

## Chiffre d'affaires annuel 2013 de 48,6Mds€, en progression de +15,9%

- **Progression de +5,7% en organique\***
- Forte croissance à l'international (+11,9%\*), en particulier au Brésil
- Progression des ventes totales en France de +5,7% avec l'intégration de Monoprix et le redressement de Géant

## Chiffre d'affaires du 4<sup>e</sup> trimestre: accélération de la croissance organique à +8,5%\*

- A l'**international**, excellente performance, en progression (+14%\*) par rapport aux trimestres précédents, tirée par le **Brésil**
- En **France**, poursuite de l'amélioration séquentielle des ventes (-1,4%\* au T4 vs -3,6% au T3) avec un trafic et des volumes désormais positifs à la fois en hypermarchés Géant et en Supermarchés Casino.

CA CONSOLIDE HT ANNUEL	2012	2013	Variation 2013/2012		
	en M€	en M€	Croissance totale	Croissance organique	Croissance organique hors essence et calendaire
Total activités poursuivies	41 971	48 645	+15,9%	+4,5%	+5,7%
France	18 447	19 492	+5,7%	-3,9%	-2,9%
International	23 524	29 153	+23,9%	+11,2%	+11,9%

Après une année 2013 de forte croissance organique et d'expansion, le chiffre d'affaires du Groupe est désormais **proche de 49 Mds€**.

CA CONSOLIDE HT TRIMESTRIEL	T4 2012	T4 2013	Variation T4 2013/T4 2012			T3 2013
	en M€	en M€	Croissance totale	Croissance organique hors essence	Croissance organique hors essence et calendaire	Croissance organique hors essence et calendaire
Total activités poursuivies	12 856	13 102	+1,9%	+7,4%	+8,5%	+6,5%
France	4 757	5 249	+10,3%	-2,1%	-1,4%	-3,6%
International	8 098	7 853	-3%	+12,7%	+14%	+12,5%

**Au 4<sup>e</sup> trimestre 2013**, le chiffre d'affaires consolidé du **Groupe** est en hausse par rapport au 4<sup>e</sup> trimestre 2012 à **13,1 Mds€**. Les variations de périmètre, et notamment la consolidation par intégration globale de Monoprix, ont un impact de +3,9%. Le change a un impact de -9,2%. L'effet calendaire est de -0,7% en moyenne en France et de -1,3% à l'international. **La croissance organique** hors essence et hors calendaire est de **+8,5%** (vs +6,5% au 3<sup>e</sup> trimestre).

\* Hors essence et calendaire. La croissance organique s'entend à périmètre et change constants.

\*  
\*\*

## Ventes du T4 2013

### En France, l'activité du trimestre est caractérisée par l'amélioration de la fréquentation des clients et la hausse des volumes vendus chez Géant et en supermarchés Casino, et par la bonne tenue de Monoprix

**En France**, la croissance organique hors essence et calendaire s'établit à -1,4%, en amélioration par rapport aux trimestres précédents (-3,6% au T3 2013).

Les ventes totales s'élèvent à 5 249 millions d'euros, soit une croissance de +10,3%, sous l'effet de la prise de contrôle de Monoprix et de l'expansion dans les formats de proximité.

- Les ventes de **Géant** et des **Supermarchés Casino** poursuivent leur amélioration séquentielle par rapport au T3. Les enseignes bénéficiant aujourd'hui d'excellents indices prix, le trafic et les volumes sont positifs chez Géant et dans les Supermarchés Casino pour le deuxième trimestre consécutif.
- Les ventes alimentaires (PGC-FI\*) sont positives sur le trimestre chez Géant, avec des volumes hors calendaire en très forte croissance de +8,1%.
- Les performances des enseignes de proximité **Monoprix** et **Franprix** sont en ligne avec les trimestres précédents.
- Les ventes totales de **Leader Price** sont en hausse de +1,8%. Elles s'établissent en recul à magasins comparables du fait de baisses de prix initiées dans la période et de la réduction du niveau de promotion.
- La croissance du chiffre d'affaires de **Cdiscount** à +10,2% est supérieure à celle du T3. Le volume d'affaires total (y compris marketplace) progresse de +15,8% grâce au développement de la marketplace. Enfin les volumes (nombre d'articles vendus) y compris marketplace sont en hausse de +19,6%.

