annuels de GPA ont été publiés le 19 février 2018

- **Bonne performance commerciale** (CA organique à + 8,7 %) dans un contexte de fort ralentissement de l'inflation sur les catégories alimentaires au Brésil
- **Arbitrage du parc en faveur du Cash & Carry**, format très porteur
 - **15 conversions** d'HM en Assaí, sur le total de 20 ouvertures d'Assaí (126 magasins Assaí fin 2017)
 - Assaí représente en 2017 **41,3 % des ventes** de GPA
- **Multivarejo : redressement** des HM Extra et de Pão de Açúcar
- Développement du **digital et de la fidélité**

* Données publiées par la filiale. Le chiffre d'affaires correspond au « Net Revenue » publié par la filiale.

Assaí : poursuite d'une très forte croissance du Cash & Carry



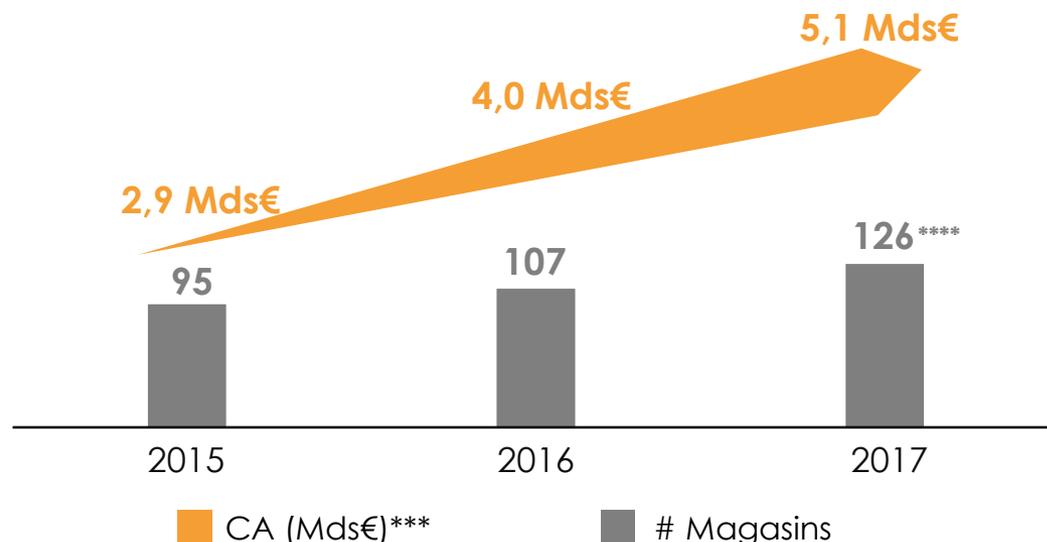
Croissance
de **+ 27,8 %** en organique
+ 11,0 % en comparable

+ 20 magasins en 2017

| En BRL – Mds** | Assaí |
|------------------------|-------|
| Chiffre d'affaires** | 18 |
| EBITDA ajusté | 1,0 |
| Marge d'EBITDA ajustée | 5,6 % |

Les comptes consolidés annuels de GPA ont été publiés le 19 février 2018

- **Croissance organique des ventes de + 27,8 %*** sur l'année 2017 et de **+ 11,0 %* en comparable** dans un contexte de forte déflation sur certaines catégories alimentaires
- **Ouverture de 20 magasins Assaí** en 2017 dont **15 hypermarchés Extra convertis** et enregistrant une excellente performance (**CA x 2,5**)
- **Hausse du trafic et gains de parts de marché** dans un environnement très concurrentiel
- **Lancement d'une nouvelle carte de crédit « Passaí »** : 100 000 cartes émises à date



* Données publiées par la filiale

** « Net revenue » publié par la filiale

*** À TCC 2017

**** 126 magasins Assaí en 2017 dont 1 fermeture sur l'année

Multivarejo : gains de parts de marché et croissance de la base clients



14 M de clients fidèles
« Meu Desconto »

| En BRL – Mds | Multivarejo |
|------------------------|-------------|
| Chiffre d'affaires** | 26 |
| EBITDA ajusté | 2,0 |
| Marge d'EBITDA ajustée | 7,7 % |

Les comptes consolidés annuels de GPA ont été publiés le 19 février 2018

- Croissance des **ventes comparables de + 0,7 %*** sur l'année 2017
- **Gains de parts de marché continus** sur l'année à périmètre comparable
- **Dynamisation de la base de clients fidèles** grâce au programme « Meu Desconto »
 - **14 M de clients encartés** contre 12 M en 2016
 - **> 3 M de téléchargements** de l'application
- **Redressement des HM Extra et rénovation des centres : + 4,2 % en 2017 vs - 0,5 % en 2016**
- **Rénovation de Pão de Açúcar et nouveau concept :**
 - 50 magasins rénovés à fin 2017
 - Redressement des volumes

* Données publiées par la filiale, non retraitées de l'effet essence

** « Net revenue » publié par la filiale



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

3

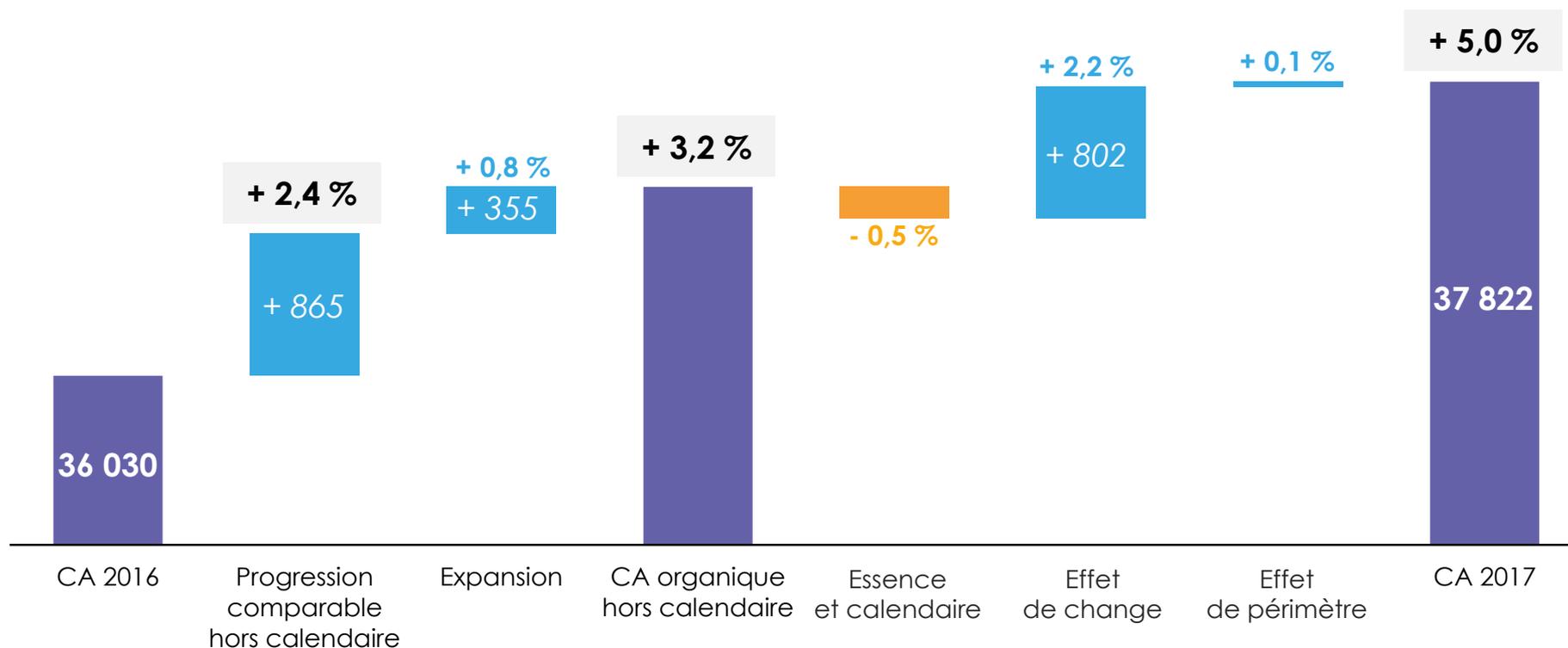
Résultats

- Compte tenu de la poursuite du processus de vente de Via Varejo, cette activité est présentée en activité abandonnée en 2016 et en 2017, conformément à IFRS 5
- Les effets de change ont été positifs en 2017 avec des appréciations moyennes du COP et du BRL contre l'Euro de + 1,2 % et + 7,0 % respectivement. Les taux de clôture marquent néanmoins un repli plus marqué de ces monnaies

| | Taux de change moyen | | | Taux de change clôture | | | Taux de change spot |
|-----------------------------|----------------------|---------------|----------------|------------------------|---------------|-----------------|---------------------|
| | 2016 | 2017 | Var. % | 2016 | 2017 | Var. % | 01/03/2017 |
| Colombie (COP/EUR) (x1 000) | 3,3759 | 3,3361 | + 1,2 % | 3,1649 | 3,5809 | - 11,6 % | 3,5099 |
| Brésil (BRL/EUR) | 3,8561 | 3,6054 | + 7,0 % | 3,4305 | 3,9729 | - 13,7 % | 3,9740 |

