

**Très forte croissance du chiffre d'affaires au 4<sup>ème</sup> trimestre 2010 : +13,4%**

**Croissance organique soutenue : +6,3% (hors essence)**

**Accélération sensible de la croissance organique des ventes en France : +2,7% (hors essence)**

Confirmation du redressement de Leader Price (+5,6% à magasins comparables)

Quasi-stabilité des ventes en alimentaire de Géant Casino (-0,6% à magasins comparables)

**Croissance organique à deux chiffres en Amérique du Sud et en Asie**

| CA consolidé HT                    | T4 2010<br>M€  | 12 mois<br>2010<br>M€ | Var T4 2010/T4 2009 |                          | Var 12 mois 2010/<br>12 mois 2009 |                          |
|------------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
|                                    |                |                       | euros               | organique <sup>(1)</sup> | euros                             | organique <sup>(1)</sup> |
| <b>Total activités poursuivies</b> | <b>8 304,7</b> | <b>29 078,3</b>       | <b>+13,4%</b>       | <b>+7,0%</b>             | <b>+8,7%</b>                      | <b>+4,7%</b>             |
| France                             | 4 819,9        | 17 956,1              | +3,8%               | +3,9%                    | +1,7%                             | +1,8%                    |
| International                      | 3 484,8        | 11 122,2              | +30,2%              | +12,6%                   | +22,3%                            | +10,8%                   |

<sup>(1)</sup> A taux de change et périmètre constants

| Croissance organique<br>hors essence | 2009         | 9M 2010      | T4 2010      | 2010         |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Activités poursuivies</b>         | <b>-0,1%</b> | <b>+3,0%</b> | <b>+6,3%</b> | <b>+3,9%</b> |
| France                               | -2,7%        | -0,1%        | +2,7%        | +0,6%        |
| International                        | +5,0%        | +9,6%        | +12,7%       | +10,5%       |

**Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2010**, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires consolidé en hausse de +13,4%.

L'effet périmètre a été favorable de +1,4%, la consolidation de Casas Bahia au sein de Grupo Pao de Açucar (GPA) à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2010 compensant la déconsolidation du Venezuela. Les taux de change ont contribué positivement à hauteur de +5,0%, sous l'effet principalement de la forte appréciation des devises brésilienne, colombienne et thaïlandaise par rapport à l'euro.

L'essence a eu un impact positif sur le trimestre (+0,7%). L'effet calendaire est neutre en France (-0,3%) et à l'international (-0,1%).

La croissance organique s'établit ainsi à +6,3% (hors essence), en accélération sensible par rapport aux neuf premiers mois de l'année (+3,0%).

En France, le 4<sup>ème</sup> trimestre a été marqué par une nette amélioration de la croissance organique à +2,7% (hors essence) contre -0,1% sur les neuf premiers mois, traduisant l'efficacité des initiatives commerciales mises en œuvre chez Leader Price et Géant.

Les ventes à magasins comparables de Leader Price progressent ainsi de +5,6%.

Géant Casino a enregistré des ventes quasi-stables en alimentaire (-0,6%), en amélioration par rapport au trimestre précédent (-3,5%).

Franprix et Monoprix continuent d'afficher une croissance soutenue de leurs ventes tous magasins, respectivement +6,6% et +5,3%. Avec des ventes totales hors essence en hausse de +3,2%, Casino Supermarchés bénéficie d'une contribution accrue de l'expansion.

Cdiscount affiche à nouveau des ventes très dynamiques à +18.7% (en organique).

L'International continue d'enregistrer une croissance organique à deux chiffres de ses ventes (+12,6%), confirmant ainsi son rôle de moteur de la croissance.

Les ventes en Amérique du Sud continuent de progresser sur un rythme de croissance très élevée (+14,3% en organique), portée par une excellente performance du Brésil et de la Colombie.

