

**Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2010**  
**Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2010**

- **Accélération de la croissance des ventes au 2<sup>ème</sup> trimestre : +8,5% et +2,9% en organique (hors essence)**
  - ✓ Croissance élevée des ventes à l'International : +23,6%
  - ✓ Redressement rapide des ventes de Leader Price
- **Hausse du ROC de +12,0% au 1<sup>er</sup> semestre, +5,7% avant reclassement de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) en impôt**
- **Progression de +10,5% du Résultat net normalisé, part du Groupe**

« Au 1<sup>er</sup> semestre, le chiffre d'affaires de Casino a progressé significativement grâce au dynamisme de ses activités à l'International et aux premiers effets des plans de relance commerciale chez Leader Price. La plupart des enseignes ont réalisé des performances opérationnelles satisfaisantes dans un contexte économique peu dynamique en France. Des performances remarquables ont été réalisées par nos business units dans les pays clés à l'International (Brésil, Thaïlande, Colombie, Vietnam). Le positionnement du Groupe sur les formats de proximité et de discount en France et sa présence dans des pays à fort potentiel de croissance constituent des fondamentaux solides pour la poursuite de son développement » a déclaré Jean-Charles Naouri, Président-Directeur général du Groupe Casino.

Les comptes consolidés du 1<sup>er</sup> semestre 2010 établis par le Conseil d'Administration du 28 juillet 2010 ont été revus par les Commissaires aux comptes

**CHIFFRES CLEFS**

<b>Activités poursuivies<sup>(1)</sup> (en M€)</b>	<b>S1 2009</b>	<b>S1 2010</b>	<b>Variation</b>	<b>Variation (avant reclassement de la CVAE)<sup>(2)</sup></b>
Chiffre d'affaires	12 688	<b>13 589</b>	+7,1%	
EBITDA	802	<b>868</b>	+8,2 %	+4,4%
Marge EBITDA	6,3%	<b>6,4%</b>	+7 bp	-16 bp
ROC	483	<b>541</b>	+12,0%	+5,7%
Marge ROC	3,8%	<b>4,0%</b>	+18 bp	-5 bp
Résultat net part du Groupe	229	<b>173</b>	-24,4%	
Résultat net normalisé <sup>(3)</sup> part du groupe	188	<b>208</b>	+10,5%	
Dette financière nette au 30 juin	6 003	<b>5 368</b>	-10,6%	

<sup>(1)</sup> Les actifs de Super de Boer ont été cédés fin 2009. Les données 2009 ont été retraitées en conséquence.

<sup>(2)</sup> Le Groupe a réexaminé le traitement comptable de l'impôt en France suite au changement fiscal lié à la loi de finances 2010 votée le 30 décembre 2009 et supprimant l'assujettissement des entités fiscales françaises à la taxe professionnelle :

- À compter de l'exercice 2010, le montant total de la charge relative à la CVAE (cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises) est présenté sur la ligne « impôt sur le résultat », conformément à la position retenue par le Groupe et aux dispositions d'IAS 12
- Ce reclassement, qui a un impact positif de 31M€ sur l'EBITDA et le ROC, est neutre sur le résultat net.

<sup>(3)</sup> 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)

## FORTE PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU 2<sup>EME</sup> TRIMESTRE : +8,5%

CA consolidé HT	T2 2010 M€	S1 2010 M€	Var T2 2010/T2 2009		Var S1 2010/S1 2009	
			Euros	Organique <sup>(1)</sup>	Euros	Organique <sup>(1)</sup>
<b>Total activités poursuivies</b>	<b>6 980,0</b>	<b>13 588,9</b>	<b>+8,5%</b>	<b>+3,8%</b>	<b>+7,1%</b>	<b>+3,7%</b>
France	4 370,7	8 595,9	+1,1%	+1,5%	+0,8%	+1,0%
International	2 609,3	4 993,0	+23,6%	+9,0%	+20,1%	+9,8%

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

Croissance organique hors essence	2009	T1 2010	T2 2010	S1 2010
<b>Activités poursuivies</b>	<b>-0,1%</b>	<b>+2,6%</b>	<b>+2,9%</b>	<b>+2,8%</b>
France	-2,7%	-0,9%	+0,2%	-0,3%
International	+5,0%	+10,2%	+8,7%	+9,4%

**Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2010**, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe progresse de +8,5%.

