

Résultats annuels 2021

–
25 février 2022



GRUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

Introduction



- » **En France**, la crise sanitaire 2020-2021 a particulièrement touché les géographies clés du Groupe telles que Paris et le sud-est de la France (baisse du trafic et des flux touristiques, restrictions d'accès)
- » Dans ce contexte, le Groupe s'est profondément transformé et a finalisé son recentrage sur les **formats les plus porteurs et structurellement rentables** (premium, proximité, e-commerce)
 - › **Les plans d'économies** réalisés durant cette période ont permis de faire **baisser la base de coût** et de faire progresser à nouveau, de manière pérenne, la **rentabilité des enseignes**. Cette restructuration s'est accompagnée de charges exceptionnelles, qui ont pesé transitoirement sur la génération de cash-flows
 - › L'exécution du **plan de cession en France** initié en 2018, qui totalise 3,2Md€ à ce jour, a ralenti durant la crise sanitaire
- » **Le modèle de Cdiscount s'est complètement transformé** en 2 ans passant d'un **modèle fondé sur les ventes directes à un modèle fondé sur la marketplace, le marketing digital** et une baisse des ventes directes, en attendant pour 2022 un **démarrage significatif du B2B (Octopia)**. Dans ce contexte Cdiscount affiche une **amélioration de tous les indicateurs sur 2 ans** après une année 2020 exceptionnelle
- » **En Amérique latine**, les géographies du Groupe ont été fortement touchées par la pandémie. Les enseignes du groupe ont dû s'adapter à cette situation. Les **opérations structurantes** réalisées (spin-off d'Assaí, cessions des hypermarchés Extra de GPA à Assaí) permettent au Groupe de disposer désormais **d'actifs adaptés et prêts à accélérer** sur leurs marchés respectifs
- » Dans le contexte actuel de **normalisation de la situation sanitaire**, l'achèvement des plans de transformation, et la poursuite de l'expansion sur les formats de proximité et l'e-commerce permettent de **viser un retour à la croissance** en 2022 en France sur des **formats rentables et générateurs de cash-flows**
- » Au vu des perspectives actuelles et des **options disponibles**, le Groupe est confiant dans sa capacité à **finaliser le plan de cession de 4,5 Mds€ en France au plus tard fin 2023**



Chiffres clés

Chiffre d'affaires et EBITDA

En M€	2019	2020	2021	à change constant		
				Var 1 an	Var 2 ans	
Chiffre d'affaires Groupe	34 645	31 912	30 549	-0,8%	+6,9%	Progressions comparables
dont France Retail	16 322	15 219	14 071	-5,4%	-2,6%	
<i>dont Enseignes de distribution¹</i>	15 494	14 813	14 071	-5,4%	-2,6%	
<i>dont Vindémia (cédé en juin 2020)</i>	828	406	0	-	-	
dont Cdiscount	1 966	2 037	2 031	-0,3%	+3,3%	
Volume d'affaires	3 899	4 204	4 206	+0,0%	+7,9%	
<i>dont Marketplace</i>	1 245	1 514	1 518	+0,2%	+22%	
<i>dont Ventes directes</i>	1 991	1 934	1 840	-4,9%	-7,6%	
dont Latam	16 358	14 656	14 448	+2,7%	+15%	Progressions comparables
EBITDA Groupe²	2 640	2 738	2 527	-4,7%	+12%	
dont France Retail	1 467	1 447	1 358	-6,1%	-7,4%	
<i>dont Enseignes de distribution¹</i>	1 282	1 304	1 281	-1,7%	-0,0%	
<i>Marge (en %)</i>	8,3%	8,8%	9,1%	+31 bps	+83 bps	
dont Cdiscount	69	129	106	-18%	+54%	
<i>Marge (en %)</i>	3,5%	6,4%	5,2%	-114 bps	+171 bps	
dont Latam (hors crédits fiscaux)	1 104	1 023	1 035	+8,7%	+29%	
<i>Marge (en %)</i>	6,8%	7,0%	7,2%	+19 bps	+42 bps	
ROC Groupe²	1 321	1 422	1 193	-12%	+9,7%	
dont France Retail	689	621	535	-14%	-22%	
<i>dont Enseignes Distribution¹</i>	510	488	484	-0,8%	-5,0%	
<i>Marge (en %)</i>	3,3%	3,3%	3,4%	+14 bps	+15 bps	
dont Cdiscount	4	53	18	-65%	369%	
<i>Marge (en %)</i>	0,2%	2,6%	0,9%	-168 bps	+71 bps	
dont Latam (hors crédits fiscaux)	628	610	612	+7,9%	+34%	
<i>Marge (en %)</i>	3,8%	4,2%	4,2%	+8 bps	+40 bps	

¹ France Retail hors promotion immobilière, GreenYellow et Vindémia (cédé en juin 2020) ; ² Dont 28 M€ de crédits fiscaux retraités par les filiales dans le calcul de l'EBITDA ajusté en 2021 (139 M€ en 2020, aucun en 2019)



Faits marquants - France

Recentrage sur les formats les plus porteurs structurellement rentables

- » **La Groupe a finalisé son recentrage sur les formats les plus porteurs (premium, proximité, e-commerce) qui représentent 76% de ses ventes (+16 pts vs 2018)**
 - › Nouvelle progression de +31 bps à 9,1% de la marge d'EBITDA des enseignes de distribution¹ portée par les plans d'efficience (+83 bps vs 2019)
 - › **Toutes les enseignes sont rentables**, avec un niveau de rentabilité très satisfaisant pour les formats porteurs

- » **Le Groupe priorise les formats en croissance structurelle : (i) la proximité et (ii) l'e-commerce en partenariat avec des leaders européens ou mondiaux (Ocado, Amazon, Gorillas)**
 - › **Proximité** : ouverture de **730 magasins de proximité** en zones urbaines (Franprix, Naturalia, Monop'), péri-urbaines et rurales (Vival, Spar, etc.) depuis janvier 2021
 - › **E-commerce alimentaire** : livraison à domicile en progression de **+48%** sur l'année, **au-delà du marché (+25%²)**, avec un fort leadership en Ile de France
 - Mise en place du partenariat avec Gorillas, désormais approvisionné par Monoprix
 - Signature d'un **partenariat autour du développement des services d'Ocado en France**

- » **Lancement de l'alliance aux achats avec Intermarché en septembre 2021 et extension aux achats non marchands à partir d'avril 2022**

- » **Avancement du plan de cession qui atteint 3,2 Mds€**
 - › Finalisation de la cession de Floa à BNPP fin janvier 2022 (200 M€)
 - › Revue à la hausse des earn-out des JV Apollo et Fortress à 118 M€
 - › Cession de 3% de Mercialys en 2021 (24 M€) et 6,5% début 2022 (59 M€)

¹ France Retail hors GreenYellow, Vindémia et promotion immobilière ; ² Source NielsenIQ



Faits marquants - Amérique latine

Trois actifs adaptés à leurs marchés et prêts à accélérer leur croissance

En M€	Chiffre d'affaires			EBITDA			ROC		
	2021	Var 1 an ¹	Var 2 ans ¹	2021	Var 1 an ²	Var 2 ans ²	2021	Var 1 an ²	Var 2 ans ²
Éxito	3 695	+7,5%	+11%	333	+20%	+19%	211	+33%	+34%
Assaí	6 568	+17%	+51%	489	+18%	+51%	384	+16%	+48%
GPA	4 184	-5,2%	+1,1%	240	-15%	+6,8%	44	-56%	-24%
Latam	14 448	+6,0%²	+23%²	1 063	+8,7%	+29%	640	+7,9%	+34%

- » Le Groupe dispose désormais de 3 actifs adaptés à leurs marchés respectifs et prêts à accélérer leur croissance :
 - › Grupo Éxito, leader en Colombie et en Uruguay
 - › Assaí, qui vise un chiffre d'affaires brut de 100 MdsR\$ en 2024 sur le Cash & Carry
 - › GPA, sur les formats porteurs (premium, proximité et e-commerce) dans les régions les plus porteuses (São Paulo)
- » Excellente performance de Grupo Éxito avec un EBITDA en hausse de +20%² à 333 M€ (marge de 9,0%) et un ROC en hausse de +33%² à 211 M€
 - › Grupo Éxito confirme son leadership en Colombie et enregistre une nette accélération en fin d'année avec des ventes à +21%¹ au T4 (+7,5%¹ sur l'année, à 3,7 Mds€)
 - › En Colombie¹, accélération des ventes de +16% au T4 (+7% sur l'année à 2,8 Mds€), portées par l'innovation et l'omnicanal dont les ventes représentent désormais 12% des ventes en Colombie (x2,4 vs 2019).
 - Progression du ROC de +32% au T4, et +43% à l'année tirée par l'activité et la promotion immobilière
 - › En Uruguay¹, excellent niveau de rentabilité (EBITDA de 59 M€ avec une marge de 10%) et accélération des ventes de +7% au T4 qui atteignent 0,6 Mds€ à l'année