### A l'international, forte croissance organique (+14% hors essence et calendaire), en accélération par rapport au T3 (+12,5%), tirée par l'activité au Brésil

L'international affiche un nouveau trimestre de forte croissance organique à **+14%** hors essence et calendaire. La progression organique a été très forte en particulier au Brésil, sous les effets combinés d'excellentes ventes à magasins comparables, notamment grâce à la très bonne performance du « Black Friday », et d'une expansion rapide. Converti en euros, le chiffre d'affaires réalisé à l'International est de **7 853 millions d'euros**, en retrait de -3% compte tenu d'effets de change défavorables.

- **L'Amérique Latine** enregistre une forte croissance organique de **+15,8%** hors essence et calendaire, en amélioration par rapport au T3 2013 (+13,5%), portée par la bonne performance des magasins alimentaires et non-alimentaires au Brésil et par une expansion dynamique sur le cash and carry au Brésil et le discount en Colombie. En non-alimentaire, la croissance de Viavarejo et de Nova.com a de nouveau été très significative.
- La croissance organique hors essence et calendaire de l'**Asie** reste soutenue à **+3,3%**, grâce à un niveau d'expansion élevé en Thaïlande et au Vietnam.

\* PGC-FI : Produits de Grande Consommation – Frais Industriels

## FRANCE : ANALYSE DES VENTES DU 4<sup>e</sup> TRIMESTRE 2013

Les ventes en **France** s'établissent à **5 249 millions d'euros** au 4<sup>e</sup> trimestre 2013, soit une hausse de **+10,3%**.

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (en M€)			Croissance totale	Croissance organique*
	T4 2012	T4 2013	T4 2013	T4 2013
<b>CA HT France</b>	<b>4 757,4</b>	<b>5 248,7</b>	+10,3%	-1,4%
<b>Casino France</b>	<b>3 095,2</b>	<b>3 027,7</b>	-2,2%	-0,5%
Dont HM Géant Casino	1 340,1	1 313	-2%	-1,7%
Dont SM Casino	885,8	849,3	-4,1%	-2,9%
Dont Proximité	339,2	327,1	-3,6%	-3%
Dont Cdiscount et MonShowroom	410,4	458,1	+11,6%	+10,2%
<b>Franprix – Leader Price</b>	<b>1 117,4</b>	<b>1 121,2</b>	+0,3%	-4,9%
<b>Monoprix</b>	<b>544,7</b>	<b>1 099,8</b>	+101,9%	+0,9%

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES A MAGASINS COMPARABLES HORS ESSENCE (en M€)	Hors calendaire			
	T4 2013	Effet calendaire du T4 2013	T4 2013	T3 2013
Hypermarchés Géant Casino	-2,8%	-0,8%	-2%	-4,7%
Supermarchés Casino	-3,3%	-0,6%	-2,7%	-5,5%
Franprix	-3,4%	-1%	-2,4%	-1,8%
Leader Price	-8,5%	-0,9%	-7,6%	-2,6%
Monoprix	-0,8%	0%	-0,8%	-0,2%

### ● Enseignes Casino

Les ventes de **Géant** et des **Supermarchés Casino** s'améliorent de façon marquée sur le 4<sup>e</sup> trimestre par rapport au T3, bénéficiant des évolutions positives du trafic et des volumes alimentaires consécutives aux baisses de prix.

Selon l'ensemble des panélistes, l'indice prix de **Géant** est aujourd'hui très compétitif, tant pour les marques nationales que pour les marques de distributeur et premiers prix. Les ventes de Géant à magasins comparables s'inscrivent en forte amélioration au T4 par rapport au T3 2013 (-2%\* vs -4,7%\*). Sur le trimestre, le trafic est positif à +1,9%. Les volumes alimentaires sont en forte progression (PGC-FI, +8,1%) et les ventes alimentaires sont désormais positives (+0,6%).

Bien qu'en retrait, la performance du non-alimentaire continue à s'améliorer.

\* Hors essence et calendaire.

Les ventes des **Supermarchés Casino** à magasins comparables enregistrent également une amélioration sensible au T4 2013 par rapport au T3 (-2,7%\* vs -5,5%\*), avec un trafic et des volumes alimentaires tous deux positifs (+1% et +1,2%).