Les taux de change ont eu un impact favorable de +5,7%, résultant de la forte appréciation des devises brésilienne, colombienne et thaïlandaise par rapport à l'euro. L'effet périmètre est négatif (-0,9%), l'impact positif de l'intégration de Ponto Frio au sein de Grupo Pao de Açucar étant compensé par la déconsolidation du Venezuela.

La hausse du prix de l'essence a eu un impact positif de +0,9%. L'effet calendaire est légèrement négatif en France (-0,3%) et neutre à l'International.

La croissance organique hors essence du Groupe au 2<sup>ème</sup> trimestre ressort à +2,9%, confirmant ainsi l'accélération enregistrée au 1<sup>er</sup> trimestre (+2,6%) par rapport à l'ensemble de l'année 2009 (-0,1%).

### FRANCE

Les ventes en France sont en hausse de +1,1%.

En organique et hors essence, les ventes progressent de +0,2%, en amélioration par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre (-0,9%). Cette amélioration résulte principalement du redressement des ventes à magasins comparables de Leader Price. L'ensemble des formats de proximité (Franprix, Monoprix, Casino Supermarchés et Supérettes) ont continué à afficher une bonne performance. Cdiscount a enregistré une croissance à deux chiffres de ses ventes en organique.

En millions €	T2 2009	T2 2010	Var.	Var org. hors essence	S1 2009	S1 2010	Var.	Var org. hors essence
C.A. HT France (1)	4 321,2	4 370,7	1,1%	0,2%	8 529,5	8 595,9	0,8%	-0,3%
Franprix - Leader Price	1 005,8	1 038,1	3,2%	3,2%	2 017,7	2 015,0	-0,1%	-0,1%
Monoprix	451,0	469,6	4,1%	4,1%	905,3	939,6	3,8%	3,7%
Casino France	2 864,3	2 863,0	0,0%	-1,6%	5 606,5	5 641,4	0,6%	-1,1%
HM Géant Casino	1 329,6	1 301,8	-2,1%	-5,3%	2 587,7	2 548,8	-1,5%	-4,6%
SM Casino	835,0	861,7	3,2%	0,5%	1 605,1	1 660,4	3,4%	0,9%
Supérettes	376,6	370,3	-1,7%	-1,7%	731,0	720,5	-1,4%	-1,4%
Autres activités	323,1	329,2	1,9%	7,2%	682,7	711,7	4,2%	6,8%

<sup>(1)</sup> Casino a adopté une nouvelle présentation de ses segments en France afin de présenter des données en ligne avec l'organisation du Groupe. La France est désormais divisée en 3 segments :

- Franprix-Leader Price
- Monoprix
- Casino France : intègre principalement le périmètre historique de Casino (Hypermarchés Géant Casino, Supermarchés Casino, Supérettes) ainsi que les activités complémentaires (Cdiscount, Mercialis, Restauration et Banque Casino)

C.A. à magasins comparables	T2 2010		S1 2010	
	Var. avec essence	Var. hors essence	Var. avec essence	Var. hors essence
Franprix	+2,0%	+2,0%	+1,3%	+1,3%
Leader Price	-1,4%	-1,4%	-6,1%	-6,1%
HM Géant Casino	-3,4%	-6,9%	-2,5%	-5,8%
SM Casino	+2,0%	-1,0%	+1,8%	-1,0%
Monoprix	+2,0%	+1,9%	+2,2%	+2,1%

#### ▪ Franprix-Leader Price

Le 2<sup>ème</sup> trimestre a marqué une inflexion significative de l'évolution des ventes à magasins comparables de **Leader Price** : -1,4% vs -10,8% au 1<sup>er</sup> trimestre. Les initiatives commerciales mises en œuvre par l'enseigne depuis le début de l'année (repositionnement tarifaire et renforcement significatif de la communication) ont permis de relancer la dynamique commerciale comme en témoignent la hausse du trafic et l'amélioration du panier.

