

LETTRE AUX ACTIONNAIRES

#6 – Eté 2021



Chiffres clés

Chiffres clés du 1^{er} trimestre 2021



Actualités

Innovations et nouveaux partenariats dans le Groupe



Enseignes

Cdiscount lance Octopia
GreenYellow explore une introduction en Bourse



International

Scission et cotation d'Assaí



RSE

Une offre de produits toujours plus responsables



L'interview

Diane Coliche, Directrice Générale Exécutive Monoprix

Chiffres clés P3



Actualités P4



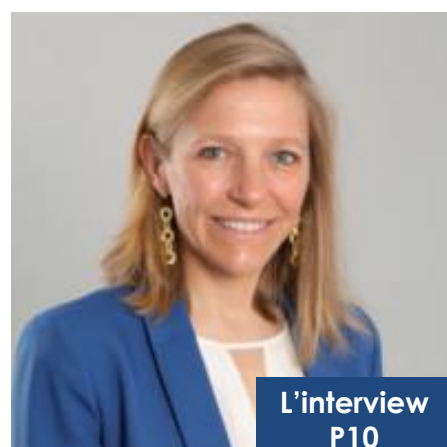
International P8



Enseignes P6



RSE P9



L'interview P10



Jean-Charles NAOURI, Président-Directeur Général du groupe Casino

Madame, Monsieur, Cher(e) actionnaire,

Depuis déjà plus d'un an, nous faisons face à une crise sanitaire mondiale, marquée par de longues périodes de confinement et de restrictions. Malgré ces moments difficiles, vos équipes n'ont pas failli à leur engagement et je tiens ainsi à leur exprimer toute notre gratitude.

Dans ce contexte marqué par les coûts de la crise sanitaire au premier semestre 2020, votre Groupe a enregistré une **très forte progression de la rentabilité des enseignes et du e-commerce au second semestre, permettant la poursuite du désendettement du Groupe.**

En France, en 2020, toutes les enseignes ont atteint un niveau de rentabilité y compris les hypermarchés, avec un niveau très satisfaisant pour les autres enseignes. **L'EBITDA (après loyers) est en accélération de +13% au second semestre 2020 pour atteindre un niveau annuel de 946 M€** et la dette brute s'est réduite de **1,3 Md€** sur l'année écoulée.

Le recentrage du Groupe sur les formats porteurs étant réalisé, **la priorité est désormais donnée à la croissance et à l'expansion en 2021** avec (i) l'accélération des ouvertures de magasins de proximité urbaine, péri-urbaine et rurale (115 ouvertures au T1 2021 et 200 prévues au T2) ; (ii) le développement du e-commerce alimentaire sur des modèles structurellement rentables (partenariats avec Ocado et Amazon) et (iii) la poursuite du plan stratégique de Cdiscount.

Cdiscount a poursuivi sa croissance rentable avec une progression de **+63% de l'EBITDA** en 2020 et une **accélération de la marketplace** qui a enregistré une croissance de son GMV (volume d'affaires) de +22%, en accélération au second semestre 2020. Par ailleurs, **le lancement d'Octopia**, solution marketplace clé en main, est un succès avec déjà plus de 500 sites internet connectés et une croissance du GMV de +86% au T1 2021 par rapport au GMV réalisé à l'international l'année dernière.

GreenYellow a connu une excellente dynamique de l'activité photovoltaïque en 2020 avec une puissance totale installée en accélération de +56% et un pipeline en croissance de 80% sur un an (de mars 2020 à mars 2021). GreenYellow poursuit son expansion géographique et l'élargissement de son offre de services ainsi que sa **transition vers un modèle dit « infrastructure » d'opérateur** détenant et exploitant ses actifs sur le long-terme. **RelevanC** a également enregistré une solide année 2020 avec un EBITDA de 18 M€ en progression de près de 50%.

Le Groupe étudie d'éventuelles levées de fonds propres de GreenYellow et de Cdiscount destinées à accélérer leur croissance, potentiellement par des opérations de marché.

En **Amérique latine**, nous enregistrons une solide performance en 2020 tant sur la croissance des ventes que sur la rentabilité, avec un chiffre d'affaires en **progression de +12%** en comparable sur l'année et de +17% en organique tiré par Assaí (+29%) ainsi qu'une **forte croissance de +36% de l'EBITDA** à change constant (+19% hors crédits fiscaux).

