

## CA du 3<sup>ème</sup> trimestre 2013 : Forte croissance du Brésil et Redressement des hypermarchés Géant

- **Ventes totales du Groupe :**
  - **Accélération de la croissance organique\* hors essence à +6,6%**
  - **Chiffre d'affaires de 11,8 milliards d'euros, stable compte tenu des effets de change**
- **A l'International, croissance organique hors essence soutenue à +12,4%**, tirée notamment par les excellentes performances du Brésil
- **En France**, sur le 3<sup>ème</sup> trimestre :
  - **Le trafic et les volumes alimentaires\*\* sont redevenus positifs chez Géant (+1,3% et +1,5% respectivement)**
  - **Toutes les enseignes françaises sont en amélioration séquentielle**
- **Sur les 9 mois 2013, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 35,5 milliards d'euros, en croissance de +22,1%**

### • Evolution du chiffre d'affaires du Groupe au 3<sup>e</sup> trimestre 2013

CA CONSOLIDE HT	T3 2012	T3 2013	Variation T3 2013/T3 2012			T2 2013
	en M€	en M€	Croissance totale	Croissance organique hors essence	Croissance organique hors essence et calendaire	Croissance organique hors essence et calendaire
<b>Total activités poursuivies</b>	11 767	11 777	+0,1%	+6,6%	+6,5%	+3,0%
France	4 663	5 043	+8,1%	-2,9%	-3,6%	-3,3%
International	7 104	6 734	-5,2%	+12,4%	+12,5%	+9,7%

**Au 3<sup>e</sup> trimestre 2013**, le chiffre d'affaires consolidé du **Groupe** est stable par rapport au 3<sup>e</sup> trimestre 2012 à **11 777M€**. Les variations de périmètre, et notamment la consolidation par intégration globale de Monoprix, ont un impact de +3,8% et le change de -9,9%. L'effet calendaire est de +0,7% en moyenne en France et de -0,1% à l'international.

Sur les **9 mois 2013**, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à **35,5 Md€**, en croissance de +22,1%.

\* La croissance organique s'entend à périmètre et change constants

\*\* PGC - FI (Produits Grande Consommation et Frais Industriel)

## Ventes du T3 2013

**En France, l'activité est caractérisée par l'amélioration du trafic clients et des volumes alimentaires chez Géant, qui redeviennent tous deux positifs**

**En France**, la croissance organique hors essence s'établit en ligne avec les trimestres précédents à -2,9% au T3 2013. Le total des ventes est de 5 043 millions d'euros, soit une croissance de +8,1%.

- Les ventes de **Géant** et des **Supermarchés Casino** s'améliorent sensiblement par rapport au T2. Le trafic et les volumes alimentaires sont positifs chez Géant (+1,3% et +1,5% respectivement). Dans les Supermarchés Casino, le trafic est également redevenu positif (+0,6%).
- Toutes les **enseignes françaises** enregistrent une **amélioration** de leurs ventes par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre.
- La croissance de **Cdiscount**, supérieure au marché, est restée satisfaisante avec un volume d'affaires en progression de +14,3% grâce à la croissance de la marketplace et des ventes nettes.

**A l'international, la très forte croissance organique (+12,5% hors essence et calendaire) sur l'ensemble des marchés du Groupe est en accélération par rapport aux trimestres précédents**

L'international affiche un nouveau trimestre de forte croissance organique à **+12,5%** hors essence et calendaire. La progression organique a été très forte en particulier au Brésil, sous les effets combinés de très bonnes ventes à magasins comparables et d'une expansion rapide. Converti en euros, le chiffre d'affaires réalisé à l'International est de **6 734 millions d'euros (-5,2%)**, compte tenu d'effets de change défavorables.

- **L'Amérique Latine** enregistre une forte croissance organique de +13,5% hors essence et calendaire, en amélioration par rapport au T2 2013 (+10,3%), portée par la bonne performance des magasins au Brésil et une expansion dynamique sur le cash and carry au Brésil et le discount en Colombie.
- La croissance organique hors essence et calendaire de l'**Asie** est très soutenue à **+8,5%**, grâce à une expansion rapide en Thaïlande et au Vietnam.

## FRANCE : ANALYSE DES VENTES DU 3<sup>E</sup> TRIMESTRE 2013

Les ventes en **France** s'établissent à **5 043 millions d'euros** au 3<sup>e</sup> trimestre 2013, soit une hausse de **+8,1%**.