L'enseigne a commencé à déployer son nouveau concept de magasin, dont les résultats sont très satisfaisants. Depuis le début de l'année, 31 magasins ont ainsi été rénovés. Elle a par ailleurs poursuivi sa politique d'expansion, avec 18 ouvertures depuis le début de l'année, et de rationalisation du parc. Le rythme d'expansion du réseau et de déploiement du nouveau concept s'accélèrera au 2<sup>nd</sup> semestre.

Les ventes à magasins comparables de **Franprix** progressent de +2,0%, portées à la fois par la hausse du panier et du trafic. L'enseigne a poursuivi le déploiement de son nouveau concept avec 152 magasins rénovés à la fin du 1<sup>er</sup> semestre. L'expansion a été particulièrement soutenue au 2<sup>ème</sup> trimestre, avec 38 ouvertures, ce qui porte à 53 le nombre de magasins ouverts depuis le début de l'année. La contribution de l'expansion à la croissance s'est accrue au 2<sup>ème</sup> trimestre permettant aux ventes de l'enseigne de croître de plus de 10% sur la période.

Au total, les ventes de **Franprix-Leader Price** progressent de +3,2%.

#### ▪ Monoprix

Les ventes à magasins comparables de **Monoprix** sont en hausse de +1,9% (hors essence). L'enseigne a gagné des parts de marché en alimentaire et a enregistré une bonne performance en non alimentaire, en dépit du décalage des soldes d'été (début des soldes le 30 juin en 2010 contre le 24 juin en 2009). Les nouveaux formats, Naturalia et Monop', ont fait preuve de dynamisme. L'enseigne a également renforcé ses initiatives commerciales avec notamment la mise en œuvre du partenariat avec dunnhumby et le déploiement d'un nouveau concept « maquillage ».

Les ventes totales de Monoprix progressent de +4,1%, bénéficiant d'une expansion soutenue au 2<sup>ème</sup> trimestre : ouverture de 5 Citymarché, de 4 Monop' et d'1 Naturalia.

#### ▪ Casino France

Les ventes de **Géant Casino** sont en baisse de -6,9% à magasins comparables hors essence. Le panier moyen recule de -2,0%, le trafic est en retrait de -5,0%.

Les ventes en alimentaire sont en baisse de -6,9%. Le réinvestissement progressif des gains achats de mars à juin a permis à l'enseigne de renforcer sa compétitivité tarifaire, ce qui s'est traduit par une amélioration sensible des indices prix. A fin juin, l'indice prix IRI de l'enseigne est ainsi en baisse de -3 pts sur l'ensemble des produits, et de -2,4pts en marques nationales.

En non alimentaire, Géant a poursuivi son travail de repositionnement de l'offre sur les catégories de produits les plus porteuses. Ces familles de produits, en particulier le petit électroménager, ont enregistré une bonne performance. L'enseigne a par ailleurs continué à piloter le déclin des catégories peu porteuses (culturel, gros électroménager). Les ventes en non alimentaire reculent de -6,8%, pénalisées par le décalage des soldes d'été.

Les ventes à magasins comparables de **Casino Supermarchés** sont en retrait de -1,0% (hors essence). L'enseigne a poursuivi son expansion avec 4 ouvertures au 2<sup>ème</sup> trimestre, ce qui porte à 5 le nombre de magasins ouverts au 1<sup>er</sup> semestre. Hors essence, les ventes totales progressent de +0,5%.

Les **supérettes** ont affiché des ventes en baisse de -1,7%. La politique d'optimisation du parc s'est poursuivie avec 71 fermetures sur la période. Les supérettes ont par ailleurs accéléré leur expansion avec 103 ouvertures.

Les ventes des **autres activités** (Cdiscount, Mercialis, Restauration, Banque Casino) sont en hausse de +7,2% en organique, portées par la croissance à deux chiffres des ventes de Cdiscount.

## INTERNATIONAL

Les ventes de l'International progressent de +23,6%.

L'effet change a été favorable de +17,2% du fait de la forte appréciation des devises brésilienne, colombienne et thaïlandaise par rapport à l'euro. L'effet positif de l'intégration de Ponto Frio au sein de Grupo Pao de Açúcar a été compensé par la déconsolidation du Venezuela, résultant en un effet périmètre négatif de -2,6%.