Par ailleurs, le Groupe a mis en œuvre la **scission des activités d'Assaí**, dont la cotation a débuté le 1^{er} mars 2021 et s'avère très satisfaisante.



Chiffres clés du 1^{er} trimestre 2021

Chiffre d'affaires Groupe
7,1 Mds€

Croissance organique du
chiffre d'affaires Groupe
+1,4%

Croissance comparable
du chiffre d'affaires Groupe
+0,1%

Croissance de l'EBITDA
à change constant
+21%

Croissance de l'EBITDA
France
+19%

Forte réduction de la dette
brute en France
-965 M€

Filiales, Formats et Opérations

Croissance organique du
chiffre d'affaires d'Assaï
+21%

Croissance du chiffre
d'affaires de l'e-commerce
alimentaire
+38%

**115 ouvertures de magasins
urbains et proximité** sur le
trimestre

Croissance du volume
d'affaires de la marketplace
de **Cdiscount** (1)
+34%

GreenYellow : croissance
du pipeline qui atteint
720 Mwc

RelevanC : croissance de
+50% du chiffre d'affaires
de Retail Media

Zoom sur le e-commerce

- **En France, le e-commerce alimentaire enregistre une très forte croissance** sur le trimestre (+38%, soit +97% sur 2 ans) portée par des partenariats exclusifs :
 - Succès du **partenariat Ocado** : les livraisons Monoprix Plus et Casino Plus à partir de l'entrepôt O'Logistique progressent de +40% par rapport au T4 2020, et de +166% par rapport au T3 2020. L'entrepôt livre déjà plus de 100 M€ de commandes à domicile en vision annualisée ;
 - Nouveau renforcement du **partenariat Amazon** : le service couvre 70% de la population d'Ile-de-France et Monoprix est désormais l'unique partenaire d'Amazon sur la livraison express alimentaire suite à l'arrêt de son activité en propre.
- **En Amérique latine, la position de leader du e-commerce alimentaire** du Groupe s'est renforcée, avec des ventes en ligne en hausse de **+137%** pour GPA au Brésil de **+145%** pour le groupe Exito.

Note : (1) Données publiées par la filiale



Innovations et nouveaux partenariats

17 février 2021
Thaïlande

GreenYellow met en service sa toute première centrale solaire flottante en Thaïlande

La centrale est installée sur le site historique de l'entreprise thaïlandaise SPM Group. Avec ses 6 000 panneaux solaires installés, occupant un espace de 1,6 hectare sur un étang de 4,3 hectares, la centrale couvrira jusqu'à 20 % de la consommation annuelle de l'usine.



31 mars 2021
France

Succès de l'opération de refinancement de la dette du Groupe Casino

Le groupe Casino annonce avoir mené avec succès son opération de refinancement lancée le 22 mars 2021. Le montant total de ces financements atteint 1,525 milliard d'euros, et dépasse les 1,225 milliard d'euros initialement visés en raison d'un fort intérêt des investisseurs. La maturité moyenne de la dette est ainsi étendue de 3,1 à 3,7 années.



23 mars 2021
France

Franprix lance le premier concept de vente en vrac de produits de grandes marques en France

Derrière ce projet unique, l'ambition de Franprix et du groupe Casino est de développer toujours plus l'offre vrac, identifiée comme une tendance importante de consommation pour les prochaines années.

7 avril 2021
France

Le groupe Casino et Uber Eats s'unissent pour livrer les Français

Le groupe Casino et Uber Eats annoncent un partenariat visant à faciliter le quotidien des Français en leur permettant de se faire livrer des produits en moins de 30 minutes dans près de 500 magasins d'ici l'automne prochain.





Innovations et nouveaux partenariats

8 Avril 2021

France

« Cliquez & Retirez », le plus grand Monoprix de France dans 40 m²

Monoprix ouvre au cœur de la capitale son premier point de retrait piéton et vélo. Bien plus qu'un service de retrait de commandes, ce nouveau concept allie proximité, praticité et innovation pour répondre aux nouveaux modes de consommation. Avec plus de 28 000 références à retirer directement sur place, grâce à Monoprix Plus, disponible sur courses.monoprix.fr, « Monoprix, Cliquez & Retirez » devient le plus grand Monoprix de France, dans seulement 40 m².

12 avril 2021

France

Le Groupe Casino étudie activement de potentielles opérations de marché sur ses filiales Cdiscount et GreenYellow

Le Groupe Casino annonce engager activement des travaux préparatoires en vue de potentielles levées de fonds propres additionnels de GreenYellow et Cdiscount, destinées à accélérer leur croissance.

