

28 juillet 2011



RÉSULTATS
semestriels

2011

GRUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

- ❖ Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2011 établis par le Conseil d'Administration du 27 juillet 2011 ont été revus par les Commissaires aux comptes
- ❖ Tous les chiffres ci-après sont établis sur la base des activités poursuivies, sauf indication contraire
- ❖ Les variations en organique s'entendent à périmètre comparable et taux de change constants, hors impact des cessions immobilières (OPCI)

CHIFFRES CLÉS S1 2011 (*Activités poursuivies*)

Variation vs S1 2010

CA consolidé	16 144 M€	+18,8%
EBITDA	929 M€	+7,1%
<i>Marge EBITDA</i>	<i>5,8%</i>	<i>vs 6,4% au S1 2010</i>
Résultat Opérationnel Courant	571 M€	+5,6%
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	<i>3,5%</i>	<i>vs 4,0% au S1 2010</i>
RNPG Normalisé	178 M€	vs 208 M€ -14,3%
Dette Financière Nette	6 783 M€	vs 5 368 M€ au S1 2010

- ❖ **Accélération de la croissance organique** (hors essence) en **France** et à **l'international**
 - ▶ En France : +3,2% au T2 (après +1,2% au T1 et +0,6% en 2010)
 - ▶ A l'international : +15,1% au T2 (après +10,5% au T1 et en 2010)
- ❖ **Gain de part de marché en France** : +0,2 point
- ❖ **Deux opérations de croissance externe réussies à l'international**
 - ▶ Succès de l'intégration par Big C des magasins Carrefour et de la fusion Casas Bahia / Ponto Frio au Brésil
- ❖ **Forte progression du chiffre d'affaires du Groupe (+18,8%) et poursuite de l'évolution du profil du Groupe vers un mix de pays / formats favorable**
 - ▶ La part de l'international dans le CA du Groupe passe de 38% à 44%
- ❖ **ROC du Groupe** en hausse de **+5,6%**
 - ▶ Forte contribution des activités internationales
 - ▶ En France, après un T1 pénalisé par la hausse des coûts d'achat, amélioration significative de la rentabilité au T2



PERFORMANCE DU 2^{ÈME} TRIMESTRE

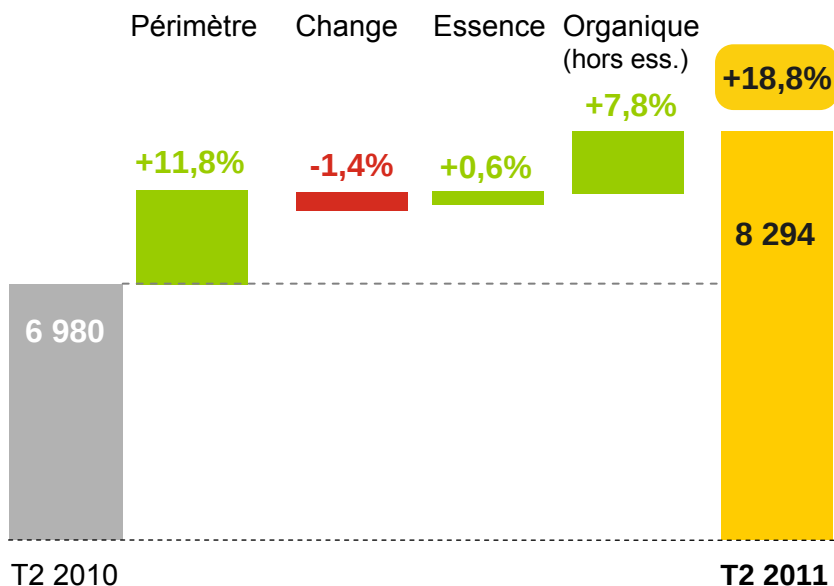
Résultats

Perspectives
& Conclusion

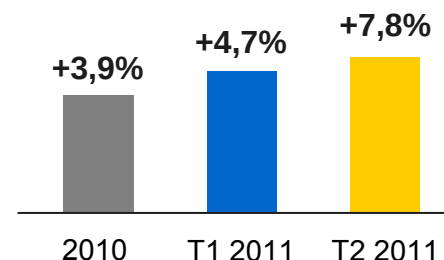
Annexes

FORTE PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE AU 2^{ème} TRIMESTRE 2011 : +18,8%

Évolution du chiffre d'affaires (en M€)

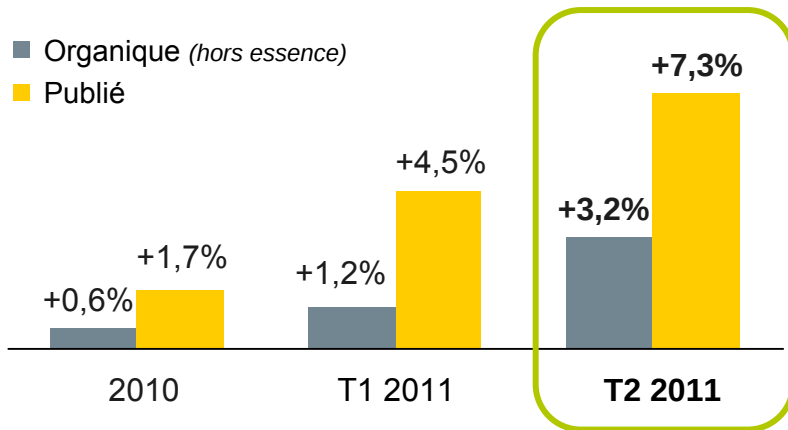


Croissance organique (hors essence)

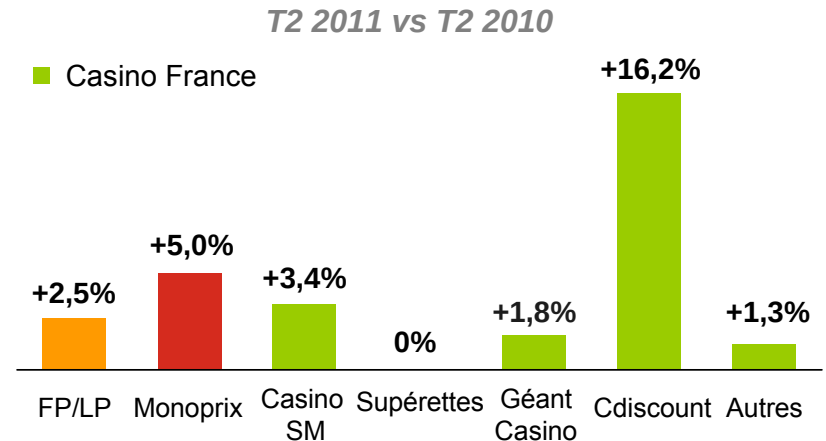


- ❖ Très forte croissance du chiffre d'affaires portée par **l'accélération de la croissance organique : +7,8%** (hors essence) et les effets de **périmètre** liés aux intégrations en cours à l'International

Croissance du chiffre d'affaires France

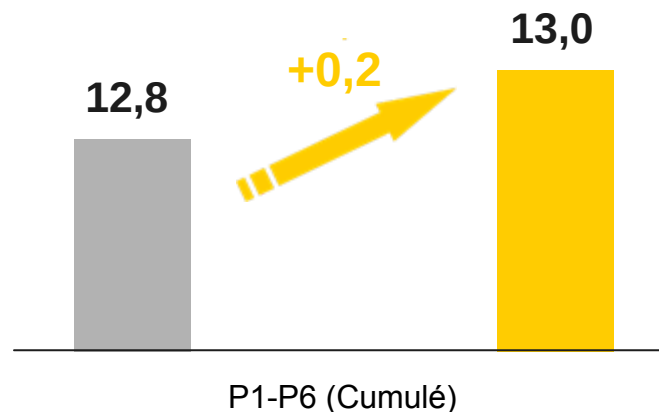


Croissance organique par format (hors essence)



