

## CHIFFRE D'AFFAIRES ET INFORMATIONS FINANCIERES – T3 2020

- Chiffre d'affaires de 7,4 Md€, en croissance de +6,2% en comparable<sup>1</sup>
- En France, chiffre d'affaires stable en comparable et EBITDA en forte progression de +46 M€ sur le trimestre grâce aux plans de baisse de coûts et à la progression de la marketplace Cdiscount
- En Amérique Latine, croissance comparable de +11,6% tirée par la forte progression d'Assai (+18,1% en comparable<sup>2</sup>), et croissance de l'EBITDA de GPA consolidé de +30%<sup>3</sup> en monnaie locale

### Faits marquants du troisième trimestre

En France, le chiffre d'affaires est stable en comparable (-0,2%) sur le périmètre France Retail, avec une baisse de la fréquentation touristique à Paris et dans le Sud-Est en juillet, et une reprise de la dynamique commerciale au mois d'août. La dynamique reste forte sur le bio (+8%) et le E-commerce (+44%). En raison de la cession de Vindémia et du plan Rocade, le chiffre d'affaires total s'inscrit en recul de -10,6%.

Le principal fait marquant du trimestre est la forte amélioration de l'EBITDA de +46 M€ vs T3 2019, générée par :

- La poursuite des plans de transformation générant des gains de productivité significatifs, en sus des effets année pleine du plan Rocade de cession et fermeture des magasins déficitaires. Par ailleurs les coûts liés à la crise sanitaire ayant fortement diminué, le Groupe a ainsi réduit de manière pérenne sa base de coûts dans l'ensemble de ses enseignes ;
- La poursuite d'une forte dynamique sur la marketplace Cdiscount dont le volume d'affaires progresse de +8,8% et les revenus (commissions et services aux vendeurs) de +17%.

Sur le trimestre, la progression de l'EBITDA et le rattrapage de l'effet essence sur le BFR ont contribué à l'amélioration de la génération de cash de +130 M€ par rapport à la même période l'an dernier.

Le Groupe a poursuivi sur le trimestre la mise en œuvre de ses priorités stratégiques :

### 1 - Priorités commerciales

- **E-commerce alimentaire** en progression de +44% sur le trimestre :
  - Sur l'entrepôt O'logistique équipé avec la technologie Ocado, progression des commandes de +60% entre fin juin et fin septembre, et extension du service à 75% de la population d'Ile-de-France ;
  - Lancement fin septembre de la préparation de commandes au profit des enseignes Casino.
- **Progression rapide de la marketplace Cdiscount, dont le volume d'affaires croît de +8,8%, et les revenus (commissions et services aux vendeurs) progressent de +17%**. La marketplace atteint 45% du GMV (+5,9 pts), le transfert des ventes en propres vers les ventes marketplace se traduisant par une stabilité globale du GMV sur la période ;
- **Croissance de l'activité bio à +8%** dans un contexte de stabilité globale des ventes, soit une quote-part bio en progression de +1,1 points qui atteint 9,0% sur le trimestre.

**2 - Priorités digitales : poursuite de l'innovation au service des clients avec désormais 477 magasins équipés de solutions automatisées (contre 444 à fin juin 2020) leur permettant de fonctionner en autonome (le soir ou le dimanche), et progression de la digitalisation du parcours client** avec 51% des encaissements en hypermarchés et 44% en supermarchés réalisés par smartphone ou caisse automatique.

**3 - Priorités de développement : poursuite de l'expansion sur les formats urbains et de proximité** avec l'ouverture de 37 magasins au cours du trimestre (105 ouvertures depuis le début de l'année).

**Les covenants sont confortablement respectés à fin septembre** : l'EBITDA ajusté<sup>4</sup> 12 mois s'établit à 925 M€, la dette financière brute<sup>5</sup> à 5 974 M€, et le ratio de covenant dette financière brute<sup>5</sup> / EBITDA ajusté<sup>4</sup> à 6,46x, soit une marge de 732 M€ sur la dette financière brute par rapport au plafond de 7,25x.

En France (y compris Cdiscount), le Groupe dispose à fin septembre d'une **liquidité de 3,0 Mds€**, dont 0,6 Md€ de trésorerie et **2,3 Mds€ de lignes de crédits non tirées**.