La croissance organique de l'Asie s'est accélérée à +10,5% (contre +6,2% au 3<sup>ème</sup> trimestre), traduisant la poursuite d'une croissance soutenue à magasins comparables et l'accélération de l'expansion.

**Sur l'ensemble de l'année 2010**, le Groupe a affiché des ventes en hausse de +8,7%.

La croissance organique hors essence s'établit à +3,9%, portée par une croissance à deux chiffres de l'International.

L'International devrait représenter environ 45% du chiffre d'affaires consolidé en 2011 contre 38% en 2010, après l'intégration de Casas Bahia et la consolidation, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011, des opérations de Carrefour Thaïlande.

En France, les objectifs commerciaux fixés en début d'année ont été atteints. La part de marché de Leader Price est stable sur l'année et en hausse sur la P13. Géant Casino a stabilisé sa part de marché en fin d'année. Au total, la part de marché du Groupe a progressé de +0,2 point sur P12 et P13, et s'établit à 13,2% sur cette dernière période.

Le Groupe a par ailleurs dépassé son objectif d'1 milliard d'euros de cessions sur la période 2009-2010 et confirme son objectif d'un ratio DFN/EBITDA inférieur à 2,2 à fin 2010.

Les résultats de l'année 2010 seront publiés le 1<sup>er</sup> mars 2011.

*«Le 4<sup>ème</sup> trimestre 2010 illustre bien les points de force du Groupe Casino : forte présence dans les pays émergents, prédominance en France des formats de proximité et de discount plébiscités par les clients, position de leader sur le marché porteur du e-commerce. Nous nous réjouissons de la croissance très soutenue du chiffre d'affaires du Groupe et du dynamisme de l'ensemble de notre périmètre international dont la part va croissante. De même, l'accélération sensible de l'activité en France et la confirmation du net redressement de Leader Price sont de vrais motifs de satisfaction.*

*En 2011, notre Groupe bénéficiera à plein des opérations de croissance externe réalisées en fin d'année au Brésil et en Thaïlande et s'attachera à conforter la dynamique retrouvée de nos activités en France.»*  
a déclaré Jean-Charles Naouri, Président-Directeur général du Groupe Casino.

## FRANCE

Les ventes en France sont en hausse de +3,8% au 4<sup>ème</sup> trimestre. L'essence a contribué positivement à hauteur de +1,2%. Hors essence, les ventes en organique progressent de +2,7%.

| En millions €                | 4 <sup>ème</sup> trimestre |                |              |                            | 12 mois         |                 |              |                            |
|------------------------------|----------------------------|----------------|--------------|----------------------------|-----------------|-----------------|--------------|----------------------------|
|                              | 2009                       | 2010           | Var.         | Var organique hors essence | 2009            | 2010            | Var.         | Var organique hors essence |
| <b>C.A. HT France</b>        | <b>4 645,6</b>             | <b>4 819,9</b> | <b>+3,8%</b> | <b>+2,7%</b>               | <b>17 664,3</b> | <b>17 956,1</b> | <b>+1,7%</b> | <b>+0,6%</b>               |
| <b>Franprix-Leader Price</b> | <b>1 024,1</b>             | <b>1 077,8</b> | <b>+5,2%</b> | <b>+5,2%</b>               | <b>4 007,0</b>  | <b>4 025,8</b>  | <b>+0,5%</b> | <b>+0,5%</b>               |
| <b>Monoprix</b>              | <b>502,0</b>               | <b>528,5</b>   | <b>+5,3%</b> | <b>+5,2%</b>               | <b>1 828,6</b>  | <b>1 914,3</b>  | <b>+4,7%</b> | <b>+4,7%</b>               |
| <b>Casino France</b>         | <b>3 119,5</b>             | <b>3 213,7</b> | <b>+3,0%</b> | <b>+1,4%</b>               | <b>11 828,7</b> | <b>12 016,0</b> | <b>+1,6%</b> | <b>0,0%</b>                |
| HM Géant Casino              | 1 515,6                    | 1 526,1        | +0,7%        | -2,2%                      | 5 547,7         | 5 515,6         | -0,6%        | -3,5%                      |
| SM Casino                    | 839,8                      | 886,3          | +5,5%        | +3,2%                      | 3 355,0         | 3 490,1         | +4,0%        | +1,7%                      |
| Supérettes                   | 350,2                      | 347,1          | -0,9 %       | -0,9%                      | 1 506,0         | 1 494,4         | -0,8%        | -0,8%                      |
| Autres activités             | 413,9                      | 454,1          | +9,7%        | +11,9%                     | 1 420,0         | 1 515,9         | +6,8%        | +9,0%                      |

