

**PROGRESSION DU ROC CONSOLIDÉ DE 11,6%, STABILITÉ DU RNP
NORMALISÉ ET OPERATIONS STRUCTURANTES SUR LE 1^{ER} SEMESTRE 2012**

- **Croissance satisfaisante du chiffre d'affaires du Groupe au 2^{ème} trimestre de +3,8%**
 - ✓ Croissance organique de +5,5% à l'international
 - ✓ Résistance de l'activité en France
- **Au 1^{er} semestre 2012 : Progression de l'EBITDA de +8,1% et du Résultat opérationnel courant du Groupe de +11,6%**
 - ✓ Excellentes performances à l'International
 - ✓ En France, redressement marqué de la rentabilité de Franprix-Leader Price
- **Stabilité du résultat net normalisé part du Groupe de 178 millions d'euros et croissance du BNPA normalisé**
- **Plus de la moitié du plan de 1,5Md€ de cessions d'actifs et d'augmentations de capital déjà réalisée**
- **Opérations majeures annoncées**
 - ✓ Changement de stratégie de Mercialys et distribution exceptionnelle aux actionnaires
 - ✓ Prise de contrôle de GPA le 2 juillet (qui sera consolidé par intégration globale au 2^{ème} semestre)
 - ✓ Lettre d'intention signée pour le rachat de 50% de Monoprix

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2012 établis par le Conseil d'Administration du 25 juillet 2012 ont été revus par les Commissaires aux comptes.

Jean-Charles Naouri, Président-Directeur général du Groupe Casino, a déclaré :

« Le Groupe a engagé au cours du semestre des opérations majeures à l'issue desquelles sa structure sera simplifiée et son profil renforcé par une plus grande exposition aux marchés à forte croissance et aux formats porteurs. La progression de la rentabilité opérationnelle au 1^{er} semestre prouve une nouvelle fois la résilience de son modèle d'activité. »

CHIFFRES CLES

<i>Activités poursuivies (en M€)</i>	S1 2011	S1 2012	Variation
CHIFFRE D'AFFAIRES	16 144	17 348	+7,5 %
EBITDA	929	1 004	+8,1%
Marge EBITDA	5,8%	5,8%	stable
ROC	571	638	+11,6%
Marge ROC	3,5%	3,7%	+14bp
Résultat net normalisé, Part du Groupe	178	178	+0,2%
BNPA normalisé (en €)	1,44	1,50	+4,8%
Dette Financière Nette ¹	6 783	6 043	-740 M€

¹ Après reclassement de la dette Mercialys selon IFRS 5

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2^{EME} TRIMESTRE

Au 2^{ème} trimestre 2012, le chiffre d'affaires consolidé progresse de +3,8%.

La croissance organique hors essence ressort à +1,7%, soutenue par les bonnes performances des activités internationales.

Les variations de périmètre ont contribué positivement à l'évolution du chiffre d'affaires, à hauteur de +2,2% principalement sous l'effet de la montée au capital de Casino dans GPA. Le chiffre d'affaires de la France et de l'International est impacté par un effet calendaire défavorable, de respectivement -0,9% et -2,3%.

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE AU 2^{EME} TRIMESTRE 2012

<i>CA consolidé HT</i>	T2 2012	<i>Variation T2 2012/T2 2011</i>		S1 2012	<i>Variation S1 2012/S1 2011</i>	
	en M€	<i>Croissance</i>	<i>Croissance organique hors essence</i>	en M€	<i>Croissance</i>	<i>Croissance organique hors essence</i>
Total activités poursuivies	8 608,6	+3,8%	+1,7%	17 347,9	+7,5%	+4,1%
France	4 531,3	-3,3%	-1,4%	9 026,4	-0,8%	+0,3%
International	4 077,4	+13,1%	+5,4%	8 321,5	+18,2%	+8,6%

FRANCE : RESISTANCE DE L'ACTIVITE AU 2ND TRIMESTRE

Les ventes en France sont en léger retrait de -0,5% en organique hors essence et calendaire au 2^{ème} trimestre.

L'effet calendaire de la France est de -0,9% sur le 2^{ème} trimestre. L'effet périmètre est de -2% au T2 2012, impacté notamment par la déconsolidation d'un master franchisé du groupe Franprix-Leader Price.