15 avril 2021

France

Intermarché et le groupe Casino annoncent la conclusion d'un partenariat dans le domaine des achats de produits de grandes marques et du digital

Intermarché et le groupe Casino annoncent la conclusion pour une durée de 5 ans d'un partenariat stratégique valorisant leurs complémentarités. Ce partenariat comporte trois volets distincts, portant sur le domaine des achats, sur le développement de services digitaux dans les secteurs du marketing et de la publicité, et dans le secteur de l'industrie agro-alimentaire.

03 juin 2021

France

Amazon et le groupe Casino renforcent leur partenariat et annoncent le déploiement d'un nouveau service avec les enseignes Casino

Amazon et le groupe Casino renforcent leur alliance en apportant aux consommateurs français un nouveau service de click and collect avec les enseignes Casino. L'objectif est d'offrir aux clients d'Amazon une sélection de produits alimentaires encore plus large à travers la France, et de faire découvrir à de nouveaux clients le savoir-faire des enseignes Casino en matière de e-commerce alimentaire.

22 avril 2021

France

Les enseignes Casino lancent leur marketplace alimentaire sur Casino.fr

Les enseignes Casino lancent leur marketplace alimentaire sur [Casino.fr](https://casino.fr), et proposeront 50 000 nouvelles références dès cette année, et jusqu'à 500 000 en 2022, devenant ainsi le premier site e-commerce alimentaire de France.





Cdiscount lance Octopia

Fort de son expertise de leader français du e-commerce, Cdiscount a annoncé une nouvelle phase de son développement avec le lancement d'une nouvelle activité stratégique BtoB : **Octopia**. Il s'agit d'une **solution marketplace clé en main (technologie, produits, logistique) à destination des distributeurs et sites e-commerce en France et à l'international**. Ce mouvement majeur vient **renforcer la stratégie de croissance internationale et de rentabilité de l'entreprise**.

Depuis 2014, le e-commerce connaît à l'échelle mondiale une croissance annuelle de +15% porté par le développement des marketplaces. Ceci traduit les attentes des consommateurs qui plébiscitent les acteurs en ligne capables de leur offrir le choix le plus large. L'année 2020 a particulièrement accentué la nécessité pour les commerçants de se digitaliser ou d'accélérer leur transformation digitale. Pour répondre à ce besoin, Cdiscount crée une **filiale entièrement dédiée à la commercialisation, en France et à l'international, de solutions marketplace complètes inédites qui répondent à l'ensemble des grands enjeux du e-commerce** : la puissance technologique, la richesse de l'offre produits et l'excellence de la livraison au client final.

Concrètement, Cdiscount propose à ses clients BtoB :

- La création d'une marketplace grâce à sa plateforme technologique, son expertise en Intelligence Artificielle et en marketing digital ;
- L'accès à son catalogue de 100 millions de produits proposés par 14 000 vendeurs français et internationaux rigoureusement sélectionnés ;
- Une logistique de pointe avec notamment sa solution de *fulfilment*, déjà utilisée par plus de 2 700 vendeurs français et internationaux ;
- Un accompagnement au quotidien pour optimiser l'activité de leur *marketplace* (recrutement de nouveaux vendeurs, paiement des vendeurs, supervision de la qualité...).

10 ans après la création de sa marketplace, Cdiscount se positionne ainsi comme accélérateur du e-commerce européen, en permettant aux distributeurs de changer d'échelle pour réussir leur transformation digitale.

Cdiscount a annoncé le 1^{er} juin 2021 prévoir une augmentation de capital de 300 M€ afin d'accélérer son développement à travers deux priorités (i) l'accélération de sa marketplace en France, et (ii) le développement d'Octopia.





GreenYellow explore une introduction en Bourse



Expert de la production solaire photovoltaïque décentralisée, des projets d'efficacité énergétique et des services à l'énergie, GreenYellow est devenu en 14 ans un **acteur majeur de la transition énergétique** en France et à l'international. En 2020, GreenYellow a réalisé une année record en termes de livraison de projets et poursuivi son expansion géographique dans de nouveaux pays comme **le Vietnam et l'Afrique du Sud**.

