

## CHIFFRE D'AFFAIRES 2019

- Sur l'année 2019, chiffre d'affaires de 34,6 Mds€<sup>1</sup>, +4,2%<sup>2</sup> en organique et +2,2%<sup>2</sup> en comparable
- Au T4 2019, chiffre d'affaires de 9,2 Mds€<sup>1</sup>, +3,6%<sup>2</sup> en organique et +1,6%<sup>2</sup> en comparable. En France, chiffre d'affaires stable en comparable, croissance organique forte au Latam (+9,2%)
- Réorganisation des activités en Amérique Latine

### Faits marquants

En France, le principal nouveau fait marquant du 4<sup>ème</sup> trimestre 2019 et du début de l'année 2020 est l'accroissement du trafic clients grâce au déploiement rapide des magasins autonomes dans les enseignes du Groupe :

- Cette technologie, déployée d'abord chez Franprix et Monoprix, et désormais en Supermarchés, permet **d'ouvrir de manière automatisée sur des horaires très larges** les magasins concernés (tard le soir, le dimanche, parfois 24H/24), de répondre aux nouvelles attentes des clients et **recruter de nouveaux clients** sans effort promotionnel ;
- Avec **plus de 300 magasins déployés à fin 2019**, ce nouveau service a permis **un accroissement du flux client** (+0,8% au 4<sup>ème</sup> trimestre en France, meilleure performance depuis 5 trimestres) et le **maintien de ventes globalement stables** à magasins comparables, malgré un contexte marqué par les mouvements sociaux et une baisse de la confiance des ménages en décembre ;
- Les Supermarchés, dont un tiers du parc intégré est désormais équipé en solution automatisée, ont bénéficié d'une **croissance du trafic clients de +2,3%** sur le trimestre, meilleure performance depuis le T3 2016. **Ces déploiements vont se poursuivre au T1 2020** avec l'objectif de couvrir la moitié du parc Hypermarchés et Supermarchés.

En offrant ainsi un service unique à ses clients, le Groupe poursuit sa stratégie de différenciation et l'adaptation de son business model.

**Le Groupe poursuit par ailleurs la mise en œuvre de ses priorités stratégiques :**

#### 1/ Commerciales avec :

- **La bonne croissance du bio à +5,9% en comparable** au T4, catégorie porteuse et fidélisante et le lancement d'un concept d'ultra-proximité « Casino#Bio » en complément de Naturalia. A l'année, le **chiffre d'affaires du bio est de 1,1 Md€** ;
- **La croissance de +9,6% en comparable du e-commerce alimentaire** au T4, notamment porté par le partenariat avec Amazon récemment étendu à la Côte d'Azur. Le e-commerce représente sur le trimestre 24% de l'activité (18% publié au T4 2018). Cette tendance s'amplifiera avec l'ouverture de l'entrepôt Ocado à la fin du T1 2020 ;
- La poursuite des partenariats et de l'expansion de **marketplaces physiques** pour offrir les meilleurs produits avec de nouveaux corners (Hema, etc.) ;

**2/ Digitales** avec en priorité **les solutions de scan et paiement sur smartphone dans plus de 600 magasins**, un programme innovant de fidélité par abonnement cumulant 200 000 souscriptions digitales sur le trimestre et une quote-part de chiffre d'affaires réalisé par les utilisateurs de Casino Max de plus de 20% sur les deux derniers mois de l'année ;

#### 3/ De développement avec :

- **La poursuite du développement rentable en franchise**, avec l'ouverture de 112 magasins premium et proximité sur l'année ;
- **La croissance très rapide des nouvelles activités** avec un chiffre d'affaires annuel sur l'activité **Data en croissance de +51% à 61 M€<sup>3</sup>**, l'acquisition de clients majeurs sur l'activité Data Center

<sup>1</sup> Le chiffre d'affaires de Leader Price est désormais présenté en activité abandonnée. Conformément à la norme IFRS 5, les données de Leader Price relatives à l'exercice 2018 ainsi que celles relatives aux précédents trimestres de l'exercice 2019 ont fait l'objet d'un retraitement en activité abandonnée

<sup>2</sup> Hors essence et calendrier. Le chiffre d'affaires et les croissances totale et organique sont impactés par le plan Rocade

<sup>3</sup> Y compris chiffre d'affaires intragroupe

dans les secteurs bancaires, de l'animation 3D et des nouvelles technologies, et une croissance de **+126% du pipeline de GreenYellow qui atteint 451 MWc** au T4 ;

**Enfin, Cdiscount délivre sa stratégie de croissance rentable** avec une croissance organique du volume d'affaires (« GMV ») de +9,1%<sup>1</sup> à l'année et une quote-part marketplace en hausse de +3,7 pts à 38,1%<sup>1</sup> sur l'année ;