● **Casino France**

Les ventes de **Casino France** s'inscrivent en légère baisse de -0,7% en organique hors essence et calendaire.

Hors essence et calendaire, les ventes de **Géant** (Hypermarchés) reculent de -3,3%² en organique. Les ventes en alimentaire sont résistantes, soutenues par la mise en avant des premiers prix « Tous les jours », par la relance de la promotion toutes marques ainsi que par le déploiement des corners fidélisants.

En non alimentaire, le 2^{ème} trimestre a été impacté par de mauvaises conditions météorologiques qui ont affecté les produits saisonniers ainsi que par le décalage des soldes par rapport à 2011. Les ventes de produits multimédia baissent sous l'effet de l'évolution des modes d'achat en faveur du e-commerce.

La réduction des surfaces non alimentaires s'est accélérée à -8% sur le semestre.

Les ventes totales non alimentaires (Géant + Cdiscount) sont en progression.

Les ventes de **Casino Supermarchés** progressent de +1,4%² en organique (hors essence et calendaire). L'enseigne a renforcé son offre de produits frais et mis en place des outils de promotions ciblées en caisse. Elle a ouvert 3 supermarchés au 2^{ème} trimestre, ce qui porte à 4 le nombre de magasins ouverts au 1^{er} semestre.

Les ventes des **supérettes** s'inscrivent en recul de -3,2% en organique hors calendaire. L'expansion s'est poursuivie avec 102 ouvertures sur le trimestre dont 6 magasins aux nouveaux formats **Casino Shopping** et **Casino Shop**, ainsi que l'optimisation du parc.

Le chiffre d'affaires des **autres activités** (Cdiscount, Mercialis, Restauration...) progresse de +9,1% en organique, notamment grâce à une croissance du chiffre d'affaires de **Cdiscount** de +14,5% sur le trimestre et de +20,1% de son volume d'affaires. L'enseigne a connu de très bonnes performances sur la maison, le textile et la téléphonie. Sa part de marché en électroménager et hightech a augmenté, notamment grâce au succès des marques propres Continental Edison et Oceanic. Cdiscount a par ailleurs accéléré le développement de sa « market place », qui représente plus de 5% du volume d'affaires total du site à fin juin. Le m-commerce (ventes via terminaux mobiles) représente déjà 4% des ventes du site.

² Retraité du transfert de 4 magasins Géant à Casino Supermarchés

- **Franprix-Leader Price**

Les ventes de **Franprix** enregistrent un léger recul de -0,5% en organique hors calendaire. 8 magasins ont été ouverts sur le trimestre, portant à 15 le nombre de magasins ouverts depuis le début de l'année. Des outils de promotion et de fidélisation en caisse ont été déployés, offrant 5% de réduction sur la marque propre Leader Price. L'enseigne a par ailleurs augmenté le nombre de références Leader Price à moins de 1€ en magasins, poursuivi la relance de sa marque propre et procédé à des baisses ciblées de prix.

Les ventes totales de **Leader Price** reculent de -2,5% en organique hors calendaire sur le trimestre. L'évolution organique intègre l'impact des fermetures de 15 magasins depuis le 1^{er} janvier 2012. 5 magasins ont été ouverts sur le trimestre (soit 8 ouvertures depuis le début de l'année). L'enseigne s'est recentrée de façon efficace sur ses fondamentaux : ses indices prix sont très compétitifs, elle a accru son efficacité opérationnelle et amélioré son offre de produits frais par une plus grande professionnalisation des équipes. Elle confirme les attentes de début d'année, tant sur ses perspectives commerciales que sur sa rentabilité.

Au total, les ventes de **Franprix-Leader Price** reculent de -1,3% en organique hors calendaire sur le trimestre, sous l'impact principalement des fermetures ou transferts de magasins Leader Price. Les ventes publiées reculent de -7,5% en raison de la déconsolidation d'un masterfranchisé.

- **Monoprix**

Les ventes de **Monoprix** enregistrent une progression organique de +1,5% hors calendaire, avec une bonne tenue de l'alimentaire, favorisé par l'activité des rayons traditionnels.

En dépit d'un effet défavorable au 2^{ème} trimestre de la météo et du décalage des soldes, les ventes de textile ont été résistantes sur le semestre, sous l'effet des opérations commerciales. Au total 7 magasins ont été ouverts sur le trimestre (2 Naturalia, 2 Citymarchés et 3 Monoprix), portant à 12 le nombre de magasins ouverts depuis le début de l'année.