| C.A. à magasins comparables | 4 <sup>ème</sup> trimestre 2010 |                   | 12 mois 2010 |                   |
|-----------------------------|---------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|
|                             | Variation                       | Var. hors essence | Variation    | Var. hors essence |
| Franprix                    | +0,0%                           | +0,0%             | +0,7%        | +0,7%             |
| Leader Price                | +5,6%                           | +5,6%             | -1,4%        | -1,4%             |
| Hypermarchés Géant Casino   | +0,7%                           | -2,2%             | -1,3%        | -4,4%             |
| Supermarchés Casino         | +3,1%                           | +0,7%             | +2,4%        | -0,1%             |
| Monoprix                    | +2,2%                           | +2,2%             | +2,5%        | +2,5%             |

### Franprix-Leader Price

L'amélioration des ventes à magasins comparables de **Leader Price** s'est poursuivie au 4<sup>ème</sup> trimestre. Les ventes progressent ainsi de +5,6% (contre +1,1% au 3<sup>ème</sup> trimestre), sous l'effet conjugué de la hausse du trafic (+2,6%) et du panier (+3,0%). Cette bonne performance traduit l'efficacité du plan d'actions commerciales mis en œuvre par l'enseigne depuis le début de l'année. Des baisses de prix significatives ont été réalisées au 1<sup>er</sup> semestre, accompagnées d'une intensification de la communication. A partir de fin juillet, l'enseigne a introduit, dans les magasins intégrés, une sélection d'une centaine de produits de marques nationales, qui a été élargie à 250 références et déployée dans l'ensemble du parc à compter de mi-octobre. Les investissements commerciaux ont été significativement renforcés au 4<sup>ème</sup> trimestre afin de fidéliser les clients et de consolider l'amélioration du trafic.

Leader Price a poursuivi le déploiement de son nouveau concept de magasin. L'expansion s'est accélérée avec l'ouverture de 29 magasins au 4<sup>ème</sup> trimestre, soit un total de 52 ouvertures sur l'ensemble de l'année.

**Franprix** affiche une progression soutenue de ses ventes totales au 4<sup>ème</sup> trimestre à +6,6%, sous l'effet du dynamisme de l'expansion. 39 magasins ont été ouverts sur la période, portant à 100 le nombre d'ouvertures sur l'ensemble de l'année. Franprix a par ailleurs poursuivi le programme de rénovation de ses magasins (plus de 50% du parc au nouveau concept à fin 2010).

Les ventes totales de Franprix-Leader Price sont en hausse de +5,2% au 4<sup>ème</sup> trimestre.

## **Monoprix**

Les ventes à magasins comparables de Monoprix progressent de +2,2%, portée par la bonne performance des ventes en alimentaire.

Les ventes totales sont en hausse de +5,3% sur la période, traduisant la politique d'expansion soutenue de l'enseigne. 4 magasins Naturalia, 2 Monop et 1 Beauty Monop ont été ouverts au 4<sup>ème</sup> trimestre. Sur l'ensemble de l'année, Monoprix a ouvert 27 magasins, dont 7 Citymarchés.

L'enseigne a gagné des parts de marché sur la période.

