

CHIFFRE D'AFFAIRES 2018

Sur l'année 2018, chiffre d'affaires de 36,6 Mds€, en croissance de +4,7% en organique et de +3,0% en comparable

Au T4 2018, chiffre d'affaires de 9,9 Mds€, en croissance de +5,1% en organique et de +3,6% en comparable

En France, le volume d'affaires total¹ progresse de +2,8% sur l'année et de +2,5% au T4 2018

■ **En France, au 4^{ème} trimestre**, les ventes sont en hausse de +1,4% au total, de +0,2% en organique et de +0,5% en comparable. Le ralentissement constaté ce trimestre est dû pour l'essentiel aux mouvements sociaux de fin d'année. Dans ce contexte, les enseignes du Groupe ont montré une bonne résistance. Sur l'année, les ventes sont en croissance de +1,4% au total, de +1,2% en organique et de +1,3% en comparable.

- **Monoprix** : croissance de +0,5% en organique et de +0,5% en comparable ; bonne dynamique de l'alimentaire ; forte progression des ventes en ligne à deux chiffres ;
- **Supermarchés Casino**² : croissance de +1,4% en organique et de +0,8% en comparable ; bio en hausse de +20% ;
- **Franprix** : chiffre d'affaires stable en comparable et baisse de -0,6% en organique ; poursuite du développement des innovations ;
- **Hypermarchés Géant**² : croissance de +0,3% en organique et chiffre d'affaires stable en comparable ; ventes alimentaires soutenues ; bio en hausse de +21% ; forte progression du e-commerce ; bonne performance des corners Cdiscount ;
- **Proximité**³ : croissance de +5,3% en organique et de +2,5% en comparable ; renforcement des initiatives commerciales ;
- **Leader Price** : croissance de +2,1% en comparable et baisse de -0,7% en organique sous l'effet de la rationalisation du parc ;
- Sur l'année, les **ventes de produits bio** atteignent 959 M€, en croissance de +16,3% par rapport à 2017 ;

■ **Cdiscount** : croissance du volume d'affaires (« GMV ») organique de +11,9%⁴, progression des revenus de monétisation ;

■ **En Amérique Latine**, croissance de +10,4% en organique et de +6,0% en comparable :

- **GPA Food** : croissance organique de +12,0% portée par la très bonne dynamique de Multivarejo et le succès continu d'Assaí ;
- **Éxito (hors GPA Food)** : poursuite de l'amélioration séquentielle des ventes en organique et en comparable ;

CA HT (en M€)	Variation T4 2018 / T4 2017				Variation 2018 / 2017			
	T4 2018	Croissance totale	Croissance organique ⁵	Croissance comparable ⁵	2018	Croissance totale	Croissance organique ⁵	Croissance comparable ⁵
France Retail	4 919	+1,4%	+0,2%	+0,5%	19 061	+1,4%	+1,2%	+1,3%
Cdiscount	638	+5,0%	+4,0%	+4,0%	1 965	+3,0%	+2,6%	+2,6%
Total France	5 557	+1,8%	+0,7%	+1,1%	21 027	+1,5%	+1,3%	+1,5%
Latam Retail	4 371	-1,8%	+10,4%	+6,0%	15 577	-7,2%	+8,9%	+4,5%
TOTAL GROUPE	9 928	+0,2%	+5,1%	+3,6%	36 604	-2,4%	+4,7%	+3,0%

Les comptes 2017 et 2018 sont établis en conformité avec la norme IFRS 15. Le T4 2018 a fait l'objet d'un premier retraitement suite à l'application de la norme IAS 29 (voir annexes). Suite à la décision de céder Via Varejo prise en 2016, conformément à la norme IFRS 5, l'activité de Via Varejo (y compris Cnova Brésil) est maintenue en activité abandonnée.