Evolution du chiffre d'affaires de la France au 2^{ème} trimestre
(croissance publiée et croissance organique hors essence et calendaire)

<i>En M€</i>	T2 2011	T2 2012	Croissance publiée	Croissance organique hors essence hors calendaire
CA HT France	4 687,7	4 531,3	-3,3%	-0,5%
Casino France	3 009,5	2 940,7	-2,3%	-0,7%
HM Géant Casino	1 361,1	1 277,2	-6,2%	-3,3% ³
SM Casino	907,8	934,4	+2,9%	+1,4% ³
Supérettes	370,3	359,7	-2,9%	-2,6%
Cdiscount & autres activités	370,3	369,4	-0,2%	+9,1%
Franprix – Leader Price	1 184,6	1 095,9	-7,5%	-1,3%
Monoprix	493,5	494,7	+0,2%	+1,5%

Evolution du chiffre d'affaires de la France au 2^{ème} trimestre
(croissance à magasins comparables, hors essence et incluant le calendaire)

	T2 2012
Hypermarchés Géant Casino	-5,1%
Supermarchés Casino	-2,4%
Franprix	-4,0%
Leader Price	-3,4%
Monoprix	-0,8%

³ Retraité du transfert de 4 magasins Géant à Casino Supermarchés

INTERNATIONAL : POURSUITE AU 2^{ÈME} TRIMESTRE D'UNE CROISSANCE TRÈS SOUTENUE DE L'ACTIVITE

Le chiffre d'affaires des filiales à l'**International** progresse de +13,1% sous l'effet d'une solide croissance organique de +5,5% et d'un effet périmètre lié à la montée de Casino au capital de GPA. Le calendrier est négatif de -2,3%.

● Amérique Latine

Les ventes progressent de +5,5% en organique et de +4,1% à magasins comparables.

En **Colombie**, les ventes totales ressortent en hausse de +15,5%. Les ventes à magasins comparables sont impactées par le décalage des opérations « Aniversario » sur le T1 et « Mega Prima » sur le mois de juillet, par rapport à 2011. L'expansion est centrée sur les formats de proximité et de discount sous les enseignes Exito Express et Surtimax, pour lesquels 20 magasins ont été ouverts sur le trimestre.

Au **Brésil**, les ventes totales progressent de +11,4%. GPA a continué à enregistrer une croissance soutenue de ses ventes à magasins comparables de +5,6%⁴. En alimentaire, les ventes à magasins comparables de GPA Food progressent de +4,7%⁴. Elles sont soutenues par la très bonne performance des magasins de cash & carry Assai et par les conversions réussies de 66 magasins de proximité Extra Facil au nouveau concept Minimercado Extra, qui se traduit par une accélération de la croissance des ventes sur ce format.

Les ventes à magasins comparables de Viavarejo, qui incluent les magasins Ponto Frio, Casas Bahia ainsi que l'e-commerce, ressortent en hausse de +6,7%⁴, avec un impact positif des incitations fiscales à l'achat de produits électroménagers et de meubles.

L'expansion s'est poursuivie au 2^{ème} trimestre avec l'ouverture de 9 magasins : 3 Ponto Frio, 3 Casas Bahia, 1 Pão de Açucar, 1 Hiper Extra et 1 Minimercado Extra.

● Asie

L'Asie affiche un rythme de croissance organique élevé de +7,5% au 2^{ème} trimestre.

En **Thaïlande**, la croissance organique de Big C a été très bonne, malgré les conséquences des inondations qui ont continué d'impacter l'organisation logistique et l'approvisionnement. Les ventes totales sont en très forte hausse sous l'effet de l'expansion menée à un rythme soutenu (1 hypermarché, 3 supermarchés, 25 Mini Big C et 19 magasins Pure ont été ouverts depuis le début de l'année) et de la croissance à magasins comparables. L'activité des galeries commerciales est très bien orientée.

La société a procédé avec succès le 3 mai à une augmentation de capital par placement privé (sursouscrite plus de 4 fois) qui contribue à soutenir ses plans d'expansion.