Chiffres d'affaires consolidé 2017 : + 5,0 % de croissance totale

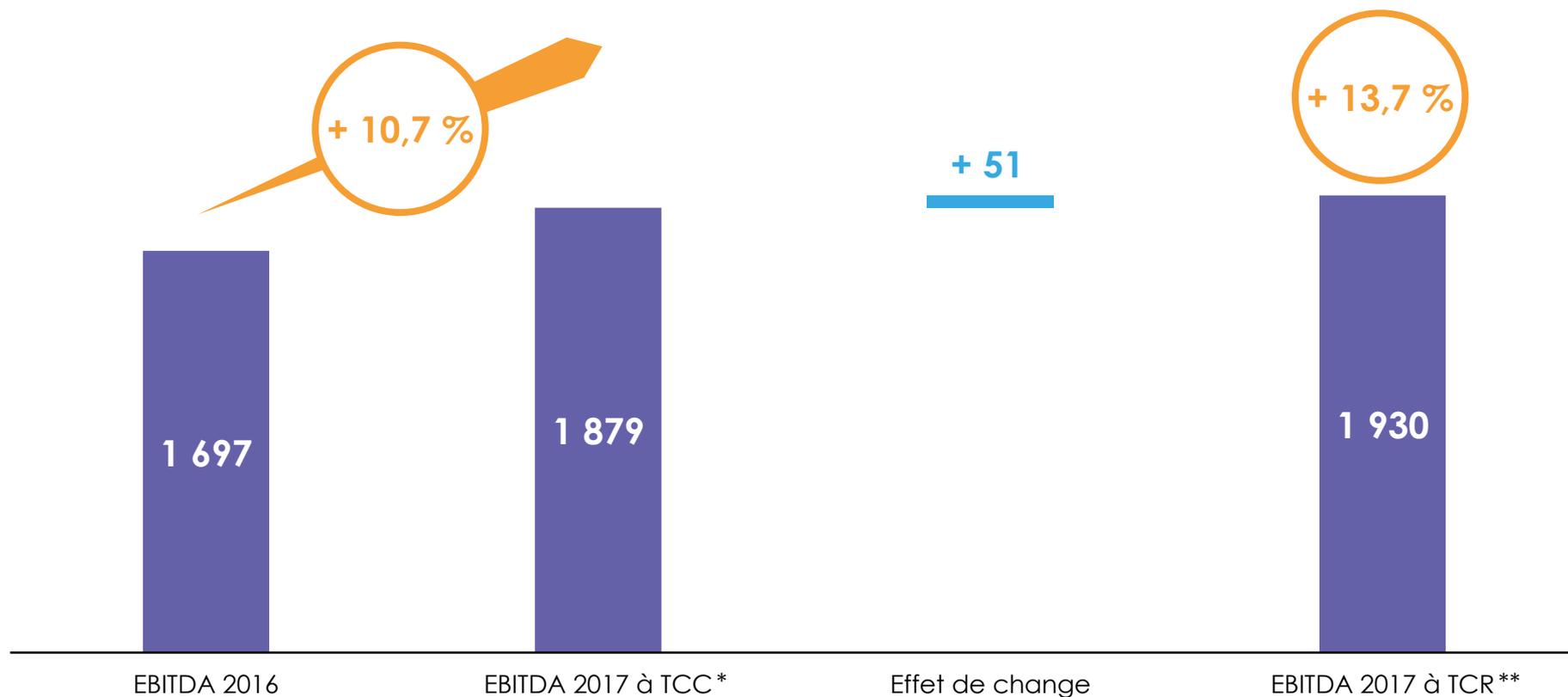
En M€



Note : L'organique s'entend hors essence et calendaire

EBITDA consolidé 2017 : + 13,7 %

En M€

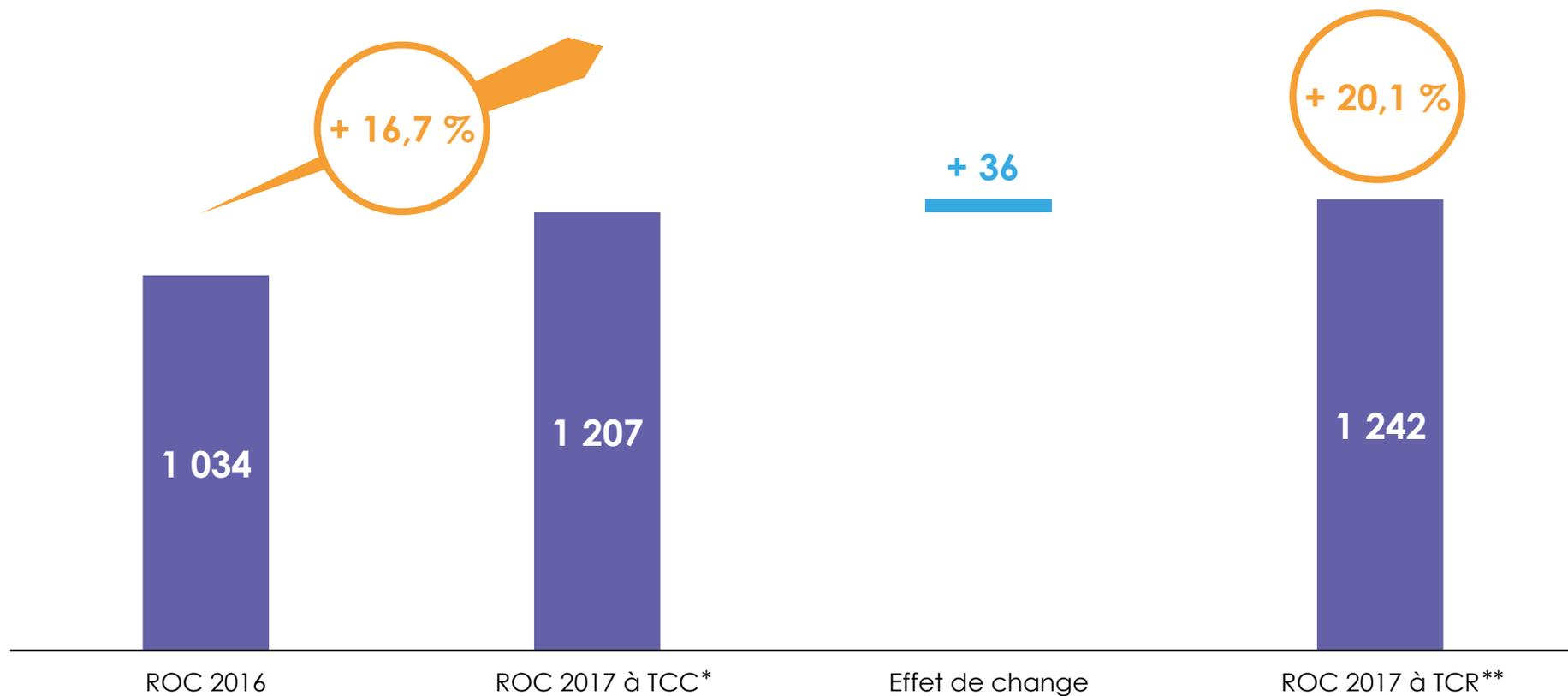


*TCC : Taux de Change Constant

**TCR : Taux de Change Réel

ROC consolidé 2017 : + 20,1 %

En M€

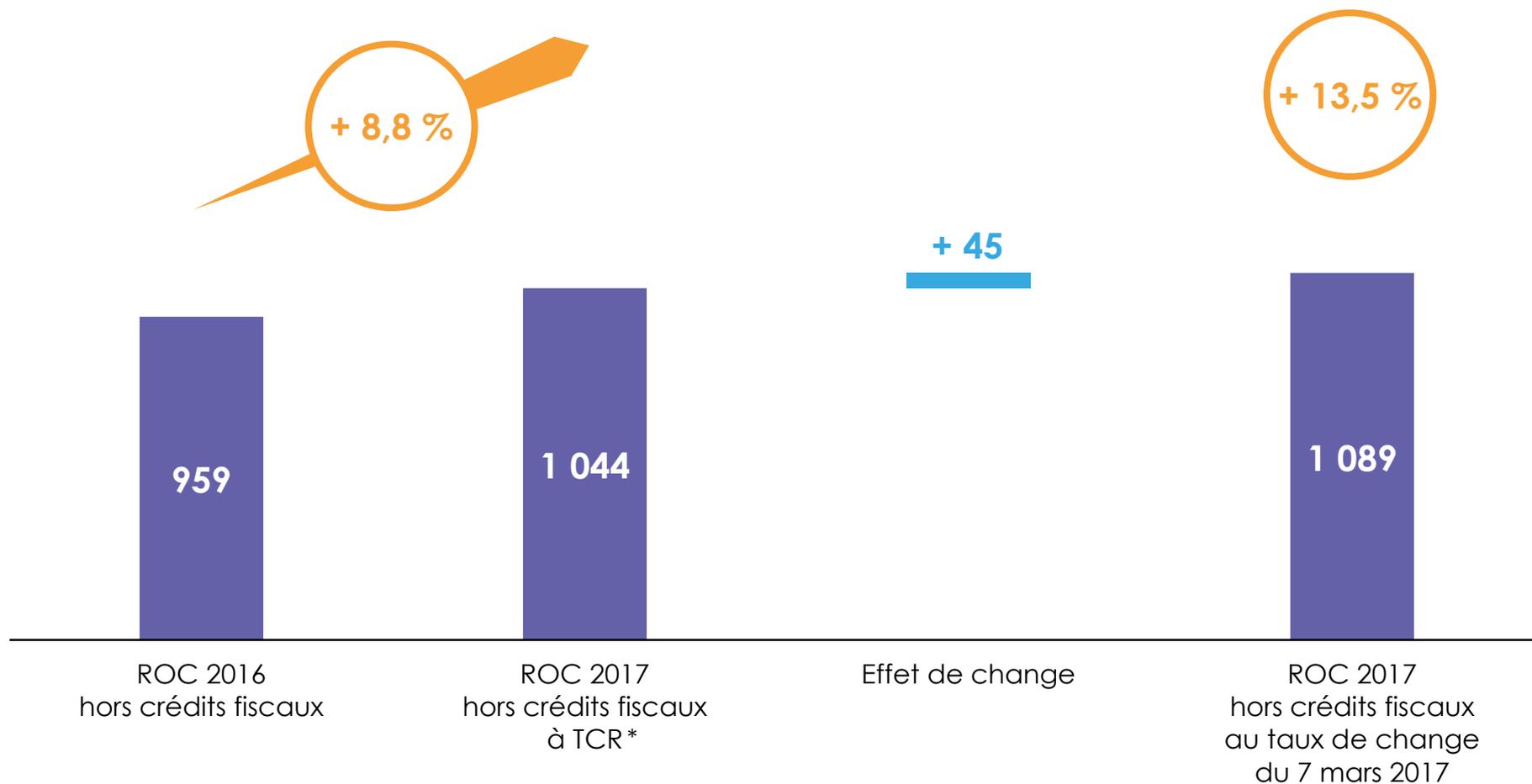


*TCC : Taux de Change Constant

**TCR : Taux de Change Réel

ROC consolidé 2017 hors crédits fiscaux : + 13,5 %

En M€



*TCR : Taux de Change Réel

| En M€ | 2016 | 2017 à TCC* | 2017 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| France Retail | 508 | 554 | 556 |
| Latam Retail | 538 | 679 | 713 |
| E-commerce | (11) | (27) | (27) |
| Total | 1 034 | 1 207 | 1 242 |

- Le résultat opérationnel courant du Groupe progresse de + 208 M€, soit de + 20,1 % à taux de change courant et de + 173 M€ à taux de change constant
- Le ROC de la France progresse de + 9,5 %
- En Amérique latine, le ROC progresse de + 32,7 % au total et de + 11,3 % hors effet favorable de rattrapage de crédits fiscaux

*TCC : Taux de Change Constant

| En M€ | 2016 | 2017 |
|--------------------------------------|--------|---------------|
| Chiffre d'affaires consolidé | 18 939 | 18 903 |
| Résultat Opérationnel Courant | 508 | 556 |
| <i>Distribution</i> | 421 | 463 |
| <i>Promotion immobilière</i> | 87 | 92 |
| Marge opérationnelle courante | 2,7 % | 2,9 % |

- Progression de + 10 % du résultat opérationnel courant en distribution :
 - Bonne tenue de la rentabilité chez Franprix et Monoprix et meilleure contribution des Supermarchés Casino
 - Progression de la rentabilité de Géant
- Bon résultat des activités de promotion immobilière
- Augmentation du taux de marge opérationnelle courante de + 26 bps, grâce à l'activité de distribution

- **Le Groupe a poursuivi en 2017 son activité de promotion immobilière avec notamment le lancement de 7 nouveaux projets, dont 6 avec de nouveaux partenaires (Tristan Capital, Novaxia, La Française)**

- **Sur les hypermarchés, poursuite de la réduction des surfaces centrée sur le non alimentaire et création de m² supplémentaires de galerie commerciale**
 - **Livraison de 9 transformations d'hypermarchés** avec la création de **18 260 m²** de galeries commerciales et poursuite des projets en cours qui se poursuivront sur 2018 (Annecy, Brest, Besançon, Saint Nazaire)
 - **Bordeaux Pessac :**
 - Réduction de la surface de vente du Géant (-2 300 m²) et **création de moyennes surfaces sur 3 500 m² GLA**
 - Projet de création d'un retail park : 4 moyennes surfaces sur **6 000 m² GLA** environ
 - **Lancement du projet sur l'hypermarché « Le Port » à la Réunion**

- **Sur Monoprix, valorisation des actifs via la rénovation et l'extension des magasins et la création de surfaces annexes permettant de générer de nouveaux flux :**
 - **Projets en cours sur 5 Monoprix en Île-de-France (Belleville, St Cloud, Meudon, St Maur et St Ouen)**
 - **> 4 000 m²** de surface de vente additionnelle (pour une SDV actuelle de 10 800 m² sur ces magasins)
 - **Création de logements en surélévation jusqu'à 8 000 m²**
 - Création de **deux crèches** sur le site de Belleville

| En M€ | 2016 | 2017 |
|-------------------------------|-------|--------------|
| GMV* | 2 994 | 3 391 |
| Chiffre d'affaires consolidé | 1 843 | 1 995 |
| EBITDA | 10 | (0) |
| Résultat Opérationnel Courant | (11) | (27) |

- Le segment E-commerce est constitué de Cdiscount et recentré sur la France