¹ Volume d'affaires total incluant Cdiscount

² Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

³ Proximité hors Leader Price Express. Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

⁴ Chiffres de GMV publiés par Cnova N.V. et non audités. Les variations organiques incluent les ventes et services en corners mais excluent les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du groupe Casino sur les biens techniques et maison, et 1001Pneus (acquisition en octobre 2018)

⁵ Hors effets essence et calendaire

■ France Retail

PAR ENSEIGNE (CA HT, en M€)	Variation T3 2018 / T3 2017				Variation T4 2018 / T4 2017			
	T3 2018	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹	T4 2018	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
Monoprix	1 049	+3,3%	+1,8%	+1,4%	1 231	+5,0%	+0,5%	+0,5%
Franprix	380	+2,7%	+4,1%	+2,7%	406	-2,3%	-0,6%	+0,0%
Supermarchés	878	+2,1%	+1,9%	+1,7%	798	+1,6%	+1,1%	+0,8%
dont SM Casino ²	818	+2,4%	+2,0%	+1,5%	762	+1,9%	+1,4%	+0,8%
Hypermarchés	1 256	+2,2%	+2,2%	+1,8%	1 243	+0,4%	-0,4%	-0,5%
Dont Géant ²	1 191	+3,2%	+3,2%	+2,8%	1 188	+1,0%	+0,3%	+0,0%
Dont alimentaire	821	+2,9%	+4,4%	+4,5%	825	+1,1%	+0,5%	+0,7%
Dont non-alimentaire	147	-5,9%	-4,4%	-4,3%	161	-4,2%	-4,8%	-4,3%
Proximité & Divers³	667	+1,5%	+2,5%	+3,5%	616	+2,1%	+1,5%	+1,3%
Dont Proximité ⁴	390	+4,4%	+4,3%	+3,2%	301	+5,9%	+5,3%	+2,5%
Leader Price	602	-1,2%	+0,0%	+1,9%	624	-1,9%	-0,7%	+2,1%
FRANCE RETAIL	4 832	+2,0%	+2,0%	+1,9%	4 919	+1,4%	+0,2%	+0,5%

Les ventes totales du segment France Retail s'établissent à 4 919 M€ ce trimestre, en croissance de +1,4% au total et de +0,2% en organique, incluant un effet de périmètre de +0,8%. La croissance comparable s'inscrit en hausse de +0,5%. L'effet calendaire s'établit à +0,5% et l'effet essence est stable. Le volume d'affaires total⁵ progresse de +2,5% ce trimestre. Le e-commerce représente 18%⁶ de l'activité du Groupe en France ce trimestre. Par ailleurs, le Groupe poursuit sa dynamique de ralliements, au nombre de 4 ce trimestre, 20 sur l'année 2018, et de 12 supermarchés et hypermarchés spécialisés dans la vente de produits frais et exploités par la famille Quattrucci, depuis le 1^{er} janvier 2019.

Sur l'année 2018, la croissance s'établit à +1,2% en organique et +1,3% en comparable. Le volume d'affaires total⁵ progresse de +2,8%.

- Ce trimestre, **Monoprix** enregistre une croissance de +0,5% en organique et de +0,5% en comparable. Les ventes alimentaires progressent de +1,9% en comparable. Le bio affiche une forte croissance de +13% ce trimestre. Les ventes en ligne délivrent une croissance à deux chiffres, tirées par la montée en puissance d'Amazon Prime Now et une forte accélération de l'activité Monoprix.fr Mode. L'enseigne déploie l'application Monop'Easy dans l'ensemble de ses magasins. 12 nouveaux magasins ont été ouverts ce trimestre, dont 9 Naturalia (soit 188 Naturalia en fin d'année).
- Les **Supermarchés Casino²** progressent de +1,4% en organique et de +0,8% en comparable, poursuivant leur développement portés par le dynamisme des magasins au nouveau concept et le bio en croissance de +20%. Après l'inauguration du « 4 Casino » en octobre, le premier magasin ouvert 24h/24 est déployé à Lyon. L'enseigne décompte 3 nouveaux magasins franchisés ce trimestre dont 2 ralliements.