- ❖ **Progression des ventes de Franprix-Leader Price de +2,5%**
- ❖ **Bonne performance** des ventes tous magasins de **Monoprix et Casino Supermarchés**
- ❖ Progression des ventes de **Géant** sous l'effet du **redressement de l'alimentaire**
- ❖ **Accélération** de la croissance de **Cdiscount**

Part de marché Groupe Casino



- ❖ Avec une hausse de **+0,2 point** depuis le début 2011, le Groupe **atteint** son **objectif de croissance de sa part de marché**
- ❖ **Stabilité** des parts de marché de **Géant Casino** et de **Leader Price**, après des investissements tarifaires maîtrisés
- ❖ **Progression** de la part de marché de **Casino Supermarchés**

❖ Progression soutenue des ventes de Monoprix : +5%

- ▶ Hausse du trafic et du panier : ventes +3,1% à magasins comparables
- ▶ Succès de la refonte du packaging de la marque « M » en alimentaire
- ▶ Expansion en ligne avec les objectifs annuels :
1 Citymarché, 6 Monop' et 1 Naturalia ouverts au 1^{er} semestre



❖ Accélération de la croissance des ventes de Casino supermarchés : +3,4% (hors essence)

- ▶ Portée par l'expansion : 5 ouvertures au 1^{er} semestre
- ▶ Ventes à magasins comparables (hors essence) en hausse de +0,6%
- ▶ Part de marché en hausse de +0,1 point depuis le début 2011

❖ **Ventes totales de Franprix** en hausse de **+0,8%** en organique :

- ▶ Contribution significative de l'expansion à la croissance : 23 ouvertures au S1
- ▶ Ventes à magasins comparables en retrait (-4,7%) notamment sous l'effet de l'arrêt des ouvertures le dimanche après-midi
- ▶ Poursuite du déploiement du nouveau concept : 31 magasins rénovés au 1^{er} semestre



❖ **Ventes des supérettes stables**

- ▶ Amélioration de la tendance des ventes par rapport au T1
- ▶ Mise en œuvre des initiatives visant à renforcer l'attractivité de l'enseigne :
 - Test du nouveau concept « Casino Shopping » : succès des 2 magasins ouverts à Marseille et Saint-Etienne
 - Déploiement d'un assortiment différencié selon les magasins à partir de T2
- ▶ Poursuite de l'optimisation du parc :
 - 159 ouvertures et 156 fermetures au 1^{er} semestre



- ❖ **Ventes à magasins comparables** en hausse de **+1,6%**, traduisant une **bonne tenue du trafic** au 2^{ème} trimestre
- ❖ **Progression des ventes totales (+4,1%)** sous l'effet de l'**expansion** (14 ouvertures au 1^{er} semestre)
- ❖ **Part de marché stable** au 1^{er} semestre



- ❖ **Baisse sélective des prix et relance** de la marque « **Le Prix Gagnant** » permettant de retrouver des **indices tarifaires compétitifs**
- ❖ **Déploiement du nouveau concept** en ligne avec les objectifs : 60 magasins rénovés au 1^{er} semestre

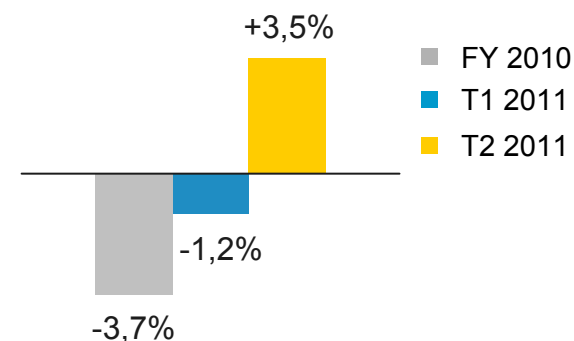
GÉANT : CONFIRMATION DE L'AMÉLIORATION DES VENTES EN ALIMENTAIRE

- ❖ **Ventes à magasins comparables** en hausse de **+1%** (hors essence) au T2, avec une progression du panier

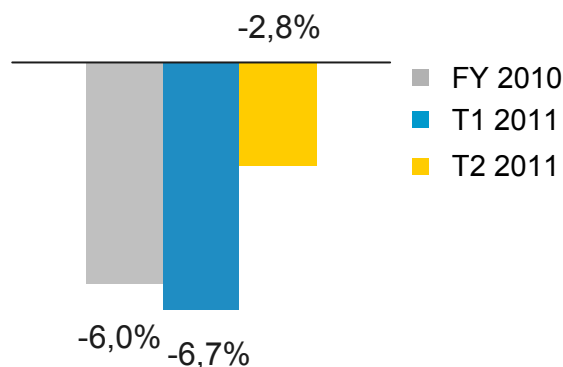
- ❖ **Hausse des ventes en alimentaire : +3,5%**
 - ▶ Positionnement prix amélioré depuis le 2^{ème} semestre 2010 et maintenu au S1 2011

- ❖ **Part de marché de Géant stable au 1^{er} semestre**

Alimentaire Évolution des ventes à magasins comparables



Non-Alimentaire Évolution des ventes à magasins comparables



- ❖ **Amélioration de la tendance** des ventes en **non alimentaire** qui traduisent la mise en œuvre d'une politique fondée sur

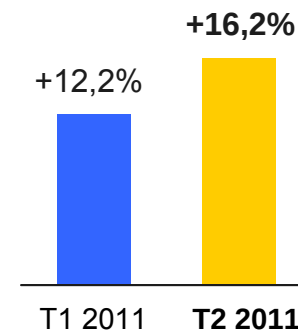
- ▶ La **sélectivité** : choix des familles prioritaires
- ▶ La **décapitalisation** : transfert d'espaces vers des activités plus rentables
- ▶ Le **multicanal** : développement des liens entre Cdiscount et Géant

❖ **Accélération de la croissance des ventes** au 2^{ème} trimestre

- ▶ Bonnes performances de l'ensemble des catégories et accélération des magasins électronique & maison
- ▶ Augmentation des parts de marché sur les magasins techniques (informatique, high-tech et électroménager)
- ▶ Très bon niveau des soldes
- ▶ Succès de l'opération « Deal Géant » (10 000 coupons en 4 jours)

Cdiscount.com

Croissance organique



❖ **Poursuite du développement de l'emporté**

- ▶ Déploiement en cours de l'emporté pour les colis de - de 30 kg sur Paris intramuros via Franprix



MERCIALYS : UN OUTIL UNIQUE AU SERVICE DU DYNAMISME DE NOS CENTRES COMMERCIAUX

- ❖ Croissance soutenue des **revenus locatifs de +9,3%***
- ❖ Un rythme élevé de **rénovation et d'optimisation** des sites Alcudia / Esprit Voisin :
 - ▶ 7 livraisons réalisées sur le semestre (46 000 m² traités**)
 - ▶ 14 livraisons prévues sur l'année (contre 7 en 2010)

Marseille La Valentine



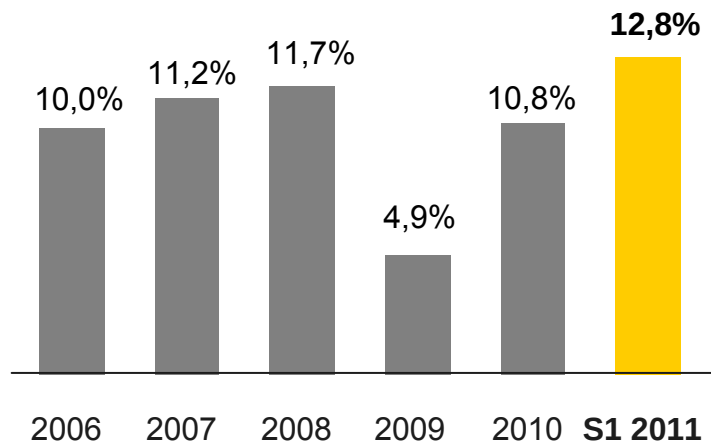
- ❖ Poursuite de la stratégie de **rotation des actifs**
 - ▶ 84 M€ de cessions d'actifs matures sécurisés à date