- EBITDA 2017 à l'équilibre, impacté par les investissements réalisés dans le cadre du plan stratégique (développements marketing, extension de la livraison à J et J+1, capacités logistiques, recrutements) et en progression séquentielle entre le S1 et le S2

* Le GMV comprend les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées), toutes taxes comprises

E-commerce : une amélioration séquentielle de l'EBITDA

EBITDA par trimestre

En M€

■ 2016 ■ 2017



- Le plan stratégique initié en 2017 s'est traduit par des investissements visant à augmenter fortement le nombre de références et améliorer significativement les délais de livraison. Les coûts correspondant (espaces entrepôt, effectifs, coûts de livraison, etc.) ont affecté conjoncturellement les performances du T1 et du T2
- Ces plans d'action se sont traduits par de bons résultats, permettant à l'EBITDA de s'améliorer au S2 et d'atteindre, au T4, un niveau légèrement supérieur à celui de 2016

Notes : Données publiées par la filiale, hors IFRS 8

RÉSULTATS ANNUELS 2017 • 8 mars 2018

| En M€ | 2016 | 2017 à TCC* | 2017 |
|--|--------|-------------|---------------|
| Chiffre d'affaires consolidé | 15 247 | 16 121 | 16 923 |
| <i>Dont groupe Éxito (hors GPA Food)</i> | 4 499 | 4 547 | 4 544 |
| <i>Dont GPA Food</i> | 10 749 | 11 574 | 12 379 |
| Résultat Opérationnel Courant | 538 | 679 | 713 |
| <i>Dont groupe Éxito (hors GPA Food)</i> | 236 | 182 | 182 |
| <i>Dont GPA Food</i> | 302 | 496 | 531 |
| Marge opérationnelle courante | 3,5 % | 4,2 % | 4,2 % |

- Marge opérationnelle courante du segment de 4,2 % en hausse de + 69 bp
- Recul de la rentabilité du groupe Éxito (hors GPA Food), avec une marge de 4,0 % en 2017 (- 120 bp), dans un contexte de ralentissement économique
- Marge opérationnelle courante de GPA Food en hausse de + 148 bp, à + 4,3 %

* TCC : Taux de Change Constant

| En M€ | 2016 | 2017 | Var. |
|-------------------------------------|-------|--------------|-----------------|
| ROC total | 302 | 531 | + 76,0 % |
| Effet de rattrapage crédits fiscaux | 75 | 198 | n.s |
| ROC hors crédits fiscaux | 227 | 333 | + 46,6 % |
| Taux de marge | | | |
| Publiée | 2,8 % | 4,3 % | + 148 bp |
| Hors crédits fiscaux | 2,1 % | 2,7 % | + 58 bp |

- Marge opérationnelle courante publiée en hausse de + 148 bp à 4,3 %
- Hors effet de rattrapage de crédits fiscaux, la progression de la marge opérationnelle courante est de + 58 bp avec une forte progression chez Assaí et une poursuite de l'amélioration chez Multivarejo

| En M€ | 2016 | 2017 |
|-----------------------|--------------|--------------|
| France Retail | (65) | (146) |
| Latam Retail | (328) | (289) |
| Éxito (hors GPA Food) | (131) | (129) |
| GPA Food | (197) | (160) |
| <i>Dont Escompte</i> | (42) | (40) |
| E-commerce | (18) | (40) |
| Total | (411) | (475) |

- Résultat financier normalisé de - 475 M€ en année pleine. La dégradation constatée au S1 est inchangée en fin d'année
- En France, à l'inverse de l'année précédente, les charges financières ne bénéficient pas en 2017 de l'effet favorable des rachats d'obligations (+ 33 M€ en 2016) et sont impactées par l'effet en année pleine du step-up sur la dette obligataire (- 46 M€)
- Poursuite de la réduction des charges financières en Amérique latine bénéficiant notamment de la baisse continue des taux au Brésil (10 % en 2017 contre 14 % en 2016) et en Colombie
- Alourdissement des charges financières du segment E-commerce, lié à la hausse de l'activité et au financement des stocks