Les ventes de la **Proximité** sont en retrait de -3% en organique hors calendaire. L'enseigne poursuit la rationalisation de son parc de magasin.

- **Cdiscount**

Le volume d'affaires total (y compris marketplace) de **Cdiscount** poursuit sa forte croissance à +15,8% au T4 2013. La marketplace représente désormais 16% du volume d'affaires avec 5,5 millions d'offres et 2800 vendeurs. Les volumes (nombre d'articles vendus) y compris marketplace sont en hausse de +19,6% au T4. Le chiffre d'affaires de Cdiscount progresse de +10,2%, soutenu par les ventes sur mobiles.

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

- **Franprix – Leader Price**

Les ventes totales de Franprix-Leader Price s'inscrivent en hausse de +0,3%.

Les ventes de **Franprix** reculent de -2,4% en comparable hors calendaire sur le trimestre (vs -1,8% au T3 2013). L'expansion a repris et la transformation des magasins au nouveau concept s'est poursuivie. La carte de fidélité est désormais déployée à l'ensemble du réseau.

**Leader Price** enregistre des ventes totales en hausse de +1,8%, grâce à l'intégration des magasins Norma et la consolidation de master-franchisés. A magasins comparables, les ventes de l'enseigne sont en recul de -7,6% hors effet calendaire, sous les effets combinés de baisses de prix et d'une réduction des activités promotionnelles durant la période. Compte tenu de ces investissements, les indices prix de Leader Price situent l'enseigne comme la moins chère du marché tant en marque propre qu'en marque nationale, selon les relevés d'un panéliste indépendant sur la première semaine de janvier 2014.

- **Monoprix**

Les ventes de **Monoprix** progressent de +0,9% en organique hors essence et calendaire sur le T4. Les ventes restent bien orientées en alimentaire, bénéficiant de la bonne performance de Monop' et Naturalia. L'expansion a été dynamique avec l'ouverture de 16 magasins sur le trimestre, dont 14 petits formats (Monop', Naturalia et Beauty). Au total, l'enseigne a ouvert 40 magasins sur l'année.

\* Hors essence et calendaire.

## INTERNATIONAL : ANALYSE DES VENTES DU 4<sup>E</sup> TRIMESTRE 2013

La **croissance organique** des activités internationales est très forte à **+14%** hors essence et calendaire, en accélération par rapport aux trimestres précédents, portée par l'excellente performance à magasins comparables du Brésil et par l'expansion en Asie.

Les taux de change ont un effet défavorable de -14,6% sur le chiffre d'affaires de l'International, qui s'inscrit en recul de -3%.

### Evolution de la croissance du chiffre d'affaires International au 4<sup>e</sup> 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	-2,9%	+14,3%	+15,8%	<b>+10,4%**</b>	<b>+11,9%**</b>
Asie	-4,5%	+3,6%	+3,3%	<b>-4,1%</b>	<b>-4,4%</b>

En **Amérique Latine**, les ventes à magasins comparables hors essence et calendaire affichent une progression de **+11,9%\*\***, en forte croissance par rapport au T3 (+9,6%), reflétant notamment la bonne performance de GPA au Brésil. La croissance organique s'est établie à +15,8% hors essence et calendaire (vs +13,5% au T3), favorisée par la performance à magasins comparables et la poursuite d'une expansion rapide.

- **GPA au Brésil**

Au Brésil, GPA enregistre des ventes à magasins comparables hors essence et calendaire en forte hausse de +14,2% (vs 12% au T3 2013).

Dans l'alimentaire, les ventes à magasins comparables de GPA Food progressent de +11%\*, à un rythme supérieur à l'inflation. Les enseignes du Groupe ont bénéficié d'opérations commerciales à succès, dont le « Black Friday » et l'anniversaire de l'enseigne de cash & carry Assai. L'expansion a été marquée au 4<sup>ème</sup> trimestre 2013 avec l'ouverture de 12 Minimercado, 6 Assaí et 4 Extra et 2 Pão de Açúcar, et la poursuite du développement de l'immobilier commercial avec l'ouverture de la galerie Conviva Minas (10 000m<sup>2</sup>) à Belo Horizonte.