¹ Variation en monnaie locale, données publiées par la filiale ; ² Variations à change constant ; variations d'EBITDA et ROC hors crédits fiscaux



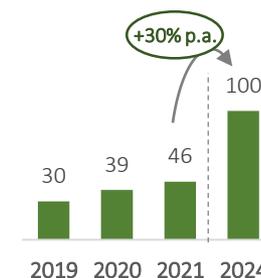
Faits marquants - Amérique latine

Accélération d'Assaí et développement de GPA sur les formats porteurs

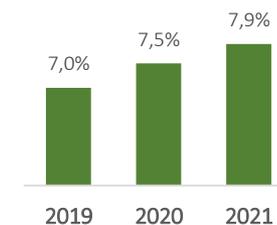
- » L'année 2021 est marquée par :
 - › La cotation d'Assaí sur le Novo Mercado et le New York Stock Exchange en mars 2021, après scission de GPA fin 2020
 - › La cession de 70 hypermarchés Extra détenus par GPA à Assaí
- » Accélération d'Assaí sur son modèle d'affaires très rentable
 - › Progression de **+18%¹** de l'EBITDA à 489 M€, et amélioration de la marge de +51 bps
 - › Ouverture de **28 magasins en 2021** (parc de 212 magasins)
 - › Objectif de **chiffre d'affaires brut de 100 MdsR\$ (17 Mds€)** en 2024 (+30% p.a.) via : (i) l'ouverture de c. 50 magasins entre 2022 et 2024 et (ii) la conversion des 70 hypermarchés Extra (dont 40 au second semestre 2022)
 - Les 23 Extra Hipers déjà convertis confirment le potentiel des conversions futures (multiplication des ventes par 3)
- » Recentrage de GPA sur le premium, la proximité et l'e-commerce
 - › Concentration sur les formats rentables du premium et de la proximité en cédant ou en convertissant les hypermarchés (conversion des hypermarchés non cédés en supermarchés Pão de Açúcar et Mercado Extra)
 - Les fermetures ou conversions des hypermarchés ont toutefois eu un effet transitoire sur les résultats 2021
 - › **Priorité donnée à l'E-commerce alimentaire**, dont les ventes ont progressé de +363%² vs 2019 avec une quote-part de 8%² en 2021 (vs 2% en 2019)
 - › **Accélération dans la région de São Paulo** où GPA possède une forte notoriété

¹ Variations à change constant, hors crédits fiscaux ; ² Données publiées par la filiale

Chiffre d'affaires brut d'Assaí (en Md R\$)



Marge d'EBITDA ajustée d'Assaí (en % des ventes²)





Activités en France



NATURALIA



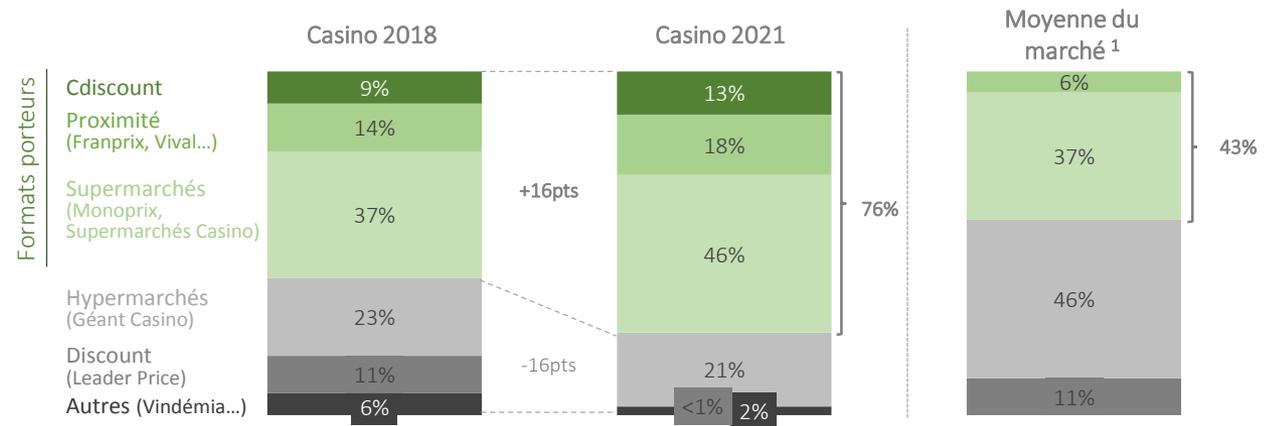
MONOPRIX



Evolution du portefeuille d'activité - France

76% du chiffre d'affaires désormais réalisé sur les formats porteurs (+16 pts vs 2018)

Part du chiffre d'affaires par segment



» Finalisation de la phase d'amélioration du mix d'activités

- › Recentrage du Groupe sur les segments porteurs (premium, proximité, Cdiscount) tous rentables
- › Les formats porteurs représentent désormais 76% du chiffre d'affaires (43% pour la moyenne du marché), en progression de +16 pts vs 2018
- › Les hypermarchés (c. 20% du chiffre d'affaires) sont localisés pour moitié en Provence Alpes Côte d'Azur, Auvergne-Rhône-Alpes et région bordelaise

¹ Parts de marché Kantar (CAM à la P12), e-commerce intégré au prorata dans les segments hypermarchés et supermarchés

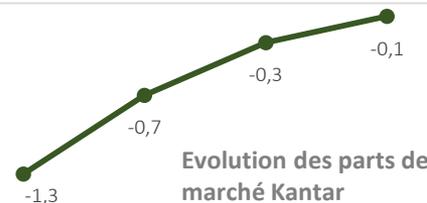


1. Enseignes de distribution - France

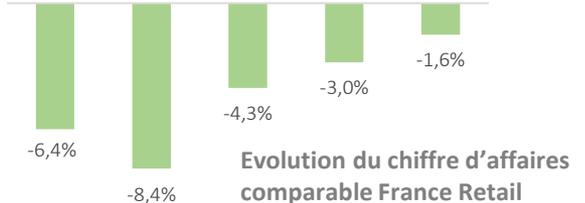
Accélération sur les priorités stratégiques

- » **Ouvertures de 730 magasins de proximité depuis janvier 2021** en zones urbaines (Franprix, Naturalia, Monop’), péri-urbaines et rurales (Spar, Vival...)
 - › Modèle de développement en franchise, à faible intensité capitalistique
 - › Expansion dans toutes les géographies avec des formats adaptés à chaque zone de chalandise
- » **Performance du Groupe désormais en ligne avec le marché**, en nette amélioration par rapport aux tendances des dernières périodes, tirée par l’expansion et l’amélioration séquentielle des ventes comparables
 - › Accélération de la dynamique des ventes sur les 4 dernières semaines

P2-P4 2021 P5-P7 2021 P8-P10 2021 P11-P13 2021



T1 T2 T3 T4 4 semaines



- » Renforcement des **marqueurs sur lesquels le Groupe est précurseur** :
 - › **Lancement d’un abonnement** par Monoprix, en sus de Géant Casino et des Supermarchés Casino
 - › **Couverture exhaustive des besoins sur la livraison à domicile**, du plein de courses à J+1 au dépannage en quelques minutes, avec des partenaires de premier plan
 - › **Poursuite de la réduction des espaces non alimentaires au profit de l’alimentaire et d’espaces spécialisés non-alimentaires** : Santé au Quotidien (Monoprix), mobilité douce (Monoprix, Franprix, Géant), corners non-alimentaires avec des spécialistes (textile, bijouterie, jouet, etc.)