### Evolution du chiffre d'affaires

En M€			Croissance totale	Croissance organique*
	T3 2012	T3 2013	T3 2013	T3 2013
<b>CA HT France</b>	<b>4 662,9</b>	<b>5 042,7</b>	+8,1%	-3,6%
<b>Casino France</b>	<b>3 201,1</b>	<b>3 073,1</b>	-4%	-3,2%
Dont HM Géant Casino	1 358,0	1 306,5	-3,8%	-4,5%
Dont SM Casino	1 001,3	943,1	-5,8%	-5,8%
Dont Proximité	427,1	423,7	-0,8%	-0,8%
Dont Cdiscount et MonShowroom	302,4	325,4	+7,6%	+7,1%
<b>Franprix – Leader Price</b>	<b>1 003,2</b>	<b>1 026</b>	+2,3%	-6,7%
<b>Monoprix</b>	<b>458,6</b>	<b>943,5</b>	+105,7%	+1,6%

### Evolution du chiffre d'affaires à magasins comparables hors essence

En M€	hors calendaire			
	T3 2013	Effet calendaire du T3 2013	T3 2013	T2 2013
Hypermarchés Géant Casino	-4,4%	+0,3%	-4,7%	-7,8%
Supermarchés Casino	-4,6%	+0,9%	-5,5%	-6,3%
Franprix	-1,1%	+0,7%	-1,8%	-2%
Leader Price	-1,8%	+0,8%	-2,6%	-3,4%
Monoprix	+1%	+1,2%	-0,2%	+0,3%

\* Hors essence et calendaire.

- **Casino France**

Bien que les baisses de prix aient un impact plus significatif au T3 qu'au T2 2013, les ventes de Géant et des supermarchés Casino s'améliorent de façon marquée sur le 3<sup>ème</sup> trimestre.

Les ventes de **Géant Casino** à magasins comparables s'inscrivent en forte amélioration au T3 par rapport au T2 2013 (-4,7% vs -7,8% hors calendaire). Sur le trimestre, le trafic et les volumes alimentaires (PGC-FI) sont positifs (+1,3% et +1,5% respectivement). Cette tendance se confirme encore puisque sur les 4 semaines glissantes au 14 octobre, le trafic clients progresse de +2,4% et les volumes alimentaires de +7,7%.

Les ventes des **Supermarchés Casino** à magasins comparables enregistrent aussi une amélioration au T3 2013 par rapport au T2 (-5,5% vs -6,3% hors calendaire). Sur le trimestre, le trafic est positif (+0,6%). Cette tendance se confirme également puisque sur les 4 semaines glissantes au 14 octobre, le trafic clients et les volumes sont tous deux positifs (+0,4% et +1% respectivement).

Les ventes de la **Proximité** sont quasiment stables, en retrait de -0,8% en organique hors calendaire, contre -3,3% au T2 2013.

Le volume d'affaires de **Cdiscount** poursuit sa forte croissance à 14,3% au T3 2013, porté par la market place – qui représente désormais 14% du volume d'affaires – et par les ventes nettes, qui progressent de +7,1%, toujours au-dessus du marché.

La market place compte désormais 4,5 millions d'offres.

Cdiscount s'appuie sur un réseau de distribution de 14 000 points de retrait.

13% des ventes du site sont désormais réalisées via smartphones et tablettes numériques à la fin du T3 2013.

- **Franprix – Leader Price**

Les ventes totales de Franprix-Leader Price s'inscrivent en hausse de +2,3%, grâce à la poursuite de l'expansion du réseau par l'intégration des magasins Norma et la consolidation de master-franchisés.

Leader Price enregistre un repli de ses ventes à magasins comparables de -2,6% hors effet calendaire, en amélioration séquentielle par rapport au T2 2013 (-3,4%).

Les ventes de Franprix reculent de -1,8% en comparable hors calendaire sur le trimestre (vs -2% au T2 2013).

- **Monoprix**

Les ventes de Monoprix progressent de +1,6% en organique hors essence et calendaire sur le T3. Les ventes sont bien orientées en alimentaire et la performance des plus petits formats de l'enseigne (Monop', Naturalia et Beauty) est particulièrement satisfaisante. L'expansion a été dynamique avec l'ouverture de 9 magasins sur le trimestre.

## INTERNATIONAL : ANALYSE DES VENTES DU 3<sup>E</sup> TRIMESTRE 2013

Le chiffre d'affaires publié pour les opérations réalisées à l'International s'inscrit en recul de **-5,2%**, compte tenu de l'effet défavorable des **taux de change (-16,5%)**.