Compte tenu de la finalisation de la cession de Leader Price et de la génération de cash attendue au quatrième trimestre, **le Groupe prévoit en France (y compris Cdiscount) une dette financière brute<sup>5</sup> de 5,0 Mds€ à fin 2020, en baisse de plus de 1 Md€ par rapport à fin 2019.**

<sup>1</sup> Croissance comparable hors effet essence et calendaire

<sup>2</sup> Croissance organique de +33% (données publiées par la filiale)

<sup>3</sup> Donnée publiée par la filiale (donnée pro forma pour GPA consolidé)

<sup>4</sup> EBITDA après loyers (i.e. remboursement des passifs de loyers et intérêts payés sur les passifs de loyers), sur le périmètre France (dont E-commerce) tel que défini par la documentation du refinancement de novembre 2019

<sup>5</sup> Emprunts et dettes financières sur le périmètre France (dont E-commerce) tels que définis dans la documentation bancaire de novembre 2019

**En Amérique Latine, chiffre d'affaires en progression organique de +15,5% (+11,6% en comparable) porté par l'excellente performance d'Assaí (+33% de croissance organique<sup>1</sup>), et amélioration de l'EBITDA de GPA consolidé (y compris Groupe Éxito) de +30%<sup>1</sup> de 1,3 Md BRL à 1,7 Md BRL.**

Au Brésil (GPA Food), progression du chiffre d'affaires de +20% en organique<sup>1</sup>, et EBITDA en hausse de +28%<sup>1</sup>, de 1,0 Md BRL à 1,3 Md BRL, tiré par Assaí, dont l'EBITDA s'améliore de +48%<sup>1</sup>, de 0,5 Md BRL à 0,7 Md BRL.

**GPA a lancé une étude en vue d'un spin-off d'Assaí au Brésil.** Cette opération permettra à Assaí d'une part, et à GPA et Éxito d'autre part, de se concentrer sur leurs modèles d'entreprise et sur les opportunités de leurs marchés respectifs.

## Evolution du chiffre d'affaires

CA HT (en M€)	CA T3 2020	Croissance CA totale	Croissance CA organique <sup>2</sup>	Croissance CA comparable <sup>2</sup>
<b>France Retail</b>	3 676	-10,6%	-2,6%	-0,2%
<b>Cdiscount</b>	447	-3,0%	-3,0%	-3,0%
<i>Total France</i>	4 123	-9,9%	-2,6%	-0,6%
<b>Latam Retail</b>	3 303	-17,5%	+15,5%	+11,6%
<b>TOTAL GROUPE</b>	7 426	-13,4%	+6,2%	+6,2%
<b>GMV Cdiscount<sup>1</sup></b>	936	-0,8%	+0,2%	n.a.

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2020, l'impact du change est de -14,7% et l'effet essence ressort à -1,6%. L'effet périmètre s'établit à -3,1%. L'effet calendaire est de -0,2%.

## Détails de l'activité

### France Retail

CA HT PAR ENSEIGNE	Variation T2 2020 / T2 2019				Variation T3 2020 / T3 2019			
	T2 2020	Croissance totale	Croissance organique <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup>	T3 2020	Croissance totale	Croissance organique <sup>2</sup>	Croissance comparable <sup>2</sup>
<b>Monoprix</b>	1 137	-0,5%	+0,3%	+2,9%	1 024	-2,8%	-3,1%	-1,2%
<b>Supermarchés</b>	779	-1,4%	+8,9%	+9,9%	816	-4,4%	-0,3%	+0,8%
<i>dont SM Casino<sup>3</sup></i>	740	-0,7%	+9,8%	+11,8%	757	-4,3%	-0,2%	+1,7%
<b>Franprix</b>	446	+11,8%	+13,7%	+14,7%	343	-4,5%	-3,9%	-1,1%
<b>Proximité &amp; Divers<sup>4</sup></b>	631	-1,3%	+4,9%	+12,8%	478	-29,0%	+3,2%	+6,5%
<i>Dont Proximité<sup>5</sup></i>	362	+11,1%	+11,5%	+18,0%	404	+4,7%	+6,2%	+6,5%
<b>Hypermarchés</b>	912	-21,6%	-3,7%	-0,8%	1 016	-13,5%	-5,9%	-3,0%
<i>Dont Géant<sup>3</sup></i>	868	-22,0%	-3,1%	-0,1%	950	-14,6%	-6,8%	-2,7%
<i>Dont alimentaire</i>	641	-13,5%	n.a.	-0,7%	663	-10,0%	n.a.	-2,8%
<i>Dont non-alimentaire</i>	110	-15,9%	n.a.	+3,1%	113	-21,1%	n.a.	-2,9%
<b>FRANCE RETAIL</b>	3 906	-5,6%	+3,1%	+6,0%	3 676	-10,6%	-2,6%	-0,2%

