

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2020 & CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2^e TRIMESTRE

Chiffre d'affaires Groupe en hausse de + 10,4 % en comparable au T2 (dont + 6,0 % en France et + 7,9 % y compris Cdiscount)

Forte progression de + 25 % du GMV de Cdiscount au T2 et amélioration de l'EBITDA S1 de + 30 M€

En Amérique latine, croissance organique T2 de + 17,3 % et progression de + 9,9 % de l'EBITDA S1 hors effet change

Conformément aux recommandations AMF, l'ensemble des coûts liés à la pandémie dont les primes exceptionnelles et avantages assimilés versés aux collaborateurs sont présentés dans le résultat opérationnel courant (ROC)

- **Forte hausse du chiffre d'affaires du Groupe de +10,4% au T2 en comparable**
 - En France, croissance de + 6,0 % en comparable et + 7,9 % y compris Cdiscount
 - Sur Cdiscount¹, accélération du volume d'affaires (« GMV ») à + 25 %, portée par la progression de + 39 % de la marketplace qui atteint 46,3 % du GMV
 - En Amérique latine, croissance de + 17,3 % en organique tirée par Assai au Brésil (+ 26,4 %¹)
- **Progression de l'EBITDA Groupe du semestre de +4 %² et de la marge d'EBITDA en France de + 9 bps malgré les surcoûts de la pandémie, en raison de plans d'économies de coûts renforcés**
 - En France, marge d'EBITDA de la distribution en progression de + 9 bps à 7,2 %
 - Les plans d'économies et plan Rocode ont permis une économie de + 40 M€, soit une amélioration pérenne du ratio de coûts de +50 bps
 - La crise sanitaire a généré un effet activité de + 80 M€ qui a été plus que compensé par des surcoûts temporaires liés aux mesures prises en urgence pour assurer l'approvisionnement des populations dans des conditions dégradées (coûts logistique : - 27 M€, renforts de personnel : - 28 M€) et pour protéger nos collaborateurs et nos clients (sécurité, matériel de protection, nettoyage : - 38 M€). À ces effets opérationnels de - 13 M€ s'ajoute la prime exceptionnelle aux salariés de - 37 M€, portant l'impact net de la crise sanitaire à - 50 M€ au S1 2020
 - Excellente performance de Cdiscount avec un EBITDA en amélioration de + 30 M€ tiré par la marketplace
 - En Amérique latine, hausse de l'EBITDA de + 9,9 %² avec d'excellentes performances d'Assai
- **En France, forte génération de cash-flow de 507 M€ sur 12 mois ; liquidité solide à fin S1 2020 avec 3,2 Mds€ dont 2,3 Mds€ de lignes de crédit confirmées non tirées**
- **Renforcement des axes de force du Groupe en France**
 - Formats : progression à deux chiffres des formats urbains et de proximité sur le trimestre, avec 68 ouvertures de magasins. Croissance du bio de + 14 % sur le semestre. Parc total de 444 magasins autonomes
 - E-commerce alimentaire³ : progression à trois chiffres et maintien d'une bonne dynamique après-crise avec environ 10 000 commandes par jour (vs 6 500 avant crise) ; Déploiement de l'entrepôt Casino O'logistique automatisé avec la technologie Ocado avec des commandes multipliées par 5 en 1 mois
 - E-commerce non alimentaire : recrutement de 1 million de nouveaux clients au T2
- **Cession de Leader Price à Aldi France pour 735 M€ portant le montant total des cessions signées à 2,8 Mds€ et finalisation de la cession de Vindémia portant le total des cessions encaissées à 2,0 Mds€**

| En M€ | S1 2019 retraité | S1 2020 | Var. totale | Var. TCC |
|---|------------------|---------|-------------|----------|
| Chiffre d'affaires | 16 842 | 16 140 | - 4,2 % | + 5,9 % |
| EBITDA | 1 123 | 1 066 | - 5,1 % | + 4,0 % |
| ROC | 455 | 386 | - 15,3 % | - 3,6 % |
| Résultat net normalisé des activités poursuivies, Part du Groupe | 12 | (87) | - | - |
| Dette financière nette | (4 703) | (4 834) | - 131 | n.s |
| dont France | (2 899) | (2 821) | + 77 | n.s |

¹ Donnée publiée par la filiale

² Croissance à taux de change constant

³ E-commerce alimentaire = E-commerce France hors Cdiscount

Faits marquants du S1 2020

■ Forte mobilisation du Groupe dans le contexte inédit de crise du Covid-19

Le groupe Casino s'est **mobilisé** pour assurer sa mission essentielle, la **sécurisation de l'approvisionnement alimentaire des populations dans un contexte de crise sanitaire inédit**. La priorité a été la **mise en place de mesures de protection des collaborateurs et des clients** : masques et gels hydro-alcooliques, plexiglas de protection, nettoyages systématiques conformément aux protocoles sanitaires, sécurisation et distanciation entre les clients, outils d'encaissement automatique. Des mesures ont été prises avec les **fournisseurs et les pouvoirs publics** afin de permettre d'assurer la **continuité des chaînes d'approvisionnement** et **sécuriser les opérations**.