Le **Vietnam** enregistre à nouveau une croissance très élevée de ses ventes en organique sur le trimestre (+28,2%) dans un contexte de baisse de l'inflation par rapport à 2011. Un nouveau format de magasin de proximité a été lancé avec l'ouverture d'un C Express.

⁴ Données publiées par les sociétés

Croissance du chiffre d'affaires International au T2 2012

	Croissance publiée	Croissance organique	Croissance à magasins comparables
Amérique Latine	+13,1%	+5,5%	+4,1%
Asie	+17,2%	+7,5%	+2,3%

Croissance du chiffre d'affaires International au S1 2012

	Croissance publiée	Croissance organique	Croissance à magasins comparables
Amérique Latine	+20,7%	+9,4%	+7,9%
Asie	+14,7%	+8,6%	+3,3%

RESULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2012 : PROGRESSION DE +11,6% DU ROC CONSOLIDE

Le Groupe a affiché au 1^{er} semestre une croissance soutenue de ses **ventes** à +7,5%. En organique hors calendaire, celle-ci s'élève à +4%, portée par une bonne croissance à magasins comparables et par l'expansion à l'international. Les marchés à forte croissance du Groupe représentent 46% du chiffre d'affaires consolidé au 1^{er} semestre. En prenant en compte l'intégration globale de GPA, les marchés à forte croissance en représenteraient 59%⁵.

Le **Résultat opérationnel courant (ROC)** du Groupe progresse de +11,6% à 638 M€, soutenu par les fortes progressions de l'Amérique Latine et de l'Asie. Les marges opérationnelles sont bien orientées pour Monoprix, FPLP, et les activités menées en Asie et en Amérique Latine.

Les marchés à forte croissance du Groupe représentent déjà 60% du ROC consolidé au 1^{er} semestre. En prenant en compte l'intégration globale de GPA au 1^{er} janvier 2012, les marchés à forte croissance en représenteraient 72%⁵.

Le **ROC de la France** s'établit à 251 millions d'euros, en retrait de -7,3% par rapport au 1^{er} semestre 2011 sous l'effet notamment de la baisse des ventes en non alimentaire chez Géant et du paiement de la prime sur le partage des profits. Le ROC de Franprix-Leader Price s'inscrit en hausse de +15,4% grâce aux plans d'actions déployés par les enseignes. Le ROC de Monoprix augmente de +12,8%.

Le **ROC de l'International** est en très forte croissance de +28,7% à 387 millions d'euros. La progression organique est soutenue au Brésil, en Colombie et en Thaïlande. Hors effet de périmètre (lié à l'augmentation de la participation de Casino dans GPA), le ROC de l'International est en hausse de +17,4%.

Les autres charges et produits opérationnels (104 millions d'euros) intègrent notamment des provisions et charges pour restructurations, pour litiges ainsi que les frais de transaction engagés sur les opérations en cours.

L'évolution du coût de l'endettement financier est maîtrisée à 222 millions d'euros (contre 214 millions d'euros au 1^{er} semestre 2011).

Le résultat net part du groupe ressort à 124 millions d'euros. Retraité des éléments exceptionnels, le résultat net normalisé⁶ part du Groupe s'établit à 178 millions d'euros, stable par rapport au 1^{er} semestre 2011.

Au 30 juin 2012, la **dette financière nette** du Groupe (hors Mercialys) s'établit à 6 043 millions d'euros en retrait de 740 millions d'euros par rapport au 30 juin 2011. Le Groupe a poursuivi la mise en œuvre de son plan de cessions d'actifs et augmentations de capital de 1,5Md€, renforçant ainsi sa structure financière. Plus de la moitié du plan a déjà été réalisée au 1^{er} semestre grâce à la cession des titres et à la distribution exceptionnelle de Mercialys (670M€) et au placement privé réalisé par Big C en Thaïlande (102M€).

La **situation de liquidité est solide**, s'appuyant sur des disponibilités de 1,4Md€ et des lignes de crédit confirmées non tirées de 2,5Md€, alors que la maturité de la dette obligataire du Groupe a encore été allongée à 4,6 années (contre 4,4 à fin 2011 et 3,1 à fin 2010).