Dans le non-alimentaire, la croissance comparable des ventes de Viavarejo (hors Nova.com) a été très élevée à +9,8%, liée notamment au succès des opérations promotionnelles du Black Friday et aux programmes gouvernementaux à destination des consommateurs. La performance du e-commerce (Nova.com) a de nouveau été très forte à +32,6%, favorisée par le déploiement des livraisons gratuites. 24 Casas Bahia\*\*\* ont été ouverts sur le trimestre.

\* Pour mémoire, GPA publie des ventes TTC.

\*\* Au lieu d'une croissance à magasins comparables HE de +10,6% et d'une croissance à magasins comparables HE hors calendaire de +12%, comme diffusé le 14 janvier 2014.

\*\*\* Au lieu de 1 Ponto Frio et 23 Casas Bahia, comme diffusé le 14 janvier 2014.

- **Groupe Exito**

Dans un contexte de baisse de l'inflation et d'amélioration progressive de la confiance des ménages, la croissance organique du Groupe Exito s'est poursuivie au 4<sup>ème</sup> trimestre, sous l'effet de l'expansion en Colombie et de la bonne performance générale de l'Uruguay. La part de marché de Surtimax s'est de nouveau accrue sur le trimestre, et l'enseigne a poursuivi le développement rapide d'un réseau de franchisés indépendants (« Aliados »). Exito a poursuivi le développement de ses activités complémentaires à la distribution, en particulier l'immobilier commercial et les activités de crédit.

**En Asie**, la croissance **organique** hors calendaire des ventes s'est maintenue à un bon niveau à **+3,3%** grâce à un niveau d'expansion toujours élevé. La croissance à magasins comparables hors calendaire s'est établie à -4,4% en lien avec le contexte macro-économique et politique en Thaïlande.

- **Big C Thaïlande**

**Big C** a affiché une croissance à magasins comparables de -4,7% dans un contexte de ralentissement de la consommation et des tensions politiques. La **croissance organique** hors calendaire s'est établie à **+2,1%**, portée par l'expansion, avec l'ouverture sur le trimestre d'un hypermarché, d'une galerie commerciale, de 5 supermarchés, et de 31 Mini Big C.

- **Big C Vietnam**

Dans un contexte macroéconomique en amélioration - avec notamment une décélération de l'inflation - les ventes de **Big C Vietnam** enregistrent une croissance organique de +13,2% (hors calendaire). Le Groupe bénéficie notamment de la bonne performance des galeries commerciales.

**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)

\*

\*\*

## 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 sont mis en équivalence.
- Consolidation en intégration globale de Monshowroom à partir du 2 septembre 2013

Evolutions de périmètre au sein du groupe Franprix Leaderprice en France suite à des intégrations de réseaux régionaux :

- Consolidation en intégration globale des réseaux DSO et CAFIGE à partir du 1er février 2013
- Consolidation en intégration globale du réseau PFD (FABRE) à partir du 31 décembre 2012
- Consolidation en intégration globale du réseau HDRIV (RIVIERE) à partir du 1er décembre 2012
- Consolidation en intégration globale des magasins NORMA à partir du 31 juillet 2013
- Consolidation en intégration globale du réseau GUERIN à partir du 30 juin 2013
- Déconsolidation de Volta 10 au sein du groupe Franprix Leaderprice à partir du 30 septembre 2013

Par ailleurs, l'évolution du pourcentage d'intérêt de GPA dans Viavarejo, passé de 52,4% à 43,3% fin décembre, sans changement de contrôle, n'a pas d'incidence sur le chiffre d'affaires consolidé.

De la même façon, l'évolution du pourcentage d'intérêt de CBD dans Nova.com, passé de 43,9% à 52,3%, et du pourcentage d'intérêt de Viavarejo dans Nova.com, passé de 50,1% à 44,1%, n'a pas d'incidence sur le chiffre d'affaires consolidé.