L'entreprise a enregistré en 2020 un **EBITDA de 62 M€**, dont 52% réalisé en France, 32% en Amérique du Sud, 14% en Afrique et Océan Indien et 2% en Asie du Sud-Est. GreenYellow a, par ailleurs, enrichi sa plateforme de solutions avec (i) une offre « Utilities as a Service », (ii) la mobilité électrique, et (iii) une offre photovoltaïque innovante avec le solaire flottant. L'entreprise poursuit aujourd'hui sa transition vers un **modèle dit « infrastructure » d'opérateur** détenant et exploitant ses actifs sur le long-terme.

Pour accélérer le développement de son modèle, alliant production d'énergie décentralisée, efficacité énergétique et services à l'énergie, GreenYellow prévoit d'**investir environ 1,9 Md€ cumulés sur la période 2021-2025**, conduisant à une capacité installée de centrales photovoltaïques de près de 2,3 Gwc à fin 2025 et des projets d'efficacité énergétique pour un volume de plus de 1 900 GWh annuels. Ces investissements viendront nourrir la forte croissance de son **EBITDA, qui devrait être compris entre 80 et 85 M€ en 2021**. GreenYellow a pour ambition d'atteindre un EBITDA d'environ **250 M€ à horizon 2025**. Afin de financer son plan d'investissements, GreenYellow étudie différentes options de financement et a notamment décidé avec ses actionnaires d'**explorer la possibilité d'une introduction en bourse** sur Euronext Paris, sous réserve des conditions de marché et de l'obtention des autorisations réglementaires.

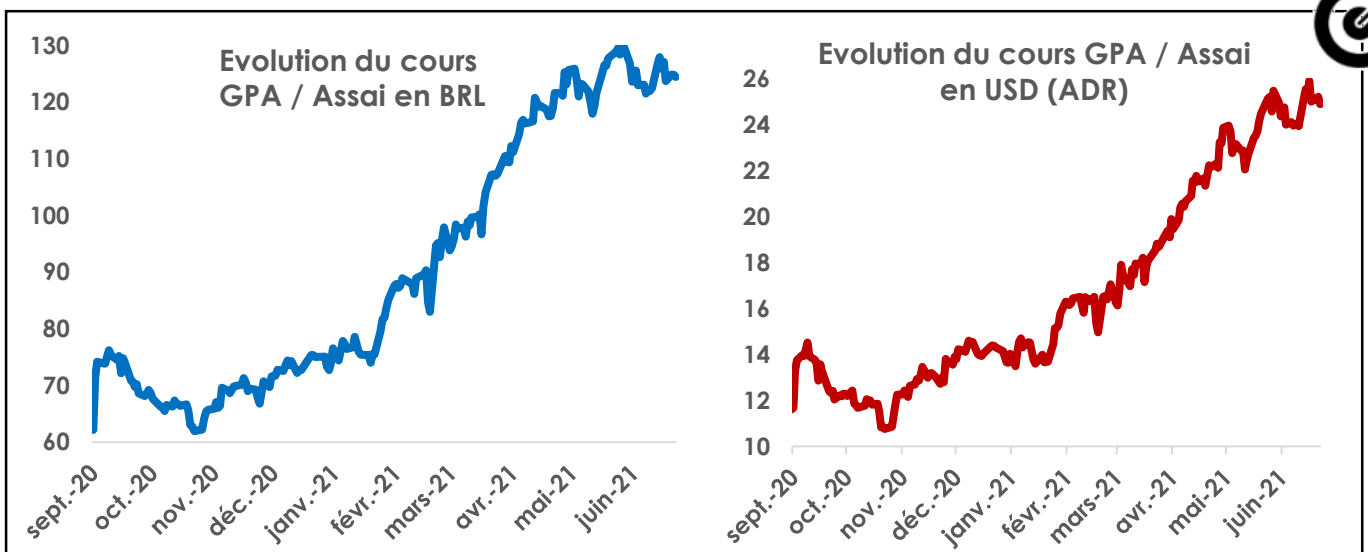
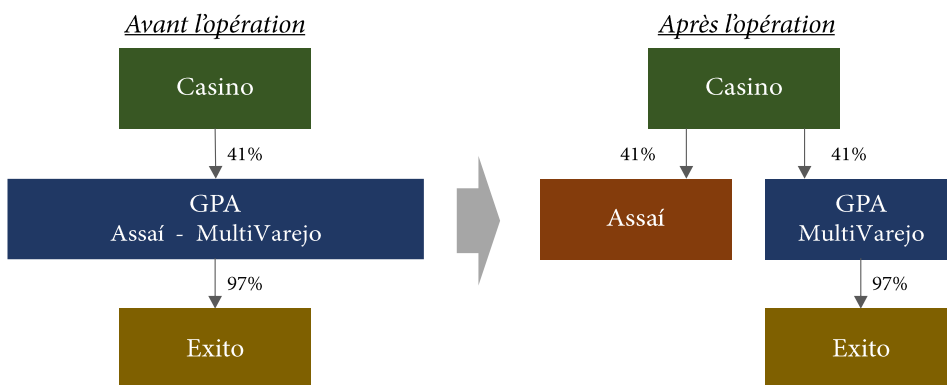