⁵ Pro forma S1 2012 avec GPA et Mercialys en IG, Monoprix en IP (voir la note 17 de l'annexe aux comptes semestriels 2012 qui précise l'incidence de l'intégration globale de GPA à partir du 1^{er} janvier 2012 sur les comptes consolidés semestriels du Groupe)

⁶ Le résultat net normalisé correspond au résultat net des activités poursuivies, corrigé des effets des autres produits et charges opérationnels et des effets des éléments financiers non récurrents, ainsi que des produits et charges d'impôts non récurrents (cf annexes)

RESULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2012

Activités poursuivies (en M€)	S1 2011	S1 2012	Variation	Variation organique ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES	16 144	17 348	+7,5%	+4,1%
- dont France	9 102	9 026	-0,8%	+0,3%
- dont International	7 041	8 322	+18,2%	+8,6%
EBITDA⁽²⁾	929	1 004	+8,1%	+3,9%
- dont France	479	438	-8,6%	-6,8%
- dont International	450	566	+25,8%	+15,1%
ROC	571	638	+11,6%	+5,3%
- dont France	271	251	-7,3%	-8,6%
- dont International	301	387	+28,7%	+17,4%
Autres produits et charges opérationnels	(125)	(104)	+17%	
Résultat opérationnel	446	534	+19,7%	
Coût de l'endettement financier net	(214)	(222)	-3,6%	
Autres produits et charges financiers	(9)	21		
Impôt sur les bénéfices	(52)	(95)		
Quote-part de résultats des MEE	(4)	(15)		
Résultat net des activités poursuivies, Part du Groupe	134	125	-6,6%	
Résultat net activités abandonnées, Part du Groupe	(1)	(1)		
Résultat net, part du Groupe (RNPG)	133	124	-6,5%	
RESULTAT NET NORMALISE, PART DU GROUPE⁽³⁾	178	178	+0,2%	

(1) A périmètre comparable, taux de change constants et hors impact des cessions immobilières

(2) EBITDA : ROC + dotations aux amortissements opérationnels courants.

(3) Cf détails en annexe.

Résultat opérationnel Courant (ROC) par format

FRANCE

<i>ROC (en M€)</i>	<i>S1 2011</i>	<i>Marge</i>	<i>S1 2012</i>	<i>Marge</i>	<i>Variation marge en organique</i>
Casino France	156	2,7%	119	2,0%	-77bp
Franprix-Leader Price	58	2,6%	67	3,1%	+71bp
Monoprix	57	5,8%	64	6,4%	+55bp
FRANCE	271	3,0%	251	2,8%	-26bp

INTERNATIONAL

<i>ROC (en M€)</i>	<i>S1 2011</i>	<i>Marge</i>	<i>S1 2012</i>	<i>Marge</i>	<i>Variation marge en organique</i>
Amérique Latine	197	3,8%	265	4,2%	+39bp
Asie	96	6,7%	117	7,1%	+45bp
Autres secteurs	8	n/a	5	n/a	n/a
INTERNATIONAL	301	4,3%	387	4,6%	+35bp

PERSPECTIVES DU 2^{EME} SEMESTRE 2012

Par la prise de contrôle de **GPA** et la signature d'une lettre d'intention sur **Monoprix**, le groupe Casino franchit au 2nd semestre un cap stratégique historique : son profil est désormais essentiellement exposé aux marchés à forte croissance et aux formats porteurs.

En **France**, dans un contexte très concurrentiel, le Groupe va intensifier ses plans d'action au 2nd semestre. Il va accélérer son leadership dans le e-commerce non alimentaire au travers de Cdiscount ainsi que le déploiement du multi-canal. L'expansion va se poursuivre dans les formats de proximité, avec des objectifs ambitieux sur tous les formats. Casino s'attachera à maîtriser ses coûts et à renforcer son excellence opérationnelle. Les plans d'action dans les hypermarchés sont renforcés sur l'alimentaire par la poursuite des programmes de relance commerciale et sur le non-alimentaire par la réduction proactive et accélérée des surfaces et une plus grande attractivité des sites.

A l'**International**, où le Groupe opère sur 4 marchés en croissance disposant d'un fort potentiel et totalisant plus de 400 millions d'habitants, Casino va soutenir la consolidation du leadership de ses grandes filiales.