La **croissance organique** est très forte à **+12,5%** hors essence et calendaire, en accélération par rapport aux trimestres précédents, portée par une bonne performance tant en Amérique Latine qu'en Asie. Elle illustre la très bonne performance réalisée par les grandes filiales du Groupe.

Evolution de la croissance du chiffre d'affaires International au 3e trimestre 2013

	Croissance totale	Croissance organique hors essence (HE)	Croissance organique HE hors calendaire	Croissance à magasins comparables HE	Croissance à magasins comparables HE hors calendaire
Amérique Latine	-6,2%	+13,5%	+13,5%	+9,6%	+9,6%
Asie	+1%	+7,6%	+8,5%	-0,3%	+0,6%

En **Amérique Latine**, les ventes à magasins comparables hors essence et calendaire affichent une progression de **+9,6%**, en forte hausse par rapport au T2 (+6,7%), reflétant notamment la bonne performance de GPA au Brésil. La croissance organique s'est établie à +13,5% hors essence et calendaire (vs +10,3% au T2), favorisée par la poursuite d'une expansion rapide.

- **GPA au Brésil**

Au Brésil, GPA enregistre des ventes à magasins comparables hors essence et calendaire en hausse de +12%, en hausse par rapport au T2 2013 (+10,1%).

Dans l'alimentaire, toutes les enseignes de GPA ont connu de bonnes performances. Les ventes à magasins comparables de GPA Food progressent de +8,9%\*. Sur Assaí en particulier, la performance a été remarquable. L'expansion a été marquée au 3<sup>eme</sup> trimestre 2013 avec l'ouverture de 12 Minimercado, 2 Assaí et 1 Pão de Açúcar.

Dans le non-alimentaire, les ventes de Viavarejo maintiennent un rythme très élevé de croissance comparable à +15,4%. La performance du e-commerce a été très forte, portée par le succès de la stratégie commerciale des sites internet de Nova. 3 Ponto Frio et 2 Casas Bahia ont été ouverts sur le trimestre.

\*pour mémoire, GPA publie des ventes TTC

- **Groupe Exito**

Dans un contexte de ralentissement de la consommation, la croissance organique d'Exito s'est poursuivie au 3<sup>ème</sup> trimestre, sous l'effet notamment de l'expansion en Colombie et de la bonne performance générale de l'Uruguay. La part de marché de Surtimax progresse au cours du trimestre grâce à l'expansion sur ce format discount. Exito a également développé la part de ses activités complémentaires à la distribution - en particulier l'immobilier commercial.

*Exito publiera ses résultats du 3<sup>e</sup> trimestre le 24 octobre 2013.*

**En Asie**, la croissance à magasins comparables hors calendaire s'est établie à +0,6%. La croissance **organique** hors calendaire des ventes s'est maintenue à un niveau élevé de **+8,5%**.

- **Big C Thaïlande**

**Big C** a affiché une **croissance organique** hors calendaire de ses ventes de **+6,9%**, malgré le contexte de ralentissement de la consommation.

- **Big C Vietnam**

La **croissance organique** de **Big C Vietnam** se poursuit sous l'effet notamment de l'ouverture d'un hypermarché et d'une galerie commerciale, portant le nombre d'hypermarchés à 25.

**CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS**

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

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

ou

+33 (0)1 53 65 64 18

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

**DIRECTION COMMUNICATION EXTERNE GROUPE**

**CONTACTS PRESSE**

**Aziza BOUSTER**

Tél : +33 (0)1 53 65 24 78

Mob : +33 (0)6 08 54 28 75

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

Disclaimer

*Ce communiqué a été préparé uniquement à titre informatif et ne doit pas être interprété comme une sollicitation ou une offre d'achat ou de vente de valeurs mobilières ou instruments financiers connexes. De même, il ne donne pas et ne doit pas être traité comme un conseil d'investissement. Il n'a aucun égard aux objectifs de placement, la situation financière ou des besoins particuliers de tout récepteur. Aucune représentation ou garantie, expresse ou implicite, n'est fournie par rapport à l'exactitude, l'exhaustivité ou la fiabilité des informations contenues dans ce document. Il ne devrait pas être considéré par les bénéficiaires comme un substitut à l'exercice de leur propre jugement. Toutes les opinions exprimées dans ce document sont sujettes à changement sans préavis.*