La croissance organique de l'International est restée très soutenue à +9,0%, portée par la poursuite du dynamisme de l'Amérique du Sud (+10,9%) et le maintien d'une croissance robuste en Asie (+5,4%).

	T2 2010			S1 2010		
	Var. en euros	Var. organique	Mag. comp.	Var. en euros	Var. organique	Mag. comp.
Amérique du Sud	28,0%	10,9%	9,1%	24,8%	12,2%	9,8%
Asie	17,8%	5,4%	4,6%	12,1%	6,4%	5,0%

### ■ Amérique du Sud

Les ventes à magasins comparables ont progressé de +9,1% sous l'impulsion d'une croissance à deux chiffres au Brésil et de l'accélération de la croissance en Colombie.

Au **Brésil**, GPA a enregistré une croissance élevée de ses ventes à magasins comparables à +11,3%\*. La performance a été très satisfaisante à la fois en alimentaire et en non alimentaire. Les ventes de la société progressent de +39,4%\*, sous l'effet de l'intégration de Ponto Frio, qui a de nouveau affiché une très forte croissance sur la période (+71,6%\*). Les ventes de produits électroniques ont notamment bénéficié de l'impact de la Coupe du monde de football.

En **Colombie**, les ventes à magasins comparables d'Exitto ont affiché une accélération sensible progressant de +4,6%\* (contre +2,6%\* au 1<sup>er</sup> trimestre). Cette amélioration traduit le renforcement des initiatives commerciales (succès des opérations promotionnelles, développement de la marque propre). La société a poursuivi son expansion (ouverture de 2 magasins) ainsi que la rationalisation de son parc de magasins (12 conversions). Le chiffre d'affaires total de la Colombie ressort en hausse de +5,4%\*.

Les performances de l'**Argentine** et de l'**Uruguay** ont été satisfaisantes.

### ■ Asie

L'Asie affiche un rythme de croissance organique robuste (+5,4%).

La croissance des ventes à magasins comparables de Big C en **Thaïlande** a été satisfaisante, en dépit des troubles politiques intervenus au cours du trimestre. Big C a ouvert 2 magasins sur la période.

Le **Vietnam** enregistre à nouveau une croissance élevée de ses ventes, confirmant le fort potentiel de développement du pays.

### ■ Océan Indien

Les ventes à magasins comparables de l'**Océan indien** ont progressé de +3,9%, sous l'effet du succès des opérations commerciales et de l'impact favorable de la Coupe du monde sur les ventes en non alimentaire. Les ventes en organique sont en hausse de +4,7%.

\* Données publiées par les sociétés

## RESULTATS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2010

Le Groupe a affiché au 1<sup>er</sup> semestre une **croissance élevée de ses ventes à +7,1%**.

Les taux de change ont eu un impact favorable de +4,5%. L'effet périmètre est négatif de -1,1%. A taux de change et périmètre constants, la croissance organique du Groupe s'élève à +3,7%, +2,8% hors essence. L'accélération de la croissance a été sensible par rapport à 2009 (-0,1% hors essence), tant en France (-0,3% hors essence contre -2,7% en 2009) qu'à l'International (+9,4% hors essence contre +5,0%).

**Le résultat opérationnel courant** du Groupe progresse de +12,0%, +5,7% hors reclassement de la CVAE en impôts, porté par la forte croissance du résultat de l'International.

Le résultat opérationnel courant de la **France** s'établit à 347 millions d'euros après reclassement de la CVAE en impôts. Le ROC recule de -5,5% en organique, sous l'effet notamment de la relance commerciale des enseignes Géant et Leader Price. La marge de Franprix-Leader Price est en baisse de -98 bp en organique. La rentabilité de Monoprix s'améliore sensiblement (+32 bp en organique). La marge de Casino France est en retrait de -9bp, sous l'effet de la baisse de la marge de Géant. Casino Supermarchés et les supérettes ont affiché une rentabilité solide. Mercialis a enregistré une croissance à deux chiffres de son ROC.