#### Parallèlement, Casino a poursuivi l'exécution de ses plans visant à renforcer sa structure :

- **Exécution du plan de refinancement**, avec la levée de financements pour 1,8 Md€ et la mise en place d'une nouvelle ligne de crédit confirmée en France à échéance octobre 2023, soit une extension de 1,6 à 3,6 ans de la maturité moyenne de ses lignes de crédit ;
- **Regroupement des activités en Amérique Latine** sous la filiale brésilienne GPA qui détient désormais 96,6% d'Exito. Le transfert au Novo Mercado est attendu pour février 2020 ;
- **Confirmation des objectifs des plans de cession en France** de 2,5 Mds€ à fin T1 2020 dont 2,1 Mds signés à ce jour et 4,5 Mds€ d'ici fin T1 2021.

**La croissance du Résultat Opérationnel Courant (données non encore auditées) sur le périmètre France Retail hors immobilier est estimée à +5%. Sur cette base, la marge opérationnelle de distribution s'établirait à 3,1%, en progression de +20bp par rapport à 2018<sup>2</sup>.**

**En Amérique Latine**, le Groupe maintient au T4 une forte croissance de +9,2% en organique portée par le Cash & Carry, les supermarchés rénovés et convertis aux formats porteurs, et la très bonne dynamique de la proximité. L'activité en Colombie enregistre une bonne performance sur tous les formats.

CA HT (en M€)	Variation T4 2019/T4 2018					Variation 2019/2018			
	CA T4 2019	Croissance totale	Croissance organique <sup>3</sup>	Croissance Comparable <sup>3</sup>	Croissance 2 ans Comparable <sup>3</sup>	CA 2019	Croissance totale	Croissance Organique <sup>3</sup>	Croissance Comparable <sup>3</sup>
<b>France Retail<sup>4</sup></b>	<b>4 164</b>	-4,3%	-1,2%	+0,0%	+0,3%	<b>16 322</b>	-2,8%	-0,7%	+0,3%
<b>Cdiscount</b>	<b>617</b>	-3,3%	-3,3%	-3,3%	+0,6%	<b>1 966</b>	+0,0%	-1,4%	-1,4%
<b>Total France<sup>4</sup></b>	<b>4 781</b>	-4,1%	-1,6%	-0,6%	+0,3%	<b>18 288</b>	-2,5%	-0,8%	+0,1%
<b>Latam Retail</b>	<b>4 447</b>	+1,7%	+9,2%	+3,4%	+9,6%	<b>16 358</b>	+5,0%	+9,7%	+4,0%
<b>TOTAL GROUPE<sup>4</sup></b>	<b>9 228</b>	-1,4%	+3,6%	+1,6%	+5,4%	<b>34 645</b>	+0,9%	+4,2%	+2,2%
<b>GMV Cdiscount<sup>1</sup></b>	<b>1 202</b>	+3,6%	+6,5%	n.a.	n.a.	<b>3 899</b>	+7,0%	+9,1%	n.a.

**Dans le cadre du processus de cession en cours, Leader Price est classé en activité abandonnée** et ne figure plus dans le chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2019. L'année 2018 a été retraitée en conséquence.

Au 4<sup>e</sup> trimestre 2019, l'impact du change est défavorable de -3,2% et l'effet essence ressort à +0,5%. L'effet périmètre est négatif et s'établit à -1,6%. L'effet calendaire est de -0,8%.

<sup>1</sup> Donnée publiée par la filiale

<sup>2</sup> Evolutions de résultat opérationnel courant et de marge opérationnelle évaluées conformément à la norme IFRS 5, suite au classement en activité abandonnée de Leader Price sur 2018 et 2019

<sup>3</sup> Hors essence et calendaire

<sup>4</sup> Le chiffre d'affaires de Leader Price est désormais présenté en activité abandonnée. Conformément à la norme IFRS 5, les données de Leader Price relatives à l'exercice 2018 ainsi que celles relatives aux précédents trimestres de l'exercice 2019 ont fait l'objet d'un retraitement en activité abandonnée