1. Enseignes de distribution - France

Plus de 210 000 abonnés Casino et Monoprix



- » **Le groupe Casino a lancé dès 2019 des abonnements** offrant 10% de remise¹ dans les enseignes Casino (Casino Max Extra) et Monoprix (Monopflix)
 - › Enseignes Casino (lancé en 2019) : **abonnement précurseur**, commun aux enseignes Géant Casino, Supermarchés Casino et Le Petit Casino / Casino shop
 - › Monoprix (lancé en 2021) : **premier abonnement véritablement omnicanal en France** avec des remises identiques en ligne et en magasins
- » Le Groupe compte **plus de 210 000 abonnés Casino ou Monoprix au 31 décembre 2021**
 - › **Doublement du nombre d'abonnés sur un an**
 - › **Fort accroissement du nombre d'abonnés Monoprix** depuis le lancement en septembre 2021
- » Les abonnements renforcent la **fidélisation des clients**
 - › **Compétitivité prix significative** des enseignes après remise de 10%
 - › **Les abonnés des enseignes Géant et Supermarchés Casino dépensent en moyenne quatre fois plus que les non-abonnés**

¹ Remise de 10% sur les achats moyennant des frais adhésion d'environ 10€ par mois. Frais d'adhésion dégressifs selon la durée de souscription



1. Enseignes de distribution - France

E-commerce : Livraison à domicile en hausse de +48%

- » **Livraison à domicile** en très forte dynamique avec une progression de **+48%** (vs +25% pour le marché¹), avec un **fort leadership en Ile de France**²
 - › Y compris Drive, l'e-commerce alimentaire progresse de +15% (+6% pour le marché¹)
- » Le Groupe s'appuie sur des **partenaires technologiques leaders dans leurs domaines**
 - › **Accélération du partenariat avec Ocado**
 - 2017 : signature du partenariat
 - 2020 : mise en service de l'entrepôt automatisé O'logistique de Fleury-Merogis
 - **2022 : partenariat autour du développement des services d'Ocado en France**
 - › **Partenariat Amazon**
 - 2018 : Monoprix dans Amazon Prime à Paris (livraison en 2h)
 - 2019 : lockers Amazon en magasins
 - 2020 : extension d'Amazon Prime (Lyon, Bordeaux...)
 - **2021 : Monoprix devient l'unique partenaire d'Amazon sur les courses livrées à domicile avec l'arrêt de son activité en propre ; click & collect depuis les enseignes Casino (85 magasins à date sur une cible de 180), lockers dans plus de 800 magasins**
 - › **Partenariat Gorillas**
 - 2021 : signature du partenariat
 - **2022 : approvisionnement des dark stores Gorillas par Monoprix**
- » **Les nombreuses innovations des enseignes apportent une expérience client unique**
 - › Développement d'une offre affinitaire
 - › Innovation : lancement d'une interface commerciale sur **WhatsApp**, diffusion de **live shoppings**, visualisation de produits en **réalité virtuelle**, présence sur le **Metaverse**

¹ Source NielsenIQ, P13 cumul annuel mobile ; ² Source NielsenIQ, T4 2021



1. Enseignes de distribution - France

Des outils digitaux au service des clients et des opérations

» Une expérience omnicanale unique

- › **Parcours client entièrement digitalisé**, y compris dans ses achats en magasin (utilisation du smartphone pour accéder au catalogue, aux promotions, scanner les produits, payer)
- › **639 magasins autonomes** en mesure d'ouvrir le soir ou le dimanche (vs 533 fin 2020), et **63%** des ventes en hypermarchés Géant et supermarchés Casino sont réalisées sur smartphone ou caisse automatique (resp. 61% et 48% fin 2020)

» Personnalisation des offres et monétisation des données

- › Fort taux de personnalisation des offres en hypermarchés Géant et supermarchés Casino avec **26% du chiffre d'affaires réalisé par les porteurs de l'application CasinoMax** en fin d'année
- › **Valorisation du trafic client** du Groupe auprès des marques et agences de publicité avec relevanC et Infinity Advertising¹ (ciblage publicitaire, mesure de performance commerciale)

» Optimisation des opérations par des outils digitaux

- › **Utilisation d'outils d'intelligence artificielle** en magasins (ex : réduction des ruptures de 50% avec les solutions temps réel de Belive.ai dans 253 enseignes Casino, et SES Imotag dans 100 Monoprix) et en logistique (optimisation des tournées)
- › **Expertise IA internalisée** au sein de relevanC et des enseignes
- › Projet d'implémentation de **nouveaux outils métiers** en partenariat avec Google Cloud et Amazon Web Services

¹ JV entre le Groupe Casino et Intermarché



1. Enseignes de distribution - France

Mise en place du partenariat aux achats avec Intermarché

- » En septembre 2021, le groupe Casino et Intermarché ont lancé le partenariat aux achats AUXO
 - › Ce partenariat s'inscrit dans la durée (5 ans) afin d'apporter de la visibilité à long terme aux grands industriels
 - › Il couvre un champ large : les achats alimentaires, les achats non alimentaires, la commercialisation de services internationaux et la monétisation des données clients
 - › Avec une part de marché de 24%¹, AUXO est le 2^e acteur du marché français
 - › Il permet au Groupe d'améliorer ses conditions d'achat auprès de ses grands fournisseurs
- » En avril 2022, le partenariat avec Intermarché sera étendu aux achats non marchands

AUXO
Achats
alimentaires

AUXO
Achats non-
alimentaires

Global Retail
Services

Infinity
Advertising

Achats non
marchands

¹ Source Kantar (CAM P1 2022)

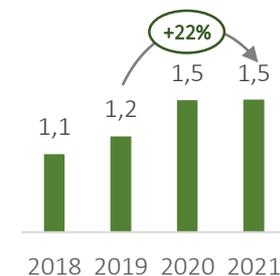


2. Cdiscount

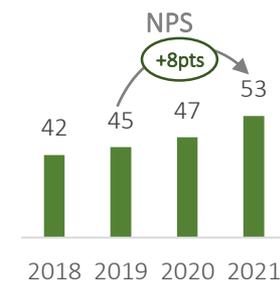
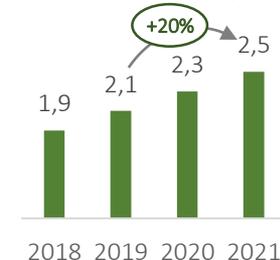
Poursuite de la stratégie à long terme : expansion de la marketplace, et du marketing digital, et accélération des activités B2B

- » Performance solide en 2021 après une année 2020 exceptionnelle
- » Evolution profonde du modèle vers un mix d'activités plus rentables (hausse de la marketplace, du marketing digital et du B2B, baisse des ventes directes)
 - › Marge brute de +4,5 pts vs 2019 (+0,9 pt vs 2020)
 - › Quote-part marketplace en hausse de +6,7 pts vs 2019 (+1,3 pt vs 2020) à 45% du GMV ; GMV marketplace en hausse de +22% (stable vs 2020)
 - › Progression des revenus marketplace de +29% vs 2019 (+5% vs 2020)
 - › Hausse du marketing digital de +75% vs 2019 à 69 M€ (+32% vs 2020)
 - › Développement du B2B sur des modèles à très fort potentiel de croissance
- » Amélioration de tous les indicateurs clients par rapport à 2019
 - › Abonnés CDAV en croissance de +20% vs 2019 (+9% vs 2020)
 - › Nouvelle progression du NPS de +8 pts (+6 pts vs 2020) grâce à l'amélioration des délais de livraison et du service après-vente
- » GMV B2B multiplié par x3,5 sur 2 ans (+30% vs 2020)
 - › L'offre Octopia de « marketplace-as-a-service » enregistre désormais 12 contrats majeurs (dont Rakuten), dans 7 pays différents, avec un GMV de 109 M€ (x3,3 vs 2019, +26% vs 2020)
 - › Les offres de logistique C-logistics et C Chez Vous opèrent désormais au profit de 20 clients
- » Accord entre Octopia et Ocado afin de proposer la marketplace Octopia aux clients d'Ocado

GMV marketplace (Md€)



Abonnés CDAV (m)



3. relevanc

Poursuite du développement d'une activité porteuse

- » **Poursuite du développement et de l'expansion stratégique pour relevanc**
 - › **Lancement d'Infinity Advertising** en partenariat avec Intermarché afin de proposer des services de retail media et ciblage de promotions pour les marques alimentaires (base cumulée de 17 millions de profils)
 - › **Lancement des activités en Amérique latine**, au Brésil et en Colombie
 - › **Acquisition d'Inlead** permettant d'étendre les services et la clientèle de relevanc auprès des réseaux de points de vente physiques (ex: opticiens Afflelou)
- » **Développement de partenariats avec des leaders technologiques**
 - › **Google Cloud et Accenture** : partenariat commercial et technologique à destination d'une clientèle internationale
 - › **Amazon Web Service** : projet de partenariat visant l'amélioration de l'expérience client par le biais d'algorithmes
- » **Commercialisation d'une plateforme de Retail Média en B2B auprès d'autres distributeurs en France et à l'international pour monétiser leurs données et espaces publicitaires**
 - › **relevanc compte parmi ses clients Everli**, premier service européen de livraison de courses à domicile via des personal shoppers