<sup>1</sup> Donnée publiée par la filiale (donnée pro forma pour GPA consolidé)

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

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

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

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

En France, les **ventes du trimestre s'établissent à 3 676 M€, en variation de -0,2% en comparable**, marquées par la baisse de la fréquentation touristique à Paris et dans le Sud-Est en juillet et une reprise de la dynamique commerciale au mois d'août. **Les segments porteurs E-commerce et bio sont restés dynamiques**, avec une croissance de leur chiffre d'affaires de respectivement **+44%** et **+8%** sur le trimestre.

Au sein des enseignes :

- Le chiffre d'affaires de **Monoprix** s'établit à **-1,2% en comparable**, impacté par la baisse de l'activité à Paris en particulier en juillet. **L'activité textile a progressé de +5%**. **Le E-commerce a été particulièrement dynamique sur la période**, porté par la **montée en puissance de Monoprix Plus via l'entrepôt automatisé O'logistique** (hausse de +60% du nombre de commandes entre fin juin et fin septembre). Après Paris, Nice et Lyon, le **partenariat avec Amazon Prime a été étendu à Bordeaux** en septembre. Par ailleurs, l'enseigne continue de privilégier l'innovation avec l'ouverture d'un **nouveau concept de magasin à Montparnasse** en septembre et le lancement d'un magasin 100% autonome « Blackbox », accessible 24/24h, 7/7 jours, et potentiellement destiné aux hôpitaux, gares et aéroports.
- Les ventes de **Franprix** s'inscrivent à **-1,1% en comparable sur le trimestre**. Le dynamisme des ventes en province et en banlieue parisienne a permis de compenser le recul de la consommation à Paris. Les catégories non-alimentaires sont en progression de +6% sur le trimestre, portées notamment par les corners Hema (134 magasins), Cdiscount (45 magasins) et Décathlon (19 magasins). **Le E-commerce poursuit son développement avec une croissance de +44%**, avec 79 magasins éligibles à date et le déploiement d'une offre Deliveroo sur 59 magasins.
- Le chiffre d'affaires de la **Proximité** s'inscrit en hausse de **+6,5% en comparable sur le trimestre**. Le déploiement des services click & collect au sein des différents réseaux a permis d'enregistrer une **forte progression de +57% des ventes E-commerce** par rapport à la même période l'année dernière. L'expansion du parc de magasins se poursuit avec **31 ouvertures** sur le trimestre et 76 depuis le début de l'année.
- Les **Supermarchés Casino** enregistrent une croissance de **+1,7% en comparable**. **Le bio a soutenu la croissance (+10%)** et l'activité **E-commerce** est en progression de +81%, tirée par l'accélération du drive et le partenariat avec Deliveroo (70 supermarchés). Par ailleurs **l'entrepôt automatisé O'logistique** de Fleury-Mérogis a livré la toute première commande Casino Plus le 30 septembre 2020. A l'instar du service Monoprix Plus, Casino Plus s'appuiera sur O'logistique pour proposer aux clients des Supermarchés Casino et Géant Casino une expérience de livraison à domicile de qualité sur des créneaux d'une heure.
- Les ventes des **Hypermarchés Géant** sont en baisse de **-2,7% en comparable**, impactées par les magasins en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les segments porteurs ont poursuivi leur bonne dynamique avec **une croissance du bio de +6%** et une **accélération du E-commerce (+24%)**, qui a notamment bénéficié des partenariats avec Uber Eats (20 magasins) et Deliveroo (15 magasins). Par ailleurs, l'enseigne accélère sa stratégie d'implantation de shop in shop en magasin avec la **signature d'un nouveau partenariat avec C&A** (7 corners à fin septembre) et le déploiement des corners Hema (8 corners à fin T3) et Claire's (52 corners dont 36 supplémentaires au T3).