## Détails de l'activité

### France Retail

CA HT PAR ENSEIGNE	Variation T3 2019 / T3 2018 (proforma <sup>1</sup> )					Variation T4 2019 / T4 2018				
	T3 2019	Croissance totale	Croissance organique <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup> sur 2 ans	T4 2019	Croissance totale	Croissance organique <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup> sur 2 ans
<b>Monoprix</b>	<b>1 054</b>	+0,5 %	+0,1 %	+0,3 %	+1,7 %	<b>1 232</b>	+0,0%	+0,9%	+0,2%	+0,7%
<b>Franprix</b>	<b>359</b>	-5,6 %	-3,4 %	-0,2 %	+2,5 %	<b>386</b>	-4,9%	-3,3%	+0,6%	+0,6%
<b>Hypermarchés</b>	<b>1 175</b>	-6,4 %	-0,1 %	+0,7 %	+2,5 %	<b>1 164</b>	-6,3%	-0,2%	-0,5%	-1,0%
Dont Géant <sup>3</sup>	<b>1 113</b>	-6,5 %	+0,4 %	+1,1 %	+3,9 %	<b>1 110</b>	-6,6%	-0,2%	-0,7%	-0,7%
Dont alimentaire	<b>737</b>	-10,2 %	n.a.	+2,1 %	+6,7 %	<b>720</b>	-12,7%	n.a.	-0,5%	+0,2%
Dont non-alimentaire	<b>143</b>	-3,9 %	n.a.	-6,7 %	-10,7 %	<b>158</b>	-3,4%	n.a.	-4,2%	-8,3%
<b>Supermarchés</b>	<b>853</b>	-2,9 %	-2,7 %	+0,5 %	+2,2 %	<b>775</b>	-2,9%	-2,5%	+0,4%	+1,2%
Dont SM Casino <sup>3</sup>	<b>793</b>	-3,0 %	-2,7 %	+0,7 %	+2,2 %	<b>737</b>	-3,3%	-2,7%	+0,4%	+1,2%
<b>Proximité &amp; Divers<sup>4</sup></b>	<b>672</b>	-6,6 %	-3,2 %	-0,8 %	+2,7 %	<b>607</b>	-9,6%	-4,8%	-1,0%	+0,3%
Dont Proximité <sup>5</sup>	<b>385</b>	-1,1 %	-1,0 %	+0,7 %	+3,9 %	<b>297</b>	-1,3%	-1,4%	-0,3%	+2,2%
<b>FRANCE RETAIL</b>	<b>4 112</b>	<b>-4,0 %</b>	<b>-1,3 %</b>	<b>+0,4 %</b>	<b>+2,4 %</b>	<b>4 164</b>	<b>-4,3%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>+0,0%</b>	<b>+0,3%</b>

En France, les **ventes du trimestre s'établissent à 4 164 M€, stables en comparable**, marquées par la concentration du Groupe sur ses formats et géographies les plus porteurs avec :

- Les cessions ou fermetures de 17 Hypermarchés<sup>6</sup> et 28 Supermarchés déficitaires expliquant la baisse du chiffre d'affaires total sur le trimestre ;
- La bonne performance dans le contexte du T4 des formats et des géographies sur lesquels le Groupe se développe, notamment sur ses priorités commerciales et digitales dont :
  - Les **catégories porteuses** comme le bio, en croissance de +5,9% sur le trimestre, les produits frais et la restauration ;
  - **L'e-commerce alimentaire**, qui enregistre une bonne progression de +9,6% ;
  - Le développement des **solutions digitales**, avec en particulier une pénétration croissante de Casino Max dont les porteurs représentent plus de 20% du chiffre d'affaires en Hypermarchés et Supermarchés sur les deux derniers mois de l'année ;
  - L'adhésion au **programme de fidélité** par abonnement Casino Max Extra<sup>7</sup> qui enregistre sur le trimestre plus de 200 000 souscriptions cumulées.

#### Au sein des enseignes :

- Le chiffre d'affaires de **Monoprix** est en **croissance de +0,2%** en comparable, avec un **trafic clients positif**. L'activité **e-commerce** enregistre à nouveau une **croissance à deux chiffres**, portée par le partenariat avec Amazon, récemment étendu à la Côte d'Azur. **Naturalia** maintient une bonne tendance et **poursuit son expansion** avec l'ouverture de 9 magasins ce

<sup>1</sup> Le chiffre d'affaires de Leader Price est désormais présenté en activité abandonnée. Conformément à la norme IFRS 5, les données de Leader Price relatives à l'exercice 2018 ainsi que celles relatives aux précédents trimestres de l'exercice 2019 ont fait l'objet d'un retraitement en activité abandonnée

<sup>2</sup> Hors essence et calendrier

<sup>3</sup> Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

<sup>4</sup> Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

<sup>5</sup> Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

<sup>6</sup> Parmi les 17 cessions d'hypermarchés annoncées, 15 ont été finalisées au 31/12/2019 et 2 sont en cours de finalisation

<sup>7</sup> Offre de 10% de remise immédiate sur l'ensemble des achats en souscrivant à l'abonnement Casino Max à Volonté de 10€ par mois

trimestre. Monoprix continue de déployer ses **magasins autonomes**, au nombre de 93 à fin décembre.