en M€	T4 2012	T4 2013	Variation	Variation	12 mois	12 mois	Variation	Variation
	M€	M€	Publiée	A taux de change constants	M€	M€	Publiée	A taux de change constants
<b>France</b>	<b>4 757,4</b>	<b>5 248,7</b>	<b>+10,3%</b>	<b>+10,3%</b>	<b>18 446,7</b>	<b>19 492,4</b>	<b>+5,7%</b>	<b>+5,7%</b>
<i>Dont :</i>								
<b>Casino France</b>	<b>3 095,2</b>	<b>3 027,7</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>12 158,3</b>	<b>11 574,8</b>	<b>-4,8%</b>	<b>-4,8%</b>
HM Géant Casino	1 340,1	1 313	-2%	-2%	5 246,4	4 890,3	-6,8%	-6,8%
Supermarchés Casino	885,8	849,3	-4,1%	-4,1%	3 686,7	3 462,9	-6,1%	-6,1%
Proximité	339,2	327,1	-3,6%	-3,6%	1 479,7	1 439,8	-2,7%	-2,7%
Cdiscount, Monshowroom et autres activités	530,1	538,4	+1,6%	+1,6%	1 745,6	1 781,7	+2,1%	+2,1%
<b>Franprix – Leader Price</b>	<b>1 117,4</b>	<b>1 121,2</b>	<b>+0,3%</b>	<b>+0,3%</b>	<b>4 278,6</b>	<b>4 356,4</b>	<b>+1,8%</b>	<b>+1,8%</b>
<b>Monoprix</b>	<b>544,7</b>	<b>1099,8</b>	<b>+101,9%</b>	<b>+101,9%</b>	<b>2 009,8</b>	<b>3 561,2</b>	<b>+77,2%</b>	<b>+77,2%</b>
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>8 098,3</b>	<b>7 853,5</b>	<b>-3%</b>	<b>+11,5%</b>	<b>23 523,9</b>	<b>29 153,1</b>	<b>+23,9%</b>	<b>+38,3%</b>
<i>Dont :</i>								
<b>Amérique Latine</b>	<b>6 944,3</b>	<b>6 743,2</b>	<b>-2,9%</b>	<b>+13%</b>	<b>19 250,6</b>	<b>24 730,6</b>	<b>+28,5%</b>	<b>+45,6%</b>
<b>Asie</b>	<b>916,4</b>	<b>874,9</b>	<b>-4,5%</b>	<b>+3,6%</b>	<b>3 407,3</b>	<b>3 560,9</b>	<b>+4,5%</b>	<b>+7,1%</b>
<b>Autres secteurs</b>	<b>237,6</b>	<b>235,4</b>	<b>-0,9%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>866</b>	<b>861,6</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-0,1%</b>
<b>C.A. ACTIVITES POURSUIVIES</b>	<b>12 855,7</b>	<b>13 102,2</b>	<b>+1,9%</b>	<b>+11,1%</b>	<b>41 970,7</b>	<b>48 645,5</b>	<b>+15,9%</b>	<b>+24%</b>

### Taux de change

Taux de change moyens	9 mois 2012	9 mois 2013	Variation	12 mois 2012	12 mois 2013	Variation
Argentine (ARS/EUR)	0,175	0,144	-17,8%	0,171	0,137	-19,7%
Uruguay (UYU / EUR)	0,038	0,038	-1,2%	0,038	0,037	-4,1%
Thaïlande (THB/EUR)	0,025	0,025	-0,1%	0,025	0,024	-2,2%
Vietnam (VND/EUR) (x 1000)	0,037	0,036	-3%	0,037	0,036	-4,1%
Colombie (COP/EUR) (x 1000)	0,435	0,409	-5,8%	0,433	0,403	-6,9%
Brésil (BRL/EUR)	0,407	0,358	-12%	0,399	0,348	-12,6%