* Donnée publiée par Mercialys

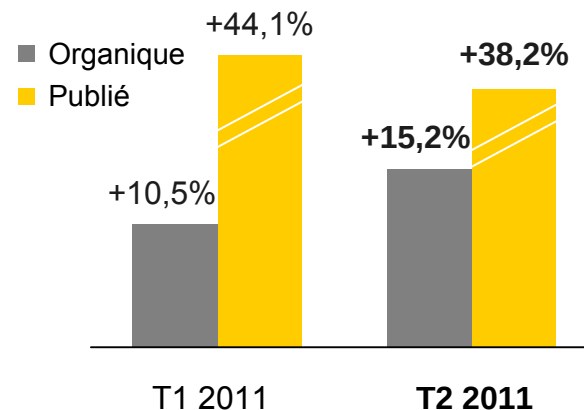
** sites ayant fait l'objet d'une extension, d'une restructuration ou d'une rénovation

INTERNATIONAL : POURSUITE D'UNE TRÈS FORTE CROISSANCE AU 2^{ème} TRIMESTRE

Croissance organique des ventes à l'International



Croissance du CA



- ❖ Un **rythme de développement** soutenu et régulier
- ❖ **Accélération** de la **croissance organique** au 2^{ème} trimestre : **+15,2%** (+10,5% au T1)
- ❖ **Très forte croissance** des **ventes publiées** : **+38,2%**
 - Sous l'effet de la croissance externe
- ❖ L'**International** représente **44% du chiffre d'affaires du Groupe** à fin juin 2011 (contre 38% fin 2010)

❖ Forte progression des ventes à magasins comparables : +14,8%*

- ▶ Politique commerciale innovante appuyée sur une enseigne « Exito » Leader
- ▶ Succès de la campagne promotionnelle « Aniversario Exito » décalée au T2 en 2011

❖ Montée en puissance de l'expansion

- ▶ 24 ouvertures de magasins au 1^{er} semestre dont 1 HM et 17 Exito Express
- ▶ Effet positif du programme de conversion des magasins :
 - 28 magasins convertis au 1^{er} semestre
 - La majorité du réseau CAFAM convertie à fin juin



❖ Ventes totales en hausse de +21,0%* au T2

GPA : POURSUITE D'UNE CROISSANCE SOUTENUE DANS LES TROIS MÉTIERS

- ❖ Croissance à deux chiffres des **ventes à magasins comparables : +11,0%***
- ❖ **En alimentaire**, ventes à magasins comparables en hausse de **+9,3%***
- ❖ En **électronique**, les **ventes de Globex** progressent de **+17,6%*** à magasins comparables, en dépit d'un effet de base élevé (Coupe du Monde)
 - ▶ Très bonne dynamique commerciale
 - ▶ Très fort dynamisme du **e-commerce**: ventes en hausse de +39,4%*
- ❖ **Ventes totales** du Brésil **en hausse de +61,5%*** :
 - ▶ Politique active de développement du réseau : 12 ouvertures au T2
 - ▶ Impact positif de l'intégration de Casas Bahia





- ❖ **Ventes totales en forte hausse** sous l'effet de l'intégration de Carrefour Thaïlande
- ❖ **Croissance organique satisfaisante**
 - ▶ Poursuite du développement des nouveaux formats (ouvertures notamment de 10 magasins Mini Big C au S1)
- ❖ **Intégration** des magasins de **Carrefour en ligne** avec le plan Synergies :
 - ▶ 50% de l'objectif initial (1,2% du CA combiné) atteint dès 2011





- ❖ **Très forte croissance** des ventes en organique **(+52,2%)** portée par :
 - ▶ Le très fort dynamisme des ventes à magasins comparables
 - ▶ La contribution significative de l'expansion (impact des 5 HM ouverts fin 2010)
- ❖ Lancement d'un nouveau concept de **magasin de proximité : New Cho**
 - ▶ 2 ouvertures au 1^{er} semestre





Performance
du 2^{ème} trimestre

RÉSULTATS

Perspectives
& Conclusion

Annexes

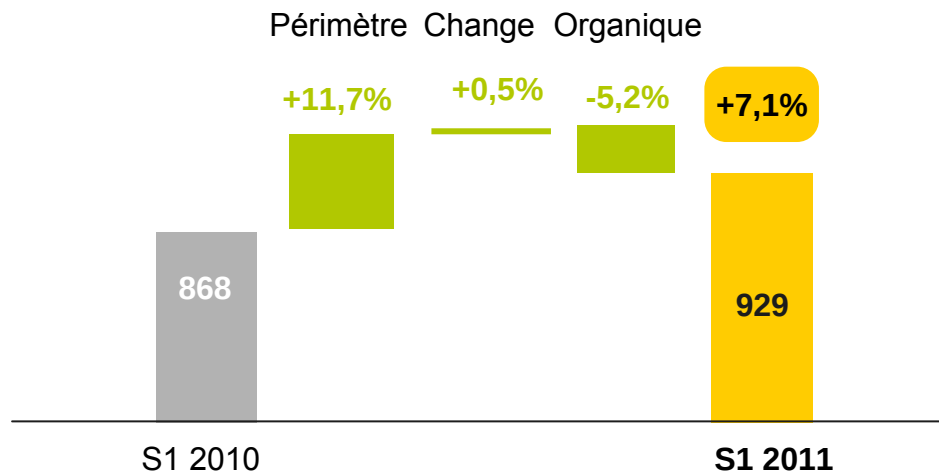
- ❖ Les principaux changements de périmètre de consolidation sont les suivants :
 - ▶ Consolidation de la société Casas Bahia au sein de GPA depuis le 1^{er} novembre 2010
 - ▶ Consolidation des opérations de Carrefour Thaïlande au sein de Big C depuis le 7 janvier 2011
 - ▶ Consolidation en intégration globale de trois master franchisés au sein de Franprix-Leader Price à compter du 1^{er} février 2011
 - ▶ Augmentation du pourcentage de détention dans GPA à 37,1% au 30 juin 2011 contre 33,7% au 30 juin 2010

CROISSANCE DES PRINCIPAUX INDICATEURS

<i>Activités poursuivies en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011	Variation publiée	Variation en organique
Volume d'affaires*	19 699	24 582	+24,8%	
Chiffre d'affaires HT	13 589	16 144	+18,8%	+7,1%
Marge commerciale	3 445	4 126	+19,8%	
En % du CA	25,3%	25,6%	+21 bp	
EBITDA	868	929	+7,1%	-5,2%
Marge d'EBITDA	6,4%	5,8%	-63 bp	-73 bp
Dotations aux amortissements	327	358	+9,6%	
Résultat Opérationnel Courant	541	571	+5,6%	-9,6%
Marge Opérationnelle Courante	4,0%	3,5%	-44 bp	-62 bp