Le résultat opérationnel courant de **l'International** progresse de +34,5% à 194 millions d'euros, +18,6% en organique. La marge opérationnelle est en hausse de +30 bp en organique. La marge de l'Amérique du Sud s'améliore de +25 bp en organique, traduisant la solidité de la marge du Brésil et une amélioration sensible de la rentabilité de la Colombie. La marge de l'Asie est en hausse de +73 bp en organique, sous l'effet d'une amélioration sensible de la rentabilité de Big C en Thaïlande et de la hausse significative de la marge du Vietnam.

Les autres charges et produits opérationnels font apparaître une charge nette de 56 millions d'euros, constituée notamment de provisions & charges pour restructuration.

Le coût de l'endettement financier est en baisse à 154 millions d'euros (contre 165 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2009), sous l'effet de la réduction de la dette financière nette.

L'impôt sur les bénéfices s'élève à 105 millions d'euros, soit un taux d'impôts de 33,1%. Hors éléments non récurrents et avant reclassement de la CVAE en impôts, le taux s'établit à 28,9% contre 29,9% au 1<sup>er</sup> semestre 2009.

Le résultat net part du groupe ressort à 173 millions d'euros.

**Le résultat net normalisé<sup>(1)</sup> part du Groupe progresse de +10,5%** à 208 millions d'euros.

**La dette financière nette** du Groupe s'est établie à 5 368 millions d'euros à fin juin 2010, en baisse par rapport à fin juin 2009 (6 003 millions d'euros) et l'ensemble des ratios de dettes se sont ainsi améliorés par rapport à l'année précédente.

Les deux opérations d'échanges obligataires réalisées depuis le début de l'année, pour un montant total d'environ 1,3 milliard d'euros, ont par ailleurs permis d'améliorer sensiblement le profil de la dette du Groupe et de porter la maturité moyenne de la dette obligataire de 2,9 années à 4,4 années.

<sup>(1)</sup> 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)

## **PERSPECTIVES ET CONCLUSION**

Les résultats du 1<sup>er</sup> semestre confirment le bon positionnement du portefeuille d'actifs du Groupe. Les activités à l'International ont enregistré une croissance élevée et ont augmenté sensiblement leur contribution au résultat opérationnel courant. En France, les ventes ont renoué avec la croissance sous l'effet d'un mix de formats favorable et des plans de relance commerciale.

Casino vise le renforcement de ses parts de marché en France, grâce à l'amélioration de la compétitivité prix de ses enseignes et à l'accélération de l'expansion sur les formats de proximité et de discount.

La qualité des actifs du Groupe, sur des pays à fort potentiel, permet d'anticiper une croissance élevée et rentable à l'International en 2010 et au delà.

Le Groupe confirme son objectif d'un ratio DFN/EBITDA inférieur à 2,2x à fin 2010, notamment par la poursuite du plan de cessions d'actifs d'1 milliard d'euros.

### ***Calendrier des prochaines publications***

Mercredi 13 octobre 2010 (après Bourse) : Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2010

## RESULTATS S1 2010

(Comptes revus par les Commissaires aux comptes)

Activités poursuivies <sup>(1)</sup> (en M€)	S1 2009	S1 2010	Variation	Variation organique <sup>(2)</sup>
<b>Chiffre d'affaires</b>	12 688	13 589	+7,1%	+3,7%
- dont France	8 530	8 596	+0,8%	+1,0%
- dont International	4 158	4 993	+20,1%	+9,8%
<b>EBITDA<sup>(4)</sup></b>	802	868 <sup>(3)</sup>	+8,2%	+0,4%
- dont France	549	554	+0,9%	-3,8%
- dont International	253	314	+24,1%	+10,0%
<b>ROC</b>	483	541 <sup>(3)</sup>	+12,0%	+1,5%
- dont France	338	347	+2,4%	-5,5%
- dont International	145	194	+34,5%	+18,6%
Autres produits et charges opérationnels	11	(56)	n.s.	
Résultat opérationnel	494	485	-1,9%	
Coût de l'endettement financier net	(165)	(154)		
Autres produits et charges financiers	(3)	(15)		
Impôt sur les bénéfices	(71)	(105)		
Quote-part de résultats des MEE	3	10		
Résultat net des activités poursuivies, Part du Groupe	229	173	-24,4%	
Résultat net activités abandonnées, Part du Groupe	0	(7)		
Résultat net, part du Groupe (RNPG)	230	166	-27,8%	
<b>Résultat net normalisé, Part du Groupe<sup>(5)</sup></b>	188	208	+10,5%	

(1) Les actifs de Super de Boer ont été cédés fin 2009. Les données 2009 ont été retraitées en conséquence.