Le Groupe a enregistré des **surcoûts liés au maintien de l'activité** dans des conditions dégradées, **dont l'essentiel a disparu avec le déconfinement**.

- **Surcoûts logistiques** : surcoûts de transport, désorganisations liées aux problèmes d'approvisionnement des fournisseurs, non facturation de pénalités logistiques ;
- **Surcoûts de frais de personnels** : renforts, heures de nuit, complément de salaires pour les personnels en arrêt maladie ou garde d'enfants ;
- **Surcoûts de protection et de sécurité** : achats massifs en urgence de masques, gants et gels hydro-alcoolique, protection en plexiglas, nettoyage renforcé des magasins, gardiennage pour réguler les distances entre clients ;
- **Surcoûts liés à la prime exceptionnelle aux salariés**.

■ Accélération de l'E-commerce et des solutions digitales, et poursuite du développement des formats porteurs

Au cours du semestre, les formats de proximité du Groupe et le E-commerce ont été particulièrement sollicités. Le **E-commerce alimentaire** affiche une **croissance à trois chiffres sur le T2 2020**, avec le déploiement des solutions de click & collect et de la livraison à domicile dans les formats urbains et de proximité. Le Groupe a également déployé l'entrepôt **Casino O'logistique** automatisé par la technologie Ocado. La montée en puissance de l'entrepôt est rapide avec une multiplication par 5 du nombre de commandes entre fin mai et fin juin. Les zones de livraison sont étendues à 4 départements (Paris et petite couronne), couvrant 6,8 millions d'habitants. Après le déconfinement, la transition vers un **nouveau modèle de consommation** s'accélère. Le nombre de **commandes** est en **hausse de + 50 %** à environ **10 000 commandes par jour** sur les dernières semaines contre **6 500 avant-crise**.

Cdiscount poursuit sa **forte dynamique** tirée par une contribution croissante de la marketplace au volume d'affaires (« GMV ») à 46,3 % au T2, en hausse de + 6,2 pts. Le groupe a fait évoluer son mix-produit vers des produits à marge élevée et à forte récurrence d'achat (bricolage, jardin, sport, produits du quotidien). La base de clients s'est fortement accrue, avec 1 million de nouveaux clients au T2 et un pic de 25 millions de visiteurs uniques en mai.

Le développement de **solutions digitales** se poursuit en magasins. La quote-part d'encaissement automatique¹ s'établit à 46% en hypermarchés et à 40% en supermarchés en juin. A date, le Groupe compte 444 magasins autonomes dont plus de la moitié des hypermarchés (58 magasins) et des supermarchés (167 magasins). Le programme de fidélité par abonnement **CasinoMax Extra**² représente 10 % du chiffre d'affaires en hypermarchés et supermarchés.

Parallèlement, le Groupe continue de se concentrer sur le développement de ses formats **premium et de proximité** avec **l'ouverture de 68 magasins** sur le semestre. Après 213 ouvertures en 2019, l'objectif est de déployer 300 nouveaux magasins d'ici 2021. Le Groupe continue de développer des **corners non-alimentaires**, notamment chez Franprix avec Hema et Décathlon, respectivement dans 79 et 18 magasins. Le **bio** maintient une bonne dynamique de + **14,4 %** sur le semestre.

¹ Smartphones ou caisses automatiques

² Abonnement de 10€ par mois (ou 90€ sur 12 mois) offrant une remise immédiate de 10% sur l'ensemble des achats

■ Poursuite du développement des nouvelles activités

Le groupe Casino continue de développer ses nouvelles activités créatrices de valeur. **GreenYellow** poursuit **son expansion à l'international** avec la signature du 100^{ème} contrat photovoltaïque en Thaïlande et d'un contrat photovoltaïque de 12 MWc en Afrique du Sud pour un acteur des métaux précieux. Au Brésil, des contrats d'économies d'énergie ont été signés avec plusieurs distributeurs.

Le développement de l'activité **Data** avec **relevanC** se poursuit avec une forte **croissance de + 34 %** au cours du semestre à **44 M€**, malgré un recul du marché. La plateforme « relevanC Advertising » permettant la gestion et le suivi du budget des campagnes publicitaires contribuera à accélérer le recrutement de nouveaux clients.

Concernant l'activité de **Data Centers, ScaleMax**, la **capacité de calcul** de l'entrepôt de Réau a progressé de **+ 30 %** au cours du semestre. Pendant le confinement, des **capacités de calcul ont été mises à disposition** pour le projet Folding@home de recherche contre le Covid-19.

■ Avancement du plan de cession d'actifs non stratégiques

Le groupe Casino a annoncé la **cession de 567 magasins et 3 entrepôts Leader Price** en France métropolitaine à Aldi France, pour une valeur d'entreprise de 735 M€¹, portant le **montant total des cessions signées à 2,8 Mds€**.

Le Groupe a également finalisé la cession de sa filiale **Vindémia**, leader de la grande distribution dans l'Océan Indien. Elle porte le **montant total des cessions encaissées à 2,0 Mds€**.