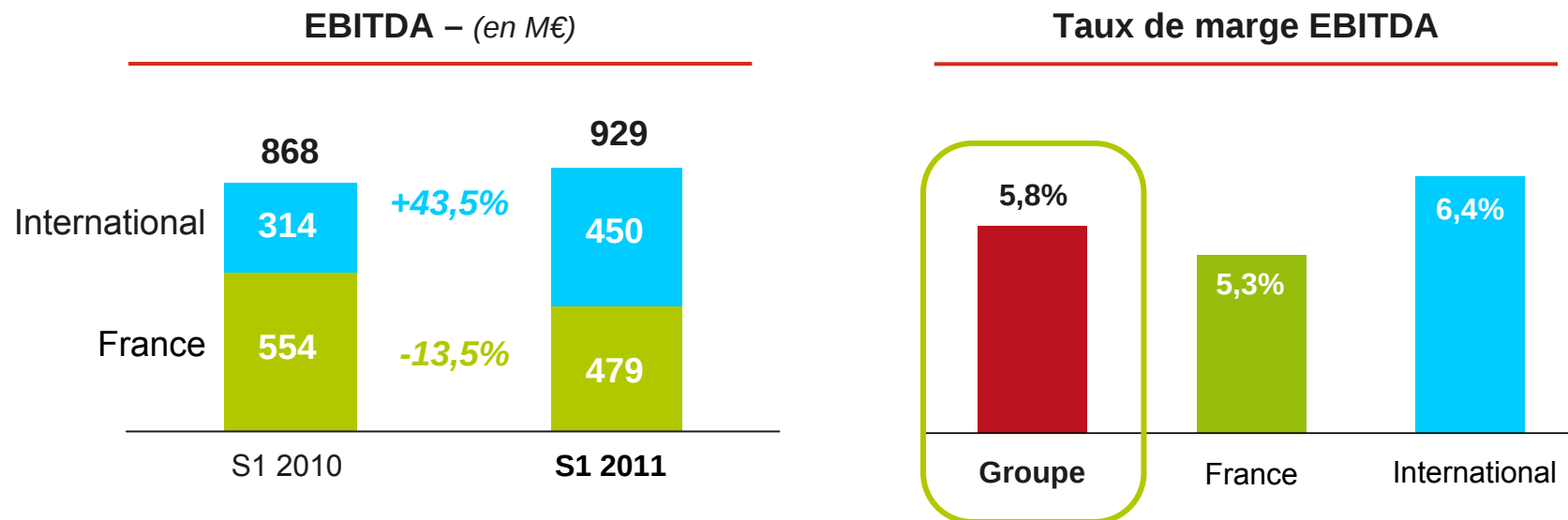
* Chiffre d'affaires à 100% des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du Groupe (y compris les sociétés mises en équivalence).
Il intègre également le chiffre d'affaires réalisé sous-enseigne par l'activité franchise.

Évolution de l'EBITDA (en M€)



- ❖ **Effet périmètre** reflétant principalement **l'intégration de Casas Bahia** au sein de GPA et la consolidation des opérations de **Carrefour Thaïlande** par Big C
- ❖ Impact quasi-neutre des **taux de change**

CROISSANCE DE L'EBITDA PORTÉE PAR LE DÉVELOPPEMENT ACCÉLÉRÉ DU GROUPE A L'INTERNATIONAL



❖ Très forte hausse de l'EBITDA des filiales à l'International

- ▶ Croissance organique soutenue tant en Amérique du Sud qu'en Asie
- ▶ Contribution positive des opérations de croissance externe en Amérique du Sud et en Asie

❖ EBITDA France impacté par :

- ▶ Effet report au S1 2011 des investissements tarifaires réalisés au S2 2010
- ▶ Redressement de la rentabilité au T2, avec répercussion dans les prix de vente des hausses de coûts d'achat survenues en début d'année
- ▶ Impact « Fillon » (fin des allègements de charges sur les bas salaires) estimé à c.10 M€

EN FRANCE, AMÉLIORATION PROGRESSIVE DE LA RENTABILITÉ APRÈS UN DÉBUT D'ANNÉE PÉNALISÉ PAR LA HAUSSE DES COÛTS D'ACHAT

ROC (en millions d'euros)	S1 2010	Marge	S1 2011	Marge	Variation marge en organique
Casino France	163	2,9%	156	2,7%	-17 bp
Franprix-Leader Price	116	5,7%	58	2,6%	-339 bp
Monoprix	68	7,2%	57	5,8%	-141 bp
FRANCE	347	4,0%	271	3,0%	-105 bp

- ❖ Résilience de la marge de **Casino France** grâce au mix de ses activités
 - ▶ Amélioration progressive de la marge de Géant à partir du T2 grâce à la répercussion des hausses de prix d'achat subies au T1
 - ▶ Bonne tenue de la rentabilité de Casino Supermarchés et des supérettes
- ❖ Marge de **Franprix-Leader Price** comparable à celle du 2^{ème} semestre 2010
 - ▶ Baisse des prix de vente significative chez LP en mai-juin 2010 permettant un repositionnement tarifaire à un niveau inférieur aux concurrents directs
 - ▶ Lancement en 2011 de plans d'actions visant à réduire les coûts et à optimiser la rentabilité des magasins
- ❖ Rentabilité de **Monoprix** affectée par un décalage ponctuel dans la répercussion des hausses de prix d'achat
 - ▶ Investissements prix continus dans l'alimentaire depuis janvier 2010
 - ▶ Ajustement prévu des prix de vente en T3 dans un contexte de bonne tenue du trafic

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	<i>Marge</i>	S1 2011	<i>Marge</i>	<i>Variation marge en organique</i>
Amérique du Sud	132	3,7%	197	3,8%	0 bp
Asie	55	5,7%	96	6,7%	+36 bp
Autres secteurs	8	n/a	8	n/a	
INTERNATIONAL	194	3,9%	301	4,3%	+7 bp

❖ Evolution favorable de la marge de l'Amérique du Sud

- ▶ Hausse sensible de la marge de la Colombie sous l'effet du fort dynamisme des ventes
- ▶ Rentabilité élevée de « GPA Alimentaire »
- ▶ Résultats satisfaisants de Globex traduisant le succès du rapprochement Ponto Frio / Casas Bahia

❖ Hausse significative de la marge de l'Asie

- ▶ Effets de la mise en œuvre des synergies en Thaïlande notamment dans les achats
- ▶ Amélioration de la rentabilité au Vietnam

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

<i>Activités poursuivies en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011	Variation
ROC	541	571	+5,6%
Autres produits et charges opérationnels	(56)	(125)	
Coût de l'endettement financier net	(154)	(214)	
Autres produits et charges financiers	(15)	(9)	
Résultat avant IS	316	222	
Impôt sur les bénéfices	(105)	(52)	
Quote-part de résultats des entreprises associées	10	(4)	
Résultat net des activités poursuivies	222	166	
Dont, Part du Groupe	173	134	-22,9%
Résultat net normalisé⁽¹⁾	261	252	
Dont, Part du Groupe	208	178	-14,3%

(1) 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 pages 48 et 49)

STABILITÉ DU COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER HORS IMPACT DU BRÉSIL ET DE LA THAÏLANDE

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
France	(113)	(117)
Brésil	(33)	(83)
Thaïlande	(0)	(11)
Autres International	(8)	(3)
TOTAL	(154)	(214)

AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS AFFECTÉS AU S1 2011 PAR UNE CHARGE FISCALE EXCEPTIONNELLE EN COLOMBIE

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
Restructurations	(36)	(42)
Provisions pour litiges & risques	(25)	(5)
Taxe sur le patrimoine Colombie		(72)
Autres (résultat sur cessions, perte de valeur, coûts d'intégration...)	6	(7)
TOTAL	(56)	(125)

AMÉLIORATION DU BFR

en M€

S1
2010

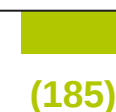
S1
2011

Variation du BFR
« **Marchandises** »



- ❖ Baisse de la consommation saisonnière de ressources en France et à l'International

Variation du BFR
« **hors marchandises** »