* 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

Résultat net Part du Groupe normalisé*

| En M€ | 2016 | 2017 |
|---|------------|--------------|
| Résultat opérationnel courant et des entreprises en équivalence | 1 054 | 1 255 |
| Charges financières | (411) | (475) |
| Charge d'impôt | (189) | (159) |
| Résultat net normalisé des activités poursuivies | 455 | 621 |
| <i>Dont intérêts minoritaires</i> | 114 | 249 |
| <i>Dont Part du Groupe</i> | 341 | 372 |

- Résultat net Part du Groupe de 372 M€, en progression de + 9,0 % par rapport à 2016
- Taux d'impôt sur le résultat courant normalisé de 20,7 % en 2017 (contre 30,4 % en 2016), en lien avec l'évolution de la réglementation fiscale en France. Ce taux tient compte par ailleurs d'effets favorables liés à des activations d'impôts différés actifs

* 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 afférents à ces retraitements

Bénéfice net par action normalisé dilué

| | 2016 | 2017 |
|--|--------------|--------------------|
| Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires avant dilution | 111 185 050 | 110 734 374 |
| Résultat net Part du Groupe normalisé (en M€) | 341 | 372 |
| Dividendes attribuables aux TSSDI | (49) | (50) |
| Résultat attribuable aux ORA Monoprix | (7) | 0 |
| Résultat net part du Groupe normalisé dilué (en M€) | 285 | 322 |
| BNPA normalisé, dilué* (en €) | 2,561 | 2,904 |

- Suite aux rachats et annulations d'actions, le nombre moyen d'actions s'inscrit en baisse de - 0,4 %
- Après prise en compte des dividendes versés aux porteurs de titres subordonnés, le Résultat net Part du Groupe normalisé dilué est de 322 M€
- BNPA normalisé dilué 2017 de 2,90 € en augmentation de + 13,4 % par rapport à 2016

* BNPA normalisé dilué : intègre l'effet de dilution liée aux ORA Monoprix en 2016 et aux TSSDI en 2016 et en 2017

Autres produits et charges opérationnels 2017

Groupe

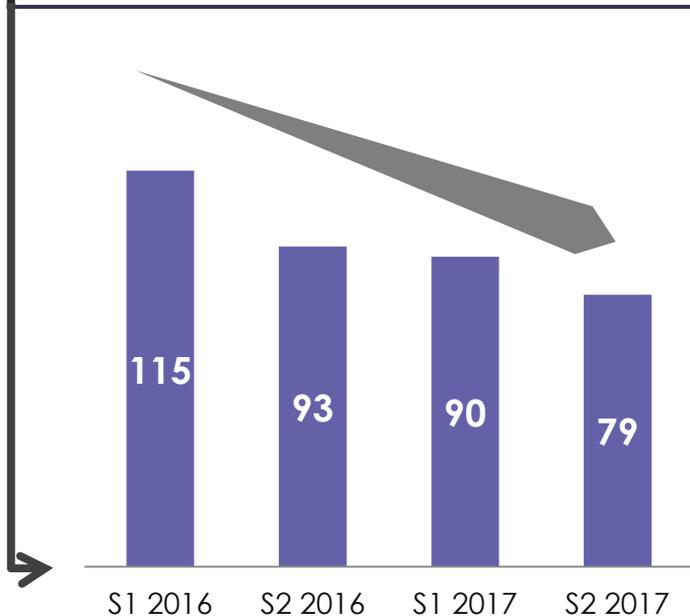
| En M€ | S1 2016 | S2 2016 | 2016 | S1 2017 | S2 2017 | 2017 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Autres produits et charges opérationnels | (418) | (207) | (625) | (274) | (207) | (480) |
| <i>Dont coûts de restructuration</i> | <i>(131)</i> | <i>(121)</i> | <i>(252)</i> | <i>(124)</i> | <i>(93)</i> | <i>(217)</i> |

- Entre 2016 et 2017, les APCO ont baissé de 23 % en passant de 625 M€ à 480 M€
- En France, la baisse est de 33 % (de 408 M€ à 271 M€). Elle est liée à l'achèvement des programmes de fermeture de magasins, de changement de concepts et de réorganisation des enseignes

Autres produits et charges opérationnels 2017

France Retail

| En M€ | S1 2016 | S2 2016 | 2016 | S1 2017 | S2 2017 | 2017 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Autres produits et charges opérationnels | (299) | (109) | (408) | (169) | (101) | (271) |
| <i>Dont coûts de restructuration</i> | <i>(115)</i> | <i>(93)</i> | <i>(207)</i> | <i>(90)</i> | <i>(79)</i> | <i>(169)</i> |



- La baisse des APCO de 34 % traduit la fin progressive des grands programmes de transformation du Groupe en France :
 - Réduction des surfaces de Géant
 - Déploiement de Mandarine
 - Refonte de la restauration
 - Rationalisation du parc en proximité
- Ces programmes étant proches de leur achèvement, il est raisonnable d'estimer pour 2018 un montant d'APCO significativement inférieur à celui de 2017

Résultat net de l'ensemble consolidé Part du Groupe

| En M€ | 2016 | 2017 |
|--|--------------|------------|
| Résultat net des activités poursuivies Part du Groupe | 33 | 127 |
| Résultat net des activités abandonnées Part du Groupe | 2 645 | (7) |
| Résultat net de l'ensemble consolidé Part du Groupe | 2 679 | 120 |

- En tenant compte des autres produits et charges opérationnels, le Résultat des activités poursuivies Part du Groupe s'établit à 127 M€
- Le Résultat net de l'ensemble consolidé Part du Groupe s'élève à 120 M€ pour l'exercice 2017 ; en 2016 ce résultat intégrait la plus value de cession des activités du Groupe en Asie (2,9 Mds€)

■ Groupe (activités poursuivies)

| En M€ | 2016 | 2017 | % |
|----------------------------|-------|-------|-----------------|
| EBITDA | 1 697 | 1 930 | + 13,7 % |
| Capacité d'autofinancement | 1 372 | 1 573 | + 14,7 % |

■ France

| En M€ | 2016 | 2017 | % |
|----------------------------|------|------|----------------|
| EBITDA | 872 | 901 | + 3,4 % |
| Capacité d'autofinancement | 552 | 601 | + 8,7 % |

- Pour le Groupe, progression de la CAF de + 14,7 %, en ligne avec la croissance de l'EBITDA
- En France, la progression de la CAF est de + 8,7 %, supérieure à celle de l'EBITDA du fait notamment de la baisse des APCO