■ Reconnaissance des engagements RSE du Groupe

Le groupe Casino a été classé par Vigéo Eiris² **premier distributeur européen** pour sa **politique et ses engagements RSE**. Il se positionne comme la première entreprise européenne de distribution pour ses engagements en faveur du **climat**, de la **protection de l'environnement**, de sa **politique de ressources humaines** et de sa **gouvernance d'entreprise** ainsi que pour sa **politique sociale** et de ressources humaines sur l'ensemble des 129 entreprises françaises évaluées. Parmi les actions réalisées, le Groupe a mis en avant le bio qui a enregistré un chiffre d'affaires de 1,2 Md€ au S1 2020 (sur 12 mois), en s'appuyant notamment sur plus de 200 magasins spécialisés. Il a utilisé 160 tonnes de plastique recyclé pour ses emballages. Par ailleurs, 18 700 tonnes de produits ont été donnés aux banques alimentaires et associations en 2019. **Enfin, le Groupe a réduit ses émissions directes de gaz à effet de serre de - 19,6 % entre 2015 et 2019³.**

¹ Incluant un complément de prix de 35 M€, versé en cas de respect d'indicateurs opérationnels durant une période de transition

² Filiale de l'agence de notation Moody's

³ Tonnes de CO₂eq sur le Scope 1 + 2 en tenant compte du périmètre 2019

Chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2020

Au deuxième trimestre 2020, le chiffre d'affaires du Groupe atteint 7 846 M€, en baisse de - 7,5 % au total. Sur la période, les effets de change et d'essence ont un effet défavorable respectivement de - 13,1% et - 2,9 %. L'effet calendaire est de - 0,4 %. La **croissance comparable** du Groupe s'établit à + **10,4 %**¹ tirée par une activité dynamique en **France et en Amérique latine**, dans un contexte inédit de crise sanitaire.

En France, les ventes totales sont impactées par un recul des ventes d'essence (- 157 M€ soit - 4,1 pts) et par l'impact du plan Rocado en hypermarchés et supermarchés. La **croissance comparable** s'établit à + **6,0 %** sur le trimestre, portées par les **formats urbains et de proximité** (Franprix, Supermarchés et Proximité) avec une progression à deux chiffres, et le **E-commerce alimentaire en croissance à trois chiffres**. Les ventes de Monoprix affichent une hausse soutenue en alimentaire (+ 7,6 % en comparable) et renouent avec un dynamisme en non-alimentaire à partir de mi-mai.

Cdiscount² affiche un volume d'affaires (« GMV ») en hausse de + 24,8 % en organique, malgré le décalage des soldes à mi-juillet, tiré par la marketplace et les ventes directes. La **marketplace** est en croissance de + 39 % ce trimestre et atteint une quote-part de 46,3 % du GMV (+ 6,2 pts). Sur le trimestre, le nombre de **nouveaux clients** s'élève à 1 million avec 25 millions de visiteurs uniques en mai. Le GMV à l'international a doublé sur le trimestre avec une plateforme regroupant 88 sites couvrant 25 pays.

En **Amérique latine** (GPA Food et Éxito), les ventes progressent de + **12,5 % en comparable et de + 17,3% en organique**. Le chiffre d'affaires total est impacté par un fort effet de change défavorable de - 28,2 %. Ce trimestre, les ventes en Amérique latine sont tirées par le **succès de la stratégie de retournement de Multivarejo** avec une croissance comparable de + 15,8 %² et le maintien de **l'excellente performance d'Assaí** avec une croissance de + 26,4 %² en organique. Éxito enregistre une bonne performance avec une croissance comparable de + 6,0 %² malgré les restrictions de déplacement en Colombie.

¹ Hors essence et calendaire

² Donnée publiée par la filiale

Résultats du premier semestre 2020

Au S1 2020, le **chiffre d'affaires consolidé du Groupe** atteint **16 140 M€**, soit une variation de - 4,2 % au total, une hausse de + 9,4 % en organique et de + 8,4 % en comparable.

En **France**, le chiffre d'affaires semestriel est en hausse de + 6,0 % en comparable, tiré par les formats urbains et de proximité.

Le **E-commerce (Cdiscount)** affiche une hausse de son volume d'affaires (« GMV ») de + 12,0 %¹ tirée par la contribution croissante de la marketplace et des services B2C. Cdiscount enregistre une croissance soutenue depuis la fin du confinement confirmant la tendance.

Les ventes en **Amérique latine** sont en croissance de + 15,7 % en organique et de + 10,5 % en comparable, tirées par la très bonne performance d'Assaí et le regain d'activité de Multivarejo.

L'**EBITDA Groupe** atteint **1 066 M€**, en hausse de + **4,0 %** hors effet de change.

En **France**, la **marge de l'EBITDA de la distribution** est en croissance de + **9 bps** à **7,2 %**.

Les plans d'économies et plan Rocado ont permis une économie de + 40 M€, **soit une amélioration pérenne** du ratio de coûts de +50 bps.