- Les ventes de **Franprix** s'inscrivent en hausse de **+0,6% en comparable, avec un trafic clients en croissance**. Le **bio** enregistre une croissance comparable de **+15,8%**. Ce trimestre, Franprix poursuit le développement des **corners non-alimentaires**, renforçant le **trafic clients**. La plupart des magasins offrent des produits Cdiscount, 58 magasins disposent d'une offre Hema et 30 magasins de l'offre « ...le drugstore parisien ». L'enseigne compte à fin décembre **54 magasins autonomes**.
- Les **Supermarchés Casino** enregistrent une croissance de **+0,4% en comparable**. Le **trafic clients** progresse fortement à **+2,3%** et accélère sur le début de l'année 2020, porté par les **magasins autonomes** au nombre de **100** à fin décembre. Les segments porteurs poursuivent leur très bonne dynamique avec une croissance comparable du **bio** de **+11,9%** et du **e-commerce** de **+15,6%** sur le trimestre.
- Les ventes des **Hypermarchés Géant** s'inscrivent en baisse de -0,7% en comparable. Le **bio** et le **e-commerce** maintiennent une bonne tendance, respectivement en hausse de **+3,7%** et **+7,6%** en comparable. L'enseigne compte **20 magasins autonomes** à fin décembre et continue de bénéficier des ouvertures le dimanche. Ce trimestre, l'enseigne a notamment accéléré l'implantation de **shop in shop** en magasin en partenariat avec des spécialistes.
- Les ventes de la **Proximité** s'inscrivent en légère baisse de -0,3% en comparable ce trimestre **avec un trafic clients positif** et de **+2,2% sur deux ans**. Ce trimestre, l'enseigne a renforcé significativement son **offre MDD** dont la quote-part de chiffre d'affaires progresse de **+4,3 points** au sein du parc de magasins intégrés. Un nouveau concept de proximité dédié au bio « Casino#Bio » a été inauguré, regroupant plus de **4 000 références bio** dont près de **700 produits MDD**. La Proximité a désormais déployé **38 magasins autonomes** et prévoit d'accélérer ces déploiements en 2020.

## GreenYellow

**GreenYellow accélère le développement rapide de son pipeline photovoltaïque.** Au cours du trimestre, la filiale énergie du Groupe a renforcé son **activité photovoltaïque** notamment au **Maroc** avec STMicroelectronics en inaugurant la plus grande centrale solaire en ombrières de parking (4 000 m<sup>2</sup>), en **Colombie** avec le groupe SEB, en **France** avec la solarisation du parking du circuit automobile de Nevers Magny-Cours pour une puissance de 4,7 MWc, et à **la Réunion** avec l'aéroport Roland Garros. GreenYellow a signé un nouveau **contrat d'efficacité énergétique** avec Samson Regulation, expert en ingénierie mécanique et industrielle.

Par ailleurs, GreenYellow continue d'enrichir sa **plateforme de solutions à l'international** avec la vente d'énergie B2B au Brésil et avec une offre de gaz à destination des particuliers avec Cdiscount en France. Un nouveau partenariat a été signé avec Jedlix, start-up experte de la recharge intelligente qui renforce son activité de mobilité.

Le pipeline photovoltaïque s'élève désormais à **451 MWc**. Par ailleurs, GreenYellow a réalisé **77 M€ d'économies annuelles d'énergie**.

## Data et Data center

L'activité de Data avec **3W-relevanC** enregistre un chiffre d'affaires annuel de **61 M€<sup>1</sup>**, soit une **croissance de +51%** par rapport à 2018. En décembre, 3W-relevanC et son partenaire Orange Advertising ont été récompensés aux Trophées LSA de l'Innovation dans la catégorie « Marketing » pour leur solution inédite TV2Store de mesure de l'impact réel des campagnes télévisées sur les ventes en magasins.

**ScaleMax** poursuit le développement de son portefeuille de clients en signant ce trimestre de nouveaux contrats avec Natixis, Amundi, Ascendance Flight Technologies et Iconem. Dans un contexte de forte demande, **ScaleMax a déjà doublé ses capacités de calcul** sur son premier site en octobre dernier et prévoit l'ouverture d'un nouveau site au cours du prochain semestre.

---

<sup>1</sup> Y compris chiffre d'affaires intragroupe

## Cdiscount<sup>1</sup>

Sur l'ensemble de l'année, le **volume d'affaires (« GMV »)** de Cdiscount atteint **3,9 Mds€**, en **croissance de +9,1%**<sup>2</sup> en organique, porté par la **marketplace**, levier majeur de rentabilité, les **services B2C** et les **corners Géant**.