## GreenYellow

Le 3<sup>ème</sup> trimestre 2020 a été marqué par une reprise commerciale sur l'ensemble des géographies de GreenYellow, hors Amérique Latine qui reste encore partiellement confinée engendrant des décalages dans les livraisons de projets.

**Le pipeline photovoltaïque est en hausse à 543 MWc** au 30 septembre 2020 (vs 451 MWc à fin 2019). GreenYellow a notamment finalisé une centrale solaire de 6 MWc sur les toits de l'usine de South East Textile en Thaïlande, et un projet de 1,5 MWc au Cambodge pour Soma Energy.

Dans l'Océan Indien, GreenYellow, 1<sup>er</sup> producteur d'énergie solaire de la zone, a conclu un partenariat avec le groupe Axian, Société Générale, GuarantCo et African Guarantee Fund pour soutenir le financement de la plus grande centrale solaire de Madagascar et accélérer la transition énergétique du pays.

## Data et Data center

**RelevanC** (Data) continue de bénéficier d'une bonne dynamique. Le volume d'affaires atteint 24,1 M€ au 3<sup>ème</sup> trimestre, en croissance de +27% sur un an. La plateforme relevanC Advertising se positionne au 5<sup>ème</sup> rang en termes de volume d'affaires (vs 7<sup>ème</sup> en 2019) selon le classement SRI. Sur le trimestre, l'activité relevanC Marketing Solutions a signé des premiers contrats avec des clients externes à l'international.

**ScaleMax** (Data Center) poursuit le développement de son portefeuille de clients en signant un **nouveau contrat avec Illumination Mac Guff**, société de production de films d'animation, filiale d'Universal Pictures.

## Cdiscount<sup>1</sup>

Sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, Cdiscount a confirmé sa stratégie de croissance et de rentabilité autour de 3 axes :

- **Une amélioration de la marge sur les ventes en propre** avec une stratégie d'évolution du mix-produit vers des catégories à marge élevée et à forte récurrence d'achat (maison, sport, beauté & alimentation, bricolage, jardinage, accessoires et consommables informatiques) qui présentent une croissance de +16% du volume d'affaires (« GMV ») sur le trimestre ;
- **Une croissance rapide de la marketplace** avec (i) une forte progression du volume d'affaires (+8,8%) et de sa quote-part, qui représente 45,0% du volume d'affaires total sur le trimestre (+5,9 pts par rapport à l'année dernière), et (ii) l'accélération des revenus marketplace (commissions, services aux vendeurs, frais d'abonnements à la marketplace et remises) qui s'établissent à 41 M€ sur le trimestre (163 M€ sur 12 mois glissants), en progression de +17% (+13% sur 12 mois glissants). Le Fulfillment by Cdiscount couvre désormais 36% du GMV de la marketplace (+2,3 pts) ;
- **Les revenus de marketing digital ont crû de +30%<sup>2</sup> sur le trimestre** portés notamment par le développement de la plateforme de marketing digital CARS (Cdiscount Ads Retail Solution) dont les revenus ont été multipliés par 3.

**Cdiscount poursuit également son développement à l'international, avec une croissance du GMV de +79% sur le trimestre.** L'enseigne compte désormais 157 sites internet connectés à fin septembre (+69 vs fin juin) et livre dans 27 pays européens (+2 vs fin juin).

**Le volume d'affaires est globalement stable**, la croissance de la marketplace compensant la baisse des ventes en propre sur les produits à faible rentabilité. Les ventes marketplace étant reconnues à hauteur du montant des commissions, le chiffre d'affaires de l'enseigne est en recul sur le trimestre.