La crise sanitaire a généré un effet activité de + 80 M€ qui a été plus que compensé par des **surcoûts temporaires** liés aux mesures prises en urgence pour assurer l'approvisionnement des populations dans des conditions dégradées (coûts logistiques : - 27 M€, renforts de personnel : - 28 M€) et pour protéger nos collaborateurs et nos clients (sécurité, matériel de protection, nettoyage : - 38 M€). **À ces effets opérationnels de - 13 M€ s'ajoute la prime exceptionnelle aux salariés de - 37 M€, portant l'impact net de la crise sanitaire à - 50 M€ au S1 2020.**

Cdiscount enregistre une **progression de son EBITDA** de + **30 M€** soit une **marge d'EBITDA** de **4,5 %** (+ 302 bps), avec une **marge brute en hausse de + 2,8 pts**, tirée par l'évolution du mix produit vers des ventes à marge élevée et à récurrence d'achat (bricolage, jardin, sport, produits du quotidien).

L'**EBITDA de l'Amérique latine** progresse de + **9,9 % hors effet change**. Pour **GPA**, l'**EBITDA** est en croissance de + **10,9 % hors effet change** porté par l'amélioration de la rentabilité d'Assaí. Pour **Grupo Éxito**, l'**EBITDA** est en hausse de + **7,3 % hors effet change**.

Le **ROC Groupe** s'établit à **386 M€**. Le ROC est impacté par des surcoûts exceptionnels liés au Covid-19 (dont - 47 M€ de prime exceptionnelle aux salariés sur l'ensemble du Groupe) et un effet change de - 55 M€. Hors prime exceptionnelle aux salariés, le ROC Groupe progresse de + 7 % à change constant. En France, le ROC de la distribution s'élève à 144 M€ et progresse de + 2 % hors prime exceptionnelle aux salariés.

Résultat financier et Résultat net Part du Groupe normalisés²

Le **Résultat financier normalisé** au premier semestre s'établit à - 378 M€ contre - 341 M€ au S1 2019. Les charges financières sont en hausse suite au refinancement au S2 2019 en France, l'impact de la réduction de la dette brute liée aux cessions 2020 déjà signées n'étant pas encore reflété. Les charges financières de GPA s'inscrivent en hausse dans le cadre de l'OPA sur Éxito (rachat des minoritaires) réalisée au S2 2019.

Le **Résultat net normalisé des activités poursuivies Part du Groupe** s'établit à - 87 M€ ce semestre contre 12 M€ au S1 2019.

Résultat net de l'ensemble consolidé

Le **Résultat net de l'ensemble consolidé** s'établit à - 445 M€ ce semestre contre - 226 M€ au S1 2019. Le Résultat Net des activités poursuivies s'établit à - 287 M€ en raison notamment de - 249 M€ de charges exceptionnelles majoritairement non cash. Le Résultat net des activités abandonnées s'établit à - 158 M€ en raison notamment d'opérations de déstockage.

¹ Donnée publiée par la filiale

² Définitions données en page 8

Situation financière au 30 juin 2020

Le **cash-flow libre de la France avant plan de cession et plan Rocado** s'établit à - 40 M€ sur le S1 2020, reflétant la saisonnalité habituelle avec une **progression de + 140 M€** par rapport au S1 2019. La variation de BFR s'améliore de + 137 M€ ce semestre par rapport au S1 2019, porté par la dynamique des ventes et les plans d'actions. Les investissements (Capex bruts) sont en réduction de - 14 % sur la période.

En France, sur 12 mois glissants la dette financière nette s'inscrit en légère réduction après réintégration de 555 M€ correspondant au remboursement de Ségisor (c. 200 M€) et aux dénouements des TRS et forward GPA (357 M€). **En France, le Groupe a généré 507 M€ de cash-flow libre opérationnel¹**, soit **254 M€ après frais financiers et dividendes** et encaissé 469 M€ de produits de cession.

La **Dette financière nette de Casino en France²** au 30 juin 2020 s'établit à 2,8 Mds€ contre 2,9 Mds€ au 30 juin 2019. La dette financière nette E-commerce est quasi-stable. La dette du Latam augmente de 187 M€ en lien avec l'opération de simplification de la structure du Groupe en Amérique latine.

La **Dette financière nette du groupe Casino** au 30 juin 2020 est de **4,8 Mds€ contre 4,7 Mds€** au 30 juin 2019.

En France², Casino dispose au 30 juin 2020 de 3,2 Mds€ de liquidités, se composant d'une **position de trésorerie brute de 913 M€** et de **lignes de crédit confirmées non tirées de 2,3 Mds€**. **Par ailleurs, le Groupe dispose d'un montant de 186 M€** sur un compte séquestre dédié au remboursement des obligations.

Informations financières additionnelles relatives à la documentation sur les refinancements 2019

Au 30 juin 2020, sur le périmètre « France Retail + E-commerce »³, les covenants sont respectés. Le ratio **Dette brute / EBITDA ajusté est de 6,62x**, inférieur au plafond de 7,50x, soit avec une marge de manœuvre de 764 M€ sur la dette brute. Le ratio **EBITDA ajusté / Coûts financiers nets est de 3,76x**, supérieur au seuil de 2,25x, soit une marge de manœuvre de 350 M€ sur l'EBITDA.