- ✓ Au **Brésil**, **GPA** poursuit une stratégie qui a porté ses fruits dans un pays où les perspectives sont favorables. Le Groupe, partenaire stratégique de long terme de sa filiale, continuera à soutenir son plan de développement qui a fait ses preuves. Casino a par ailleurs réaffirmé sa confiance dans l'équipe dirigeante de la société.
- ✓ En **Colombie**, **Exito** poursuit sa croissance et la consolidation de son leadership par des ouvertures annuelles de 100 magasins concentrées sur les formats porteurs de proximité et de discount. La société continue à développer ses activités complémentaires à la distribution, qui viennent renforcer sa marge et poursuit l'intégration des enseignes Disco et Devoto en Uruguay.
- ✓ **Big C** en **Thaïlande** continuera à déployer sa stratégie de croissance élevée et rentable qui a fait ses preuves. La dynamique commerciale soutenue va se renforcer par l'expansion sur les petits formats et par le modèle dual, combinant hypermarchés et galeries commerciales. La flexibilité financière et le potentiel de développement de Big C sont confortés par le refinancement de sa dette à des conditions attractives et par le succès de son augmentation de capital par placement privé, qui va contribuer à en faire un acteur majeur dans la région.
- ✓ Au **Vietnam** l'expansion de **Big C** se poursuit au travers du modèle dual par l'ouverture de 4 hypermarchés avec galeries commerciales et du nouveau format de proximité C Express en test.

Enfin, lorsque la perte de contrôle de Mercialys sera effective, la participation du groupe dans la société sera mise en équivalence.

Le Groupe réaffirme ses objectifs pour 2012 :

- ✓ Croissance du chiffre d'affaires du Groupe supérieure à 10%
- ✓ Stabilité de la part de marché du Groupe dans l'alimentaire en France
- ✓ Progression du ROC de FPLP
- ✓ Maintien d'un ratio de DFN/EBITDA inférieur à 2,2x
- ✓ Plan de cessions d'actifs/augmentations de capital de 1,5Md€

Calendrier des prochaines publications

Lundi 15 octobre 2012 : Chiffre d’Affaires du 3^{ème} trimestre

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

Régine GAGGIOLI – Tél. : +33 (0)1 53 65 64 17

rgaggioli@groupe-casino.fr

ou

+33 1 53 65 64 18

IR_Casino@groupe-casino.fr

CONTACTS PRESSE

Thierry ORSONI – Tél. : +33 (0)1 53 65 24 78

torsoni@groupe-casino.fr

ou

Frédéric CROCCEL – Tél. : +33 (0)1 53 65 24 39

fcroccel@groupe-casino.fr

Image 7

Grégoire LUCAS – Tél. : +33 (0)1 53 70 74 94

glucas@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.

ANNEXES

Principales variations du périmètre de consolidation

- Consolidation en intégration globale de PRO et de SARJEL au sein du groupe Franprix-Leader Price à partir du 1^{er} février 2011
- Consolidation en intégration globale de SODEME au sein du groupe Franprix – Leader Price à partir du 15 avril 2011
- Consolidation en intégration globale de DSO au sein du groupe Franprix-Leader Price du 1^{er} février au 31 août 2011
- Consolidation en intégration globale de BARAT au sein du groupe Franprix-Leader Price à partir du 8 mars 2012
- Augmentation du pourcentage de détention dans GPA à 40,3% au 30 juin 2012 contre 37,1% au 30 juin 2011
- Au 1^{er} semestre 2012, Mercialys est consolidée en intégration globale. En application de la norme IFRS 5, les actifs et passifs de Mercialys ont été reclassés au bilan consolidé dans les catégories « Actifs détenus en vue de la vente » et « Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente »

Taux de change

<i>Taux de change moyens</i>	T1 2011	T1 2012	Variation	S1 2011	S1 2012	Variation
Argentine (ARS/EUR)	0,182	0,176	-3,6%	0,176	0,176	-0,3%
Uruguay (UYU/EUR)	0,037	0,039	+4,8%	0,037	0,039	+4,0%
Thaïlande (THB/EUR)	0,024	0,025	+2,8%	0,023	0,025	+5,7%
Vietnam (VND/EUR) (x1000)	0,037	0,037	-0,1%	0,035	0,037	+5,5%
Colombie (COP/EUR) (x1000)	0,390	0,424	+8,7%	0,388	0,430	+10,8%
Brésil (BRL/EUR)	0,439	0,432	-1,6%	0,437	0,414	-5,3%

Passage du résultat net publié au résultat net normalisé

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

Les éléments financiers non récurrents regroupent certains instruments financiers constatés en résultat dont la juste valeur peut être très volatile. A titre d'exemple, les variations de juste valeur des instruments financiers non qualifiés de couverture et des dérivés incorporés sur le cours de l'action Casino sont ainsi retraitées du Résultat net normalisé.