- La **marketplace de produits atteint 1,3 Md€** et affiche une bonne dynamique de croissance (+12,1%). La quote-part de la marketplace dans le **GMV 2019 augmente de +3,7 points pour atteindre 38,1%**. Le service Fulfillment by Cdiscount affiche une **croissance record de +63%** avec une quote-part marketplace de 31,2%, soit une progression de +10 points.
- La **marketplace de services affiche un GMV multiplié par 3,4** par rapport à 2018. Cdiscount Voyages voit son GMV multiplié par 10 par rapport à l'année précédente et lance une marketplace de 15 000 séjours, avec notamment un partenariat avec Disneyland. Cdiscount enregistre un fort développement de Cdiscount Energie avec une progression de son GMV de +86% et déploie 3 nouveaux services.
- La **plateforme internationale se développe, avec une croissance du GMV de +85%** au T4 2019. Cdiscount livre dans **25 pays européens et compte 47 sites internet** connectés (+44 par rapport à fin 2018). Une alliance de 4 marketplaces européennes permettant de mutualiser les vendeurs, l'International Marketplace Network (IMN), a été déployée cette année.
- Cdiscount enregistre une **croissance du trafic** et des clients, portée par le mobile et la fidélité. Cdiscount est **numéro 2 en trafic avec plus de 20 millions de visiteurs uniques mensuels**. 70% du trafic est réalisé sur mobile. Le nombre de **clients actifs s'élève à 9,2 millions** avec une part croissante du mobile : 50% des ventes, soit une hausse de +5,5 points. Cdiscount à Volonté compte **plus de 2 millions de membres** et représente 35,8% du GMV, en hausse de +1,7 points.

Chiffres clés <sup>1</sup>	T4 2018	T4 2019	Croissance Publiée <sup>1</sup>	Croissance organique <sup>2</sup>
<b>GMV (volume d'affaires) total TTC<sup>3</sup></b>	<b>1 160</b>	<b>1 202</b>	+3,6%	+6,5%
Dont ventes en propre	725	697	-3,9%	
Dont marketplace	335	376	+12,2%	
Quote-part marketplace <sup>4</sup> (%)	32,8%	37,3%		+4,5 pts
<b>Chiffre d'affaires (en M€)</b>	<b>703</b>	<b>677</b>	-3,6%	+0,1%
Trafic (en millions de visites)	281	285		+1,4%
Quote-part trafic mobile (%)	66,9%	72,1%		+5,2 pts
Clients actifs (en millions)	8,9	9,2		+3,1%

Chiffres clés <sup>1</sup>	FY 2018	FY 2019	Croissance Publiée <sup>1</sup>	Croissance organique <sup>2</sup>
<b>GMV (volume d'affaires) total TTC<sup>3</sup></b>	<b>3 646</b>	<b>3 899</b>	+7,0%	+9,1%
Dont ventes en propre	2 237	2 204	-1,4%	
Dont marketplace	1 117	1 253	+12,1%	
Quote-part marketplace <sup>4</sup> (%)	34,4%	38,1%		+3,7 pts
<b>Chiffre d'affaires (en M€)</b>	<b>2 174</b>	<b>2 195</b>	+0,9%	+3,5%
Trafic (en millions de visites)	964	1 021		+5,9%
Quote-part trafic mobile (%)	65,1%	71,3%		+6,2 pts
Clients actifs (en millions)	8,9	9,2		+3,1%

*Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 4<sup>e</sup> trimestre de façon détaillée le 15 janvier 2020*

<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> Les variations organiques excluent (i) les ventes réalisées avec les clients des hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino (impact total de l'exclusion en 2019 de +3,1 pts and +4,0 pts, respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires; au T4 19 : +2,9 pts and +3,7 pts, respectivement sur la croissance du GMV et chiffre d'affaires), and (ii) les 9 premiers mois de 1001 Pneus acquis au début du T4 2018 (impact total de l'exclusion en 2019 : -1,0 pt and -1,4 pt sur la croissance du GMV et du chiffre d'affaires ; inclus dans la croissance organique du T4 19) mais prennent en compte les ventes réalisées en corners et les services

<sup>3</sup> 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

<sup>4</sup> La quote-part de la marketplace dans le GMV a été ajustée pour prendre en compte les bons de réduction et garanties et exclure les frais de souscription à CDAV. La quote-part du GMV l'année 2018 a en conséquence été ajustée de +0,1 pt à des fins de comparaison et celle du T4 2018 de -0,1 pt

## Latam Retail

Les ventes des activités du Groupe en **Amérique Latine** (GPA Food et Exito) sont en hausse de +3,4% en comparable et de **+9,2%** en organique ce trimestre. Le chiffre d'affaires consolidé est impacté par un effet de change négatif de -6,7%.