Chiffres clés <sup>1</sup>	T3 2019	T3 2020	Croissance Publiée <sup>1</sup>	Croissance organique <sup>3</sup>
<b>GMV (volume d'affaires) total TTC<sup>4</sup></b>	<b>944</b>	<b>936</b>	<b>-0,8%</b>	<b>+0,2%</b>
Dont ventes en propre	467	422	-9,5%	
Dont marketplace	309	335	+8,8%	
Quote-part marketplace (%)	39,1%	45,0%		+5,9 pts
<b>Revenus marketplace</b>	<b>35</b>	<b>41</b>		+17%
<b>Chiffre d'affaires (en M€)</b>	<b>522</b>	<b>485</b>	<b>-7,1%</b>	<b>-5,9%</b>
<b>Trafic (en millions de visites)</b>	<b>245</b>	<b>253</b>		+3,0%
<b>Commandes (en millions)</b>	<b>6,3</b>	<b>6,6</b>		+4,5%
<b>Quote-part trafic mobile (%)</b>	<b>73,1%</b>	<b>72,2%</b>		-0,9 pts
<b>Clients actifs (en millions)<sup>5</sup></b>	<b>9,2</b>	<b>9,7</b>		+5,2%

*Cnova a publié son chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre le 29 octobre 2020 après Bourse.*

<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 dans les hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino

<sup>2</sup> Dont revenus réalisés avec les vendeurs marketplace

<sup>3</sup> Croissance organique: les chiffres incluent les ventes et services des showrooms mais excluent les ventes de biens techniques et les ventes de la catégorie maison réalisées dans les hypermarchés et supermarchés du groupe Casino (impact total d'exclusion de +1,0 pt sur la croissance du GMV)

<sup>4</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>5</sup> Clients actifs à fin septembre ayant effectué au moins un achat sur les sites et l'application Cdiscount au cours de la période des 12 mois correspondante

## Latam Retail

Le chiffre d'affaires des activités du Groupe en **Amérique Latine** (GPA Food et Groupe Éxito) est en hausse de +11,6% en comparable et de **+15,5%** en organique ce trimestre, porté par la reprise de l'activité économique du fait de la sortie du confinement, et les initiatives commerciales et digitales.

- Le chiffre d'affaires du **Brésil (GPA Food)<sup>1</sup>** progresse de **+20,0%** en organique ce trimestre :
  - **Assaí** enregistre une forte croissance organique de **+33,4%** portée par l'attractivité du format et le succès de la stratégie d'expansion avec **42 nouveaux magasins** ouverts sur les 24 derniers mois. La croissance comparable d'Assaí s'inscrit en hausse de +18,1%, tirée par la réouverture progressive de l'économie avec la reprise des clients B2B, le maintien de la clientèle B2C, l'activité promotionnelle et l'inflation.
  - **Multivarejo** affiche une hausse de **+10,4%** en comparable<sup>2</sup>, reflétant une forte progression des magasins rénovés et une croissance de +240% sur l'E-commerce :
    - La **Proximité** confirme son succès avec une croissance comparable de +36,5%, avec une bonne dynamique sur les formats Minuto Pão de Açúcar et Mini Extra ;
    - Les enseignes **Compre Bem** et **Mercado Extra** affichent de fortes croissances comparables de respectivement +35,5% et +17,6% ;
    - Les **Hypermarchés Extra** (+7,4% en comparable) ont bénéficié d'une croissance à deux chiffres sur les catégories non-alimentaires malgré la réouverture des magasins non-essentiels. L'enseigne poursuit son processus de rénovation des magasins pour accroître leur attractivité (prix compétitifs, services clients, simplification de l'assortiment) ;
    - **Pão de Açúcar** (+3,6% en comparable) a enregistré de fortes performances au-delà de +70% dans les régions éloignées des centres (régions côtières, arrière-pays) en raison des migrations des clients des centres villes durant le confinement.
- Le chiffre d'affaires du **Groupe Éxito<sup>1</sup>** progresse de **+2,3%**<sup>3</sup> en comparable ce trimestre :
  - **Colombie** : **-1,0%** en comparable, impactée par les mesures de restriction des déplacements et la réduction des horaires d'ouverture ;
  - **Uruguay** : **+11,0%** en comparable, tiré par les actions commerciales, la stratégie omnicanale, et la bonne performance des catégories alimentaires ;
  - **Argentine** : **+12,7%** en comparable, tirée par l'inflation mais impacté par le contexte macroéconomique et le confinement très restrictif.