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

France	31 déc. 2012	30 sept. 2013	31 déc. 2013
<b>HM Géant Casino</b>	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>126</b>
Dont Affiliés France	9	7	7
Affiliés International	6	8	9
+ stations-service	97	97	97
<b>SM Casino</b>	<b>445</b>	<b>440</b>	<b>444</b>
Dont Affiliés Franchisés France	58	59	60
Affiliés Franchisés International	41	32	34
+ stations-service	173	175	176
<b>SM Franprix</b>	<b>891</b>	<b>877</b>	<b>885</b>
Dont Franchisés	390	331	344
<b>SM Monoprix</b>	<b>542</b>	<b>566</b>	<b>584</b>
Dont Franchisés/Affiliés (y c. internationaux)	137	147	163
Dont Naturalia	71	75	75
<b>DIS Leader Price</b>	<b>604</b>	<b>616</b>	<b>619</b>
Dont Franchisés	231	118	120
<b>Total SM + DIS</b>	<b>2 482</b>	<b>2 499</b>	<b>2 532</b>
Dont Franchisés/LGF	857	687	721
<b>SUP Petit Casino</b>	<b>1 575</b>	<b>1 353</b>	<b>1 314</b>
Dont Franchisés	26	2	3
<b>SUP Casino Shopping</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
Dont Franchisés			1
<b>SUP Casino Shop</b>	<b>77</b>	<b>155</b>	<b>161</b>
Dont Franchisés		3	4
<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>941</b>	<b>930</b>
Dont Franchisés	739	722	714*
<b>SUP Vival</b>	<b>1 705</b>	<b>1 708</b>	<b>1 688</b>
Dont Franchisés	1 704	1 705	1 682
<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>2 161</b>	<b>2 151</b>
Corner, Relay, Shell, Elf, Carmag...	1 105	2 161	2 151
<b>MAG Négoce</b>	<b>935</b>	<b>934</b>	<b>911</b>
<b>TOTAL PROXIMITE</b>	<b>6 517</b>	<b>7 412</b>	<b>7 315</b>
Dont Franchisés/LGF/Négoce	4 654	5 671	5 610
<b>MAG Affiliés</b>	<b>29</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
Dont Affiliés France	20	23	23
Affiliés International	9	9	9
<b>DIV Autres activités</b>	<b>458</b>	<b>496</b>	<b>512</b>
Restauration	302	312	311
Cdiscount	2	2	2
Casino Drive	94	99	99
Casino Express	5	6	9
Leader Drive	55	77	91
<b>TOTAL France hors stations-service</b>	<b>9 611</b>	<b>10 564</b>	<b>10 517</b>
Hypermarchés (HM)	125	125	126
Supermarchés (SM)	1 878	1 883	1 913
Discount (DIS)	604	616	619
Proximité (SUP) + Magasins (MAG)	6 546	7 444	7 347
Autres (DIV)	458	496	512

\* Au lieu de 713 Franchisés, comme diffusé le 14 janvier 2014.

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

International	31 déc. 2012	30 sept. 2013	31 déc. 2013
<b>ARGENTINE</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>22</b>
HM Libertad	15	15	15
DIV Autres	9	6	7
<b>URUGUAY</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>54</b>
HM Géant	1	1	2
SM Disco	27	28	28
SM Devoto	24	24	24
<b>BRESIL y compris stations-service</b>	<b>1 881</b>	<b>1 951</b>	<b>1 999*</b>
HM Extra	138	138	138
SM Pao de Açucar	162	166	168
SM Extra	207	209	213
DIS Assai	61	69	75
SUP Minimercado Extra	107	152	164
DIV Casas Bahia	568	578	602**
DIV Ponto Frio	397	397	397**
DIV Drugstores	157	157	157
+ stations-service	84	85	85
<b>THAÏLANDE</b>	<b>348</b>	<b>511</b>	<b>559</b>
HM Big C	113	118	119
SM Big C	18	25	30
SUP Mini Big C	126	247	278
DIV Pure	91	121	132
<b>VIETNAM</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>35</b>
HM Big C	21	25	25
Proximité	12	10	10
<b>OCEAN INDIEN</b>	<b>123</b>	<b>129</b>	<b>131</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	71	73
DIV Autres	10	11	11
<b>COLOMBIE</b>	<b>427</b>	<b>616</b>	<b>739</b>
HM Exito	87	88	85
SM Pomona, Carulla, Exito	136	134	145
DIS Surtimax	119	305	415
SUP Exito Express et Carulla Express	77	86	91
DIV Ley et Autres	8	3	3
<b>TOTAL International y compris stations-service</b>	<b>2 888</b>	<b>3 316</b>	<b>3 539</b>
Hypermarchés (HM)	386	396	395
Supermarchés (SM)	610	622	644
Discount (DIS)	180	374	490
Proximité (SUP)	389	572	623
Autres (DIV)	1 239	1 267	1 302
+ stations-service	84	85	85

\* Hors cessions de magasins liées à l'accord de la CADE relatif à la fusion entre Ponto Frio et Casas Bahia.

\*\* Au lieu de 398 Ponto Frio et 601 Casas Bahia, comme diffusé le 14 janvier 2014.

### 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.