## Annexes

### Principales variations du périmètre de consolidation

- Consolidation en intégration globale de MONOPRIX à partir du 5 avril 2013
- Déconsolidation de Mercialys au 21 juin 2013, date de l'Assemblée générale au cours de laquelle la perte de contrôle de Casino a été constatée. A compter de cette date, les résultats seront mis en équivalence.
- Consolidation en intégration globale de DSO et CAFIGE au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 1er février 2013
- Consolidation en intégration globale de PFD (FABRE) au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 31 décembre 2012
- Consolidation en intégration globale de HDRIV (RIVIERE) au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 1er décembre 2012
- Consolidation en intégration globale de NORMA au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 31 juillet 2013
- Consolidation en intégration globale de GUERIN au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 30 juin 2013
- Consolidation en intégration globale de Monshowroom à partir du 2 septembre 2013

en M€	T3 2012	T3 2013	Variation	Variation	9 mois 2012	9 mois 2013	Variation	Variation
	M€	M€	Publiée	A taux de change constants	M€	M€	Publiée	A taux de change constants
<b>France</b>	<b>4 663</b>	<b>5 043</b>	<b>+8,1%</b>	<b>+8,1%</b>	<b>13 689</b>	<b>14 244</b>	<b>+4%</b>	<b>+4%</b>
<i>Dont :</i>								
<b>Casino France</b>	<b>3 201</b>	<b>3 073</b>	<b>-4%</b>	<b>-4%</b>	<b>9 063</b>	<b>8 547</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-5,7%</b>
HM Géant Casino	1 358	1 307	-3,8%	-3,8%	3 906	3 577	-8,4%	-8,4%
Supermarchés Casino	1 001	943	-5,8%	-5,8%	2 801	2 614	-6,7%	-6,7%
Proximité	427	424	-0,8%	-0,8%	1 140	1 113	-2,4%	-2,4%
Cdiscount, Monshowroom et autres activités	415	400	-3,6%	-3,6%	1 216	1 243	+2,3%	+2,3%
<b>Franprix – Leader Price</b>	<b>1 003</b>	<b>1 026</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+2,3%</b>	<b>3 161</b>	<b>3 235</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+2,3%</b>
<b>Monoprix</b>	<b>459</b>	<b>944</b>	<b>+105,7%</b>	<b>+105,7%</b>	<b>1 465</b>	<b>2 461</b>	<b>+68%</b>	<b>+68%</b>
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>7 104</b>	<b>6 734</b>	<b>-5,2%</b>	<b>+11,3%</b>	<b>15 426</b>	<b>21 300</b>	<b>+38,1%</b>	<b>+52,6%</b>
<i>Dont :</i>								
<b>Amérique Latine</b>	<b>6 050</b>	<b>5 673</b>	<b>-6,2%</b>	<b>+12,2%</b>	<b>12 306</b>	<b>17 987</b>	<b>+46,2%</b>	<b>+64,2%</b>
<b>Asie</b>	<b>850</b>	<b>858</b>	<b>+1%</b>	<b>+7,6%</b>	<b>2 491</b>	<b>2 686</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+8,4%</b>
<b>Autres secteurs</b>	<b>205</b>	<b>203</b>	<b>-0,9%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>628</b>	<b>626</b>	<b>-0,4%</b>	<b>+0,1%</b>
<b>C.A. ACTIVITES POURSUIVIES</b>	<b>11 767</b>	<b>11 777</b>	<b>0,1%</b>	<b>+10%</b>	<b>29 115</b>	<b>35 543</b>	<b>+22,1%</b>	<b>+29,8%</b>



## Taux de change

Taux de change moyens	9 mois 2012	9 mois 2013	Variation
Argentine (ARS/EUR)	0,1748	0,1437	-17,8%
Uruguay (UYU / EUR)	0,0382	0,0377	-1,2%
Thaïlande (THB/EUR)	0,0250	0,0250	-0,1%
Vietnam (VND/EUR) (x 1000)	0,0375	0,0363	-3,0%
Colombie (COP/EUR) (x 1000)	0,4346	0,4095	-5,8%
Brésil (BRL/EUR)	0,4071	0,3585	-12,0%