Cash flow libre des activités poursuivies – 2017

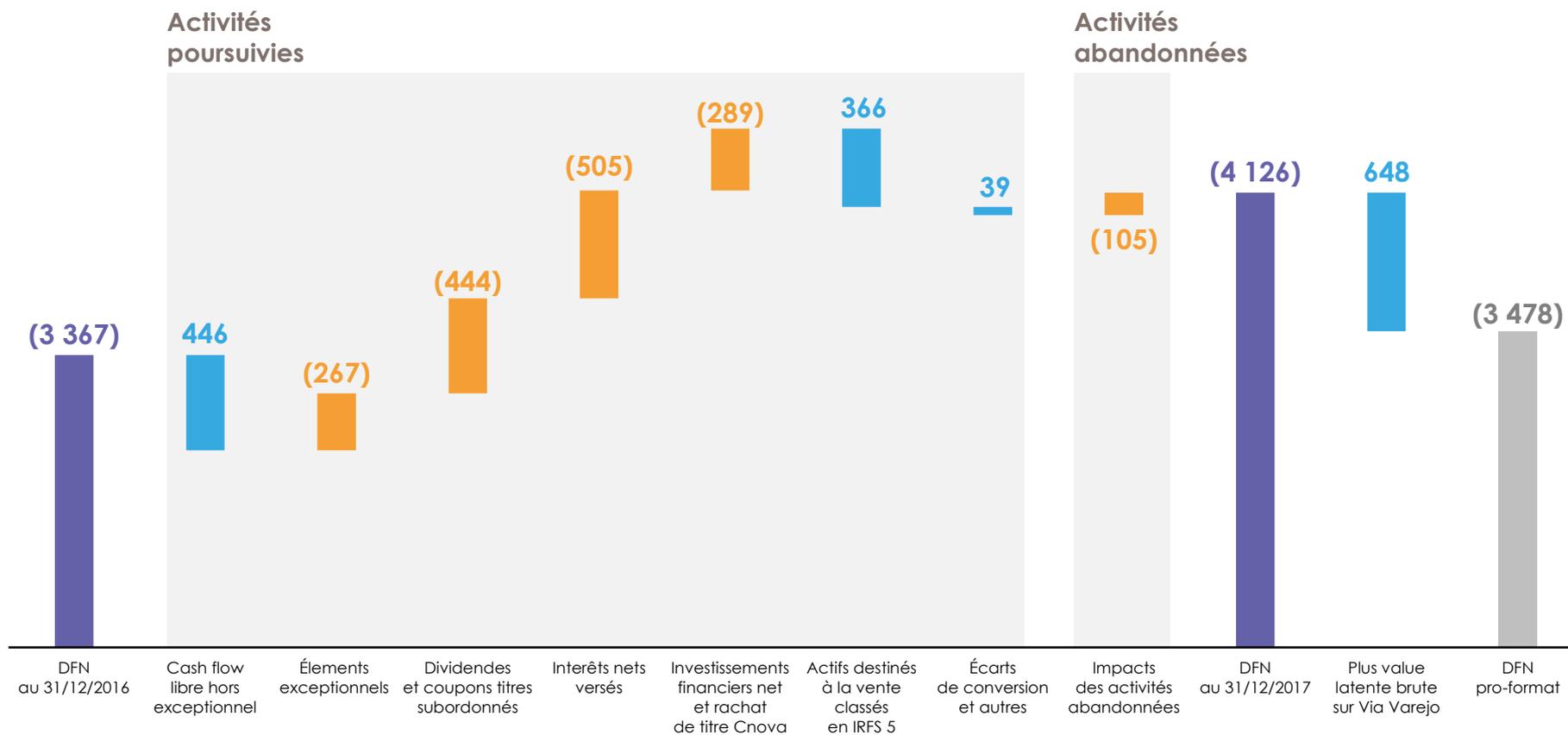
Groupe

| En M€ | FY 2017 |
|--|--------------|
| Capacité d'autofinancement | 1 573 |
| <i>Dont éléments exceptionnels</i> | <i>(267)</i> |
| BFR | (336) |
| Impôts | (114) |
| Flux généré par l'activité | 1 123 |
| CAPEX | (944) |
| Cash flow libre des activités poursuivies avant dividendes* | 179 |
| <i>Dont éléments exceptionnels</i> | <i>(267)</i> |
| Cash flow libre des activités poursuivies, hors éléments exceptionnels et avant dividendes* | 446 |

- Cash flow libre de + 446 M€ hors éléments exceptionnels non récurrents décaissés en 2017 (charges de restructuration principalement)
- BFR en baisse de – 336 M€, impacté notamment par des créances sur crédits fiscaux et indemnités d'assurance au Brésil (- 295 M€) et des produits fiscaux et sociaux à recevoir en France (- 60 M€)

* Avant dividendes versés aux actionnaires de la société mère, aux porteurs de TSSDI et aux intérêts minoritaires, et hors frais financiers

Évolution de la dette financière nette du Groupe en 2017



- Dans la DFN Groupe, la participation de GPA dans Via Varejo est établie sur la base de sa valeur comptable (13,7 BRL / action). La DFN Groupe serait de 3 478 M€ en prenant le cours actuel de Via Varejo (27,6 BRL / action au 27 février 2018)

Cash flow libre des activités poursuivies – 2017

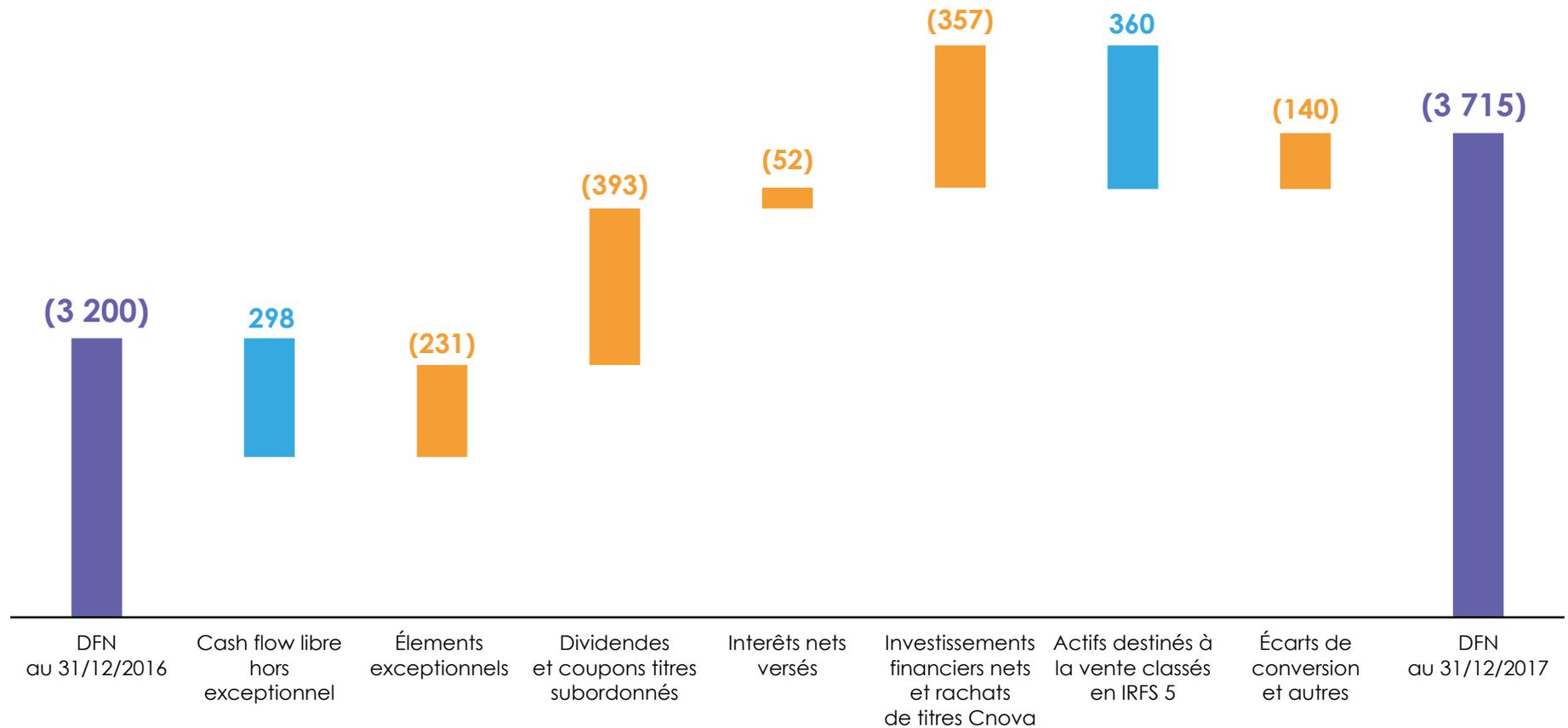
France

| En M€ | FY 2017 |
|--|--------------|
| Capacité d'autofinancement | 601 |
| <i>Dont éléments exceptionnels</i> | <i>(231)</i> |
| BFR | (120) |
| Impôts | (43) |
| Flux généré par l'activité | 438 |
| CAPEX | (385) |
| Dividendes reçus des filiales | 14 |
| Cash flow libre des activités poursuivies avant dividendes* | 67 |
| <i>Dont éléments exceptionnels</i> | <i>(231)</i> |
| Cash flow libre des activités poursuivies, hors éléments exceptionnels et avant dividendes* | 298 |

- Cash flow libre de + 298 M€ hors éléments exceptionnels non récurrents décaissés en 2017 (charges de restructuration principalement)
- BFR de – 120 M€ sous l'effet de la légère baisse de l'activité du T4 2017 (- 0,8 %) et du décalage de produits fiscaux et sociaux à recevoir (- 60 M€)

* Avant dividendes versés aux actionnaires de la société mère, aux porteurs de TSSDI et hors frais financiers

Évolution de la dette financière nette de la France en 2017



Évolution de la dette financière nette par entité

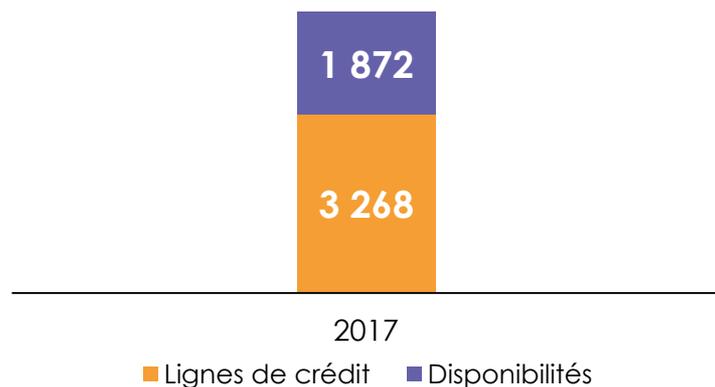
| En M€ | 2016 | 2017 |
|-----------------------------------|----------------|---------------------|
| France Retail | (3 200) | (3 715) |
| Cdiscount | 168 | (194) |
| Latam Retail | (1 032) | (845) |
| <i>Dont Éxito (hors GPA Food)</i> | <i>(810)</i> | <i>(655)</i> |
| <i>Dont GPA Food</i> | <i>(221)</i> | <i>(189)</i> |
| Latam Electronics* | 697 | 628 |
| Total | (3 367) | (4 126) |

- L'évolution de la DFN de la France provient principalement des charges exceptionnelles, des investissements financiers du premier semestre (rachat de Cnova notamment) et de l'évolution du BFR en fin d'année
- La variation de trésorerie de Cdiscount s'explique par l'extension de l'assortiment (augmentation des stocks), la mise en œuvre de la stratégie multicanale et les investissements logistiques et informatiques
- La DFN du segment Latam Retail se réduit de 18 % en 2017
- Le ratio de DFN / EBITDA s'établit à 2,1x