- **GPA Food** s'inscrit en hausse de **+8,4%**<sup>1</sup> en organique ce trimestre.
  - **Assaí** enregistre une forte croissance organique de **+19,7%**<sup>1</sup> portée par l'attractivité du format et le succès de la stratégie d'expansion avec **22 nouveaux magasins** sur l'année, dont 13 au T4, soit un nombre record pour un trimestre. La croissance comparable d'Assaí s'inscrit en hausse de +4,3%<sup>1</sup> malgré une forte base de comparaison en 2018. Sur l'année, l'enseigne a enregistré une **croissance significative de son trafic clients** et a continué d'enregistrer des **gains de parts de marché**.
  - Chez **Multivarejo**, les formats rénovés continuent d'enregistrer une croissance solide et significative. L'enseigne a nommé le 14 janvier Jorge Faiçal à la tête de Multivarejo afin de piloter la transformation des enseignes.

Les magasins rénovés chez **Pão de Açúcar**, qui représentent désormais 40% du chiffre d'affaires de l'enseigne, continuent d'enregistrer une solide performance de **+700 bps**<sup>1</sup> supérieure au reste du parc. L'enseigne prévoit de poursuivre ces rénovations en 2020, en complément de l'ouverture de 5 à 10 nouveaux magasins. La **Proximité** affiche une forte croissance de **+10,0%**<sup>1</sup> malgré la base de comparaison élevée en 2018 (+19,1%<sup>1</sup> au T4 2018). L'enseigne a **renoué avec l'expansion** en ouvrant 9 magasins Minuto Pão de Açúcar ce trimestre. Après la conversion de 18 nouveaux magasins **Supermarchés Extra** au format Mercado Extra, le **parc converti est désormais de 100 magasins**, affichant une croissance des ventes d'environ **5%**<sup>1</sup> et un trafic clients en hausse. Le projet de **conversion au format Mercado Extra sera finalisé en 2020**. Parallèlement, 15 magasins ont été convertis au format **Compre Bem** sur le trimestre, soit un parc total à date de 28 magasins enregistrant une croissance des ventes d'environ **+15%**<sup>1</sup> et un trafic client en hausse. Les **Hypermarchés Extra** ont vu leur performance principalement impactée par une forte base de comparaison sur les catégories non-alimentaires sur les deux dernières années. Une **nouvelle segmentation** du portefeuille de magasins a été mise en place avec les magasins les plus dynamiques (environ 70) et les magasins en cours de cession/fermeture, conversion en Assaí et restructuration. Cette segmentation permet de mettre en place un pilotage adapté à chaque groupe de magasins.

Le Groupe poursuit le développement de ses initiatives stratégiques dans le cadre de sa **transformation digitale**. Le **e-commerce** affiche une croissance annuelle supérieure à **+40%**<sup>1</sup>, portée par l'expansion de la livraison express et du click & collect. **James Delivery** affiche une **croissance mensuelle moyenne de +35%**<sup>1</sup> et enregistre un nombre de commandes multiplié par 15 depuis le début de l'année. Les **applications mobiles** comptent plus de **11 millions de téléchargements** et représentent plus de 20% des ventes chez Multivarejo.

Au cours de l'année, 22 magasins Assaí ont été ouverts ce qui représente un accroissement de +20%<sup>1</sup> de la superficie de vente. Chez Multivarejo, 10 magasins Minuto Pão de Açúcar ont été déployés et les conversions et rénovations se sont poursuivies avec i) 92 Supermarchés Extra convertis, dont 77 en Mercado Extra et 15 en Compre Bem et ii) 20 magasins Pao de Açúcar rénovés, portant leur nombre total à 46.

- **Le Groupe Exito** enregistre une bonne performance sur tous les formats.

*GPA a publié son chiffre d'affaires du 4<sup>e</sup> trimestre de façon détaillée le 15 janvier 2020 et le Groupe Exito commentera ses résultats de façon détaillée le 17 février 2020.*

<sup>1</sup> Donnée publiée par la filiale.

## Annexes

### Principales variations du périmètre de consolidation

- Reclassement de Leader Price en activité abandonnée
- Impact du plan Rocado de cession de magasins déficitaires au sein des enseignes Hypermarchés Géant et Supermarchés Casino

### Application rétrospective de la norme IFRS5 aux chiffres d'affaires trimestriels 2019 et 2018 en France

Les ventes publiées du Groupe sont impactées par le processus de cession de Leader Price annoncé au T4 2019. Conformément à la norme IFRS 5, les ventes de Leader Price (hors Geimex) sont traitées en activités abandonnées et ne figurent plus dans les ventes consolidées du Groupe.