## **Casino France**

### **Géant Casino**

Les ventes à magasins comparables de Géant Casino sont en baisse de -2,2% (hors essence) contre -4,1% au 3<sup>ème</sup> trimestre. Le panier moyen est stable sur la période, la baisse des débits a continué à se ralentir à -2,2% contre -2,8% au 3<sup>ème</sup> trimestre.

La performance de l'alimentaire s'est sensiblement améliorée au 4<sup>ème</sup> trimestre avec des ventes quasi-stables (-0,6% contre -3,5% au 3<sup>ème</sup> trimestre). Géant a ainsi récolté les fruits du plan d'actions mis en œuvre pour renforcer sa compétitivité tarifaire. Après les baisses de prix réalisées au 1<sup>er</sup> semestre, l'enseigne a mis l'accent au 2<sup>nd</sup> semestre sur les leviers promotions et fidélité. Ces initiatives ont permis à Géant Casino de stabiliser sa part de marché sur la période, conformément à ses objectifs.

Les ventes en non alimentaire sont en baisse de -5,6%, dans la tendance du 3<sup>ème</sup> trimestre. L'amélioration des performances du non alimentaire sera la priorité en 2011. Le déploiement du category management est désormais achevé. Les bénéfices de cette nouvelle organisation sont d'ores et déjà visibles sur la « Maison » qui a enregistré des ventes stables sur la période.

### **Supermarchés**

Les ventes à magasins comparables de Casino Supermarchés progressent de +0,7% (hors essence).

L'enseigne a ouvert 3 magasins sur la période, ce qui porte à 11 le nombre d'ouvertures depuis le début de l'année. Les ventes totales de Casino Supermarchés progressent de +3,2% (hors essence), bénéficiant de la contribution accrue de l'expansion.

### **Supérettes**

Les ventes des supérettes reculent de -0,9%.

## **Autres secteurs**

Le chiffre d'affaires des autres secteurs est en progression de +11,9% en organique, sous l'effet de la poursuite du fort dynamisme de Cdiscount (+18,7% en organique). Sur l'ensemble de l'année, les ventes de Cdiscount ont progressé de +14,5% en organique.

La hausse des ventes de Cdiscount en 2010 compense largement le déclin des ventes en non alimentaire de Géant Casino, permettant au Groupe d'enregistrer une hausse de ses ventes en non alimentaire sur l'année.

Le Groupe a continué à favoriser les synergies entre Cdiscount et ses enseignes. L'emporté en hypermarché a rencontré en 2010 un grand succès. Les points retirés pour les colis de moins de 30kg sont désormais déployés dans tous les magasins intégrés Petit Casino. Ce service sera étendu à l'ensemble du réseau des supérettes au 1<sup>er</sup> semestre 2011.

\*

\*\*

## INTERNATIONAL

Le chiffre d'affaires de l'International a progressé de +30,2% au 4<sup>ème</sup> trimestre. L'effet périmètre a été positif de +3,8%, l'intégration de Casas Bahia au sein de GPA à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2010 ayant plus que compensé la déconsolidation du Venezuela. L'effet change a été favorable de +13,8 %, sous l'effet de la forte hausse du réal brésilien, du peso colombien et du baht thaïlandais par rapport à l'euro.

La croissance en organique de l'International s'établit à +12,6%, reflétant le fort dynamisme des ventes à magasins comparables et l'accélération de l'expansion.

| CA Consolidé    | Variation (%) |            | Croissance organique |            | Mag. comparables |            |
|-----------------|---------------|------------|----------------------|------------|------------------|------------|
|                 | T4 2010       | 12 mois 10 | T4 2010              | 12 mois 10 | T4 2010          | 12 mois 10 |
| Amérique du Sud | +33,4%        | +25,6%     | +14,3%               | +13,0%     | +11,0%           | +10,3%     |
| Asie            | +29,4%        | +19,2%     | +10,5%               | +7,4%      | +7,7%            | +6,0%      |

Les ventes en Amérique du sud sont en hausse de +14,3% en organique, portée par une excellente performance du Brésil et de la Colombie.