* Dans la DFN Groupe, la participation de GPA dans Via Varejo est établie sur la base de sa valeur comptable (13,7 BRL / action). La DFN Groupe serait de 3 478 M€ en prenant le cours actuel de Via Varejo (27,6 BRL / action au 27 février 2018)

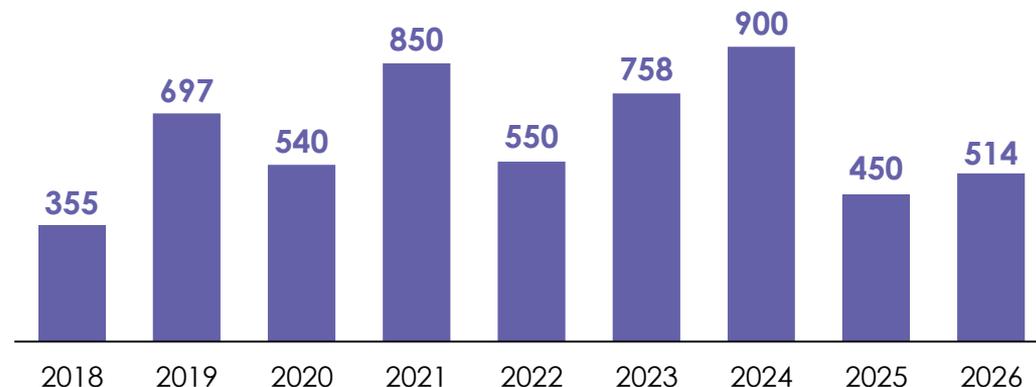
5,1 Mds€ de liquidités au 31/12/2017

En M€



Échéancier obligataire au 31/12/2017 : 5,6 Mds€

En M€



■ Liquidité

- La position de trésorerie brute de 1,9 Md€ et les lignes de crédit disponibles de 3,3 Mds€ couvrent très aisément les échéances à venir

■ Notation du Groupe

- Le 30 novembre 2017, le Groupe a mis fin à son contrat avec l'agence Fitch Ratings et a mandaté Moody's comme nouvelle agence, dans le cadre de la rotation des agences de notation
- Casino est noté BB+ par Standard & Poor's (perspective stable) depuis le 21 mars 2016 et, depuis le 30 novembre 2017, Ba1 par Moody's également avec une perspective stable

* Périmètre : Casino Guichard Perrachon société mère, activités françaises et holdings détenues à 100 %

| En M€ | 2017 |
|--|-------------|
| Résultat social Casino Guichard Perrachon (en M€) | 394 |
| <i>Par action</i> (en €) | 3,56 |
| Dividende proposé à l'Assemblée générale (en €) | 3,12 |
| <i>Acompte sur dividende payé le 11 décembre 2017</i> | 1,56 |
| <i>Solde restant à distribuer en mai 2018</i> | 1,56 |

- Il sera proposé à l'Assemblée générale le paiement d'un dividende de 3,12 euros au titre des résultats 2017
- Compte tenu de l'acompte sur dividende versé en 2017, le solde restant à distribuer est de 1,56 euro par action. Le détachement de ce solde interviendra le jeudi 18 mai 2018 et sera mis en paiement le 22 mai 2018



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

4

Priorités stratégiques et Perspectives

1 Poursuivre la croissance sur les meilleurs formats du Groupe

2 Accélérer le développement sur le digital et l'omnicanal

3 Continuer les plans d'actions de baisse de coûts et d'amélioration de la supply chain

4 Accroître la génération de cash et renforcer sa structure financière

- Le Groupe est aujourd'hui **bien positionné** sur les **formats porteurs**
 - Poursuite de la croissance des enseignes qualitatives et très rentables : **Monoprix, Franprix et Supermarchés Casino**
 - Retour à la croissance des enseignes de **Proximité** avec un parc désormais rationalisé, qui reste le plus dense de France, avec un maillage territorial unique (~ 5 400 magasins)
 - Redressement des **hypermarchés** :
 - Très bonne performance en **alimentaire**
 - **Réduction** continue des **surfaces** et introduction du **multicanal** en **alimentaire**

- **L'offre** a été profondément **refondée** pour répondre aux **évolutions** rapides **des modes de consommation**
 - Un réseau de **168 magasins bio Naturalia** et déjà **9 %** de chiffre d'affaires alimentaire réalisé dans le bio en 2017 chez Monoprix
 - Une **marque propre** rénovée, modernisée, adaptée aux nouveaux goûts des clients
 - Déploiement des **derniers concepts** (frais, bio, textile, beauté, ...) plus attractifs dans tous les formats

- **Expansion** des enseignes qualitatives, très rentables, **Monoprix et Franprix et Casino Supermarchés** :
 - Bon rythme d'**expansion** en 2017 (114 ouvertures en 2017)
 - Poursuite de l'**expansion** en 2018 avec un rythme annuel d'au moins 100 ouvertures chez Monoprix et Franprix et poursuite des ralliements en supermarchés
 - Amélioration continue des **concepts** existants, de **l'offre et des services**
- Maintien d'un rythme d'**expansion soutenu** sur **Naturalia** : objectif de 200 magasins à fin 2018
- Développement du **réseau de Proximité**
 - ~ **200 ouvertures** prévues en 2018, en franchise
- **Poursuite du déploiement du nouveau concept Next** : objectif de ~ **100 rénovations** en 2018

- **En alimentaire**, poursuite des plans d'action ayant permis de faire croître le chiffre d'affaires et la rentabilité :
 - **Rénovation de l'offre** (excellence sur les produits frais, rayons à services)
 - Déploiement des **nouveaux concepts** (bio, beauté)
- Poursuite du **redressement** de la performance en **non-alimentaire** :
 - Finalisation de la démarche de **réduction des surfaces**
 - Nouveaux concepts **textile et maison**
 - Poursuite du déploiement des **corners Cdiscount**
- **2 ralliements en franchise à date**, témoignant de l'attractivité du concept
- Premiers passages en **location-gérance en 2018**

■ Poursuite d'une croissance soutenue du Cash & Carry en 2018

- Poids désormais très significatif de ce format : 135 magasins fin 2017 (+ 27 magasins : + 20 au Brésil et + 7 en Colombie) qui représentent 14 % du CA Groupe (5,1 Mds€ de CA)
- Objectif de plus de **20 ouvertures par an** au Brésil et en Colombie, en poursuivant la stratégie de conversion chez Assaí et Éxito

■ Poursuite de la croissance des enseignes qualitatives, sur lesquelles le Groupe est leader

- Déploiement des **concepts frais** en Colombie (Carulla Fresh) et Uruguay (Devoto Fresh Market) avec 3 à 5 nouveaux magasins en 2018
- Poursuite des **rénovations de Pão de Açúcar** au Brésil
- Développement des **enseignes de proximité** dans les pays où le Groupe est présent (aliados Éxito, Mini et Petit Libertad, Devoto Express)

- Un **réseau physique unique** en France
 - Plus de 9 000 points de vente en France
- Une **quote-part du online** dans le volume d'affaires France de 15,5 %, en croissance
- Des **données clients plus qualifiées** grâce à la part de Cdiscount, avec des perspectives de **monétisation** sur un marché de la **data** en forte croissance
- Une **approche omnicanale généralisée** dans l'ensemble des enseignes :
 - Recrutement de **nouveaux clients** dans les programmes de **fidélité**, notamment grâce aux **applications** (Applications Monoprix, Franprix et Casino Max)
 - Développement des **services omnicanaux** (Drive : + 10 % en 2017, LAD express)
- Un **réseau logistique dense et bien adapté au e-commerce**:
 - En **non-alimentaire**, un excellent réseau d'entrepôts avec Cdiscount
 - Grâce à l'accord Ocado et à la densité du réseau physique, le meilleur de la livraison **alimentaire** à domicile, en drives et à partir des magasins

- **Renforcer la position du Groupe comme acteur majeur du e-commerce en France :**
 - **En non-alimentaire :**
 - Conforter la position de **#2 avec Cdiscount**
 - Accélérer la croissance de Monoprix.fr avec l'intégration de **Sarenza.com**
 - **En alimentaire :**
 - Viser une **croissance à deux chiffres** sur tous les canaux en 2018, grâce notamment au développement des services (livraisons à domicile et livraison express dans les grandes villes, drive)
 - Poursuivre les travaux visant à ouvrir le **premier entrepôt de livraison sous solution Ocado début 2020**

- **Accélérer la digitalisation de l'expérience client :**
 - Développer les services via les **applications mobiles**
 - Poursuivre le développement **du drive, du click & collect et des corners Cdiscount** (5 à date et **objectif de 20 au S1 2018**, déploiement qui se poursuivra par la suite)

- Des **réductions de coûts significatives** ont déjà été mises en œuvre
 - En **France** : une **amélioration** de 1 point du **ratio de coûts** en deux ans
 - **Benchmarks** permanents et déploiement des meilleures pratiques en magasins : productivité, nettoyage, gardiennage, sécurité, maintenance
 - Développement de synergies et massification des **frais généraux**
 - **Automatisation** du processus de commandes en magasin, ce qui permet une baisse des ruptures et de la démarque
 - Au **Brésil** : - 13 000 effectifs chez Multivarejo en deux ans
 - **Rationalisation de la logistique** (- 21 % d'effectifs) : livraison en cross-dock, optimisation du circuit du transport
 - Plans de **productivité en hypermarchés** (- 18 % d'effectifs) : simplification des organisations, développement de la polyvalence