(2) A taux de change constants et périmètre comparable, hors impact des cessions immobilières (OPCI) et avant reclassement de la CVAE en charge d'impôt.

(3) Le reclassement de la CVAE, qui a un impact positif de 31M€ sur l'EBITDA et le ROC (dont 29,3M€ en France et 1,3M€ à l'international), est neutre sur le résultat net.

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

(5) Cf annexe.

## ANNEXES

### Principales variations du périmètre de consolidation

- Consolidation de la société Ponto Frio au sein de GPA depuis le 1er juillet 2009.
- Déconsolidation du Venezuela à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010.

### Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre et du 1<sup>er</sup> semestre 2010

	2 <sup>ème</sup> trimestre		Variation		1 <sup>er</sup> semestre		Variation	
	2009 M€	2010 M€	en euros	A taux de change constants	2009 M€	2010 M€	en euros	A taux de change constants
<b>FRANCE</b>	<b>4 321,2</b>	<b>4 370,7</b>	<b>+1,1%</b>	<b>+1,1%</b>	<b>8 529,5</b>	<b>8 595,9</b>	<b>+0,8%</b>	<b>+0,8%</b>
<i>dont :</i>								
<b>Franprix – Leader Price</b>	<b>1 005,8</b>	<b>1 038,1</b>	<b>+3,2%</b>	<b>+3,2%</b>	<b>2 017,7</b>	<b>2 015,0</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Monoprix</b>	<b>451,0</b>	<b>469,6</b>	<b>+4,1%</b>	<b>+4,1%</b>	<b>905,3</b>	<b>939,6</b>	<b>+3,8%</b>	<b>+3,8%</b>
<b>Casino France</b>	<b>2 864,3</b>	<b>2 863,0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>5 606,5</b>	<b>5 641,4</b>	<b>+0,6%</b>	<b>+0,6%</b>
HM Géant Casino	1 329,6	1 301,8	-2,1%	-2,1%	2 587,7	2 548,8	-1,5%	-1,5%
SM Casino	835,0	861,7	+3,2%	+3,2%	1 605,1	1 660,4	+3,4%	+3,4%
Supérettes	376,6	370,3	-1,7%	-1,7%	731,0	720,5	-1,4%	-1,4%
Autres activités	323,1	329,2	+1,9%	+1,9%	682,7	711,7	+4,2%	+4,2%
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>2 110,3</b>	<b>2 609,3</b>	<b>+23,6%</b>	<b>+6,4%</b>	<b>4 158,2</b>	<b>4 993,0</b>	<b>+20,1%</b>	<b>+6,3%</b>
<i>dont :</i>								
<b>Amérique du Sud</b>	<b>1 468,0</b>	<b>1 878,3</b>	<b>+28,0%</b>	<b>+7,0%</b>	<b>2 890,8</b>	<b>3 608,5</b>	<b>+24,8%</b>	<b>+6,8%</b>
<b>Asie</b>	<b>442,5</b>	<b>521,2</b>	<b>+17,8%</b>	<b>+5,4%</b>	<b>865,1</b>	<b>970,1</b>	<b>+12,1%</b>	<b>+6,4%</b>
<b>Autres secteurs</b>	<b>199,9</b>	<b>209,8</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+4,2%</b>	<b>402,3</b>	<b>414,4</b>	<b>+3,0%</b>	<b>+2,8%</b>
<b>C.A. ACTIVITES POURSUIVIES</b>	<b>6 431,5</b>	<b>6 980,0</b>	<b>+8,5%</b>	<b>+2,9%</b>	<b>12 687,7</b>	<b>13 588,9</b>	<b>+7,1%</b>	<b>+2,6%</b>
<b>CA activités abandonnées (Pays-Bas)</b>	<b>391,1</b>	<b>0,0</b>	<b>n.s.</b>	<b>n.s.</b>	<b>759,0</b>	<b>0,0</b>	<b>n.s.</b>	<b>n.s.</b>
<b>C.A. Ensemble consolidé</b>	<b>6 822,6</b>	<b>6 980,0</b>	<b>+2,3%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>13 446,7</b>	<b>13 588,9</b>	<b>+1,1%</b>	<b>-3,2%</b>