Scission et cotation d'Assaí

La scission des activités d'Assaí a été réalisée le 31 décembre 2020, avec un **début de la cotation le 1^{er} mars 2021**.

- Chaque entité fonctionne de manière autonome, et bénéficie d'un accès direct aux marchés de capitaux et aux différentes sources de financement
- Les actions Assaí ont été distribuées aux actionnaires de GPA selon la **parité d'une action Assaí pour une action GPA**
- L'opération de spin-off d'Assaí a été un grand succès. La valeur combinée des actions GPA et Assaí a progressé **de 62 BRL à 125 BRL**, et de **12 USD à 25 USD** depuis l'annonce du spin-off⁽¹⁾.

A l'issue de ce processus de cotation d'Assaí, le groupe Casino détient désormais une **participation de 41% au capital de GPA** et une **participation identique dans Assaí**.



Note : (1) Annonce du spin-off le 10 septembre 2020, données arrêtées au 30 juin 2021



Une offre de produits toujours plus responsables

Diminuer les emballages plastiques des marques propres : 100% recyclables, réutilisables ou composables en 2025 sur les marques propres en France

Le Groupe a déjà réalisé de nombreuses réductions et suppressions d'emballages en plastique :

- Franprix *Bio ensemble* propose uniquement un emballage éco-conçu : filet coton, papier kraft, enveloppe carton et sans emballage dès que possible (concombre, courge,...) ;
- Monoprix a retravaillé 231 emballages à marque propre représentant **30 tonnes de plastique économisées** ;
- Plus de 300 produits du Groupe ont été retravaillés afin d'améliorer leur recyclabilité et 200 produits intègrent de la matière recyclée

Développer le vrac en magasins

Casino s'engage à développer le VRAC en magasins avec des initiatives dans toutes les enseignes :

- Franprix : nombreux produits en vrac dont les **premiers produits alimentaires à marque nationale**
- Monoprix : concept de droguerie et de soin du linge en vrac à marque nationale
- Casino teste également du vrac pour les céréales enfants à marque propre Doodingues

De nouvelles innovations pour une économie plus circulaire

- **Cdiscount** propose une offre complète pour permettre aux clients de donner une seconde vie aux produits pour une consommation plus responsable (Cdiscount Occasion...)
- **Monoprix** propose différents services, notamment la plateforme Eurecook permettant de louer des appareils électroménagers.

Une large offre de produits certifiés responsables

1,3 Md€ de chiffre d'affaires du bio en magasins en 2020, soit **+ 12 %** vs 2019

2 700 produits bio alimentaires à marque propre, **+ 45%** vs 2018

100% des produits **BIO** Casino, Monoprix et Franprix sont **sans huile de palme**

22 700 produits bio alimentaires à marque propre et à marque nationale, **+ 14%** vs 2018

100% des œufs commercialisés en France issus de poules **élevées hors cages**

+ de 200 magasins 100 % bio



Diane Coliche, Directrice Générale Exécutive Monoprix



Diane Coliche

Directrice Générale Exécutive
Monoprix

Le chiffre

30 000

Nombre de
références
disponibles sur la
livraison à J+1 via
Monoprix Plus

Quelle est la palette de services e-commerce proposée par Monoprix ?

« Monoprix propose une offre de solutions e-commerce couvrant l'ensemble des besoins des clients. Concernant le e-commerce alimentaire, il existe trois principaux formats de livraison. Le premier est le format **Monoprix Plus**, développé avec notre partenaire technologique Ocado, qui permet la livraison du plein de courses à J+1 en Ile-De-France. Celle-ci se fait via une technologie exclusive depuis l'entrepôt O'logistique et offre une qualité de service inégalée avec un nombre de référence élargi (près de 30 000 vs 15 000 sur le marché) et un nombre de produits manquants quasiment nul. Le deuxième format est celui de **Monoprix Express**, qui permet des livraisons à J (et J+1 hors Ile-de-France) depuis les magasins ou des services de Click & Collect. Le troisième format est celui de la livraison en moins de 2h développé en **partenariat avec Amazon** à partir de grandes métropoles françaises (Paris, Nice, Lyon, Bordeaux, Montpellier et Strasbourg). Par ailleurs, Monoprix.fr propose également un service pour les courses de Mode et Maison, livrées à domicile, retirées en magasin ou en point relais. Enfin, fin mai, nous avons lancé le nouveau service de livraison en ligne « monop'eat ». Il permet de commander en 3 clics parmi plus de 900 références produits et d'être livrés partout en France en moins de 30 minutes avec notre partenaire Deliveroo. »