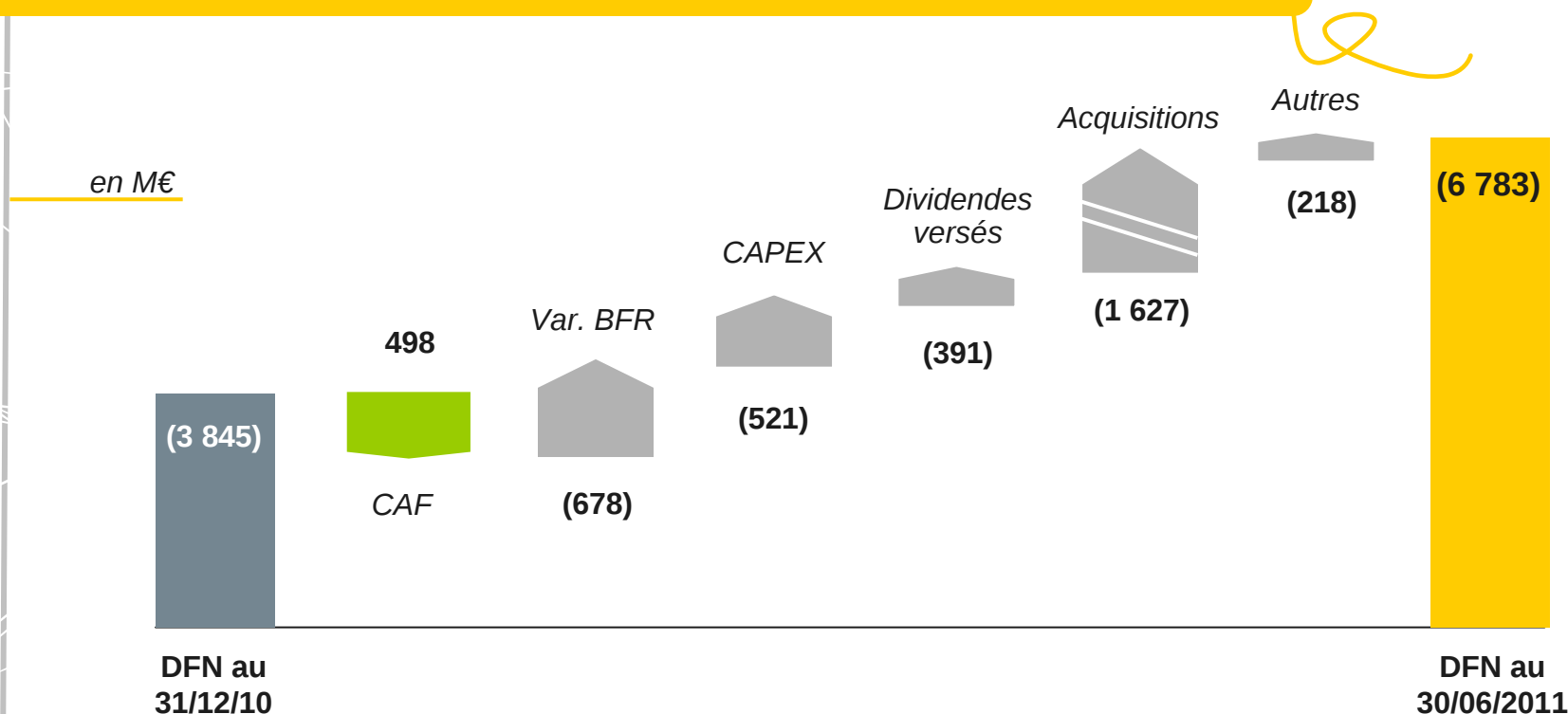


- ❖ Baisse des besoins de financement dans la promotion immobilière et les activités de crédit à la consommation

Variation du BFR
Total



1^{er} SEMESTRE 2011 MARQUÉ PAR DES OPÉRATIONS DE CROISSANCE EXTERNE EXCEPTIONNELLES



❖ La **DFN au 30 juin** est impactée par les opérations de croissance externe en Thaïlande et au Brésil :

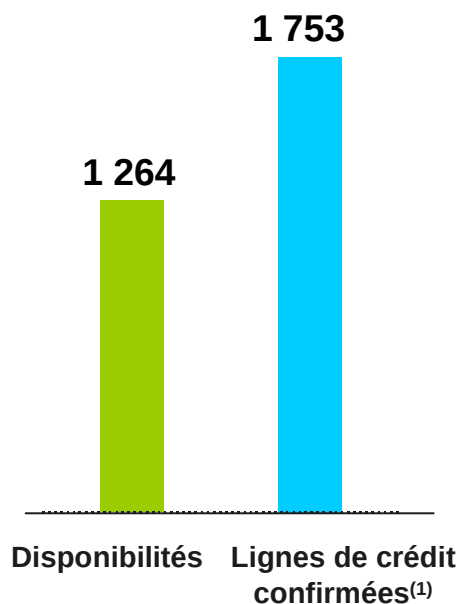
- ▶ Acquisition en janvier 2011 des titres de Carrefour Thaïlande pour 868 M€
- ▶ Au cours du mois de juin 2011: acquisition d'actions préférentielles de GPA pour 293 M€ y compris la quote-part de dettes reprises
- ▶ L'achat complémentaire d'actions préférentielles de GPA permettant au Groupe d'y porter sa participation à 43,2% a été réglé en juillet 2011
- ▶ Consolidation de master franchisés Franprix-Leader Price

OBJECTIF DE CESSIONS ET D'AUGMENTATIONS DE CAPITAL PORTÉ A PLUS DE 1 MD D'EUROS DONT 680 M€ DÉJÀ ENGAGÉS

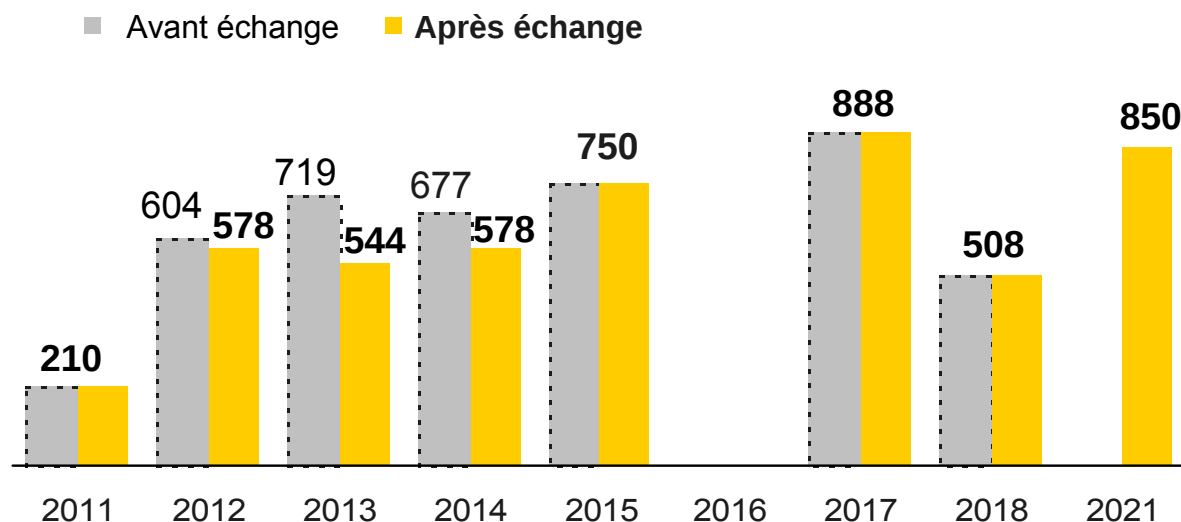
- ❖ Objectif de **cessions** et d'augmentations de capital pour 2011 porté à **plus d'1 Md d'euros** (vs 700 M€), dont 680 M€ déjà engagés (cession d'actifs immobiliers matures, augmentation de capital d'Exito)
- ❖ Au second semestre, le Groupe renforcera sa flexibilité financière avec pour **objectif** de maintenir son ratio d'endettement financier **dette nette/EBITDA inférieur à 2,2x**
 - ▶ Comme chaque année, le Groupe bénéficiera de la **saisonnalité de son free-cash-flow** opérationnel (le FCF du 2nd semestre est supérieur au FCF total de l'année du fait de la saisonnalité des ventes et du dégagement de fonds de roulement)
- ❖ **Note BBB- perspective stable**, réaffirmée par **S&P** le 11 juillet 2011 et par **Fitch** le 22 juillet 2011
 - ▶ Statut d'émetteur Investment Grade comme priorité financière

AMÉLIORATION DU PROFIL DE LA DETTE SUITE À L'ÉMISSION OBLIGATAIRE DE MAI 2011

Au 30/06/2011 (en M€)



Échéances obligataires⁽²⁾ (en M€)
avant et après l'émission obligataire de mai 2011