Taux de change moyens	T1 2009	T1 2010	Var. %	S1 2009	S1 2010	Var. %
Argentine (ARS / EUR)	0,217	0,188	-13,3%	0,207	0,195	-5,8%
Uruguay (UYU / EUR)	0,033	0,037	+12,7%	0,032	0,038	20,1%
Venezuela (VEF / EUR)	0,356	n.a.	n.a.	0,349	n.a.	n.a.
Thaïlande (THB / EUR)	0,022	0,022	+1,0%	0,021	0,023	7,5%
Vietnam (VND/EUR) (x1000)	0,045	0,040	-12,4%	0,044	0,041	-7,5%
Colombie (COP / EUR) (x1000)	0,320	0,370	+15,8%	0,325	0,386	18,7%
Bésil (BRL / EUR)	0,332	0,401	+20,9%	0,342	0,419	22,4%



## 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.

en millions d'euros	S1 2009	Eléments retraités	S1 2009 normalisé	S1 2010	Eléments retraités	S1 2010 normalisé
<b>Résultat opérationnel courant</b>	483		<b>483</b>	541	0	<b>541</b>
Autres produits et charges opérationnels	11	(11)	<b>0</b>	(56)	56	<b>0</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	494	(11)	<b>483</b>	485	56	<b>541</b>
Coût de l'endettement financier net <sup>(1)</sup>	(165)	3	<b>(163)</b>	(154)	0	<b>(154)</b>
Autres produits et charges financiers <sup>(2)</sup>	(3)	9	<b>6</b>	(15)	11	<b>(4)</b>
Charge d'impôt <sup>(3)</sup>	(71)	(26)	<b>(98)</b>	(105)	(28)	<b>(133)</b>
Quote-part de résultat des entreprises associées	3		<b>3</b>	10	0	<b>10</b>
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	258	(26)	<b>232</b>	222	39	<b>261</b>
dont intérêts minoritaires <sup>(4)</sup>	29	16	<b>45</b>	48	5	<b>54</b>
<b>dont Part du Groupe</b>	229	(42)	<b>188</b>	173	34	<b>208</b>

<sup>(1)</sup> Sont retraitées du coût de l'endettement financier net, les variations de juste valeur du dérivé incorporé lié à l'indexation des obligations indexées sur le cours de l'action Casino, soit -3 millions d'euros en 2009 et 0 million d'euros en 2010.

<sup>(2)</sup> Sont retraitées des autres produits et charges financiers, les variations de juste valeur de dérivés de taux non classés en comptabilité de couverture pour respectivement -9 millions d'euros en 2009 et 0 million d'euros en 2010 et les effets d'actualisation monétaire des passifs fiscaux au Brésil (-11 millions d'euros en 2010).

<sup>(3)</sup> 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 (activation de déficits d'exercices antérieurs, ...). La charge d'impôt rapportée au résultat normalisé avant impôt correspond au taux d'impôt moyen normatif du Groupe.

<sup>(4)</sup> Sont retraités des intérêts minoritaires les montants associés aux éléments retraités ci-dessus ainsi que, pour 2009, la régularisation du partage du résultat au titre de la période du 29 avril 2008 au 31 décembre 2008 initialement affecté aux minoritaires pour un montant de 17 millions d'euros.