Perspectives S2 2020

Les priorités du Groupe en France pour le semestre sont :

- La **croissance de l'activité** portée par le E-commerce alimentaire et Cdiscount, l'expansion sur les formats porteurs et la dynamique commerciale des enseignes
- La **poursuite de l'accroissement de la rentabilité** via la montée en puissance des plans d'économies en cours et la croissance des nouvelles activités (énergie et data)
- La **génération de cash** avec la poursuite des efforts de baisse de stocks et la maîtrise des capex
- La **réduction de la dette brute** avec l'allocation de l'ensemble des produits du plan de cession au désendettement, et la poursuite du plan de cession de 4,5 Mds€ d'actifs non stratégiques

Le Conseil d'administration s'est réuni le 29 juillet 2020 pour arrêter les comptes consolidés du premier semestre 2020. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité des commissaires aux comptes.

*La présentation des résultats semestriels 2020 est accessible sur le site du Groupe Casino
(www.groupe-casino.fr)*

¹ Hors plan de cession et plan Rocado

² Périmètre holding du Groupe Casino, incluant notamment les activités françaises et les holdings détenues à 100 %

³ Périmètre tel que défini dans les documentations de refinancement avec principalement Ségisor comptabilisé dans le périmètre France Retail + E-commerce

ANNEXES – RÉSULTATS SEMESTRIELS

Chiffre d'affaires semestriel consolidé par segment

| CHIFFRE D'AFFAIRES <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | S1 2020 | Var. | Var. TCC |
|---|-------------------------|----------------|---------------|-----------------|
| France Retail | 8 045 | 7 791 | - 3,2 % | - |
| Latam Retail | 7 908 | 7 401 | - 6,4 % | + 15,0 % |
| E-commerce (Cdiscount) | 889 | 948 | + 6,6 % | - |
| Total Groupe | 16 842 | 16 140 | - 4,2% | + 5,9 % |

EBITDA semestriel consolidé par segment

| EBITDA <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | S1 2020 | Var. | Var. TCC |
|-------------------------------|-------------------------|----------------|----------------|-----------------|
| France Retail | 601 | 564 | - 6,2 % | - 5,7 % |
| Latam Retail | 508 | 459 | - 9,7 % | + 9,9 % |
| E-commerce (Cdiscount) | 13 | 43 | n.s | n.s |
| Total Groupe | 1 123 | 1 066 | - 5,1 % | + 4,0 % |

Résultat Opérationnel Courant semestriel consolidé par segment

| ROC <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | S1 2020 | Var. | Var. TCC |
|----------------------------|-------------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| France Retail | 207 | 148 | - 28,7 % | - 27,3 % |
| Latam Retail | 265 | 232 | - 12,5% | + 6,3 % |
| E-commerce (Cdiscount) | (17) | 6 | n.s | n.s |
| Total Groupe | 455 | 386 | - 15,3 % | - 3,6 % |

Résultat net semestriel normalisé

| <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | Éléments de normalisation | S1 2019 normalisé | S1 2020 | Éléments de normalisation | S1 2020 Normalisé |
|---|-----------------------------|---------------------------------|------------------------------|----------------|---------------------------------|------------------------------|
| Résultat Opérationnel Courant | 455 | 0 | 455 | 386 | 0 | 386 |
| Autres produits et charges opérationnels | (286) | 286 | 0 | (249) | 249 | 0 |
| Résultat opérationnel | 169 | 286 | 455 | 137 | 249 | 386 |
| Coût de l'endettement financier net | (156) | 0 | (156) | (188) | 0 | (188) |
| Autres produits et charges financiers ¹ | (139) | (47) | (185) | (264) | 74 | (190) |
| Charge d'impôt ² | (24) | (33) | (58) | 12 | (66) | (53) |
| Quote-part de résultat des entreprises associées | 22 | 0 | 22 | 15 | 0 | 15 |
| Résultat net des activités poursuivies | (127) | 206 | 79 | (287) | 257 | (30) |
| Dont intérêts minoritaires ³ | 45 | 22 | 67 | 47 | 9 | 57 |
| Dont part du Groupe | (172) | 184 | 12 | (334) | 248 | (87) |

Le résultat net normalisé correspond au résultat net des activités poursuivies corrigé (i) des effets des autres produits et charges opérationnels tels que définis dans la partie « principes comptables » de l'annexe annuelle aux comptes consolidés, (ii) des effets des éléments financiers non récurrents ainsi que (iii) des produits et charges d'impôts afférents à ces retraitements et à l'application de la règle IFRIC 23 « Incertitudes relatives aux traitements fiscaux ».

Les éléments financiers non récurrents regroupent les variations de juste valeur des dérivés actions (par exemple les instruments de Total Return Swap et Forward portant sur les titres GPA) et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens.

¹ Sont retraités des autres produits et charges financiers, principalement les effets d'actualisation monétaire des passifs fiscaux, ainsi que les variations de juste valeur des Total Return Swaps portant sur les actions GPA et du forward GPA

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 afférents à ces retraitements et à l'application de la règle IFRIC 23 « Incertitudes relatives aux traitements fiscaux »

³ Sont retraités des intérêts ne donnant pas le contrôle les montants associés aux éléments retraités ci-dessus

Évolution de la dette financière nette semestrielle par entité

| <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | Évolution de la période | S1 2020 |
|-------------------------------|---------------------|----------------------------|----------------|
| France Retail | (2 899) | + 77 | (2 821) |
| E-commerce (Cdiscount) | (356) | - 21 | (376) |
| Latam Retail | (1 449) | - 187 | (1 636) |
| <i>dont GPA Food</i> | (322) | - 1 090 | (1 412) |
| <i>dont Éxito</i> | (729) | + 715 | (14) |
| <i>dont Segisor</i> | (381) | + 196 | (185) |
| Total | (4 703) | -131 | (4 834) |