- ❖ Succès de l'émission en mai 2011 d'une obligation « benchmark » à 10 ans qui a permis d'alléger les échéances de refinancement d'ici 2014 et de porter la maturité moyenne de la dette obligataire de 3,4 à 4,6 années

(1) Lignes de crédit confirmées non utilisées et disponibles Casino Guichard Perrachon et Monoprix à 50%. Une ligne de crédit confirmée supplémentaire de 200M€ a été mise en place le 1^{er} juillet 2011

(2) Échéances obligataires Casino Guichard Perrachon au 30 juin 2011 – hors placement privé de 255M€ à échéance 2011

VALEUR BOURSIÈRE DES PARTICIPATIONS COTÉES

<i>Sociétés cotées</i>	Cours de Bourse au 26/07/2011	Capi. Boursière (100%, M€)	% de détention	Quote-part de Casino (M€)	DFN* au 30/06/2011 (M€)	Contribution à la VE du Groupe (M€)
Mercialys	29,5 €	2 714	51,1%	1 387	(11)	1 376
GPA (Brésil)	65,1** R\$	7 597	43,2%	3 282	394	3 676
Exito (Colombie)	23 400 COP	3 064	54,8%	1 678	(106)	1 572
Big C (Thaïlande)	114 THB	2 122	63,2%	1 340	754	2 094
TOTAL				7 687		8 718

* A 100%, à l'exception de GPA à 43,2%

** Sur la base du cours de l'action préférentielle



Performance
du 2^{ème} trimestre

Résultats

PERSPECTIVES
& CONCLUSION

Annexes

- ❖ Constitution autour **d'Exito d'une plate-forme de développement** en Amérique Latine hispanophone
- ❖ Confirmation de l'engagement à long terme de Casino dans **GPA au Brésil**
- ❖ En **Asie du Sud-est** consolidation du leadership en Thaïlande (acquisition des magasins Carrefour) et au Vietnam (expansion accélérée)
- ❖ En **France**, objectifs confirmés:
 - ▶ Progression de la part de marché du Groupe grâce au renforcement de la compétitivité de nos enseignes
 - ▶ Consolidation de notre leadership dans le e-commerce non alimentaire
 - ▶ Expansion soutenue sur les formats de proximité et de discount

- ❖ Acquisition par Exito de la participation de Casino dans **Disco et Devoto**
 - ▶ Disco et Devoto leaders de la distribution en Uruguay avec 53 magasins, CA combiné > 500 M€ en 2011 avec un potentiel de croissance élevé (expansion géographique, centres commerciaux)
- ❖ Opération en **deux étapes**
 - ▶ Augmentation de capital de 1,4 Md USD souscrite par Casino à hauteur de sa quote-part, approuvée par l'AG d'Exito du 6 juillet
 - ▶ Cession de Disco et Devoto pour 746 M USD au 3^{ème} trimestre
- ❖ **Créatrice de valeur**
 - ▶ Pour Exito : relais de croissance additionnel hors Colombie avec un potentiel de synergies opérationnelles intéressant (achats, marque propre, frais généraux...)
 - ▶ Pour Casino : simplification de la structure du Groupe par regroupement de ses actifs au sein d'une société cotée parmi les leaders en Amérique Latine
- ❖ Poursuite de la **croissance organique d'Exito**
 - ▶ Ouverture de 50 Exito Express et environ 20 Bodega Surtimax

- ❖ En 2011, changement de dimension de GPA grâce au rapprochement entre **Casas Bahia et Ponto Frio**
 - ▶ La nouvelle entité (Globex), leader avec ses deux enseignes, opère dans un marché électronique en forte croissance
 - ▶ Mise en œuvre des synergies conformément au plan de marche (achats, fonctions support...)
 - ▶ GPA a confirmé les guidances 2011 pour Globex
- ❖ Par son mix d'activités (alimentaire, électronique et e-commerce), GPA dispose d'un **potentiel de croissance très élevé**
- ❖ **Présent** au capital de GPA **depuis 1999**, Casino a porté sa participation de **33,7% à 43,2%**
 - ▶ Remarquable potentiel du marché brésilien
 - ▶ Soutien à la stratégie de GPA et échanges d'expertises
 - ▶ Confiance dans le management et les capacités d'exécution de la société

❖ 2011 marque une étape majeure dans la **construction du leadership de Big C en Thaïlande**

- ▶ Succès de l'intégration de Carrefour
 - Le nouvel ensemble comptera fin 2011 108 hypermarchés (c. 883 600 m² de surfaces) et 115 galeries commerciales (c. 614 000 m² de surfaces)
- ▶ Big C peut dès à présent entamer une nouvelle phase de son développement
 - Objectif d'expansion à fin 2011: 3 HM, 3 SM, 40-50 mini Big C, 25 Pure
 - Poursuite du développement du modèle dual (galeries commerciales)

❖ Par ses **ouvertures régulières de magasins**, Big C Vietnam renforce son **leadership**

- ▶ Une capacité unique à identifier et transformer les opportunités d'expansion
 - Poursuite de l'expansion du réseau de magasins à un rythme de 4 à 5 ouvertures d'hypermarchés et de galeries marchandes par an sur les trois prochaines années
 - Développement d'un nouveau format de proximité « New Cho » 2 ouverts au S1, 7 sur l'année
- ▶ Objectif à fin 2013: 29 hypermarchés et 28 galeries commerciales
- ▶ Des hypermarchés dont l'assortiment et les prix répondent parfaitement aux nouveaux besoins des consommateurs vietnamiens

❖ Renforcement de la **compétitivité de Géant**

- ▶ L'activité alimentaire de Géant est bien orientée depuis début 2011
- ▶ L'enseigne a désormais des niveaux de prix compétitifs vis-à-vis de ses concurrents
- ▶ Au second semestre, les priorités sont :
 - En alimentaire, la qualité de l'exécution en magasins
 - En non alimentaire, la poursuite de la stratégie fondée sur la sélectivité, la décapitalisation (réduction des surfaces) et le multicanal

❖ **Leader Price** : objectif de progression de la **rentabilité**

- ▶ Les prix de Leader Price sont à présent inférieurs ou égaux à ceux de ses concurrents
- ▶ Le nouveau management a comme priorité l'amélioration de la rentabilité par :
 - Le développement du chiffre d'affaires : élargissement de l'assortiment, renforcement de la gamme « Prix Gagnant », refonte de la politique commerciale (tracts, bons d'achats...), gestion de la rupture des stocks...
 - La maîtrise des coûts, excellence en magasins, animation du réseau

❖ Poursuite du **développement du e-commerce**, relais de croissance dans le non alimentaire

- ▶ Avec une croissance des ventes de 16,2% au T2 2011, Cdiscount continue de surperformer ses principaux concurrents
- ▶ Le second semestre sera marqué par :
 - Lancement de la market place sur le site Cdiscount au T3 2011
 - Accélération du multicanal avec l'extension du maillage pour l'emporté >30 kg (157 à 182 points retraités d'ici fin octobre) et le déploiement de l'emporté <30 kg aux magasins Franprix (cible de près de 80 magasins dès septembre) et aux supérettes franchisées
- ▶ Permettant au global une progression des ventes en non-alimentaire du Groupe

❖ Le Groupe poursuit son **expansion** sur les formats **de proximité et de discount**

- ▶ Le Groupe vise en 2011 l'ouverture de :
 - 390 supérettes et 80 Franprix
 - 10 Casino SM et 30 magasins (tous formats) pour Monoprix
 - c.35 Leader Price

- ❖ Confirmation des **objectifs de réduction des coûts**
 - ▶ Création d'un centre de services partagés pour les fonctions supports (systèmes d'information, logistique...) des business units en France
 - ▶ Amélioration de l'efficience opérationnelle de l'ensemble des business units en France et à l'International (démarque, achats hors marchandises...)
 - ▶ Objectif d'économies de coûts de 120 M€ en 2011