Forte dynamique de l'activité en 2021

- » **Progression de la base photovoltaïque installée ou en construction de +31% et des projets d'efficacité énergétique installés ou en construction de +16% par rapport à décembre 2020**
 - › Base photovoltaïque installée ou en construction en progression de +31% à 740 MW (563 MW à fin 2020), avec un pipeline avancé¹ de 816 MW (+44% vs 2020)
 - › Projets d'efficacité énergétique installés ou en construction, en progression de +16% à 985 GWh, avec un pipeline avancé¹ de 317 GWh (+26% vs 2020)
 - › EBITDA en progression de +30% à 80 m€²
- » **Poursuite de l'expansion géographique et des partenariats porteurs**
 - › Développement dans de nouveaux territoires en **Europe de l'Est** (projet de 4MW pour Solvay en Bulgarie) et renforcement des géographies historiques (signature du 200^{ème} PPA³ en Asie du Sud-Est)
 - › **Partenariat stratégique avec Schneider Electric** visant à proposer des programmes d'efficacité énergétique clés en main aux grandes entreprises internationales
 - › Partenariat avec **Amazon Web Services** afin de fournir de l'électricité renouvelable pour ses activités
- » **Levée de 109 M€ auprès d'un investisseur institutionnel (émission d'OCABSA⁴) et mise un place d'une ligne de crédit syndiquée de 87 M€ afin d'accélérer la croissance en 2022**

¹ Le pipeline avancé correspond aux projets aux stades « awarded » et « advanced pipeline » au sein du portefeuille de projets en développement de GreenYellow ; ² Donnée publiée par la filiale. En vision contributive, EBITDA de 63 M€ (57 M€ en 2020) ; ³ Contrat d'achat d'énergie (Power Purchase Agreement) ; ⁴ Obligations Convertibles en Actions avec Bons de Souscription d'Actions



5. RSE

Un engagement RSE reconnu

- » **Engagement RSE reconnu par les agences de notation extra-financières**
 - › Classé 1^{er} distributeur et 8^e société mondiale dans le classement ESG de Moody's en 2021
- » **Engagement de réduction des émissions carbone de -38% d'ici 2030¹**
 - › Baisse des émissions carbone du Groupe de -12% en 2021 (-20% depuis 2015)
 - › Ouverture par Monoprix du premier entrepôt à **faible émission carbone** certifié *Breem outstanding* en France, avec 25% de l'électricité issue d'une centrale solaire installée sur la toiture
 - › Flotte de 480 camions à émission carbone réduite (GNV, bio-GNV, colza, électrique)
- » **Promotion d'une consommation responsable**
 - › Chiffre d'affaires **bio** de 1,2 Md€, quote-part en progression de +10 bps
 - › **Nutriscore affiché sur 100%** des produits à marque Casino (60% notés A, B, ou C)
 - › Plus de **1 400 produits à base de protéines végétales** dans les enseignes du Groupe
 - › **Economie circulaire** : un téléphone sur quatre sur Cdiscount est reconditionné
- » **Acteur inclusif en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité**
 - › Certification « **Top Employers** » obtenue par Monoprix et Casino ; « **Great Place to Work** » par Cdiscount
 - › **Féminisation de l'encadrement** de 41% au niveau Groupe
 - › Plus de 8 700 travailleurs en situation de handicap

¹ Scopes 1 et 2 par rapport à 2015, cible Groupe ; ² Technologie émettant trois fois moins de gaz à effet de serre que le diesel



Résultats financiers



Remarques préliminaires

» IFRS5

- › **Leader Price**, dont la cession a été finalisée le 30 novembre 2020, est présenté en activité abandonnée en 2020 et 2021

» Décision de l'IFRS IC

- › **Décision de l'IFRS IC** relative aux modalités d'étalement de la dette liée à certains avantages postérieurs à l'emploi
- › L'application rétrospective de cette décision de l'IFRS IC a conduit à retraiter les comptes de l'exercice 2020



Chiffre d'affaires du T4 - Groupe

Chiffre d'affaires Groupe stable au T4 et en progression comparable de +7,7% sur deux ans

CA HT, en M€	T4 2021				
	Chiffre d'affaires	Variation totale	Variation organique ¹	Variation comparable ²	Variation comp. 2 ans ²
France Retail	3 648	-2,4%	-3,3%	-3,0%	-2,9%
Cdiscount	592	-7,9%	-9,8%	-9,7%	-5,8%
Volume d'affaires		-	-	-8,6%	+0,5%
dont Marketplace	-	-	-	-14,6%	+14,6%
dont Ventes directes	-	-	-	-3,6%	-8,0%
Latam Retail	4 096	+3,3%	+3,1%	+3,4%	+17,4%
TOTAL GROUPE	8 335	-0,1%	-0,7%	-0,4%	+7,7%

- » Chiffres d'affaires Groupe stable au T4, en progression comparable de +7,7% sur 2 ans
- » Chiffre d'affaires France Retail en amélioration séquentielle dans un marché en recul de -3,7%³
- » Chiffre d'affaires Cdiscount impacté par la base élevée du T4 2020 en raison du confinement de novembre ; GMV marketplace en hausse de +14,6% sur 2 ans
- » Chiffre d'affaires du Latam en progression comparable de +3,4% et de +17,4% sur 2 ans

¹ Variation organique hors essence et calendaire ; ² Variation comparable hors essence et calendaire ; ³ Source IRI - Total PGC FI - T4 2021

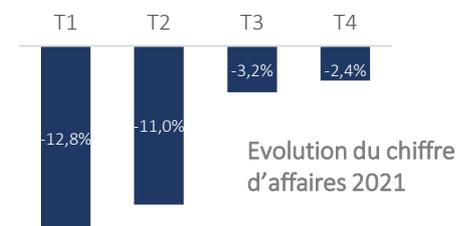


Chiffre d'affaires du T4 – France Retail

Amélioration séquentielle de la variation du chiffre d'affaires

CA HT, en M€	T4 2021			T3 2021	T4 vs T3	
	Chiffre d'affaires	Variation totale	Variation organique ¹	Variation comparable ²	Variation comp. ²	Ecart comp.
Monoprix	1 191	-2,3%	-1,8%	-2,8%	-4,1%	+1,3 pt
Supermarchés	767	+5,6%	-4,0%	-3,3%	-2,7%	-0,6 pt
Franprix	366	-3,3%	-2,2%	-2,0%	-3,6%	+1,6 pt
<i>Vol. d'affaires</i>	432	-0,2%	-	-	-	-
Proximité	327	+3,5%	+3,7%	-0,7%	-1,3%	+0,6 pt
<i>Vol. d'affaires</i>	490	+5,0%	-	-	-	-
Hypermarchés	899	-6,3%	-8,4%	-4,7%	-8,5%	+3,8 pts
Divers	98	-30%	-	-	-	-
France Retail	3 648	-2,4%	-3,3%	-3,0%	-4,3%	+1,3 pt

- » Amélioration séquentielle avec une croissance comparable en hausse de +1,3 pt par rapport au T3 2021
 - › Amélioration séquentielle de la plupart des enseignes, y compris Monoprix et Franprix dans un marché en recul de -5,6%³ en Ile de France
- » Variation du chiffre d'affaires total de -2,4%
 - › Sur la Proximité, ventes en hausse de +3,5% et volume d'affaires en hausse de +5,0% portée par l'expansion



¹ Variation organique hors essence et calendaire ; ² Variation comparable hors essence et calendaire ; ³ Source IRI – Total PGC FI – T4 2021



Chiffre d'affaires 4 semaines – au 20 février 2022

Amélioration séquentielle sur les 4 dernières semaines

Variations comparables ¹	T3 2021	T4 2021	4 semaines au 20 février
Monoprix	-4,1%	-2,8%	-3,4%
Supermarchés	-2,7%	-3,3%	-2,2%
Franprix	-3,6%	-2,0%	-1,8%
Proximité	-1,3%	-0,7%	+5,9%
Hypermarchés	-8,5%	-4,7%	-1,5%
France Retail	-4,3%	-3,0%	-1,6%