#### Passage du chiffre d'affaires 2019 publié au retraité en France

M€	France Retail Activités poursuivies CA publié	Leader Price	France Retail Activités poursuivies CA retraité
T1 2019	4 402	493	3 909
T2 2019	4 643	506	4 136
T3 2019	4 591	479	4 112

#### Passage du chiffre d'affaires 2018 publié au retraité en France

M€	France Retail Activités poursuivies CA publié	Leader Price	France Retail Activités poursuivies CA retraité
T1 2018	4 551	563	3 988
T2 2018	4 759	593	4 166
T3 2018	4 832	550	4 282
T4 2018	4 919	569	4 350
Année 2018	19 061	2 275	16 786

### Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T4 2018	T4 2019	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	4,3096	4,4143	-2,4%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	3,4875	3,6722	-5,0
Uruguay (EUR/UYP)	36,2481	39,4525	-8,1%
Argentine <sup>1</sup> (EUR/ARS)	43,0451	67,2695	-36,0%

<sup>1</sup> En raison de l'application de la norme IAS29, le taux de change utilisé pour la conversion des comptes de l'Argentine correspond au taux de clôture

## 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 2019 (segment Latam Retail). Afin de permettre la comparabilité des données 2019 et 2018, le chiffre d'affaires de l'Argentine sur l'année 2019 a été retraité de la norme IAS 29.

## Evolution des KPIs opérationnels en France sur l'année 2019

	2018 publié	2019	Cible annuelle 2021
<b>1. Mix</b>			
Chiffre d'affaires bio	1,0 Md€	1,1 Md€	1,5 Md€
<b>2. E-commerce</b>			
Quote-part E-commerce <sup>1</sup>	18 %	24 %	30 %
Volume d'affaires E-commerce alimentaire <sup>2</sup>	317	353	1 Md€
GMV Cdiscount	3,6 Mds€	3,9 Mds€	5 Mds€
<b>3. Digitalisation</b>			
Déploiement du Scan & Go <sup>3</sup>	33%	50%	100 %

<sup>1</sup> Chiffre d'affaires dans les enseignes et volume d'affaires Cdiscount au T4

<sup>2</sup> E-commerce alimentaire = E-commerce France hors Cdiscount

<sup>3</sup> Périmètre Hypermarchés et Supermarchés

## Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES ALIMENTAIRE TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T4 2019	Variation (hors calendaire)	
		T4 2019	FY 2019
Monoprix	1 268	+2,2%	+0,9%
Franprix	438	-4,4%	-3,0%
Supermarchés	698	-6,1%	-3,2%
Hypermarchés	868	-0,6%	+2,6%
Proximité & Divers	719	-8,7%	-3,7%
<i>Dont Proximité</i>	367	-1,5%	+1,5%
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>3 993</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-0,5%</b>

VOLUME D'AFFAIRES NON-ALIMENTAIRE TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T4 2019	Variation (hors calendaire)	
		T4 2019	FY 2019
Hypermarchés	167	-4,3%	+0,0%
Cdiscount	917	+5,2%	+7,9%
<b>TOTAL NON-ALIMENTAIRE</b>	<b>1 084</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+6,4%</b>

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT (en M€, hors essence)	T4 2019	Variation (hors calendaire)	
		T4 2019	FY 2019
<b>TOTAL FRANCE ET CDISCOUNT</b>	<b>5 076</b>	<b>-1,2%</b>	<b>+0,7%</b>

## Variation du chiffre d'affaires 2019/2018 France par enseigne

PAR ENSEIGNE (CA HT, en M€)	2019	Croissance totale	Croissance organique <sup>1</sup>	Croissance comparable <sup>1</sup>
<b>Monoprix</b>	<b>4 548</b>	+0,6%	+0,4%	+0,2%
<b>Franprix</b>	<b>1 526</b>	-4,9%	-2,9%	+0,0%
<b>Supermarchés</b>	<b>3 142</b>	-2,6%	-1,6%	+0,6%
<i>Dont SM Casino<sup>2</sup></i>	2 962	-3,0%	-2,0%	+0,7%
<b>Hypermarchés</b>	<b>4 560</b>	-4,3%	+0,7%	+0,4%
<i>Dont Géant<sup>2</sup></i>	4 345	-4,2%	+1,1%	+0,7%
<i>Dont alimentaire</i>	2 893	-7,9%	n.a	+0,8%
<i>Dont non-alimentaire</i>	551	-2,2%	n.a	-1,8%
<b>Proximité &amp; Divers<sup>3</sup></b>	<b>2 547</b>	-4,8%	-2,3%	+0,2%
<i>Dont Proximité<sup>4</sup></i>	1 317	+0,3%	+1,0%	+1,6%
<b>FRANCE RETAIL</b>	<b>16 322</b>	<b>-2,8%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>+0,3%</b>