- Les ventes de GPA progressent de +15,2%\* en organique, +11,3%\* à magasins comparables. Hors Globex, les ventes à magasins comparables enregistrent une croissance soutenue (+7,3%\*), portée par une bonne performance de l'alimentaire. Globex continue d'afficher une croissance très élevée de ses ventes à magasins comparables +26,1%\*. L'e-commerce confirme son fort dynamisme avec des ventes en hausse de plus de +60%\*. Les ventes totales du Brésil progressent de +47,9%\*, sous l'effet de la consolidation de Casas Bahia.
- En Colombie, le 4<sup>ème</sup> trimestre a confirmé l'accélération de la croissance des ventes enregistrée depuis le début de l'année, sous l'effet d'une bonne performance à magasins comparables et de l'intégration du réseau de magasins CAFAM. Exito a continué son programme de conversion de magasins, 32 magasins ont été convertis sur l'ensemble de l'année.
- L'Uruguay et l'Argentine ont affiché une croissance soutenue de leurs ventes à magasins comparables.

**L'Asie** a enregistré une croissance à deux chiffres de ses ventes (+10,5% en organique), en accélération par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre (+6,2%), sous l'effet d'une contribution accrue de l'expansion. La croissance à magasins comparables est restée soutenue (+7,7%).

- En Thaïlande, la performance à magasins comparables a été très solide. L'expansion s'est accélérée conformément au plan de marche avec l'ouverture de 3 hypermarchés (4 ouvertures sur l'ensemble de l'année). L'Assemblée Générale de Big C a approuvé, le 5 janvier 2011, l'acquisition des opérations de Carrefour, permettant à Big C de devenir le co-leader sur le segment des hypermarchés en Thaïlande.
- Le Vietnam a continué à enregistrer une très forte croissance de ses ventes. 4 hypermarchés ont été ouverts sur la période, portant à 14 le nombre d'hypermarchés à fin 2010.

**L'Océan Indien** a affiché une performance satisfaisante à magasins comparables (+5,2%).

\* Données publiées par la société

## Principales variations du périmètre de consolidation

- Déconsolidation du Venezuela à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010.
- Consolidation de la société Casas Bahia au sein de GPA depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2010