Volume d'affaires	T3 2021	T4 2021	4 semaines au 20 février
Franprix	-2,5%	-0,2%	-1,0%
Proximité	+5,0%	+5,0%	+10%
Franprix et Proximité	+2,1%	+2,5%	+5,1%



- » Sur les quatre dernières semaines, les ventes comparables s'améliorent de +1,4 pt par rapport au T4 2021
 - › Forte croissance de la proximité à +5,9%
 - › Amélioration de la tendance des hypermarchés à -1,5%
- » Le volume d'affaires Franprix et Proximité progresse de +2,5% au T4 et de +5,1% sur les quatre dernières semaines, soit une amélioration de +2,6 pts

¹ Variation comparable hors essence et calendaire



Résultats - France Retail

Progression de la marge d'EBITDA des enseignes de distribution de +83 bps sur 2 ans

En M€ - France Retail	2019	2020	2021	Var 1 an	Var 2 ans
Chiffre d'affaires	16 322	15 219	14 071	-5,4%¹	-2,6%¹
EBITDA					
Enseignes de distribution ²	1 282	1 304	1 281	-1,7%	-0,0%
Marge d'EBITDA (en %)	8,3%	8,8%	9,1%	+31 bps	+83 bps
Vindémia	53	22	0	n.a.	n.a.
Promotion immobilière	56	64	14	-78%	-75%
GreenYellow ³	76	57	63	+10%	-17%
Total France Retail	1 467	1 447	1 358	-6,1%	-7,4%
Marge d'EBITDA (en %)	9,0%	9,5%	9,7%	+ 15 bps	+70 bps
Résultat Opérationnel Courant					
Enseignes de distribution ²	510	488	484	-0,8%	-5,0%
Marge de ROC (en %)	3,3%	3,3%	3,4%	+14 bps	+15 bps
Vindémia	53	22	0	n.a.	n.a.
Promotion immobilière	54	63	13	-80%	-85%
GreenYellow	72	48	39	-19%	-46%
Total France Retail	689	621	535	-14%	-22%
Marge de ROC (en %)	4,2%	4,1%	3,8%	-27 bps	-40 bps

- » **Chiffre d'affaires** impacté par les cessions d'actifs (plan Rocado, Vindémia)
- » **EBITDA des enseignes de distribution stable sur 2 ans**, avec une **marge de 9,1%** en progression de **+83 bps** en raison des plans d'efficience ; **marge de ROC de 3,4%**
- » **Changement de modèle de GreenYellow** d'un modèle de promotion vers un modèle de détention d'actifs

Note : ROC GreenYellow impacté par la hausse des amortissements en lien avec la dynamique d'investissement

¹ Variation comparable hors essence et calendaire ; ² France Retail hors GreenYellow, Vindémia et promotion immobilière ; ³ Données contributive. Donnée publiée par la filiale : EBITDA de 80 M€ en 2021 (62 M€ en 2020)



Résultats - E-commerce (Cdiscount)

Progression de tous les indicateurs sur 2 ans après une année 2020 exceptionnelle

En M€ - Ecommerce (Cdiscount)	2019	2020	2021	Var 1 an	Var 2 ans
Volume d'affaires	3 899	4 204	4 206	+0,0%	+7,9%
<i>Dont marketplace</i>	<i>1 245</i>	<i>1 514</i>	<i>1 518</i>	<i>+0,2%</i>	<i>+22%</i>
<i>Dont ventes directes</i>	<i>1 991</i>	<i>1 934</i>	<i>1 840</i>	<i>-4,9%</i>	<i>-7,6%</i>
<i>QP marketplace</i>	<i>38,5%</i>	<i>43,9%</i>	<i>45,2%</i>	<i>+1,3pt</i>	<i>+6,7 pts</i>
Chiffre d'affaires¹	1 966	2 037	2 031	-0,3%	+3,3%
Revenus marketplace	150	184	193	+4,9%	+29%
Marketing digital	40	52	69	+32%	+75%
EBITDA¹	69	129	106	-18%	+54%
<i>Marge d'EBITDA (%)</i>	<i>3,5%</i>	<i>6,4%</i>	<i>5,2%</i>	<i>-114 bps</i>	<i>+170 bps</i>
Résultat Opérationnel Courant (ROC)¹	4	53	18	-65%	+369%
<i>Marge de ROC (en %)</i>	<i>0,2%</i>	<i>2,6%</i>	<i>0,9%</i>	<i>-168 bps</i>	<i>+71 bps</i>

- » Evolution du modèle de Cdiscount vers un mix d'activité plus rentables (hausse de la marketplace, du marketing digital et du B2B, baisse des ventes directes), **avec un effet favorable sur la marge**
 - › Amélioration de la marge brute de **+4,5 pts vs 2019** (+0,9 pt vs 2020)
- » Cdiscount présente une performance solide après une année 2020 exceptionnelle, tous les indicateurs progressent sur 2 ans
 - › EBITDA en hausse de +54% ; ROC 2021 intégrant les amortissements additionnels liés aux investissements dans Octopia
 - › GMV marketplace en hausse de +22%
 - › Revenus marketplace en hausse de +29%, marketing digital en progression de +75%

¹ Données contributives. Données publiées par la filiale: EBITDA 2021 de 109 M€ (133 M€ en 2020) et ROC de 18 M€ (53 M€ en 2020)



Résultats - Amérique latine

Progression de l'EBITDA de +29% à change constant et hors crédits fiscaux, sur 2 ans

En M€	2019	2020	2021	à change constant	
				Var 1 an	Var 2 ans
Chiffre d'affaires consolidé	16 358	14 656	14 448	+6,0%	+23%
<i>dont Assaí</i>	6 293	6 095	6 568	+17% ¹	+51% ¹
<i>dont GPA Brésil</i>	5 998	4 924	4 184	-5,2% ¹	+1,1% ¹
<i>dont Grupo Éxito</i>	4 053	3 637	3 695	+7,5% ¹	+11% ¹
EBITDA hors crédits fiscaux	1 104	1 023	1 035	+8,7%	+29%
<i>Marge d'EBITDA hors crédits fiscaux (%)</i>	6,8%	7,0%	7,2%	+18 bps	+42 bps
EBITDA	1 104	1 161	1 063	-1,7%	+34%
ROC hors crédits fiscaux	628	610	612	+7,9%	+34%
<i>Marge de ROC hors crédits fiscaux (%)</i>	3,8%	4,2%	4,2%	+7 bps	+40 bps
<i>dont Assaí</i>	349	334	357	+16%	+48%
<i>dont GPA Brésil</i>	85	108	44	-56%	-24%
<i>dont Grupo Éxito</i>	197	167	211	+33%	+34%
Effets des crédits fiscaux ²	0	139	28	n.s.	n.s.
Résultat Opérationnel Courant	628	748	640	- 8,1%	+42%

- » **Progression des EBITDA et ROC hors crédits fiscaux de respectivement +29% et +34% sur 2 ans à change constant**
 - » Assaí : forte amélioration du ROC en ligne avec la croissance de l'activité
 - » GPA Brésil : rentabilité impactée par les hypermarchés (destockages avant cession)
 - » Grupo Exito : excellente performance avec une reprise de la croissance et une forte amélioration de la rentabilité
- » **Effet change défavorable de -48 M€ sur le ROC 2021**

¹ Variations en monnaie locale, données publiées par la filiale ; ² Crédits fiscaux retraités par les filiales dans le calcul de l'EBITDA ajusté

Résultat net normalisé, Part du Groupe

Résultat net normalisé, Part du Groupe de 94 M€, en baisse du fait des crédits fiscaux et de la promotion immobilière

Résultat net normalisé, Part du Groupe En M€	2020	2021
Résultat opérationnel courant et des entreprises en équivalence	1 471	1 242
<i>dont Crédits fiscaux au Brésil</i>	139	28
<i>dont Promotion immobilière en France</i>	63	13
Charges financières	(681)	(813)
<i>dont Crédits fiscaux au Brésil</i>	104	23
Charge d'impôt	(259)	(62)
Résultat net normalisé des activités poursuivies	532	367
<i>dont intérêts minoritaires</i>	266	273
<i>dont Part du Groupe</i>	266	94
BNPA normalisé, dilué (en €)	2,15	0,54