¹ Hors effets essence et calendaire

² Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

³ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

⁴ Proximité hors Leader Price Express. Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

⁵ Volume d'affaires total incluant Cdiscount

⁶ Ventes en ligne des enseignes en France et GMV de Cdiscount

- **Franprix** enregistre des ventes stables en comparable, impactées notamment par la baisse du tourisme à Paris au mois de décembre. Le trafic se maintient en hausse à +0,9%. L'enseigne poursuit le développement de ses innovations en matière de restauration et snacking. Le concept « le drugstore parisien » délivre une très bonne performance et intensifie son offre de services Beauté. Franprix, dont l'application mobile enregistre 1,1 million de téléchargements, continue de déployer ses magasins 100% autonomes sur une partie de la semaine, au nombre de 55 à date.
- Les ventes des **Hypermarchés Géant¹** sont en hausse de +0,3% en organique et stables en comparable, sous l'effet des mouvements sociaux de fin d'année qui ont affecté significativement un tiers du parc. Hors magasins fortement impactés par ce mouvement, le comparable s'élève à +2,0% dont +2,8% en alimentaire. L'enseigne enregistre une excellente croissance sur le bio à +21%. Les corners Cdiscount contribuent à la performance globale des 49 magasins dans lesquels ils sont implantés. L'enseigne accélère sur la digitalisation : le drive poursuit son fort développement, en hausse de +24% ce trimestre, et l'application Casino Max atteint 1,8 million de téléchargements.
- La **Proximité²** enregistre des ventes en hausse de +5,3% en organique et de +2,5% en comparable, portées par le renforcement de la dynamique commerciale et le développement des produits frais et du bio. Ce trimestre, les magasins franchisés maintiennent une croissance comparable solide à +2,9%.
- **Leader Price** maintient sa bonne dynamique avec des ventes comparables en croissance de +2,1%, tirées par la poursuite des très bonnes performances des magasins rénovés (112 magasins à date), le développement des espaces marchés, le succès des actions commerciales (structuration de l'offre, packaging, gamme Sooa, etc.) et les fêtes de fin d'année.

■ GreenYellow

A fin décembre 2018, GreenYellow a déployé 190 MWp sur son activité photovoltaïque. Le pipeline actuel comprend une puissance de 200 MWp.

Des contrats majeurs ont été signés au T4 : contrat au Brésil de 50 MWp, contrats en Thaïlande pour un total de 18 MWp sur 34 sites, centrales en hybridation sur plusieurs villes à Madagascar pour un total de 8 MWp.

La joint-venture Reservoir Sun avec Engie est maintenant opérationnelle, avec pour objectif de déployer, en 2019, 50 MWp.

Enfin, GreenYellow a signé un contrat avec AccorHotels pour l'accompagner dans l'achat de son énergie, l'optimisation de ses contrats énergétiques et le suivi des consommations de ses 1 400 hôtels en France.

¹ Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

² Proximité hors Leader Price Express. Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

■ Cdiscount¹

Le volume d'affaires (« GMV ») de Cdiscount, qui atteint 1 160 M€ ce trimestre, enregistre une croissance organique de +11,9%², en constante progression depuis le T1 2018.

Cdiscount bénéficie de l'expansion continue de la marketplace, qui reste une priorité ce trimestre. Le service associé Fulfillment by Cdiscount progresse à un rythme soutenu. Les revenus de monétisation sont en croissance de +23% en 2018. Ce trimestre, Cdiscount Energie poursuit son expansion avec la vente de fioul aux particuliers et une progression du nombre d'abonnés de +30% par rapport au trimestre précédent. Cdiscount Voyages délivre une forte croissance de +51% par rapport au trimestre précédent. Les services financiers enregistrent une solide progression sur l'année, parmi lesquels « Coup de Pouce » en hausse de +67% à l'année. Les corners Cdiscount, au nombre de 49 à date, affichent une bonne performance sur le trimestre.

Cdiscount poursuit le développement de son programme de fidélité Cdiscount à Volonté (« CDAV ») dont le nombre d'abonnés est en hausse de +23% à fin 2018, proposant notamment une nouvelle offre enrichie à 29€. L'enseigne poursuit le déploiement de la livraison en Europe (à date dans 19 pays), qu'elle soit directe ou via des marketplaces européennes partenaires.

Par ailleurs, Cdiscount a bénéficié d'une performance record du Black Friday avec 57 M€ de GMV sur 1 jour, en croissance à deux chiffres par rapport à 2017. Ce trimestre, l'enseigne enregistre une accélération du mobile qui atteint 65% du trafic.