|                                       | 4 <sup>eme</sup> trimestre |                | Variation     |                                  | 12 mois         |                 | Variation     |                                  |
|---------------------------------------|----------------------------|----------------|---------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|----------------------------------|
|                                       | 2009<br>M€                 | 2010<br>M€     | en<br>Euros   | A taux de<br>change<br>constants | 2009<br>M€      | 2010<br>M€      | en<br>Euros   | A taux de<br>change<br>constants |
| <b>FRANCE</b>                         | <b>4 645,6</b>             | <b>4 819,9</b> | <b>+3,8%</b>  | <b>+3,8%</b>                     | <b>17 664,3</b> | <b>17 956,1</b> | <b>+1,7%</b>  | <b>+1,7%</b>                     |
| <i>dont :</i>                         |                            |                |               |                                  |                 |                 |               |                                  |
| <b>Franprix – Leader Price</b>        | <b>1 024,1</b>             | <b>1 077,8</b> | <b>+5,2%</b>  | <b>+5,2%</b>                     | <b>4 007,0</b>  | <b>4 025,8</b>  | <b>+0,5%</b>  | <b>+0,5%</b>                     |
| <b>Monoprix</b>                       | <b>502,0</b>               | <b>528,5</b>   | <b>+5,3%</b>  | <b>+5,3%</b>                     | <b>1 828,6</b>  | <b>1 914,3</b>  | <b>+4,7%</b>  | <b>+4,7%</b>                     |
| <b>Casino France</b>                  | <b>3 119,5</b>             | <b>3 213,7</b> | <b>+3,0%</b>  | <b>+3,0%</b>                     | <b>11 828,7</b> | <b>12 016,0</b> | <b>+1,6%</b>  | <b>+1,6%</b>                     |
| HM Géant Casino                       | 1515,6                     | 1 526,1        | +0,7%         | +0,7%                            | 5 547,7         | 5 515,6         | -0,6%         | -0,6%                            |
| Supermarchés Casino                   | 839,8                      | 886,3          | +5,5%         | +5,5%                            | 3 355,0         | 3 490,1         | +4,0%         | +4,0%                            |
| Supérettes                            | 350,2                      | 347,1          | -0,9 %        | -0,9 %                           | 1 506,0         | 1 494,4         | -0,8%         | -0,8%                            |
| Autres activités                      | 413,9                      | 454,1          | +9,7%         | +9,7%                            | 1 420,0         | 1 515,9         | +6,8%         | +6,8%                            |
| <b>INTERNATIONAL</b>                  | <b>2 675,5</b>             | <b>3 484,8</b> | <b>+30,2%</b> | <b>+16,4%</b>                    | <b>9 092,9</b>  | <b>11 122,2</b> | <b>+22,3%</b> | <b>+7,7%</b>                     |
| <i>dont :</i>                         |                            |                |               |                                  |                 |                 |               |                                  |
| <b>Amérique du Sud</b>                | <b>2 018,3</b>             | <b>2 692,2</b> | <b>+33,4%</b> | <b>+19,1%</b>                    | <b>6 562,9</b>  | <b>8 245,3</b>  | <b>+25,6%</b> | <b>+8,5%</b>                     |
| <b>Asie</b>                           | <b>423,1</b>               | <b>547,6</b>   | <b>+29,4%</b> | <b>+10,5%</b>                    | <b>1 685,8</b>  | <b>2 009,3</b>  | <b>+19,2%</b> | <b>+7,4%</b>                     |
| <b>Autres secteurs</b>                | <b>234,1</b>               | <b>245,0</b>   | <b>+4,7%</b>  | <b>+4,1%</b>                     | <b>844,2</b>    | <b>867,6</b>    | <b>+2,8%</b>  | <b>+2,3%</b>                     |
| <b>C.A. ACTIVITES<br/>POURSUIVIES</b> | <b>7 321,1</b>             | <b>8 304,7</b> | <b>+13,4%</b> | <b>+8,4%</b>                     | <b>26 757,2</b> | <b>29 078,3</b> | <b>+8,7%</b>  | <b>+3,7%</b>                     |

| Taux de change moyens        | 9 mois 09 | 9 mois 10 | Var. % | 12 mois 09 | 12 mois 10 | Var. % |
|------------------------------|-----------|-----------|--------|------------|------------|--------|
| Argentine (ARS / EUR)        | 0,198     | 0,195     | -1,3%  | 0,192      | 0,193      | 0,2%   |
| Uruguay (UYU / EUR)          | 0,031     | 0,038     | 20,8%  | 0,032      | 0,038      | 17,6%  |
| Venezuela (VEF / EUR)        | 0,341     | n/a       | n/a    | 0,334      | n/a        | n/a    |
| Thaïlande (THB / EUR)        | 0,021     | 0,024     | 11,2%  | 0,021      | 0,024      | 13,5%  |
| Vietnam (VND / EUR) (x1000)  | 0,043     | 0,041     | -4,9%  | 0,042      | 0,041      | -3,7%  |
| Colombie (COP / EUR) (x1000) | 0,332     | 0,397     | 19,6%  | 0,335      | 0,397      | 18,4%  |
| Brésil (BRL / EUR)           | 0,352     | 0,427     | 21,0%  | 0,361      | 0,428      | 18,7%  |

|   |                            |
|---|----------------------------|
| <b>Direction de la Communication Financière</b> |                            |
| <b><u>Nadine COULM</u></b>                      | <b><u>Aline NGUYEN</u></b> |
| ncoulm@groupe-casino.fr                         | anguyen@groupe-casino.fr   |
| +33 (0)1 53 65 64 17                            | +33 (0)1 53 65 64 85       |