<sup>1</sup> Hors essence et calendaire

<sup>2</sup> Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

<sup>3</sup> Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

<sup>4</sup> Proximité. 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. 2019	30 juin 2019	30 sept. 2019	31 dec. 2019
<b>HM Géant Casino</b>	<b>122</b>	<b>113</b>	<b>110</b>	<b>109</b>
Dont Affiliés Franchisés France	7	6	6	4
Affiliés International	5	5	5	6
<b>SM Casino</b>	<b>439</b>	<b>420</b>	<b>421</b>	<b>411</b>
Dont Affiliés Franchisés France	104	92	91	83
Affiliés Franchisés International	20	20	21	22
<b>Monoprix</b>	<b>765</b>	<b>771</b>	<b>778</b>	<b>784</b>
Dont Affiliés Franchisés	174	178	180	186
Naturalia intégrés	177	179	181	182
Naturalia franchisés	14	16	19	23
<b>Franprix</b>	<b>892</b>	<b>888</b>	<b>881</b>	<b>877</b>
Dont Franchisés	435	443	448	459
<b>Proximité</b>	<b>5 139</b>	<b>5 142</b>	<b>5 142</b>	<b>5 139</b>
<b>Autres activités (Restauration, Drive...)</b>	<b>579</b>	<b>395</b>	<b>394</b>	<b>367</b>
<b>Océan Indien</b>	<b>243</b>	<b>246</b>	<b>254</b>	<b>259</b>
<b>TOTAL France</b>	<b>8 179</b>	<b>7 975</b>	<b>7 980</b>	<b>7 946</b>

INTERNATIONAL	31 mars. 2019	30 juin 2019	30 sept. 2019	31 dec. 2019
<b>ARGENTINE</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>25</b>
HM Libertad	15	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	11	9	10	10
<b>URUGUAY</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>91</b>
HM Géant	2	2	2	2
SM Disco	29	29	29	29
SM Devoto	24	24	24	24
SUP Devoto Express	36	36	36	36
<b>BRESIL</b>	<b>1 059</b>	<b>1 059</b>	<b>1 054</b>	<b>1 076</b>
HM Extra	112	112	112	112
SM Pão de Açúcar	186	185	185	185
SM Extra	173	171	161	153
Compre Bem	13	13	13	28
Assaí (Cash & Carry)	145	148	153	166
SUP Mini Mercado Extra/ Minuto Pão de Açúcar	235	235	236	237
Drugstores	124	124	123	123
+ Stations-service	71	71	71	72
<b>COLOMBIE</b>	<b>1 959</b>	<b>2 000</b>	<b>1 980</b>	<b>2 033</b>
HM Éxito	92	92	92	92
SM Éxito et Carulla	161	158	158	158
SM Super Inter	70	70	70	70
Surtimax (discount)	1 520	1 561	1 537	1 588
Dont « Aliados »	1 419	1 469	1 445	1 496
B2B	20	25	30	30
SUP Éxito Express et Carulla Express	96	94	93	95
<b>CAMEROUN</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Cash & Carry	1	1	1	1
<b>TOTAL International</b>	<b>3 136</b>	<b>3 175</b>	<b>3 151</b>	<b>3 226</b>

## CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

**Régine GAGGIOLI** – Tél : +33 (0)1 53 65 64 17  
[rgaggioli@groupe-casino.fr](mailto:rgaggioli@groupe-casino.fr)

**ou**

+33 (0)1 53 65 24 17  
[IR\\_Casino@groupe-casino.fr](mailto:IR_Casino@groupe-casino.fr)

## CONTACTS PRESSE

### **Groupe Casino – Direction de la Communication**

Stéphanie ABADIE - [sabadie@groupe-casino.fr](mailto:sabadie@groupe-casino.fr) - +33 (0)6 26 27 37 05

**ou**

+33(0)1 53 65 24 78 - [directiondelacomunication@groupe-casino.fr](mailto:directiondelacomunication@groupe-casino.fr)

### **Agence IMAGE 7**

Karine ALLOUIS – Tel : +33(0)1 53 70 74 84 – [kallouis@image7.fr](mailto:kallouis@image7.fr)  
Flore LARGER – [flarger@image7.fr](mailto:flarger@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.*