## Parc de magasins à fin d'exercice : France

France	31 déc. 2012	30 juin 2013	30 sept. 2013
<b>HM Géant Casino</b>	<b>125</b>	<b>126</b>	<b>125</b>
Dont Affiliés France	9	9	7
Affiliés International	6	7	8
+ stations-service	97	97	97
<b>SM Casino</b>	<b>445</b>	<b>440</b>	<b>440</b>
Dont Affiliés Franchisés France	58	61	59
Affiliés Franchisés International	41	32	32
+ stations-service	173	173	175
<b>SM Franprix</b>	<b>891</b>	<b>865</b>	<b>877</b>
Dont Franchisés	390	334	331
<b>SM Monoprix</b>	<b>542</b>	<b>561</b>	<b>566</b>
Dont Franchisés/Affiliés	137	143	147
Dont Naturalia	71	74	75
<b>DIS Leader Price</b>	<b>604</b>	<b>594</b>	<b>616</b>
Dont Franchisés	231	148	118
<b>Total SM + DIS</b>	<b>2 482</b>	<b>2 460</b>	<b>2 499</b>
Dont Franchisés/LGF	857	718	687
<b>SUP Petit Casino</b>	<b>1 575</b>	<b>1 406</b>	<b>1 353</b>
Dont Franchisés	26	1	2
<b>SUP Casino Shopping</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>SUP Casino Shop</b>	<b>77</b>	<b>153</b>	<b>155</b>
Dont Franchisés		3	3
<b>SUP Eco Services</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>SUP Coop Alsace</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
Dont Franchisés	144	144	144
<b>SUP Spar</b>	<b>963</b>	<b>948</b>	<b>941</b>
Dont Franchisés	739	730	722
<b>SUP Vival</b>	<b>1 705</b>	<b>1 711</b>	<b>1 708</b>
Dont Franchisés	1 704	1 710	1 705
<b>SUP Casitalia et C'Asia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>MAG Franchisés</b>	<b>1 105</b>	<b>2 172</b>	<b>2 161</b>
Comer, Relay, Shell, Elf, Carmag...	1 105	2 172	2 161
<b>MAG Négoce</b>	<b>935</b>	<b>934</b>	<b>934</b>
<b>TOTAL PROXIMITE</b>	<b>6 517</b>	<b>7 484</b>	<b>7 412</b>
Dont Franchisés/LGF/Négoce	4 654	5 694	5 671
<b>MAG Affiliés</b>	<b>29</b>	<b>31</b>	<b>32</b>
Dont Affiliés France	20	22	23
Affiliés International	9	9	9
<b>DIV Autres activités</b>	<b>458</b>	<b>474</b>	<b>496</b>
Restauration	302	302	312
Cdiscount	2	2	2
Casino Drive	94	96	99
Casino Express	5	6	6
Leader Drive	55	68	77
<b>TOTAL France hors stations-service</b>	<b>9 611</b>	<b>10 575</b>	<b>10 564</b>
Hypermarchés (HM)	125	126	125
Supermarchés (SM)	1 878	1 866	1 883
Discount (DIS)	604	594	616
Proximité (SUP) + Magasins (MAG)	6 546	7 515	7 444
Autres (DIV)	458	474	496

## Parc de magasins à fin d'exercice : International

International	31 déc. 2012	30 juin 2013	30 sept. 2013
<b>ARGENTINE</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>21</b>
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	9	4	6
<b>URUGUAY</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>53</b>
HM Géant	1	1	1
SM Disco	27	27	28
SM Devoto	24	24	24
<b>BRESIL y compris stations-service</b>	<b>1 881</b>	<b>1 933</b>	<b>1 951</b>
HM Extra	138	138	138
SM Pao de Açucar	162	165	166
SM Extra	207	209	209
DIS Assai	61	67	69
SUP Minimercado Extra	107	141	152
DIV Casas Bahia	568	576	578
DIV Ponto Frio	397	395	397
DIV Drugstores	157	157	157
+ stations-service	84	85	85
<b>THAÏLANDE</b>	<b>348</b>	<b>441</b>	<b>511</b>
HM Big C	113	115	118
SM Big C	18	22	25
SUP Mini Big C	126	194	247
DIV Pure	91	110	121
<b>VIETNAM</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>
HM Big C	21	24	25
Proximité	12	10	10
<b>OCEAN INDIEN</b>	<b>123</b>	<b>127</b>	<b>129</b>
HM Jumbo	11	11	11
SM Score/Jumbo	25	25	25
SM Cash and Carry	5	5	5
SM Spar	6	6	6
SUP Franchisés	66	70	71
DIV Autres	10	10	11
<b>COLOMBIE</b>	<b>427</b>	<b>504</b>	<b>616</b>
HM Exito	87	88	88
SM Pomona, Carulla, Exito	136	134	134
DIS Surtimax	119	194	305
SUP Exito Express et Carulla Express	77	83	86
DIV Ley et Autres	8	5	3
<b>TOTAL International y compris stations-service</b>	<b>2 888</b>	<b>3 110</b>	<b>3 316</b>
Hypermarchés (HM)	386	392	396
Supermarchés (SM)	610	617	622
Discount (DIS)	180	261	374
Proximité (SUP)	389	502	572
Autres (DIV)	1 239	1 253	1 267
+ stations-service	84	85	85