## Parc de magasins

| France                                       | 31 déc 09    | 30 sept 10   | 31 déc 10    |
|--|--------------|--------------|--------------|
| <b>HM Géant Casino</b>                       | <b>122</b>   | <b>125</b>   | <b>125</b>   |
| dont <i>Affiliés France</i>                  | 5            | 6            | 6            |
| <i>Affiliés International</i>                | 5            | 5            | 5            |
| <i>Franchisés France</i>                     |              | 2            | 2            |
| + stations service                           | 99           | 99           | 99           |
| <b>SM Casino</b>                             | <b>390</b>   | <b>402</b>   | <b>405</b>   |
| dont <i>Affiliés Franchisés France</i>       | 53           | 53           | 54           |
| <i>Affiliés Franchisés International</i>     | 21           | 27           | 27           |
| + stations service                           | 156          | 158          | 160          |
| <b>SM Franprix</b>                           | <b>789</b>   | <b>838</b>   | <b>870</b>   |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 472          | 497          | 515          |
| <b>SM Monoprix</b>                           | <b>463</b>   | <b>485</b>   | <b>494</b>   |
| dont <i>Naturalia</i>                        | 41           | 45           | 49           |
| dont <i>Franchisés/Affiliés</i>              | 117          | 127          | 131          |
| <b>DIS Leader Price</b>                      | <b>559</b>   | <b>564</b>   | <b>585</b>   |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 266          | 281          | 294          |
| <b>Total SM + DIS</b>                        | <b>2 201</b> | <b>2 289</b> | <b>2 354</b> |
| dont <i>Franchisés /LGF</i>                  | 929          | 985          | 1 021        |
| <b>SUP Petit Casino</b>                      | <b>1 816</b> | <b>1 796</b> | <b>1 791</b> |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 28           | 28           | 29           |
| <b>SUP Eco Services</b>                      | <b>3</b>     | <b>2</b>     | <b>2</b>     |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 2            | 1            | 1            |
| <b>SUP Spar</b>                              | <b>896</b>   | <b>922</b>   | <b>928</b>   |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 739          | 757          | 761          |
| <b>SUP Vival</b>                             | <b>1 753</b> | <b>1 793</b> | <b>1 767</b> |
| dont <i>Franchisés</i>                       | 1 753        | 1 792        | 1 766        |
| <b>SUP Casitalia et C* Asia</b>              | <b>1</b>     | <b>1</b>     | <b>1</b>     |
| <b>MAG Franchisés</b>                        | <b>1 257</b> | <b>1 310</b> | <b>1 260</b> |
| <i>Corners, Relay, Shell, Elf, Carmag...</i> | 1 257        | 1 310        | 1 260        |
| <b>MAG Négoce</b>                            | <b>1 025</b> | <b>927</b>   | <b>926</b>   |
| <b>TOTAL PROXIMITE</b>                       | <b>6 751</b> | <b>6 751</b> | <b>6 675</b> |
| dont <i>Franchisés/LGF/Négoce</i>            | 4 805        | 4 816        | 4 744        |
| <b>MAG Affiliés</b>                          | <b>13</b>    | <b>18</b>    | <b>20</b>    |
| dont <i>Affiliés France</i>                  | 13           | 15           | 17           |
| <i>Affiliés International</i>                |              | 3            | 3            |
| <b>DIV Autres Activités</b>                  | <b>277</b>   | <b>287</b>   | <b>287</b>   |
| Restauration                                 | 277          | 287          | 287          |
| <b>TOTAL France</b>                          | <b>9 364</b> | <b>9 470</b> | <b>9 461</b> |
| Hypermarchés (HM)                            | 122          | 125          | 125          |
| Supermarchés (SM)                            | 1 642        | 1 725        | 1 769        |
| Discount (DIS)                               | 559          | 564          | 585          |
| Supérettes (SUP) + Magasins (MAG)            | 6 764        | 6 769        | 6 695        |
| Autres                                       | 277          | 287          | 287          |