Chiffres clés ⁽¹⁾	T4 2017	T4 2018	Croissance Publiée ⁽¹⁾	Croissance organique ⁽²⁾
GMV^(3;4) (volume d'affaires) total TTC	1 063	1 160	+9,1%	+11,9%
Dont ventes en propre	686	725	+5,8%	
Dont marketplace	298	335	+12,7%	
Quote-part marketplace dans le GMV e-commerce (%)	30,6%	32,9%		+ 220 pb
Chiffre d'affaires⁽⁴⁾ (en M€)	672	702	+4,6%	+7,9%
Trafic (en millions de visites)	282	288		+2,1%
Quote-part trafic mobile (%)	61,3%	65,1%		+377 pb
Clients actifs ⁽⁵⁾ (en millions)	8,6	8,9		+3,2%

Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 4^e trimestre de façon détaillée le 11 janvier 2019

- (1) Données publiées par Cnova NV et non auditées. Les données publiées incluent l'ensemble des ventes de Cdiscount, y compris les ventes de produits techniques réalisées par Cdiscount avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino, suite à l'accord multicanal effectif depuis le 19 juin 2017.
- (2) Les variations organiques excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino sur les biens techniques et maison (impact total de l'exclusion de +3,5 pts et +4,3 pts respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires au T4 2018 ; -0,9 pt et -1,3 pt respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires sur l'année 2018) et (ii) l'acquisition de 1001Pneus en octobre 2018 (impact total de l'exclusion de -0,7 pt et -1,0 pt respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires au T4 2018 ; -0,2 pt et -0,4 pt respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires sur l'année 2018) mais prend en compte les ventes réalisées en corners.
- (3) Le GMV (gross merchandise volume) comprend, toutes taxes comprises, les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées) et inclut le volume d'affaires des services.
- (4) Suite à l'entrée en vigueur de la nouvelle norme comptable sur les revenus, IFRS 15, le GMV et chiffre d'affaires de l'année 2017 ont été retraités de respectivement -104 millions d'euros et -87 millions d'euros afin de présenter des données comparables.
- (5) Clients actifs à fin décembre ayant effectué au moins un achat sur les sites et l'application Cdiscount au cours de la période des 12 mois écoulés correspondante.

¹ Les données de cette section correspondent à celles publiées le 11 janvier 2019 par Cnova N.V. (non auditées)

² Les variations organiques incluent les ventes et services en corners mais excluent les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du groupe Casino sur les biens techniques et maison, et 1001 Pneus (acquisition en octobre 2018)

■ Latam Retail

Les ventes des activités du Groupe en **Amérique Latine** (Groupe Éxito et GPA Food) progressent de +10,4% en organique et de +6,0% en comparable ce trimestre. Le chiffre d'affaires consolidé est impacté par un effet de change défavorable et l'hyperinflation, à hauteur de -12,1%.

- **GPA Food** enregistre des ventes en croissance de +12,0% en organique et de +6,9%¹ en comparable, nettement au-dessus de l'inflation.

- Les ventes d'**Assaí** maintiennent leur excellente dynamique avec une croissance de +23,3% en organique et de 9,7%¹ en comparable. L'enseigne enregistre une progression continue des volumes et du trafic clients. Les magasins inaugurés sur les 12 derniers mois contribuent à la forte croissance de l'enseigne.
- **Multivarejo** délivre une très bonne performance ce trimestre avec une croissance de +2,5% en organique et de +4,8%¹ en comparable.

Au sein des enseignes, les **Hypermarchés Extra** maintiennent une bonne dynamique. Les ventes comparables des **Supermarchés Extra** accélèrent, tirées par les rénovations aux nouveaux concepts Mercado Extra et Compre Bem, enregistrant une croissance à deux chiffres. Les ventes comparables de **Pão de Açúcar** progressent, portées par la bonne performance des magasins rénovés. L'enseigne lance un modèle unique de commerce phygital dédié au vin « Pão de Açúcar Adega » combinant boutique spécialisée, application mobile et plateforme e-commerce. Enfin, les ventes comparables de la **proximité** poursuivent leur accélération, portées par le changement de politique commerciale initié en début d'année (revue de l'assortiment et des prix, développement de la marque propre, mise en place de programmes de promotions).