- ❖ Confirmation de **l'objectif de réduction des stocks**
 - ▶ Objectif de réduction de 1 jour par an sur les trois prochaines années

- ❖ Un programme de **cessions d'actifs et d'augmentations de capital porté à plus de 1 Md d'euros** en 2011
 - ▶ Contre un objectif initial de 700 M€
 - ▶ 680 M€ de cessions déjà engagés

- ❖ La performance du Groupe au 1^{er} semestre démontre **l'efficacité de son modèle économique**
 - ▶ Un profil de croissance renforcé par une exposition accrue aux pays émergents, avec des enseignes leaders, perçues comme locales par le consommateur
 - ▶ Un mix d'activités favorable en France
- ❖ Le Groupe est confiant dans sa capacité à délivrer une croissance annuelle du chiffre d'affaires supérieure à +10% sur les trois prochaines années
- ❖ Au deuxième semestre 2011, le Groupe entend poursuivre l'accélération de sa transformation, et confirme ainsi les objectifs fixés en début d'année pour 2011 :
 - ▶ Renforcement de la part de marché du Groupe en France, grâce notamment à la poursuite de l'expansion sur les formats de proximité et de discount
 - ▶ Progression de la marge de Franprix-Leader Price
 - ▶ Maintien à l'international d'une croissance organique élevée et rentable
 - ▶ Objectif de cessions porté à plus d'1 Md€ (dont 680 M€ déjà engagés) contre 700 M€ initialement
- ❖ Le Groupe se fixe pour objectif de maintenir son ratio de **dette nette/EBITDA à un niveau inférieur à 2,2x à fin 2011**



Performance
du 2^{ème} trimestre

Résultats

Perspectives
& Conclusion

ANNEXES

BILAN CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ

<i>en millions d'euros</i>	30/06/2010 ⁽¹⁾	31/12/2010	30/06/2011
Goodwill	6 720	6 654	7 679
Immobilisations	8 100	8 656	9 087
Participations entreprises associées	200	161	102
Actifs financiers non courants**	492	648	840
Actifs financiers de couverture non courants*	231	150	69
Autres actifs non courants	144	113	165
Stocks	2 717	2 892	3 175
Clients et autres créances**	2 969	3 588	3 834
Autres actifs financiers de couverture courants*	53	112	62
Trésorerie et équivalents de trésorerie*	1 693	2 813	1 914
Actifs détenus en vue de la vente	150	1	513
TOTAL ACTIF	23 468	25 788	27 440
Capitaux propres	8 326	9 064	8 559
Provisions à long terme	250	306	312
Passifs financiers non courants*	6 106	5 549	5 783
Autres passifs non courants	630	680	773
Provisions court terme	261	279	272
Fournisseurs	3 852	4 822	4 521
Autres dettes	2 795	3 335	3 654
Passifs financiers courants*	1 239	1 754	3 312
Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente	10	0	254
TOTAL PASSIF	23 468	25 788	27 440

(1) Les données du 30/06/2010 ont fait l'objet d'un retraitement lié à l'ajustement du bilan d'ouverture de Globex

* Éléments constitutifs de la DFN

** Dont paiements à recevoir minorant la DFN : 80 M€ en Actifs financiers non courants & 186 M€ en Clients et autres créances au 30/06/11

TABEAU DE FINANCEMENT

<i>en millions d'euros</i>	6 mois au 30/06/2010	6 mois au 30/06/2011
Dette financière nette à l'ouverture	(4 072)	(3 845)
Capacité d'autofinancement	583	498
Variation de BFR	(901)	(678)
Autres*	122	127
Cash-flow opérationnel net d'IS	(196)	(54)
Investissements courants	(348)	(521)
Acquisitions	(43)	(48)
Cessions	24	28
Variation de périmètre et autres opérations avec les actionnaires minoritaires	(44)	(1 796)
Variation des prêts et avances consentis	(3)	(1)
Augmentation et diminution de capital	(135)	3
Variation de l'autocontrôle	(3)	(119)
Dividendes versés	(361)	(379)
Dividendes versés aux TSSDI	(14)	(12)
Intérêts financiers nets versés	(223)	(245)
Variation de dette non cash	86	(98)
Écarts de conversion	(39)	102
Dette financière nette au 30/06 de l'ensemble consolidé	(5 368)	(6 984)
<i>Dont DFN relative aux actifs et passifs détenus en vue de la vente</i>	<i>0</i>	<i>201</i>
Dette financière nette au 30/06 des activités poursuivies	(5 368)	(6 783)

* Neutralisation du coût de l'endettement et de la charge d'impôt et prise en compte de l'impôt décaissé

RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
Résultat net des activités poursuivies	222	166
Dont, Part du Groupe	173	134
Dont, Intérêts minoritaires	48	32
Résultat net des activités abandonnées	(7)	(1)
Dont, Part du Groupe	(7)	(1)
Dont, Intérêts minoritaires	0	0
Résultat net de l'ensemble Consolidé	214	165
Dont, Part du Groupe	166	133
Dont, Intérêts minoritaires	48	32

- ❖ 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. À 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

PASSAGE DU RÉSULTAT NET PUBLIÉ AU RÉSULTAT NET NORMALISÉ

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	Éléments retraités	S1 2010 normalisé	S1 2011	Éléments retraités	S1 2011 normalisé
Résultat Opérationnel Courant	541	0	541	571	0	571
Autres pdts et ch. opérationnels	(56)	56	0	(125)	125	0
Résultat Opérationnel	485	56	541	446	125	571
Coût de l'endettement financier net	(154)	0	(154)	(214)	0	(214)
Autres pdts et ch. financiers ⁽¹⁾	(15)	11	(4)	(9)	11	2
Charge d'impôt ⁽²⁾	(105)	(28)	(133)	(52)	(50)	(102)
Quote-part de résultat des entreprises associées	10	0	10	(4)	0	(4)
Résultat net des activités poursuivies	222	39	261	166	86	252
Dont intérêts minoritaires ⁽³⁾	48	5	54	32	42	74
Dont Part du Groupe	173	34	208	134	44	178

(1) Sont retraitées des autres produits et charges financiers, les effets d'actualisation monétaire des passifs fiscaux au Brésil, les pertes de change sur des créances, ainsi que les variations de juste valeur

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

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

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011	Variation	<i>En organique</i>
Chiffre d'affaires HT	8 596	9 102	+5,9%	+3,7%
EBITDA	554	479	-13,5%	-14,9%
<i>Marge EBITDA</i>	6,4%	5,3%	-118 bp	-115 bp
Résultat Opérationnel Courant	347	271	-21,9%	-23,4%
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	4,0%	3,0%	-106 bp	-105 bp

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011	Variation	<i>En organique</i>
Chiffre d'affaires HT	4 993	7 041	+41,0%	+12,8%
EBITDA	314	450	+43,5%	+11,8%
<i>Marge EBITDA</i>	6,3%	6,4%	+11 bp	-5 bp
Résultat Opérationnel Courant	194	301	+54,6%	+14,9%
<i>Marge Opérationnelle Courante</i>	3,9%	4,3%	+37 bp	+7 bp

DÉTAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES

<i>en millions d'euros</i>	T2 2010	T2 2011	Var.	Var. organique hors essence	S1 2010	S1 2011	Var.	Var. organique hors essence
Franprix-Leader Price	1 038	1 185	+14,1%	+2,5%	2 015	2 259	+12,1%	+2,8%
Monoprix	470	494	+5,1%	+5,0%	940	977	+4,0%	+3,9%
Casino France	2 863	3 010	+5,1%	+3,1%	5 641	5 867	+4,0%	+1,7%
<i>Géant Casino</i>	1 302	1 361	+4,6%	+1,8%	2 549	2 637	+3,5%	+0,1%
<i>Casino SM</i>	862	908	+5,4%	+3,4%	1 660	1 743	+5,0%	+2,0%
<i>Supérettes</i>	370	370	0%	0%	721	715	-0,8%	-0,8%
<i>Autres secteurs</i>	329	370	+12,5%	+10,1%	712	771	+8,4%	+8,4%
FRANCE	4 371	4 688	+7,3%	+3,2%	8 596	9 102	+5,9%	+2,2%
Amérique du Sud	1 878	2 680	+42,7%	+17,9%	3 608	5 186	+43,7%	+14,6%
Asie	521	711	+36,4%	+10,3%	970	1 431	+47,5%	+10,9%
Autres secteurs	210	215	+2,4%	+2,4%	414	425	+2,6%	+2,4%
INTERNATIONAL	2 609	3 606	+38,2%	+15,1%	4 993	7 041	+41,0%	+12,9%
GROUPE	6 980	8 294	+18,8%	+7,8%	13 589	16 144	+18,8%	+6,3%