Les produits et charges d'impôts non récurrents correspondent aux effets d'impôt directement liés aux retraitements précédents ainsi que les effets directs d'impôt non récurrents. Ainsi la charge d'impôt rapportée au résultat normalisé avant impôt correspond au taux d'impôt moyen normatif du Groupe.

Cet agrégat permet de mesurer l'évolution du résultat récurrent des activités.

<i>en millions d'euros</i>	S1 2011	Eléments retraités	S1 2011 normalisé	S1 2012	Eléments retraités	S1 2012 normalisé
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	571	0	571	638	0	638
Autres produits et charges opérationnels	(125)	125	0	(104)	104	0
RESULTAT OPERATIONNEL	446	125	571	534	104	638
Coût de l'endettement financier net	(214)	0	(214)	(222)	0	(222)
Autres produits et charges financiers ⁽¹⁾	(9)	11	2	21	(24)	(3)
Charge d'impôt ⁽²⁾	(52)	(50)	(102)	(95)	(31)	(126)
Quote-part de résultat des entreprises associées	(4)	0	(4)	(15)	0	(15)
RESULTAT NET DES ACTIVITES POURSUIVIES	166	86	252	223	49	271
dont intérêts minoritaires ⁽³⁾	32	42	74	98	(5)	93
DONT PART DU GROUPE	134	44	178	125	53	178

(1) Sont retraités des autres produits et charges financiers, les effets d'actualisation monétaire des passifs fiscaux au Brésil (-10M€ en 2011 et -7M€ en 2012), les pertes de change sur les créances détenues sur l'état vénézuélien en USD (-30M€ en 2011 et 0M€ en 2012) ainsi que les variations en juste valeur du Total Return Swap portant sur les actions Exito, GPA et Big C (+29M€ en 2011 et +32M€ en 2012)

(2) Sont retraités de la charge d'impôt, les effets d'impôt correspondants aux éléments retraités ci-dessus, ainsi que les produits et charges d'impôts non récurrents

(3) Sont retraités des intérêts minoritaires les montants associés aux éléments retraités ci-dessus

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2^{EME} TRIMESTRE ET DU 1^{ER} SEMESTRE 2012

	2 ^{ème} trimestre		Variation		1 ^{er} semestre		Variation	
	2011 M€	2012 M€	Publiée	A taux de change constants	2011 M€	2012 M€	Publiée	A taux de change constants
FRANCE	4 687,7	4 531,3	-3,3%	-3,3%	9 102,2	9 026,4	-0,8%	-0,8%
<i>Dont :</i>								
Casino France	3 009,5	2 940,7	-2,3%	-2,3%	5 866,6	5 862,0	-0,1%	-0,1%
HM Géant Casino	1 361,1	1 277,2	-6,2%	-6,2%	2 637,4	2 548,3	-3,4%	-3,4%
Supermarchés Casino	907,8	934,4	+2,9%	+2,9%	1 742,6	1 799,5	+3,3%	+3,3%
Supérettes	370,3	359,7	-2,9%	-2,9%	715,1	713,3	-0,3%	-0,3%
Cdiscount & Autres activités	370,3	369,4	-0,2%	+9,1%	771,4	801	+3,8%	+3,8%
Franprix – Leader Price	1 184,6	1 095,9	-7,5%	-7,5%	2 258,9	2 158,0	-4,5%	-4,5%
Monoprix	493,5	494,7	+0,2%	+0,2%	976,7	1 006,4	+3,0%	+3,0%
INTERNATIONAL	3 606,2	4 077,4	+13,1%	+13,3%	7 041,5	8 321,5	+18,2%	+17,5%
<i>Dont :</i>								
Amérique Latine	2 680,2	3 031,4	+13,1%	+16,0%	5 185,6	6 256,5	+20,7%	+21,4%
Asie	711,1	833,4	+17,2%	+7,5%	1 430,9	1 641,4	+14,7%	+8,6%
Autres secteurs	214,8	212,5	-1,1%	-1,5%	425,1	423,7	-0,3%	-0,7%
CA DES ACTIVITES POURSUIVIES	8 293,8	8 608,6	+3,8%	+3,9%	16 143,7	17 347,9	+7,5%	+7,1%

PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE : FRANCE

FRANCE	31 déc. 2011	31 mars 2012	30 juin 2012
HM Géant Casino	127	126	123
<i>Dont Affiliés France</i>	8	8	8
<i>Affiliés International</i>	5	5	5
+ stations-service	101	100	97
SM Casino	422	425	434
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	51	51	54
<i>Affiliés Franchisés International</i>	32	35	35
+ stations-service	170	169	172
SM Franprix	897	892	897
<i>Dont Franchisés</i>	379	377	384
SM Monoprix	514	518	523
<i>Dont Naturalia</i>	55	58	60
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	130	131	131
DIS Leader Price	608	595	599
<i>Dont Franchisés</i>	271	245	256
Total SM + DIS	2 441	2 430	2 453
<i>Dont Franchisés/LGF</i>	863	839	860
SUP Petit Casino	1 758	1 745	1 707
<i>Dont Franchisés</i>	29	28	26
SUP Casino Shopping	6	7	10
SUP Casino Shop	16	19	27
SUP Eco Services	1	1	1
SUP Coop Alsace			31
<i>Dont Franchisés</i>			31
SUP Spar	956	955	972
<i>Dont Franchisés</i>	755	743	748
SUP Vival	1 752	1 699	1 708
<i>Dont Franchisés</i>	1 750	1 697	1 706
SUP Casitalia et C'Asia	1	1	1
MAG Franchisés	1 134	1 115	1 109
<i>Corner, Relay, Shell, Elf, Carmag...</i>	1 134	1 115	1 109
MAG Négoce	937	935	935
TOTAL PROXIMITE	6 561	6 477	6 501
<i>Dont Franchisés/LGF/Négoce</i>	4 606	4 519	4 556
MAG Affiliés	26	28	28
<i>Dont Affiliés France</i>	18	20	19
<i>Affiliés International</i>	8	8	9
DIV Autres activités	295	297	304
<i>Restauration</i>	293	295	302
<i>Cdiscount</i>	2	2	2
TOTAL France	9 450	9 358	9 409
Hypermarchés (HM)	127	126	123
Supermarchés (SM)	1 833	1 835	1 854
Discount (DIS)	608	595	599
Supérettes (SUP) + Magasins (MAG)	6 587	6 505	6 529
Autres (DIV)	295	297	304

PARC DE MAGASINS A FIN D'EXERCICE : INTERNATIONAL

International	31 déc. 2011	31 mars 2012	30 juin 2012
ARGENTINE	24	24	24
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	9	9	9
URUGUAY	52	52	52
HM Géant	1	1	1
SM Disco	27	27	27
SM Devoto	24	24	24
BRESIL	1 571	1 570	1 575
HM Extra	132	133	134
SM Pao de Açucar	159	158	159
SM Extra Perto	204	204	204
DIS Assai	59	60	59
SUP Extra Facil et Minimercado Extra	72	71	69
DIV Casas Bahia	544	544	547
DIV Ponto Frio	401	400	403
THAILANDE	221	240	268
HM Big C	108	108	109
SM Big C	12	14	15
SUP Mini Big C	51	62	75
DIV Pure	50	56	69
VIETNAM	23	23	24
HM Big C	18	18	18
SUP New Cho	5	5	5
SUP C Express	0	0	1
OCEAN INDIEN	53	53	53
HM Jumbo	11	11	11
SM Score/Jumbo	22	22	22
SM Cash and Carry	5	5	5
SM Spar	8	8	8
DIV Autres	7	7	7
COLOMBIE	351	366	383
HM Exito	80	82	84
SM Pomona, Carulla, Exito	130	131	133
DIS Surtimax	78	84	89
SUP Exito Express et Carulla Express	54	60	69
DIV Ley et Autres	9	9	8
TOTAL INTERNATIONAL	2 295	2 328	2 379
Hypermarchés (HM)	365	368	372
Supermarchés (SM)	591	593	597
Discount (DIS)	137	144	148
Supérettes (SUP)	182	198	219
Autres (DIV)	1 020	1 025	1 043