L'enseigne continue sa transformation digitale. 40% des ventes identifiées sont réalisées par des clients utilisant l'application « Meu Desconto » qui enregistre plus de 7,5 millions de téléchargements. Par ailleurs, l'enseigne poursuit le développement des services de livraison rapide et de picking en magasin.

- Ce trimestre, 10 magasins Assaí ont été ouverts. Chez Multivarejo, 1 Hypermarché Extra et 12 Supermarchés Extra ont été convertis au format Compre Bem. 13 Supermarchés Extra ont été convertis en Mercado Extra, portant le nombre de magasins Mercado Extra à 23 à fin 2018.
- Les ventes du **Groupe Éxito** (hors GPA Food) poursuivent leur amélioration séquentielle en organique et en comparable ce trimestre.

GPA a commenté son chiffre d'affaires du 4^e trimestre de façon détaillée le 11 janvier 2019. Le Groupe Éxito commentera ses résultats annuels 2018 de façon détaillée le 28 février 2019.

¹ Données publiées par la filiale

ANNEXES

Principales variations du périmètre de consolidation

- Intégration de Sarenza à compter du 30 avril 2018 (Monoprix)

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T4 2017	T4 2018	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	3,8196	4,3472	-12,1%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	3,5169	3,6106	-2,6%
Uruguay (EUR/UYP)	34,2994	37,1711	-7,7%
Argentine (EUR/ARS)	20,6372	42,3748	-51,3%

Mise en œuvre de la norme IFRS 15

En 2018, le Groupe Casino a appliqué de façon rétrospective la norme IFRS 15 « Produits des activités ordinaires tirés des contrats conclus avec des clients ».

Son application conduit notamment à des reclassements entre chiffre d'affaires, autres revenus, coûts d'achats des marchandises vendues et coûts des ventes.

Le tableau suivant décrit l'impact de l'application de cette norme sur le chiffre d'affaires 2017.

Chiffres d'affaires M€	T1 2017 publié	T1 2017 retraité	T2 2017 publié	T2 2017 retraité	T3 2017 publié	T3 2017 retraité	T4 2017 publié	T4 2017 retraité	FY2017 publié	FY2017 retraité
France Retail	4 504	4 485	4 757	4 723	4 764	4 739	4 878	4 852	18 903	18 799
E-commerce	469	453	402	382	487	467	637	607	1 995	1 908
Latam Retail	4 348	4 310	4 118	4 087	3 965	3 932	4 493	4 453	16 923	16 782
TOTAL	9 321	9 248	9 277	9 192	9 216	9 138	10 008	9 912	37 822	37 490

Mise en œuvre de la norme IAS 29

La norme IAS 29 relative au traitement de l'hyperinflation en Argentine a été appliquée pour la clôture des comptes au 31 décembre 2018 (segment Latam Retail). Conformément aux dispositions de la norme, le chiffre d'affaires de l'exercice 2017 n'a pas été retraité. Pour les besoins du calcul du chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2018, le chiffre d'affaires au 30 septembre 2018 a fait l'objet d'un retraitement.

Volume d'affaires par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES ALIMENTAIRE TOTAL HT		Variation (hors calendaire)	
PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T4 2018	T4 2018	FY 2018
Monoprix	1 252	+3,1%	+3,8%
Franprix	458	-1,0%	+2,2%
Supermarchés	754	+1,2%	+1,7%
Hypermarchés	889	+0,5%	+3,5%
Proximité & Divers	709	+2,2%	+1,0%
Dont Proximité	372	+6,6%	+5,2%
Leader Price	733	+1,8%	+0,8%
TOTAL ALIMENTAIRE	4 795	+1,5%	+2,3%

VOLUME D'AFFAIRES NON-ALIMENTAIRE TOTAL HT		Variation (hors calendaire)	
PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T4 2018	T4 2018	FY 2018
Hypermarchés	174	-4,8%	-5,4%
Cdiscount	870	+9,9%	+7,9%
TOTAL NON-ALIMENTAIRE	1 044	+7,2%	+5,2%