- » Baisse du ROC liée à la baisse des crédits fiscaux (-111 M€), de la promotion immobilière (-50 M€) et un effet change (-48 M€)
- » Charges financières impactées par
 - › En France, une charge ponctuelle de 38 M€ majoritairement non-cash liée au refinancement du Term Loan B au premier trimestre 2021
 - › En Amérique latine, la forte réduction des crédits fiscaux en 2021 par rapport à 2020 (-81 M€ en résultat financier)





Plan de cession

Le plan de cession totalise 3,2 Mds€

Date	Montant cumulé des cessions	Actifs cédés
2018	✓ 1,1 Md€	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 213 M€ : 15% du capital de Mercialys ▷ 742 M€ : actif immobiliers Monoprix ▷ 150 M€ : augmentation de capital de GreenYellow ▷ R2C
2019	✓ 1,8 Md€	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 392 M€ : cessions à Fortress ▷ 327 M€ : cessions à Apollo ▷ c. 20 M€ : 20 restaurants "A la Bonne Heure" & "Coeur de Blé"
2020	✓ 2,8 Mds€	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 648 M€ : cession de Leader Price ▷ 186 M€ : cession de Vindémia ▷ 26 M€ : 5% du capital de Mercialys ▷ c. 100 M€ : cessions immobilières
2021	✓ 3,2 Mds€	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 24 M€ : 3% du capital de Mercialys (encaissés en 2021) ▷ 118 M€ : earn-out sécurisé des JV avec Apollo et Fortress (24 M€ encaissés en 2021) ▷ 200 M€ : cession de Floa Bank¹ (184 M€ encaissés début 2022)
2022	✓ 3,2 Mds€	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 59 M€ : cession de 6,5% de Mercialys (encaissés début 2022)

- » Le plan de cession s'établit à **3,2 Mds€** sur une cible de 4,5 Mds€
 - ▷ Cession de Floa Bank pour 200 M€¹, de 9,5% du capital de Mercialys pour 83 M€ et sécurisation de 118 M€ d'earn-out des JV avec Apollo et Fortress
- » Le Groupe est confiant dans sa capacité à finaliser le plan de cession d'ici fin 2023

¹ Le Groupe dispose en outre d'un earn-out de 30% sur la valeur future créée à horizon 2025



Cash flow libre - Périmètre France hors GreenYellow

Capacité d'autofinancement en amélioration de +42 M€ sur 2 ans

En M€ - activités poursuivies

<i>France (y compris Cdiscount), hors GreenYellow</i>	2019	2020	2021
EBITDA	1 458	1 519	1 401
(-) loyers	(637)	(633)	(621)
EBITDA après loyers payés	821	887	780
(-) éléments exceptionnels	(313)	(231)	(207)
(-) autres éléments ¹	(116)	(194)	(141)
Capacité d'autofinancement après loyers	391	462	433
Variation du BFR	224	329	(80)
Impôts	(63)	(58)	(44)
Flux générés par l'activité (après loyers)	552	733	309
CAPEX bruts	(429)	(476)	(435)
Cash flow libre² avant cessions et plan de cession	123	256	(126)

Finalisation des plans de transformation

Amélioration de +42 M€ sur 2 ans

Incluant -90 M€ de stockage stratégique et -40 M€ d'effet activité sur France Retail, et -40 M€ sur Cdiscount (effet activité)

- » **Amélioration de la capacité d'autofinancement sur 2 ans**
 - › Maîtrise des Capex, l'expansion étant réalisée en franchise
- » **Cash flow libre 2021** incluant une variation de BFR temporairement affectée par l'activité de fin d'année et le stockage stratégique de précaution dans un contexte d'inflation et de sécurisation des approvisionnements

Note : cash-flow libre présenté sur le périmètre France Retail et E-commerce, hors GreenYellow, en cohérence avec le nouveau périmètre des covenants bancaires. Le développement et la transition de GreenYellow vers un modèle de détention d'actifs sont assurés par ses ressources propres.

¹ Dont frais de siège, dividendes des sociétés mises en équivalence, EBITDA non cash, autres produits et charges financiers ; ² Avant dividendes aux actionnaires de la société mère et aux porteurs de TSSDI, avant frais financiers, et y compris loyers



Evolution de la dette nette

Dette financière nette de 5,9 Mds€

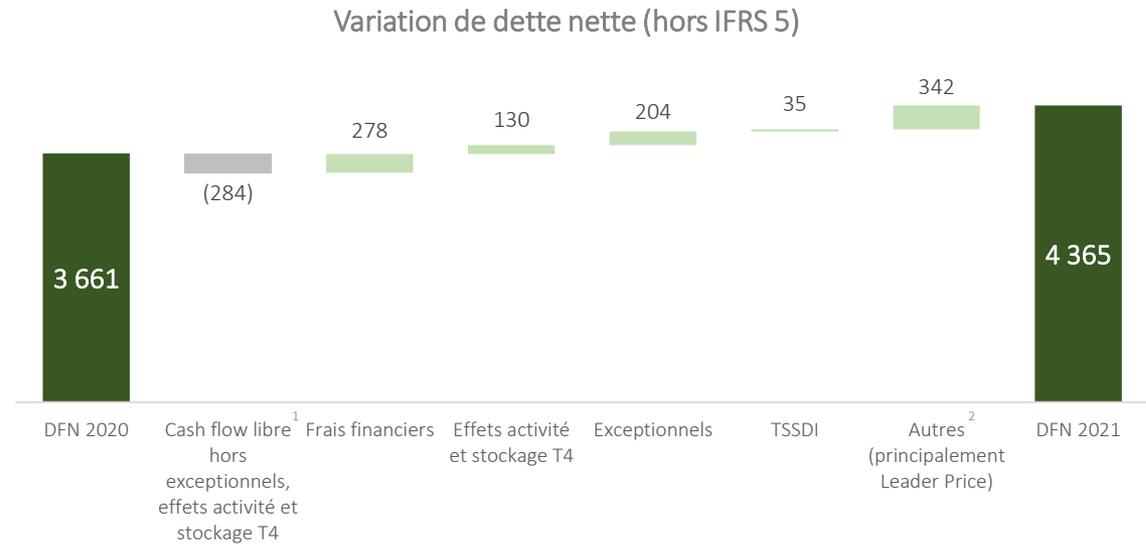
Dette financière nette hors IFRS 5 En M€	2019	2020	2021
France	(4 069)	(3 751)	(4 736)
<i>dont France Retail hors GreenYellow</i>	<i>(4 001)</i>	<i>(3 661)</i>	<i>(4 365)</i>
<i>dont E-commerce (Cdiscount)</i>	<i>(221)</i>	<i>(213)</i>	<i>(337)</i>
<i>dont GreenYellow</i>	<i>153</i>	<i>122</i>	<i>(34)</i>
Latam Retail	(1 587)	(882)	(1 122)
<i>dont GPA Brésil</i>	<i>(541)</i>	<i>(373)</i>	<i>(475)</i>
<i>dont Assaí</i>	<i>(1 460)</i>	<i>(664)</i>	<i>(864)</i>
<i>dont Grupo Éxito</i>	<i>626</i>	<i>333</i>	<i>361</i>
<i>dont Segisor</i>	<i>(185)</i>	<i>(179)</i>	<i>(144)</i>
Total	(5 657)	(4 634)	(5 858)

- » **GreenYellow** : augmentation des investissements suite à l'évolution vers un modèle d'infrastructure (détention d'actifs) financée par ses ressources propres
- » **Assaí** : acquisition de 70 hypermarchés Extra