Quelle est la particularité de l'offre au sein de l'enseigne?

« Monoprix propose une **offre responsable, différenciante et accessible**. Le défi de la marque Monoprix est de devenir la meilleure marque propre de France. Ceci passe par un accroissement de la part de notre offre citoyenne afin de valoriser les engagements de l'enseigne. Monoprix souhaite également être le référent de centre-ville pour tous les métiers. Sur le plan local, nous proposons aux clients une offre régionale et en circuits courts dans tous les secteurs, grâce à un partenariat avec Rungis et le **déploiement d'une offre locale** dans tous nos magasins. De plus, Monoprix dispose d'une marque de Textile Maison-Loisirs singulière et intemporelle qui a su préserver son identité tout en innovant depuis 89 ans. Son succès repose sur l'expertise de dénicheurs de talents, créatifs et engagés, qui conçoivent des collections capsules responsables, solidaires et accessibles à tous. »

Quelle est la stratégie de Monoprix quant à la RSE?

« La stratégie RSE de Monoprix repose sur trois axes. Le premier est celui d'une **Consommation Citoyenne**, dont le but est d'offrir des produits et innovations responsables, d'accompagner nos fournisseurs vers des modes de production vertueux et nos clients vers des modes de consommation durables. Le deuxième axe est celui d'un **Quartier Citoyen** consistant à proposer des services citoyens, à contribuer au dynamisme économique territorial et à développer les actions solidaires et l'engagement des collaborateurs. Le troisième axe est celui de l'**Entreprise Citoyenne** qui permet d'offrir un cadre de travail responsable et solidaire, de garantir une bonne gouvernance du développement durable et d'améliorer la performance environnementale. Monoprix a ainsi été certifié Top Employer 2021, avec notamment un index égalité professionnelle Femmes-Hommes de 99/100. »



Le groupe Casino et vous

Agenda

Les prochains évènements seront communiqués sur le site internet du groupe Casino

Actionnaires au nominatif pur

La rediffusion de l'Assemblée Générale du 12 mai 2021 est disponible sur :

<https://edge.media-server.com/mmc/p/j4io8es5>

Avez-vous pensé à la e-convocation ?

Si ce n'est déjà fait, **vous pouvez choisir de recevoir, par e-mail, les convocations aux Assemblées générales.**

Rendez-vous sur votre espace [Planetshares](#) et, d'un clic, abonnez-vous à la convocation électronique (service gratuit). **Les convocations aux Assemblées vous seront adressées par e-mail à l'adresse que vous aurez renseignée.**

Retrouvez plus de détails sur ce service sur notre site en [cliquant sur ce lien](#).

Profitez des autres e-services !

Pour adhérer aux services de dématérialisation et ne plus recevoir de documents (relevés, avis d'opération...) par voie postale, rendez-vous sur votre espace [Planetshares](#) et d'un clic activez les e-services (gratuit).

Vous recevrez par e-mail, à l'adresse que vous aurez renseignée, la notification de mise à disposition, dans votre espace [Planetshares](#), des documents au format électronique.



Le Groupe agit pour réduire son empreinte environnementale.
Accompagnez-nous dans cette démarche.

Inscrivez-vous à la newsletter

Pour recevoir la prochaine Lettre aux Actionnaires par e-mail, [cliquez sur ce lien](#)

Contactez-nous

Service Relations Actionnaires

- ✓ Numéro vert : 0 800 16 18 20 (gratuit depuis un poste fixe)
- ✓ E-mail : actionnaires@groupe-casino.fr

Direction Communication Financière et Relations Investisseurs

- ✓ Numéro : 01 53 65 64 17
- ✓ E-mail : IR_Casino@groupe-casino.fr

Site Internet

www.groupe-casino.fr



@Groupe_Casino



Groupe Casino