HM : hypermarchés SM : supermarchés DIS : discount SUP : supérettes MAG : magasins DIV : divers  
LGF : location-gérance franchise

| <b>International</b>                 | <b>31 déc 09</b> | <b>30 sept 10</b> | <b>31 déc 10</b> |
|--------------------------------------|------------------|-------------------|------------------|
| <b>ARGENTINE</b>                     | <b>49</b>        | <b>22</b>         | <b>23</b>        |
| HM Libertad                          | 15               | 14                | 15               |
| DIS Leader Price                     | 26               | 0                 | 0                |
| DIV Autres                           | 8                | 8                 | 8                |
| <b>URUGUAY</b>                       | <b>53</b>        | <b>53</b>         | <b>53</b>        |
| HM Géant                             | 1                | 1                 | 1                |
| SM Disco                             | 28               | 28                | 28               |
| SM Devoto                            | 24               | 24                | 24               |
| <b>VENEZUELA</b>                     | <b>41</b>        | <b>0</b>          | <b>0</b>         |
| HM Exito                             | 6                | 0                 | 0                |
| SM Cada                              | 35               | 0                 | 0                |
| <b>BRESIL</b>                        | <b>1 080</b>     | <b>1 112</b>      | <b>1 647</b>     |
| HM Extra                             | 103              | 105               | 110              |
| SM Pão de Açucar                     | 145              | 146               | 149              |
| SM Sendas                            | 68               | 59                | 17               |
| SM Extra Perto                       | 13               | 33                | 101              |
| SM CompreBem                         | 157              | 143               | 113              |
| DIS Assai                            | 40               | 48                | 57               |
| SUP Extra Facil                      | 52               | 74                | 68               |
| DIV Eletro, Ponto Frio               | 502              | 504               | 1032             |
| <i>dont Ponto Frio</i>               | <i>455</i>       | <i>457</i>        | <i>506</i>       |
| <i>dont Casas Bahia</i>              |                  |                   | <i>526</i>       |
| <b>THAILANDE</b>                     | <b>97</b>        | <b>105</b>        | <b>116</b>       |
| HM Big C                             | 67               | 67                | 70               |
| SM Big C                             |                  | 1                 | 2                |
| SUP Mini Big C                       | 11               | 11                | 15               |
| DIV Pure                             | 19               | 26                | 29               |
| <b>VIETNAM</b>                       | <b>9</b>         | <b>10</b>         | <b>14</b>        |
| HM Big C                             | 9                | 10                | 14               |
| <b>OCEAN INDIEN</b>                  | <b>50</b>        | <b>49</b>         | <b>50</b>        |
| HM Jumbo                             | 11               | 11                | 11               |
| SM Score/Jumbo                       | 21               | 21                | 21               |
| SM Cash and Carry                    | 5                | 5                 | 5                |
| SM Spar                              | 6                | 6                 | 7                |
| Autres                               | 7                | 6                 | 6                |
| <b>COLOMBIE</b>                      | <b>260</b>       | <b>263</b>        | <b>299</b>       |
| HM Exito                             | 74               | 72                | 73               |
| SM Pomona, Carulla, Exito            | 93               | 104               | 112              |
| DIS Surtimax                         | 47               | 52                | 54               |
| SUP Éxito Express et Carulla Express | 11               | 15                | 22               |
| DIV Ley et Autres                    | 35               | 20                | 38               |
| <b>TOTAL INTERNATIONAL</b>           | <b>1 639</b>     | <b>1 614</b>      | <b>2 202</b>     |
| Hypermarchés (HM)                    | 286              | 280               | 294              |
| Supermarchés (SM)                    | 595              | 570               | 579              |
| Discount (DIS)                       | 113              | 100               | 111              |
| Supérettes (SUP)                     | 74               | 100               | 105              |
| Autres (DIV)                         | 571              | 564               | 1 113            |