- Ces plans vont **se poursuivre**
 - En **France** : poursuite des plans d'efficience opérationnelle
 - **Logistique** : développement des synergies entre enseignes (transports, frais généraux)
 - **Magasins et frais de structures** : démarche d'optimisation continue
 - Au **Brésil** : poursuite des programmes d'optimisation
 - Baisse des **coûts marketing** en lien avec le déploiement de Meu Desconto
 - Poursuite de la **simplification des structures**, notamment au siège
 - Généralisation de la polyvalence et du pilotage de la **productivité en magasin, mutualisation d'outils** avec le Cash & Carry

Le Groupe se fixe comme objectifs :

■ Pour le **résultat opérationnel courant** :

- En France, il vise pour la distribution alimentaire une progression organique* du ROC hors immobilier supérieure à 10 %, portée par la croissance des formats les plus rentables, par la progression de la rentabilité des hypermarchés et de la proximité
- Au total, le Groupe vise une croissance organique* de son ROC consolidé et supérieure à 10 % hors crédits fiscaux

■ En France, **un cash-flow libre**** des activités poursuivies hors exceptionnels couvrant les frais financiers et les dividendes et permettant d'améliorer la dette financière nette

■ Une **réduction de la dette financière nette du Groupe** avec :

- Le retour à l'équilibre du cash-flow libre chez Cdiscount
- Un cash-flow libre** des activités poursuivies hors exceptionnels supérieur à 1 Md € au total
- Une enveloppe de CAPEX autour d'1 Md€
- Et l'effet potentiel important de la cession de Via Varejo

* Hors change et périmètre

** Avant dividendes versés aux actionnaires et porteurs de TSSDI et hors frais financiers

5

Annexes

Évolution du chiffre d'affaires à magasins comparables hors essence

| France | T1 | T2 | T3 | T4 |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Géant Casino* | -1,9 % | + 0,8 % | + 0,8 % | + 0,3 % |
| Leader Price | + 0,2 % | + 0,5 % | - 0,2 % | + 0,3 % |
| Monoprix | + 2,1 % | + 3,6 % | + 3,1 % | - 0,5 % |
| SM Casino | + 1,9 % | + 3,2 % | + 0,5 % | + 0,6 % |
| Franprix | + 1,4 % | + 3,2 % | - 0,5 % | + 0,5 % |
| Proximité & divers** | - 2,1 % | + 0,4 % | - 1,4 % | + 2,3 % |
| <i>Dont Proximité***</i> | - 2,2 % | + 3,7 % | - 2,0 % | + 2,0 % |
| Total | + 0,2 % | + 1,9 % | + 0,6 % | + 0,3 % |

| International | T1 | T2 | T3 | T4 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|
| Latam Retail | + 4,6 % | + 3,7 % | + 2,0 % | + 2,4 % |

* Hors activités essentiellement de la société Codim (4 hypermarchés) en Corse

** Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

*** Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés, hors LPE

| | 2017 |
|----------------------|----------------|
| Géant Casino* | - 0,8 % |
| Leader Price | - 0,8 % |
| Monoprix | - 0,8 % |
| SM Casino | - 0,8 % |
| Franprix | - 0,9 % |
| Proximité** | - 0,6 % |
| France Retail | - 0,8 % |
| Latam Retail | - 0,5 % |
| Groupe | - 0,6 % |

* Hors activités essentiellement de la société Codim (4 hypermarchés) en Corse

** Le calendrier de la proximité inclut le calendrier des magasins franchisés, hors LPE

EBITDA consolidé 2017 des activités poursuivies

| En M€ | 2016 | 2017 à TCC* | 2017 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| France Retail | 872 | 900 | 901 |
| Latam Retail | 816 | 980 | 1 029 |
| E-commerce | 10 | (0) | (0) |
| Total | 1 697 | 1 879 | 1 930 |

* TCC : Taux de Change Constant

Passage de l'EBITDA ajusté de GPA à la contribution à l'EBITDA consolidé

| | 2016 | 2017 |
|--|-------|--------------|
| EBITDA ajusté en MBRL (publié par la filiale) | 2 184 | 2 920 |
| EBITDA ajusté en M€ | 566 | 810 |
| Retraitements de consolidation en M€ | (67) | (54) |
| EBITDA en M€ | 499 | 756 |

Évolution de la rentabilité opérationnelle de GPA

| <i>Marge d'EBITDA hors effet de rattrapage des crédits fiscaux (%)</i> | 2016 | 2017 | Var. |
|--|-------------|--------------|-----------------|
| Multivarejo | 4,8 % | 5,0 % | + 20 bp |
| Assaí | 4,2 % | 5,6 % | + 140 bp |
| GPA Food | 4,6 % | 5,2 % | + 60 bp |

Notes : Données publiées par la filiale

■ Les crédits fiscaux correspondent à des régularisations de taxes assises sur les achats / ventes : ICMS et Pis-cofins

- Les crédits fiscaux concernent différentes taxes assises sur le chiffre d'affaires, qui sont exigibles notamment dans certains états du Brésil. Comme pour la TVA, les taxes payées par le distributeur sont normalement imputées sur les taxes collectées sur les clients, dans des conditions qui peuvent varier selon la nature des taxes et les états. La reconnaissance du crédit fiscal intervient ainsi lorsque son utilisation (monétisation) est possible, et celle-ci est donc liée à l'activité.
- En 2016 et en 2017, GPA a été conduit à comptabiliser dans son résultat opérationnel un rattrapage sur certains crédits fiscaux qui par prudence n'avaient pas été comptabilisés au cours des années antérieures en l'absence de règles juridiques claires.
- Cette reconnaissance de crédits PIS –Cofins en 2016 et ICMS-ST en 2017 fait suite à des décisions définitives de la Cour suprême du Brésil.
- Enfin, GPA a fait figurer dans ses engagements hors bilan un actif potentiel de près de 400 M€, non intégré dans les résultats et lié à une décision de la cour suprême portant sur l'exclusion de l'ICMS de l'assiette de la taxe PIS-Cofins et qui pourra être reconnu dans les prochaines années.

■ Impact de l'effet de rattrapage dans le ROC de GPA Food :

- En 2016, 75 M€* de crédits Pis-Cofins
- En 2017, 198 M€* de crédits ICMS-ST

* Au taux de change moyen de 2016 pour les crédits Pis-Cofins et au taux de change moyen 2017 pour les crédits ICMS-ST

Résultat financier normalisé – par semestre

| En M€ | S1 | | S2 | |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| France Retail | (14) | (65) | (51) | (81) |
| Latam Retail | (143) | (163) | (185) | (126) |
| <i>Dont Éxito (hors GPA Food)</i> | <i>(59)</i> | <i>(65)</i> | <i>(72)</i> | <i>(64)</i> |
| <i>Dont GPA Food</i> | <i>(84)</i> | <i>(98)</i> | <i>(113)</i> | <i>(62)</i> |
| <i>Hors escompte</i> | <i>(70)</i> | <i>(77)</i> | <i>(85)</i> | <i>(43)</i> |
| <i>Escompte</i> | <i>(14)</i> | <i>(21)</i> | <i>(28)</i> | <i>(19)</i> |
| E-commerce | (12) | (18) | (6) | (22) |
| Total | (169) | (246) | (242) | (230) |

Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence

| En M€ | 2016 | 2017 |
|-----------------------|------|-------------|
| France Retail | (3) | (7) |
| <i>Dont Mercialys</i> | 35 | 29 |
| <i>Dont FP-LP</i> | (40) | (39) |
| <i>Dont autres</i> | 2 | 2 |
| Latam Retail | 23 | 20 |
| Total | 20 | 13 |

- Pour Franprix-Leader Price, un ensemble de magasins a été transféré par opérations successives à des masters franchisés partenaires du Groupe. La quote-part de résultats revenant au Groupe sur les magasins transférés s'améliore sur les premières opérations réalisées

Résultat des activités abandonnées

| <i>En M€</i> | 2016 | 2017 |
|--|--------------|-------------|
| Résultat net des activités abandonnées | (243) | 83 |
| Plus-values de cessions nettes de Thaïlande et Vietnam | 2 865 | 0 |
| Ajustement de la valeur consolidée de Via Varejo | (461) | (36) |
| Résultat des activités abandonnées | 2 161 | 47 |
| <i>Dont intérêts minoritaires</i> | <i>(484)</i> | <i>54</i> |
| <i>Dont Part du Groupe</i> | 2 645 | (7) |

- 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 afférents à ces retraitements
- 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