Dette financière nette Groupe semestrielle (6 mois)

| <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | S1 2020 |
|--|---------------------|----------------|
| DFN Groupe au 1^{er} janvier | (3 378) | (4 053) |
| Cash-flow libre¹ | (893) | (721) |
| Frais financiers (hors intérêts au titre des contrats de location) | (245) | (290) |
| Dividendes versés aux actionnaires et porteurs de TSSDI | (274) | (67) |
| Rachats d'actions | (58) | (1) |
| Autres investissements financiers | 52 | (238) |
| Autres éléments non cash | 240 | 656 |
| Activités destinées à la vente classées en IFRS 5 | (148) | (120) |
| DFN Groupe au 30 juin | (4 703) | (4 834) |

¹ Avant dividendes versés aux actionnaires de la société mère et aux porteurs de TSSDI, avant frais financiers

Dette financière semestrielle France (6 mois)

| <i>En M€</i> | S1 2019 retraité | S1 2020 |
|--|-----------------------------|------------------|
| DFN France au 1^{er} janvier | (2 724) | (2 282) |
| Cash flow libre¹ avant plan de cession et plan Rocado | (180) | (40) |
| Frais financiers (hors intérêts au titre des contrats de location) | (144) | (208) |
| Dividendes versés aux actionnaires et porteurs de TSSDI | (218) | (37) |
| Rachats d'actions et transactions avec les intérêts ne donnant pas le contrôle | (94) | (1) |
| Autres investissements financiers (hors dénouement du TRS GPA) | 33 | (30) |
| Autres éléments non cash | 103 | 46 |
| <i>dont frais financiers non cash</i> | 69 | 80 |
| Variation de DFN hors dénouement du TRS GPA, plan de cession, plan Rocado, IFRS 5 | (502) | (270) |
| Dénouement du TRS GPA | 0 | (248) |
| Plan de cession | 380 ² | 186 ³ |
| Plan Rocado | 72 | (18) |
| Activités destinées à la vente classées en IFRS 5 | (125) | (189) |
| DFN France au 30 juin | (2 899) | (2 821) |

¹ Avant dividendes versés aux actionnaires de la société mère et aux porteurs de TSSDI, avant frais financiers et y compris loyers (remboursement de passifs de loyers et intérêts au titre des contrats de location)

² Murs de magasins et restauration

³ Prix de cession encaissé pour la cession de Vindémia

Bilan consolidé simplifié

| <i>En M€</i> | 31/12/2019 | 30/06/2020 |
|--|---------------|---------------|
| Actifs au titre de droits d'utilisation | 4 837 | 4 387 |
| Autres actifs non courants | 17 687 | 15 573 |
| Actifs courants | 12 603 | 10 630 |
| Total actifs | 35 127 | 30 590 |
| Capitaux propres | 8 291 | 6 627 |
| Passifs financiers non courants | 8 100 | 7 326 |
| Passifs de loyers non courants | 3 937 | 3 627 |
| Autres passifs non courants | 1 624 | 1 345 |
| Passifs de loyers courants | 740 | 678 |
| Autres passifs courants | 12 436 | 10 987 |
| Total capitaux propres et passifs | 35 127 | 30 590 |

ANNEXES – CHIFFRE D’AFFAIRES TRIMESTRIEL

Chiffre d’affaires trimestriel consolidé par segment

| CA HT En M€ | CA T2 2020 | Croissance CA totale | Croissance CA organique ¹ | Croissance CA comparable ¹ |
|----------------------|---------------|-------------------------|---|--|
| France Retail | 3 906 | - 5,6 % | + 3,1 % | + 6,0 % |
| Cdiscount | 499 | + 20,9 % | + 20,9 % | + 20,9 % |
| Total France | 4 405 | - 3,2 % | + 4,9 % | + 7,9 % |
| Latam Retail | 3 441 | - 12,5% | + 17,3 % | + 12,5 % |
| TOTAL GROUPE | 7 846 | - 7,5 % | + 10,8 % | + 10,4 % |