Dettes nettes - France Retail hors GreenYellow

Variation de dette nette France Retail hors GreenYellow



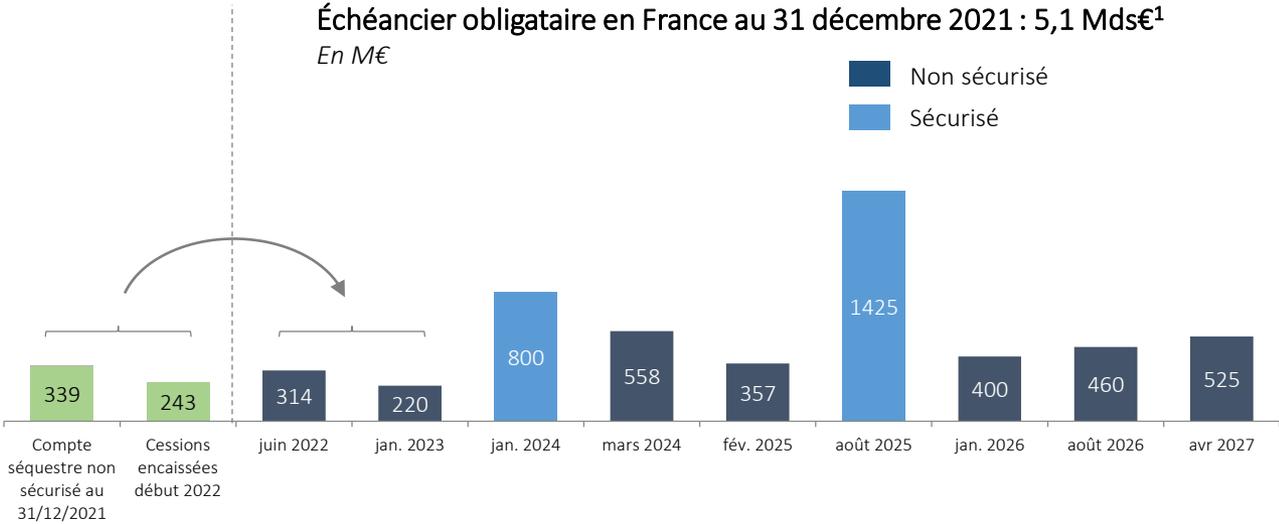
- » Variation de dette nette principalement liée à des **facteurs transitoires** :
 - › Effet temporaire de l'activité de fin d'année et stockage stratégique (effet de 130 M€ sur le BFR)
 - › Pertes opérationnelles et BFR de Leader Price dont les derniers magasins ont été transférés à Aldi en septembre 2021
 - › Charges exceptionnelles liées à la transformation du Groupe

¹ Cash-flow libre France Retail avant dividendes aux actionnaires de la société mère et aux porteurs de TSSDI, avant frais financiers, et y compris loyers ; ² Dont -30 M€ d'autres investissements financiers, -33 M€ de frais financiers non cash, -0,4 Md€ de Leader Price, 118 M€ d'earn-out sécurisés ou reçus sur les JV Apollo et Fortress, 24 M€ de produits de cession de Mercialis



Dette obligataire - France

Normalisation des échéances financières



» Le Groupe a procédé à plusieurs opérations de rachats obligataires sur les tranches (2023, 2024, 2025 et 2026) et de refinancement incluant :

- › L'extension à août 2025 et l'abondement du Term Loan B
- › L'émission d'une obligation non-sécurisée de maturité avril 2027

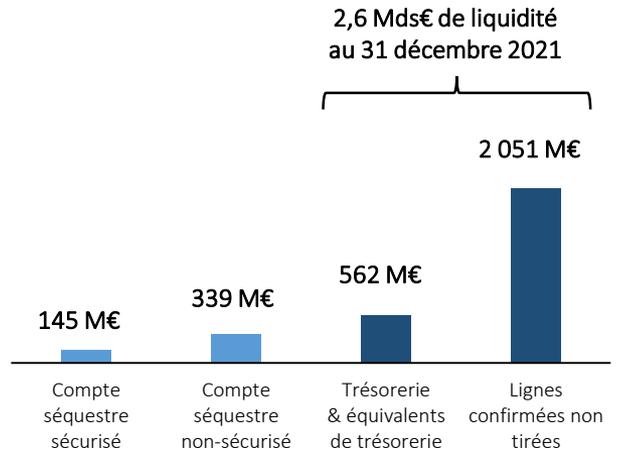
¹ Dette obligataire et Term Loan B



Dispositif de liquidité - France

Le Groupe dispose de 2,6 Mds€ de liquidité au 31 décembre 2021

- » Au 31 décembre 2021, le Groupe dispose de :
 - › D'une trésorerie et équivalent de trésorerie de **562 M€¹**
 - › D'un montant de **339 M€** sur le **compte séquestre non-sécurisé** et **145 M€** sur le **compte séquestre sécurisé**
- » Le Groupe dispose également à cette date de **2,1 Mds€ de lignes de crédit confirmées non tirées disponibles à tout moment**



Lignes de crédit confirmées

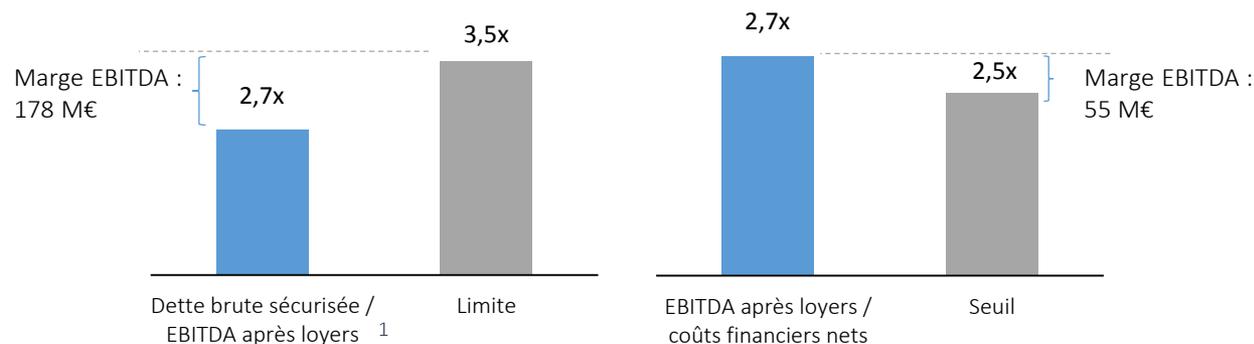
En M€ – Au 31 décembre 2021	Taux	Montant	Tiré	Échéance
Lignes de crédit bilatérale – Monoprix	Variable	40	40	Janvier 2024
Lignes de crédit syndiquées – Casino	Variable	252	0	Octobre 2023 ²
Lignes de crédit syndiquées – Monoprix	Variable	130	130	Janvier 2026
Lignes de crédit syndiquées – Casino	Variable	1 799	0	Juillet 2026 ³
Total		2 221	170	Maturité moyenne 4,2 années

¹ Dont 21 M€ pour Cdiscount ; ² Échéance octobre 2023 (octobre 2022 si la souche obligataire à échéance janvier 2023 n'est pas refinancée à cette date) ; ³ Échéance juillet 2026 (mai 2025 si le prêt à terme Term Loan B à échéance août 2025 n'est pas refinancé à cette date)



Covenants financiers - France

Covenants financiers du RCF au 31 décembre



- » Ratio Dette brute sécurisée / EBITDA après loyers¹ de 2,7x² (limite à 3,5x), soit une marge de 178 M€ sur l'EBITDA
- » Ratio EBITDA après loyers¹ / coûts financiers nets de 2,7x (seuil à 2,5x), soit une marge de 55 M€ sur l'EBITDA, en raison d'une charge financière ponctuelle liée au refinancement du Term Loan B
 - › Hors charge financière ponctuelle de 38 M€ liées au refinancement du Term Loan B au T1 2021, la marge sur l'EBITDA est de c. 150 M€

¹ Périmètre France Retail et Cdiscount, hors GreenYellow ; ² Dette sécurisée de 2,1 Mds€ et EBITDA hors GreenYellow de 780 M€



Perspectives - France

Les formats étant tous rentables, la priorité est à la croissance organique

- » En 2021, le Groupe a finalisé son repositionnement sur les formats durablement porteurs avec un niveau de rentabilité très satisfaisant
- » En 2022, dans un contexte de normalisation de la situation sanitaire, le Groupe affirme sa confiance à retrouver une dynamique de croissance en capitalisant sur ses actifs différenciants et ses services innovants :
 - i. Les **formats de proximité** (Monop', Franprix, Naturalia, Spar, Vival...) avec une cible de plus de 800 ouvertures, principalement en franchise
 - ii. La confirmation du leadership sur l'**e-commerce**, notamment en livraison à domicile en s'appuyant sur les partenaires Ocado, Amazon et Gorillas et sur le réseau de magasins
- › Maintien d'un **niveau de rentabilité élevé** et **amélioration de la génération de cash flow**
- › **Poursuite du plan de cession de 4,5 Mds€** en France. Au vu des différentes options disponibles, le Groupe affirme sa confiance dans la **réalisation complète de ce plan d'ici fin 2023**