## Parc de magasins

France	31 déc 09	31 mars 10	30 juin 10
<b>HM Géant Casino</b>	<b>122</b>	<b>122</b>	<b>124</b>
dont <i>Affiliés France</i>	5	5	6
<i>Affiliés International</i>	5	5	5
Franchisés France			1
+ stations service	99	99	99
<b>SM Casino</b>	<b>390</b>	<b>394</b>	<b>396</b>
dont <i>Affiliés Franchisés France</i>	53	54	52
<i>Affiliés Franchisés International</i>	21	24	24
+ stations service	156	156	154
<b>SM Franprix</b>	<b>789</b>	<b>798</b>	<b>832</b>
dont <i>Franchisés</i>	472	477	498
<b>SM Monoprix-Prisunic</b>	<b>463</b>	<b>470</b>	<b>479</b>
Dont <i>Naturalia</i>	41	43	44
dont <i>Franchisés/Affiliés</i>	117	121	124
<b>DIS Leader Price</b>	<b>559</b>	<b>562</b>	<b>562</b>
dont <i>Franchisés</i>	266	278	280
<b>Total SM + DIS</b>	<b>2 201</b>	<b>2 224</b>	<b>2 269</b>
dont <i>Franchisés /LGA</i>	929	954	978
<b>SUP Petit Casino</b>	<b>1 816</b>	<b>1 804</b>	<b>1 795</b>
dont <i>Franchisés</i>	28	28	28
<b>SUP Eco Services</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
dont <i>Franchisés</i>	2	2	1
<b>SUP Spar</b>	<b>896</b>	<b>895</b>	<b>910</b>
dont <i>Franchisés</i>	739	741	752
<b>SUP Vival</b>	<b>1 753</b>	<b>1 772</b>	<b>1 802</b>
dont <i>Franchisés</i>	1 753	1 772	1 802
<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>1 307</b>
<i>Corners, Relay, Shell, Elf, Carmag...</i>	1 257	1 310	1 307
<b>MAG Négoce</b>	<b>1 025</b>	<b>1 020</b>	<b>928</b>
<b>TOTAL PROXIMITE</b>	<b>6 751</b>	<b>6 805</b>	<b>6 745</b>
dont <i>Franchisés/LGA/Négoce</i>	4 805	4 874	4 819
<b>MAG Affiliés</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>18</b>
dont <i>Affiliés France</i>	13	15	15
<i>Affiliés International</i>		1	3
<b>DIV Autres Activités</b>	<b>277</b>	<b>284</b>	<b>283</b>
Cafétérias	277	284	283
<b>TOTAL France</b>	<b>9 364</b>	<b>9 451</b>	<b>9 439</b>
Hypermarchés (HM)	122	122	124
Supermarchés (SM)	1 642	1 662	1 707
Discount (DIS)	559	562	562
Supérettes (SUP) + Magasins (MAG)	6 764	6 821	6 763
Autres	277	284	283

<b>International</b>	<b>31 déc 09</b>	<b>31 mars 10</b>	<b>30 juin 10</b>
<b>ARGENTINE</b>	<b>49</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
HM Libertad	15	14	14
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>1 089</b>	<b>1 102</b>
HM Extra	103	104	105
SM Pão de Açucar	145	145	146
SM Sendas	68	67	67
SM Extra Perto	13	13	15
SM CompreBem	157	155	153
DIS Assai	40	42	43
SUP Extra Facil	52	61	69
DIV Eletro, Ponto Frio	502	502	504
<i>Dont Ponto Frio</i>	<i>455</i>	<i>455</i>	<i>457</i>
<b>THAILANDE</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>96</b>
HM Big C	67	67	67
SM Big C			1
DIV Mini Big C, Pure	30	30	28
<b>VIETNAM</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
HM Big C	9	10	10
<b>OCEAN INDIEN</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>49</b>
HM Jumbo	11	11	11
SM Score/Jumbo	21	21	21
SM Cash and Carry	5	5	5
SM Spar	6	6	6
Autres	7	6	6
<b>COLOMBIE</b>	<b>260</b>	<b>260</b>	<b>261</b>
HM Exito	89	89	100
SM Pomona et Carulla	89	87	82
DIS Bodega	47	49	51
DIV Ley, Q Precios, Merquefacil, Surtimax et autres	35	35	28
<b>TOTAL INTERNATIONAL</b>	<b>1 639</b>	<b>1 580</b>	<b>1 593</b>
Hypermarchés (HM)	301	296	308
Supermarchés (SM)	591	551	548
Discount (DIS)	124	102	94
Autres (DIV)	623	631	643