**L'EBITDA<sup>1</sup> de GPA consolidé (y compris Groupe Éxito) s'établit à 1,7 Md BRL sur le trimestre, en progression de +30% en monnaie locale, avec une marge de 7,8% en hausse de +80 bps reflétant une croissance de la profitabilité sur toutes les activités.**

- **Au Brésil (GPA Food)<sup>1</sup>** : EBITDA en progression de +28% en monnaie locale, de 1,0 Md BRL à 1,3 Md BRL, reflétant une marge d'EBITDA de 7,9% (+60 bps vs T3 2019) :
  - **Assaí** : hausse de l'EBITDA de +48%, de 0,5 Md BRL à 0,7 Md BRL, avec une marge d'EBITDA en progression de +80 bps à 7,8% ;
  - **Multivarejo** : amélioration de l'EBITDA de +9% à 0,5 Md BRL, avec une marge en hausse de +50 bps à 8,1%, en progression pour le 3<sup>ème</sup> trimestre consécutif.
- **Groupe Éxito<sup>1</sup>** : EBITDA en progression de +33%, à 0,4 Md BRL, avec une marge à 8,2% (+60 bps), impactée positivement par l'excellente performance des formats innovants

*GPA et le Groupe Éxito ont publié leurs résultats du 3<sup>ème</sup> trimestre le 28 octobre 2020.*

<sup>1</sup> Donnée publiée par GPA (donnée pro forma pour GPA consolidé)

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

<sup>3</sup> Hors essence et drugstores et à taux de change constants

## ANNEXES

### Informations additionnelles relatives à la documentation sur les refinancements de 2019

#### Informations financières sur une période de 3 mois au 30 septembre 2020 :

En M€	France Retail + E-commerce	Latam	Total
Chiffre d'affaires <sup>1</sup>	4 127	3 299	7 426
EBITDA <sup>1</sup>	357	241	599
(-) impact des loyers <sup>2</sup>	- 158	- 63	- 221
<b>EBITDA consolidé ajusté yc loyers<sup>1</sup></b>	<b>199</b>	<b>178</b>	<b>377</b>

**En France (y compris Cdiscount), l'EBITDA progresse de +46 M€ à 357 M€** avec : (i) l'accélération des plans d'économies dans l'ensemble des enseignes (c. +30 M€) et les effets année pleine du plan Rocade (+15 M€), (ii) l'amélioration de la rentabilité de Cdiscount qui compense l'effet de la cession de Vindémia (-7 M€), (iii) des coûts sanitaires liés au Covid-19 de -5 M€, en forte réduction par rapport au deuxième trimestre 2020, et (iv) la promotion immobilière pour +5 M€<sup>3</sup>.

**En Amérique Latine, l'EBITDA s'améliore de +56 M€ à change constant (-34 M€ après effet change)**, principalement tiré par Assaï en progression de +48%<sup>4</sup> en monnaie locale. Pour plus d'informations, se reporter au communiqué publié par GPA le 28 octobre 2020.

**Sur le trimestre l'EBITDA du Groupe progresse de +12 M€ malgré un effet change défavorable.**

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

En M€	France Retail + E-commerce	Latam	Total
Chiffre d'affaires <sup>1</sup>	17 659	15 134	32 794
EBITDA <sup>1</sup>	1 572	1 023	2 595
(-) impact des loyers <sup>2</sup>	- 647	- 290	- 937
<b>(i) EBITDA consolidé ajusté yc loyers<sup>1 5</sup></b>	<b>925</b>	<b>733</b>	<b>1 658</b>
<b>(ii) Dette financière brute<sup>1 6</sup></b>	<b>5 974</b>	<b>2 535</b>	<b>8 509</b>
<b>(iii) Trésorerie et équivalents de trésorerie<sup>1 7</sup></b>	<b>646</b>	<b>1 094</b>	<b>1 740</b>

**Au 30 septembre 2020, l'EBITDA consolidé ajusté 12 mois glissants s'établit à 925 M€<sup>5</sup> en France**, dont 892 M€ sur les activités de distribution et 33 M€ sur la promotion immobilière<sup>3</sup>.