Chiffre d’affaires trimestriel consolidé France par enseigne

| CA HT PAR ENSEIGNE | T1 2020 | Croissance comparable ¹ | T2 2020 | Croissance totale | Croissance organique ¹ | Croissance comparable ¹ |
|---|------------|---------------------------------------|------------|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Monoprix | 1 156 | + 3,6 % | 1 137 | - 0,5 % | + 0,3 % | + 2,9 % |
| Supermarchés | 747 | + 7,4 % | 779 | - 1,4 % | + 8,9 % | + 9,9 % |
| <i>dont SM Casino²</i> | 711 | + 7,5 % | 740 | - 0,7 % | + 9,8 % | + 11,8 % |
| Franprix | 412 | + 12,6 % | 446 | + 11,8 % | + 13,7 % | + 14,7 % |
| Proximité & Divers³ | 622 | + 9,5 % | 631 | - 1,3 % | + 4,9 % | + 12,8 % |
| <i>dont Proximité⁴</i> | 336 | + 11,5 % | 362 | + 11,1 % | + 11,5 % | + 18,0 % |
| Hypermarchés | 948 | + 1,7 % | 912 | - 21,6 % | - 3,7 % | - 0,8 % |
| <i>dont Géant²</i> | 900 | + 1,5 % | 868 | - 22,0 % | - 3,1 % | - 0,1 % |
| <i>dont Alimentaire</i> | 631 | + 2,9 % | 641 | - 13,5 % | n.a | - 0,7 % |
| <i>dont Non-alimentaire</i> | 97 | - 8,1 % | 110 | - 15,9 % | n.a | + 3,1 % |
| FRANCE RETAIL | 3 885 | + 5,8 % | 3 906 | - 5,6 % | + 3,1 % | + 6,0 % |

Principales données trimestrielles Cdiscount⁵

| CHIFFRES CLÉS | T2 2019 | T2 2020 | Croissance Publiée | Croissance organique |
|--|---------|---------|-----------------------|-------------------------|
| GMV (volume d’affaires) total TTC | 847 | 1 047 | +23,5 % | +24,8 % |
| <i>dont ventes en propre</i> | 414 | 449 | +7,9% | |
| <i>dont marketplace</i> | 282 | 393 | +39,3% | |
| Quote-part marketplace (%) | 40,1 % | 46,3 % | | + 6,2 pts |
| Chiffre d’affaires (en M€) | 469 | 556 | +18,6 % | +16,9 % |
| Trafic (en millions de visites) | 235 | 315 | | +34,0 % |
| Quote-part trafic mobile (%) | 71,5 % | 71,1 % | | - 0,4 pts |
| Clients actifs (en millions) | 9,2 | 9,6 | | +5,2% |

¹ Hors 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 Données publiées par la filiale

Volume d'affaires France par enseigne

| Volume d'affaire alimentaire Total HT Par enseigne estimé <i>En M€, hors essence</i> | T2 2020 | Variation comparable (hors calendaire) |
|--|----------------|---|
| Monoprix | 1 156 | + 2,9 % |
| Franprix | 513 | + 14,7 % |
| Supermarchés | 769 | + 9,9 % |
| Hypermarchés | 774 | - 1,3 % |
| Proximité | 451 | + 18,0 % |
| Autres | 298 | n.a. |
| Total Alimentaire | 3 962 | + 6,4 % |

| Volume d'affaire non-alimentaire Total HT Par enseigne estimé <i>En M€, hors essence</i> | T2 2020 | Variation comparable (hors calendaire) |
|--|----------------|---|
| Hypermarchés | 131 | + 2,5 % |
| Cdiscount | 801 | + 20,9 % |
| Total Non-alimentaire | 932 | + 17,8 % |

| Volume d'affaire Total HT <i>En M€, hors essence</i> | T2 2020 | Variation comparable (hors calendaire) |
|--|----------------|---|
| Total France et Cdiscount | 4 894 | + 8,2 % |

ANNEXES – INFORMATIONS ADDITIONNELLES T2 2020 RELATIVES À LA DOCUMENTATION SUR LES REFINANCEMENTS DE L'AUTOMNE 2019

C.f communiqué de presse du 21 novembre 2019

Informations financières sur le semestre clos le 30 juin 2020 :

| En M€ | France Retail + E-commerce | Latam | Total |
|--|-------------------------------|------------|------------|
| Chiffre d'affaires ¹ | 8 747 | 7 393 | 16 140 |
| EBITDA ¹ | 606 | 460 | 1 066 |
| (-) impact des loyers ² | - 323 | - 150 | - 474 |
| EBITDA consolidé ajusté yc loyers¹ | 283 | 310 | 592 |

Les tendances sous-jacentes aux variations dans les agrégats présentés ci-dessus sont telles que décrites ailleurs dans ce communiqué.

Informations financières sur une période de 12 mois au 30 juin 2020 :

| En M€ | France Retail + E-commerce | Latam | Total |
|--|-------------------------------|--------------|--------------|
| Chiffre d'affaires ¹ | 18 109 | 15 834 | 33 943 |
| EBITDA ¹ | 1 526 | 1 057 | 2 583 |
| (-) impact des loyers ² | - 654 | - 303 | - 958 |
| (i) EBITDA consolidé ajusté yc loyers^{1 4} | 872 | 754 | 1 625 |
| (ii) Dette financière brute : prêts et emprunts^{1 3} | 5 776 | 2 777 | 8 554 |
| iii) Trésorerie et équivalents de trésorerie^{1 3} | 950 | 1 258 | 2 207 |

Au 30 juin 2020, la liquidité du Groupe sur le périmètre « France + E-commerce » était de 3,25 Mds€, dont 922 M€ de trésorerie et équivalents de trésorerie et 2,33 Mds€ de lignes de crédit confirmées non tirées.