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT		Variation (hors calendaire)	
(en M€, hors essence)	T4 2018	T4 2018	FY 2018
TOTAL FRANCE ET CDISCOUNT	5 838	+2,5%	+2,8%

Variation 2018 /2017 France par enseigne

PAR ENSEIGNE (CA HT, en M€)	2018	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
Monoprix	4 519	+3,5%	+1,7%	+1,1%
Franprix	1 604	+0,4%	+1,5%	+1,2%
Supermarchés	3 225	+1,0%	+1,4%	+1,3%
dont SM Casino ²	3 053	+1,2%	+1,6%	+1,3%
Hypermarchés	4 762	+2,4%	+1,9%	+1,4%
Dont Géant ²	4 537	+2,9%	+2,2%	+1,9%
Dont alimentaire	3 140	+2,9%	+3,2%	+3,4%
Dont non-alimentaire	554	-6,0%	-5,7%	-5,5%
Proximité & Divers³	2 464	+0,3%	+0,6%	+1,5%
Dont Proximité ⁴	1 313	+3,9%	+4,1%	+1,7%
Leader Price	2 487	-1,9%	-0,5%	+1,8%
FRANCE RETAIL	19 061	+1,4%	+1,2%	+1,3%

¹ Hors effets essence et calendaire

² Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

³ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

⁴ Proximité hors Leader Price Express. Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	31 mars 2018	30 juin 2018	30 sept. 2018	31 déc. 2018
HM Géant Casino	123	124	123	122
Dont Affiliés Franchisés France	8	8	7	7
Affiliés International	5	6	6	5
SM Casino	435	436	439	442
Dont Affiliés Franchisés France	108	111	101	104
Affiliés Franchisés International	17	17	17	19
Monoprix	790	794	797	795
Dont Affiliés Franchisés	214	213	210	203
Naturalia	162	166	171	175
Naturalia franchisé	7	7	11	13
Franprix	901	902	902	894
Dont Franchisés	413	420	422	433
Leader Price	773	776	768	726
Dont Franchisés	449	454	414	394
Proximité	5 362	5 260	5 235	5 153
Autres activités (Restauration, Drive...)	609	610	598	591
Océan Indien	214	223	231	239
TOTAL France	9 207	9 125	9 093	8 962

INTERNATIONAL	31 mars 2018	30 juin 2018	30 sept. 2018	31 déc. 2018
ARGENTINE	29	29	28	27
HM Libertad	15	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	14	14	13	12
URUGUAY	86	87	88	89
HM Géant	2	2	2	2
SM Disco	29	29	29	29
SM Devoto	24	24	24	24
SUP Devoto Express	31	32	33	34
BRESIL	1 072	1 074	1 063	1 057
HM Extra	113	113	112	112
SM Pão de Açúcar	186	186	186	186
SM Extra	187	187	173	173
Compre Bem				13
Assaí (Cash & Carry)	127	130	134	144
SUP Mini Mercado Extra & Minuto Pão de Açúcar	265	265	265	235
Drugstores	123	123	123	123
+ Stations-service	71	70	70	71
COLOMBIE	1 847	1 912	1 897	1 973
HM Éxito	90	90	90	92
SM Éxito et Carulla	163	160	160	161
SM Super Inter	71	73	73	73
Surtimax (discount)	1 410	1 477	1 461	1 531
Dont « Aliados »	1 286	1 353	1 348	1 419
B2B	9	13	15	18
SUP Éxito Express et Carulla Express	104	99	98	98
CAMEROUN		1	1	1
Cash & Carry		1	1	1
TOTAL International	3 034	3 103	3 077	3 147

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

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

rgaggioli@groupe-casino.fr

ou

+33 (0)1 53 65 24 17

IR_Casino@groupe-casino.fr

CONTACTS PRESSE

Groupe Casino

+33 (0)1 53 65 24 78

directiondelacomunication@groupe-casino.fr

AGENCE IMAGE SEPT

Karine ALLOUIS – +33 (0)6 11 59 23 26 – kallouis@image7.fr

Grégoire LUCAS – gregoire.lucas@image7.fr

Disclaimer

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