**Au 30 septembre 2020, la liquidité du Groupe sur le périmètre « France + E-commerce » s'établit à 3,0 Mds€,** dont 646 M€ de trésorerie et 2,3 Mds€ de lignes de crédits confirmées non tirées :

- **La dette financière brute inclut 335 M€ de billets de trésorerie (91 M€ à fin septembre 2019), et aucune ligne de crédit tirée (875 M€ à fin septembre 2019).** Par ailleurs Cdiscount a obtenu le 30 juillet un prêt garanti par l'état de 120 M€.
- **Le cash s'établit à 646 M€ à fin septembre 2020 (vs 950 M€ à fin juin 2020)** en raison des variations saisonnières du besoin en fonds de roulement usuellement négatives au troisième trimestre<sup>8</sup>.
- **Sur le trimestre, la génération de cash opérationnelle s'améliore de +130 M€ par rapport à la même période l'an dernier**, du fait notamment de la progression de l'EBITDA et du rattrapage de l'effet essence sur le BFR.

<sup>1</sup> Données non auditées, périmètre défini par les documentations de refinancement avec principalement Segisor comptabilisé dans le périmètre France Retail + E-commerce

<sup>2</sup> Remboursement des passifs de loyer et intérêts payés sur les passifs de loyer tels que définis dans la documentation

<sup>3</sup> Dont + 13 M€ liés à la déneutralisation d'EBITDA de promotion immobilière réalisée avec Mercialys. Les opérations de promotion immobilière réalisées avec Mercialys sont neutralisées dans l'EBITDA à hauteur de la participation du Groupe dans Mercialys. Une baisse de la participation de Casino dans Mercialys ou une cession par Mercialys de ces actifs se traduisent donc par une reconnaissance d'EBITDA antérieurement neutralisé. Sur 12 mois cet effet représente 34 M€

<sup>4</sup> Donnée publiée par la filiale

<sup>5</sup> L'EBITDA ajusté au sens de la documentation de refinancement est retraité des remboursements des passifs de loyer et des intérêts payés sur les passifs de loyer

<sup>6</sup> Emprunts et dettes financières, donnée au 30 septembre 2020

<sup>7</sup> Données au 30 septembre 2020

<sup>8</sup> La variation du besoin en fonds de roulement est généralement négative au premier trimestre, positive au deuxième, négative au troisième, et positive au quatrième trimestre

## 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 septembre 2020
Dette financière brute <sup>1</sup> / EBITDA ajusté <sup>2</sup> <7,25x <sup>3</sup>	6,46x
EBITDA ajusté <sup>2</sup> / Coûts financiers nets >2,25x	3,75x

Les covenants testés à fin septembre 2020 ne reflètent pas encore l'impact de la cession de Leader Price (finalisation attendue au 4<sup>e</sup> trimestre) sur la dette financière brute.

Le Groupe confirme que 101,5 M€ (principalement issus de la cession de murs de magasins Monoprix et de 5% du capital de Mercialys) ont été crédités sur le compte séquestre, et que 173,7 M€ ont été débités du compte séquestre durant le troisième trimestre pour racheter une partie des obligations de maturité 2021, 2022, et 2023. Le solde s'établit à 113,9 M€ au 30 septembre 2020.

Aucune somme n'a été créditée ou débitée du compte séquestre des obligations et son solde est resté à 0 €.

<sup>1</sup> Emprunts et dettes financières

<sup>2</sup> L'EBITDA ajusté au sens de la documentation de refinancement est retraité des remboursements des passifs de loyer et des intérêts payés sur les passifs de loyer

<sup>3</sup> 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

## ANNEXES

### Autres informations

#### Principales variations du périmètre de consolidation

- Leader Price est présenté en activité abandonnée ;
- Cession de Vindémia le 30 juin 2020 ;
- Impact du plan Rocado de cession de magasins déficitaires au sein des enseignes Hypermarchés Géant et Supermarchés Casino.

#### Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T3 2019	T3 2020	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	4,4080	6,2820	-29,8%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	3,7133	4,3608	-14,8%
Uruguay (EUR/UYP)	39,8042	49,9499	-20,3%
Argentine <sup>1</sup> (EUR/ARS)	55,9430	85,6841	-34,7%

#### Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES ALIMENTAIRE TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T3 2020	Variation comparable (hors calendaire)
Monoprix	1 052	-1,2%
Supermarchés	772	+0,8%
Franprix	401	-1,1%
Proximité & Divers	612	+6,5%
<i>Dont Proximité</i>	501	+6,5%
Hypermarchés	793	-3,0%
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>3 630</b>	<b>0,0%</b>

VOLUME D'AFFAIRES NON-ALIMENTAIRE TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T3 2020	Variation comparable (hors calendaire)
Hypermarchés	141	-3,0%
Cdiscount	714	-3,0%
<b>TOTAL NON-ALIMENTAIRE</b>	<b>856</b>	<b>-3,0%</b>

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT (en M€, hors essence)	T3 2020	Variation comparable (hors calendaire)
<b>TOTAL FRANCE ET CDISCOUNT</b>	<b>4 485</b>	<b>-0,4%</b>

<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 29 octobre 2020 - 9

## Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	31 déc. 2019	31 mars 2020	30 juin 2020	30 sept. 2020
<b>HM Géant Casino</b>	<b>109</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>105</b>
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	4	4	4	4
<i>Affiliés International</i>	6	6	6	7
<b>SM Casino</b>	<b>411</b>	<b>411</b>	<b>415</b>	<b>414</b>
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	83	69	69	68
<i>Affiliés International</i>	22	22	22	23
<b>Monoprix</b>	<b>784</b>	<b>789</b>	<b>789</b>	<b>791</b>
<i>Dont Affiliés Franchisés</i>	186	190	190	191
<i>Naturalia intégrés</i>	182	181	181	181
<i>Naturalia franchisés</i>	23	26	26	28
<b>Franprix</b>	<b>877</b>	<b>867</b>	<b>869</b>	<b>869</b>
<i>Dont Franchisés</i>	459	441	481	463
<b>Proximité</b>	<b>5 139</b>	<b>5 130</b>	<b>5 134</b>	<b>5 166</b>
<b>Autres activités (Restauration, Drive...)</b>	<b>367</b>	<b>223</b>	<b>219</b>	<b>219</b>
<b>Océan Indien</b>	<b>259</b>	<b>262</b>		
<b>TOTAL France</b>	<b>7 946</b>	<b>7 786</b>	<b>7 530</b>	<b>7 564</b>
INTERNATIONAL	31 déc. 2019	31 mars 2020	30 juin 2020	30 sept. 2020
<b>ARGENTINE</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>25</b>
HM Libertad	15	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	10
<b>URUGUAY</b>	<b>91</b>	<b>93</b>	<b>93</b>	<b>92</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	35
Möte	0	2	2	2
<b>BRESIL</b>	<b>1 076</b>	<b>1 072</b>	<b>1 070</b>	<b>1 054</b>
HM Extra	112	107	107	104
SM Pão de Açúcar	185	185	182	182
SM Extra	153	151	151	147
Compre Bem	28	28	28	28
Assaí (Cash & Carry)	166	167	169	176
SUP Mini Mercado Extra/Minuto Pão de Açúcar	237	238	238	239
Drugstores	123	123	122	104
+ Stations-service	72	73	73	74
<b>COLOMBIE</b>	<b>2 033</b>	<b>1 984</b>	<b>1 981</b>	<b>1 980</b>
HM Éxito	92	92	92	92
SM Éxito et Carulla	158	157	157	154
SM Super Inter	70	69	69	69
Surtimax (discount)	1 588	1 540	1 536	1 539
<i>Dont « Aliados »</i>	1 496	1 460	1 459	1 465
B2B	30	32	32	34
SUP Éxito Express et Carulla Express	95	94	95	92
<b>CAMEROUN</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Cash & Carry	1	1	1	2
<b>TOTAL International</b>	<b>3 226</b>	<b>3 175</b>	<b>3 170</b>	<b>3 153</b>

## CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

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

**Agence IMAGE 7**

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