Informations complémentaires concernant les covenants et les comptes séquestres :

| Covenants testés dès le 31 mars 2020 conformément à la ligne de crédits syndiquée de 2 Mds€ en date du 18 novembre 2019 | |
|--|-----------------|
| Type de covenant (France et E-commerce) | Au 30 juin 2020 |
| Dette financière brute ajustée / EBITDA ajusté ⁴ <7,50x ⁵ | 6,62x |
| EBITDA ajusté ⁴ / Coûts financiers nets >2,25x | 3,76x |

Les covenants testés à fin juin 2020 ne reflètent pas encore l'impact de la cession Leader Price.

Le Groupe confirme que 186 M€ de cession de Vindemia ont été crédités sur le compte séquestre au cours du trimestre clos le 30 juin 2020.

Aucune somme n'a été débitée du compte séquestre et son solde s'élevait à 186 M€ au 30 juin 2020. Aucune somme n'a été créditée ou débitée du compte séquestre des obligations et son solde est resté à 0 €.

¹ Données non auditées, périmètre tel que défini dans les documentations de refinancement avec principalement Segisor comptabilisé dans le périmètre France Retail + E-commerce

² Intérêts payés sur les dettes de loyer et le remboursement des passifs de loyer tels que définis dans la documentation

³ Donnée au 30 juin 2020

⁴ L'EBITDA au sens de la documentation de refinancement est un EBITDA retraité des remboursements des passifs de loyers et des intérêts au titre des contrats de location

⁵ 7,50x au 30 juin 2020, 7,25x au 30 septembre 2020, 5,75x au 31 décembre 2020, 6,50x au 31 mars 2021, 6,00x au 30 juin 2021 et 30 septembre 2021, et 4,75x à compter du 31 décembre 2021

Parc de magasins à fin d'exercice

| FRANCE | 30/09/2019 | 31/12/2019 | 31/03/2020 | 30/06/2020 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| HM Géant Casino | 110 | 109 | 104 | 104 |
| <i>dont Affiliés Franchisés France</i> | 6 | 4 | 4 | 4 |
| <i>Affiliés International</i> | 5 | 6 | 6 | 6 |
| SM Casino | 421 | 411 | 411 | 415 |
| <i>dont Affiliés Franchisés France</i> | 91 | 83 | 69 | 69 |
| <i>Affiliés Franchisés International</i> | 21 | 22 | 22 | 22 |
| Monoprix | 778 | 784 | 789 | 789 |
| <i>dont Affiliés Franchisés</i> | 180 | 186 | 190 | 190 |
| <i>Naturalia</i> | 181 | 182 | 181 | 181 |
| <i>Naturalia franchisé</i> | 19 | 23 | 26 | 26 |
| Franprix | 881 | 877 | 867 | 869 |
| <i>dont Franchisés</i> | 448 | 459 | 441 | 478 |
| Proximité | 5 142 | 5 139 | 5 130 | 5 134 |
| Autres activités (Restauration, Drive...) | 394 | 367 | 223 | 219 |
| Total France | 7 726 | 7 687 | 7 524 | 7 530 |

| INTERNATIONAL | 30/09/2019 | 31/12/2019 | 31/03/2020 | 30/06/2020 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ARGENTINE | 25 | 25 | 25 | 25 |
| HM Libertad | 15 | 15 | 15 | 15 |
| SUP Mini Libertad et Petit Libertad | 10 | 10 | 10 | 10 |
| URUGUAY | 91 | 91 | 93 | 93 |
| 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 |
| Möte | 0 | 0 | 2 | 2 |
| BRÉSIL | 1 054 | 1 076 | 1 072 | 1 070 |
| HM Extra | 112 | 112 | 107 | 107 |
| SM Pão de Açúcar | 185 | 185 | 185 | 182 |
| SM Extra | 161 | 153 | 151 | 151 |
| Compre Bem | 13 | 28 | 28 | 28 |
| Assaí (Cash & Carry) | 153 | 166 | 167 | 169 |
| SUP Mini Mercado Extra & Minuto Pão de Açúcar | 236 | 237 | 238 | 238 |
| Drugstores | 123 | 123 | 123 | 122 |
| + Stations-service | 71 | 72 | 73 | 73 |
| COLOMBIE | 1 980 | 2 033 | 1 984 | 1 981 |
| HM Éxito | 92 | 92 | 92 | 92 |
| SM Éxito et Carulla | 158 | 158 | 157 | 157 |
| SM Super Inter | 70 | 70 | 69 | 69 |
| Surtimax (discount) | 1 537 | 1 588 | 1 540 | 1 536 |
| <i>dont « Aliados »</i> | 1 445 | 1 496 | 1 460 | 1 459 |
| B2B | 30 | 30 | 32 | 32 |
| SUP Éxito Express et Carulla Express | 93 | 95 | 94 | 95 |
| CAMEROUN | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cash & Carry | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Total International | 3 151 | 3 226 | 3 175 | 3 170 |

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

Lionel BENCHIMOL – Tél : +33 (0)1 53 65 64 17
lbenchimol@groupe-casino.fr

ou

+33 (0)1 53 65 24 17
IR_Casino@groupe-casino.fr

CONTACTS PRESSE

Groupe Casino – Direction de la Communication

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

ou

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

Agence IMAGE 7

Karine ALLOUIS – Tél : +33(0)1 53 70 74 84 - kallouis@image7.fr
Franck PASQUIER – Tél : +33 (0)6 73 62 57 99 - fpasquier@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.