Passage du résultat net publié au résultat net normalisé

| En M€ | 2016 | Éléments retraités | 2016 normalisé | 2017 | Éléments retraités | 2017 normalisé |
|---|--------------|-----------------------|-------------------|--------------|-----------------------|-------------------|
| Résultat Opérationnel Courant | 1 034 | 0 | 1 034 | 1 242 | 0 | 1 242 |
| Autres produits et charges opérationnels | (625) | 625 | 0 | (480) | 480 | 0 |
| Résultat Opérationnel | 409 | 625 | 1 034 | 762 | 480 | 1 242 |
| Coût de l'endettement financier net | (324) | 0 | (324) | (367) | 0 | (367) |
| Autres produits et charges financiers | (35) | (51) | (87) | (78) | (30) | (108) |
| Charge d'impôt | (34) | (155) | (189) | (56) | (103) | (159) |
| Quote-part de résultat des entreprises associées | 20 | 0 | 20 | 13 | 0 | 13 |
| Résultat net des activités poursuivies | 36 | 419 | 455 | 273 | 348 | 621 |
| <i>Dont intérêts minoritaires</i> | 2 | 111 | 114 | 146 | 103 | 249 |
| <i>Dont Part du Groupe</i> | 33 | 307 | 341 | 127 | 244 | 372 |

| En M€ | 2016 | 2017 |
|-----------------------------------|------------|------------|
| France Retail | 5 | 3 |
| Latam Retail | 136 | 263 |
| <i>Dont Éxito (hors GPA Food)</i> | 48 | 44 |
| <i>Dont GPA Food</i> | 89 | 220 |
| E-commerce | (28) | (17) |
| Total | 114 | 249 |

Note : Les intérêts minoritaires normalisés correspondent au résultat revenant aux intérêts minoritaires corrigé

(i) de la part de ces mêmes intérêts minoritaires dans les autres produits et charges opérationnels tels que définis dans la partie « principes comptables » de l'annexe actuelle aux comptes consolidés

(ii) dans les éléments financiers non récurrents ainsi que (iii) dans les produits et charges d'impôts afférents à ces retraitements

Autres produits et charges opérationnels

– par semestre

| En M€ | S1 2016 | S2 2016 | 2016 | S1 2017 | S2 2017 | 2017 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Résultat de cession d'actifs, périmètre et perte de valeur sur actifs | (159) | (31) | (190) | (77) | (82) | (159) |
| Coûts de restructuration | (131) | (121) | (252) | (124) | (93) | (217) |
| Litiges et risques | (68) | (55) | (123) | (60) | (32) | (92) |
| Divers | (59) | (0) | (60) | (13) | 1 | (13) |
| Total | (418) | (207) | (625) | (274) | (207) | (480) |

Autres produits et charges opérationnels – par segment

| En M€ | 2016 | Dont France | Dont Latam | 2017 | Dont France | Dont Latam |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Résultat de cession d'actifs, périmètre et perte de valeur sur actifs | (190) | (145) | (34) | (159) | (89) | (64) |
| Coûts de restructuration | (252) | (207) | (30) | (217) | (169) | (38) |
| Litiges et risques | (123) | (12) | (105) | (92) | (6) | (76) |
| Divers | (60) | (44) | (15) | (13) | (6) | (6) |
| Total | (625) | (408) | (185) | (480) | (271) | (184) |

Tableau de financement de l'ensemble consolidé

| En M€ | 2016 | 2017 |
|--|----------------|----------------|
| Dette financière nette à l'ouverture | (6 073) | (3 367) |
| Capacité d'autofinancement | 1 625 | 2 034 |
| Variation de BFR | 272 | (413) |
| Impôts versés | (233) | (115) |
| Cash flow opérationnel net d'IS | 1 664 | 1 506 |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement | (1 226) | (1 346) |
| Acquisitions d'actifs financiers | (119) | (39) |
| Cessions d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement | 373 | 308 |
| Cessions d'actifs financiers | 12 | 12 |
| Variation de périmètre et autres opérations avec les actionnaires minoritaires | 3 703 | (207) |
| Variation des prêts et avances consentis | (52) | (47) |
| Variation de l'autocontrôle | (30) | (11) |
| Dividendes versés aux actionnaires de la société mère et aux intérêts ne donnant pas le contrôle | (599) | (403) |
| Dividendes versés aux TSSDI | (47) | (47) |
| Instruments en capitaux propres | (500) | 0 |
| Intérêts financiers nets versés | (436) | (735) |
| Variation de dette non cash | (274) | 331 |
| Écarts de conversion | 238 | (81) |
| Dette financière nette au 31/12 | (3 367) | (4 126) |

Bilan consolidé simplifié

| En M€ | 2016 | 2017 |
|--|---------------|---------------|
| Goodwill | 9 595 | 9 031 |
| Immobilisations | 11 642 | 10 629 |
| Participations entreprises associées | 625 | 587 |
| Actifs non courants | 1 080 | 1 220 |
| Autres actifs non courants | 687 | 523 |
| Stocks | 3 990 | 3 871 |
| Clients et autres créances | 2 552 | 2 357 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 5 750 | 3 391 |
| Actifs détenus en vue de la vente | 6 120 | 6 593 |
| Total actif | 42 042 | 38 202 |
| Capitaux propres | 14 440 | 13 057 |
| Provisions à long terme | 927 | 872 |
| Passifs financiers non courants | 7 733 | 7 229 |
| Autres passifs non courants | 1 753 | 1 234 |
| Provisions court terme | 175 | 173 |
| Fournisseurs | 6 939 | 6 649 |
| Autres dettes | 3 189 | 2 815 |
| Passifs financiers courants | 2 482 | 1 493 |
| Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente | 4 404 | 4 680 |
| Total passif | 42 042 | 38 202 |

Décomposition de la dette financière nette consolidée au 31/12/2017

| <i>En M€</i> | Dette brute | Trésorerie et équivalents de trésorerie | Impact IFRS 5 | Dette financière nette |
|-------------------|----------------|---|---------------|------------------------|
| France Retail | (6 022) | 1 872 | 435 | (3 715) |
| Latam Retail | (2 326) | 1 475 | 7 | (845) |
| Latam Electronics | 0 | 0 | 628 | 628 |
| E-commerce | (238) | 44 | 0 | (194) |
| Groupe | (8 586) | 3 391 | 1 070 | (4 126) |

Instruments dérivés inclus dans les autres passifs

| En M€ | % capital | Date de maturité | Taux d'intérêt | Notionnel | JV au 31/12/2016 | JV au 31/12/2017 |
|--------------|--------------|---------------------|-------------------|------------|---------------------|---------------------|
| Forward GPA | 2,2 % | Février 2020 | Libor + 2,04 % | 199 | (134) | (83) |
| TRS GPA | 3,0 % | Juin 2020 | E3M + 1,99 % | 332 | (209) | (177) |
| Total | | | | 531 | (343) | (260) |

- Ces instruments dérivés sont évalués à leur juste valeur, basée essentiellement sur le prix de l'action et le taux de change à la date du bilan
- La juste valeur de ces instruments est comptabilisée en « autres passifs » dans le bilan du Groupe (260 M€ à fin 2017)
- La variation annuelle de la juste valeur est inscrite en « autres résultats financiers » dans le compte de résultat
- Le Forward GPA a été renégocié en juin 2017 (réduction du taux d'intérêt de Libor + 2,76 % à Libor + 2,04 % et extension de l'instrument à février 2020)
- Le TRS GPA a été renégocié en octobre 2017 (réduction du taux d'intérêt de E3M + 2,695 % à E3M + 1,99 % et extension de l'instrument à juin 2020)

Puts intégrés dans le bilan

| En M€ | % capital | Valorisation au 31/12/2016 | Valorisation au 31/12/2017 | Période d'exercice |
|-------------------------|---|----------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Franprix - Leader Price | Magasins franchisés détenus majoritairement | 70 | 47 | Différentes dates |
| Monoprix | | 1 | 3 | Différentes dates |
| Green Yellow | | 9 | 0 | |
| Cnova | Offre de rachats de minoritaires | 187 | 0 | Expiré le 25/01/18 à hauteur de 166 |
| Cdiscount | 40% | 0 | 2 | À tout moment → 2020 |
| Uruguay (Disco) | | 115 | 119 | À tout moment → 2021 |
| Total | | 382 | 171 | |

| En M€ | % capital | Valorisation au 31/12/2016 | Valorisation au 31/12/2017 | Période d'exercice |
|-------------------------------|---|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Franprix - Leader Price | Magasins franchisés détenus minoritairement | 5 | 3 | Différentes dates |
| Monoprix | | 0 | 14 | Différentes dates |
| Total (hors bilan) | | 5 | 16 | |

| | 2016 | 2017 | Var. % |
|-----------------------------------|---------|----------------|----------|
| Brésil (BRL / EUR) | 3,8561 | 3,6054 | + 7,0 % |
| Colombie (COP / EUR) (x 1 000) | 3,3759 | 3,3361 | + 1,2 % |
| Uruguay (UYU / EUR) | 33,3198 | 32,3625 | + 3,0 % |
| Argentine (ARS / EUR) | 16,3473 | 18,7530 | - 12,8 % |

| | 2016 | 2017 | Var. % |
|-----------------------------------|---------|----------------|----------|
| Brésil (BRL / EUR) | 3,4305 | 3,9729 | - 13,7 % |
| Colombie (COP / EUR) (x 1 000) | 3,1649 | 3,5809 | - 11,6 % |
| Uruguay (UYU / EUR) | 30,9120 | 34,4626 | - 10,3 % |
| Argentine (ARS / EUR) | 16,7318 | 22,3333 | - 25,1 % |

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.