FRANCE	T2 2011		S1 2011	
	Avec essence	Hors essence	Avec essence	Hors essence
Franprix	-4,7%	-4,7%	-4,5%	-4,5%
Leader Price	+1,6%	+1,6%	+2,7%	+2,7%
HM Géant	+3,6%	+1,0%	+2,6%	-0,8%
SM Casino	+1,8%	+0,6%	+1,8%	-0,6%
Monoprix	+3,1%	+3,1%	+1,7%	+1,6%

INTERNATIONAL	T2 2011		S1 2011	
	Avec essence	Hors essence	Avec essence	Hors essence
Amérique du Sud	+12,7%	+12,7%	+9,5%	+9,5%
Asie	+2,4%	+2,4%	+3,8%	+3,8%

DÉTAIL DES AUTRES PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
Variation de dérivés hors couverture	(1)	25
Gains et pertes de change hors DFN	(1)	(3)
Actualisation / Désactualisation	(3)	2
Divers	(10)	(33)
TOTAL	(15)	(9)

	T1 2010	T1 2011	Var. %	S1 2010	S1 2011	Var. %
Argentine (ARS / EUR)	0,188	0,182	-3,1%	0,195	0,176	-9,5%
Uruguay (UYU / EUR)	0,037	0,037	+1,5%	0,038	0,037	-2,8%
Thaïlande (THB / EUR)	0,022	0,024	+9,1%	0,023	0,023	+1,7%
Vietnam (VND / EUR) (x 1 000)	0,040	0,037	-7,3%	0,041	0,035	-14,2%
Colombie (COP / EUR) (x 1 000)	0,370	0,390	+5,3%	0,386	0,388	+0,6%
Brésil (BRL / EUR)	0,401	0,439	+9,5%	0,419	0,437	+4,4%

DÉTAIL DES INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
Mercialys	25	27
FP/LP	1	2
Big C	13	18
Exito	10	(10)*
Autres	(1)	(5)
TOTAL	48	32

* En application des normes IFRS, le résultat net d'Exito intègre la charge fiscale exceptionnelle de -72M€

QUOTE-PART DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES ASSOCIÉES

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2011
FRANCE	5	0
INTERNATIONAL	5	(4)
TOTAL	10	(4)

PUTS INTÉGRÉS DANS LA DETTE FINANCIÈRE NETTE

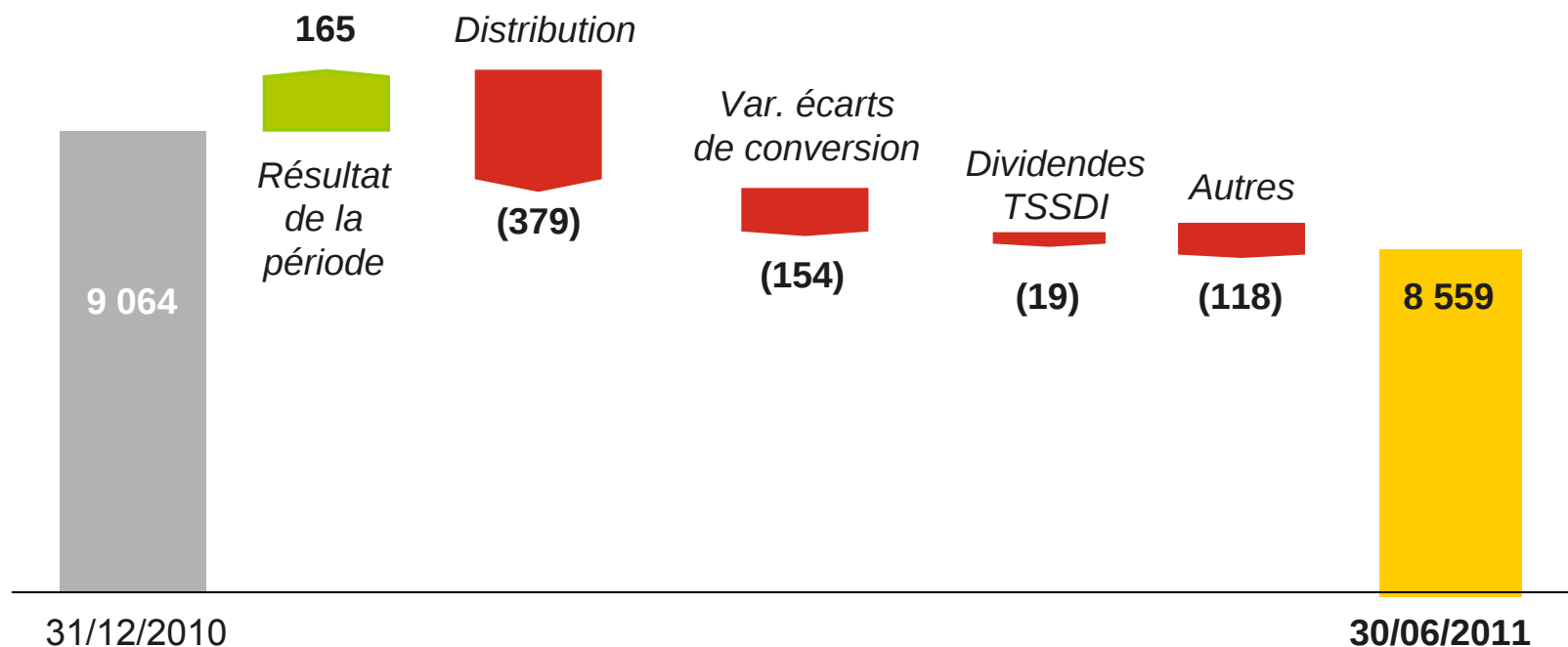
<i>en millions d'euros</i>	% capital	Valorisation au 31/12/2010	Valorisation au 30/06/2011	Période d'exercice
Franprix- Leader Price	Magasins franchisés détenus majoritairement	44	95	Différentes dates
Autre			2	2014
Uruguay (Devoto)		13	13	À tout moment → 2021
TOTAL		58	109	

<i>en millions d'euros</i>	% capital	Valorisation au 31/12/2010	Valorisation au 30/06/2011	Période d'exercice
Monoprix ⁽¹⁾	50% → 100%	1 225	1 225	2012-2028
Franprix Leader Price	Magasins franchisés détenus minoritairement	184	101	Différentes dates
Uruguay (Disco)		56	53	À tout moment → 2021
Autre		0	2	2014
TOTAL (hors bilan)		1 464	1 381	

(1) La valorisation de l'option de vente est basée sur une valeur d'expert

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

en M€



DÉTAIL DU PARC DE MAGASIN

<i>France</i>	31/12/2010	30/06/2011
Géant Casino	125	127
Casino Supermarchés	405	409
Franprix	870	875
Monoprix	494	497
Leader Price	585	598
Superettes	6 675	6 678
Autres	307	303
TOTAL FRANCE	9 461	9 487
<i>International</i>		
Argentine	23	24
Uruguay	53	53
Brésil	1 647	1 604
Thaïlande	116	178
Vietnam	14	16
Océan Indien	50	51
Colombie	299	313
TOTAL INTERNATIONAL	2 202	2 239