Annexes

Annexes

Notations ESG

Indices	Notation	Echelle
Dow Jones Sustainability Index	70/100	0 à 100
FTSE	4,1/5	0 à 5
CDP Climat Scoring	B	D- à A
Moody's	74/100	0 à 100
Sustainalytics	72/100	0 à 100
MSCI	AA	CCC à AAA
Gaia	75/100	0 à 100

- » TCFD supporter
- » Naturalia a reçu la certification B Corp
- » Labels « diversité » et « égalité professionnelle » délivrés par l'AFNOR



Annexes

Bénéfice net par action normalisé, dilué

	2020	2021
Bénéfice net par action normalisé dilué		
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires avant dilution	107 677 458	107 905 160
Résultat net Part du Groupe normalisé (en M€)	266	94
Dividendes attribuables aux TSSDI (en M€)	(34)	(36)
Résultat net Part du Groupe normalisé dilué (en M€)	232	58
BNPA normalisé, dilué (en €)	2,15	0,54

Annexes

Charges exceptionnelles

Autres produits et charges opérationnels En M€	2020	2021	Var
Groupe	-799	-656	+143
<i>dont coûts cash</i>	<i>-341</i>	<i>-392</i>	<i>-51</i>
<i>dont coûts non cash</i>	<i>-458</i>	<i>-264</i>	<i>+194</i>
Latam	-103	-300	-197
<i>dont coûts réorganisation GPA/Assai cash</i>	<i>-</i>	<i>-105</i>	<i>-105</i>
<i>dont coûts réorganisation GPA/Assai non cash</i>	<i>-</i>	<i>-113</i>	<i>-113</i>
France (France Retail + E-commerce)	-696	-356	+340
Coûts cash hors plan de cession et GreenYellow	-231	-207	+24
<i>dont restructuration</i>	<i>-130</i>	<i>-109</i>	<i>+21</i>
GreenYellow	-14	-48	-34
<i>dont non cash</i>	<i>-12</i>	<i>-42</i>	<i>-30</i>
Autres coûts	-451	-101	+350
<i>dont dépréciations</i>	<i>-404</i>	<i>-91</i>	<i>+313</i>

- » Charges exceptionnelles au Latam de 300 M€ dont 113 M€ non cash liées à la réorganisation du Latam (dépréciations)
- » En France, les charges exceptionnelles sont en baisse de 340 M€ en raison principalement de moindres dépréciations d'actifs

Annexes

Résultat financier normalisé

En M€	2020			2021		
	Résultat financier	Charge d'intérêts passifs de loyer	Résultat financier total	Résultat financier	Charge d'intérêts passifs de loyer	Résultat financier total
France Retail	(253)	(153)	(406)	(311)	(150)	(461)
E-commerce	(42)	(8)	(49)	(38)	(7)	(45)
Latam Retail	(65)	(160)	(225)	(151)	(157)	(307)
<i>dont GPA et Assaí</i>	<i>(38)</i>	<i>(128)</i>	<i>(166)</i>	<i>(126)</i>	<i>(136)</i>	<i>(262)</i>
<i>dont Grupo Éxito</i>	<i>(27)</i>	<i>(32)</i>	<i>(59)</i>	<i>(25)</i>	<i>(21)</i>	<i>(46)</i>
Total	(360)	(320)	(681)	(500)	(313)	(813)

- » Charges financières impactées par
 - › Une charge ponctuelle de 38 M€ majoritairement non-cash liée au refinancement du Term Loan B au premier trimestre 2021
 - › La forte réduction des crédits fiscaux en 2021 par rapport à 2020 (-81 M€ en résultat financier)

Note : Le résultat financier normalisé correspond au résultat financier corrigé des éléments financiers non récurrents. Les éléments financiers non récurrents regroupent les variations de juste valeur des dérivés actions et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens

Annexes

Passage du résultat net publié au résultat net normalisé (activités poursuivies)

En M€	2020	Éléments de normalisation	2020 retraité normalisé	2021	Éléments de normalisation	2021 normalisé
Résultat Opérationnel Courant	1 422	0	1 422	1 193	0	1 193
<i>dont Crédits fiscaux Brésil</i>	139	0	139	28	0	28
<i>dont Promotion immobilière France</i>	63	0	63	13	0	13
Autres produits et charges opérationnels	(799)	799	0	(656)	656	0
Résultat Opérationnel	622	799	1 422	537	656	1 193
Coût de l'endettement financier net	(357)	0	(357)	(422)	0	(422)
<i>dont Crédits fiscaux Brésil</i>	104	0	104	23	0	23
Autres produits et charges financiers	(391)	67	(324)	(391)	(0)	(391)
Charge d'impôt	(80)	(179)	(259)	84	(147)	(62)
Quote-part de résultat des entreprises associées	50	0	50	49	0	49
Résultat net des activités poursuivies	(156)	688	532	(142)	509	367
<i>dont intérêts minoritaires</i>	218	48	266	133	140	273
<i>dont Part du Groupe</i>	(374)	640	266	(275)	369	94

Note : 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 de 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 et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens

Annexes

Intérêts minoritaires normalisés

En M€	2020	2021
France Retail	11	(0)
Latam Retail	256	281
<i>dont Grupo Éxito</i>	73	94
<i>dont GPA et Assaí</i>	183	187
E-commerce (Cdiscount)	(1)	(8)
Total	266	273

Annexes

Résultat net de l'ensemble consolidé

En M€	2020	2021
Résultat avant impôt	(125)	(276)
Impôt	(80)	84
Mise en équivalence	50	49
Résultat net des activités poursuivies	(156)	(142)
<i>dont Part du Groupe</i>	<i>(374)</i>	<i>(275)</i>
<i>dont intérêts minoritaires</i>	<i>218</i>	<i>133</i>
Résultat net des activités abandonnées	(508)	(255)
<i>dont Part du Groupe</i>	<i>(516)</i>	<i>(254)</i>
<i>dont intérêts minoritaires</i>	<i>7</i>	<i>(1)</i>
Résultat net de l'ensemble consolidé	(664)	(397)
<i>dont Part du Groupe</i>	<i>(890)</i>	<i>(530)</i>
<i>dont intérêts minoritaires</i>	<i>225</i>	<i>133</i>



Annexes

Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence

En M€	2020	2021
France Retail	25	33
<i>dont Mercialys</i>	29	23
<i>dont Franprix</i>	(1)	0
<i>dont autres</i>	(3)	9
Latam Retail	25	16
Total	50	49

Annexes

Décomposition de la dette financière nette après IFRS 5 consolidée
au 31 décembre 2021

En M€	Dette financière brute	Trésorerie et équivalents de trésorerie	Impact IFRS 5	Dette financière nette après IFRS 5
France Retail	(4 940)	541	662	(3 737)
E-commerce (Cdiscount)	(358)	21	4	(333)
<i>Sous total France</i>	<i>(5 298)</i>	<i>562</i>	<i>666</i>	<i>(4 070)</i>
Latam Retail	(2 843)	1 721	132	(991)
Total	(8 141)	2 283	798	(5 060)

Annexes

Dette financière nette

Dette financière nette En M€	2021		
	DFN hors IFRS 5	IFRS 5	DFN après IFRS 5
France	(4 736)	666	(4 070)
<i>dont France Retail hors GY</i>	<i>(4 365)</i>	<i>662</i>	<i>(3 703)</i>
<i>dont E-commerce (Cdiscount)</i>	<i>(337)</i>	<i>4</i>	<i>(333)</i>
<i>dont GreenYellow</i>	<i>(34)</i>	<i>0</i>	<i>(34)</i>
Latam Retail	(1 122)	132	(991)
<i>dont GPA Brésil</i>	<i>(475)</i>	<i>102</i>	<i>(374)</i>
<i>dont Assaí</i>	<i>(864)</i>	<i>23</i>	<i>(840)</i>
<i>dont Grupo Éxito</i>	<i>361</i>	<i>7</i>	<i>367</i>
<i>dont Segisor</i>	<i>(144)</i>	<i>0</i>	<i>(144)</i>
Total	(5 858)	798	(5 060)

Annexes

Compte de résultat consolidé

En M€	2020	2021
ACTIVITES POURSUIVIES		
Chiffre d'affaires, hors taxes	31 912	30 549
Autres revenus	598	504
Revenus totaux	32 510	31 053
Coût d'achat complet des marchandises vendues	(24 314)	(23 436)
Marge des activités courantes	8 195	7 617
Coûts des ventes	(5 508)	(5 122)
<i>Exprimé en % du CA HT</i>	<i>17,3%</i>	<i>16,8%</i>
Frais généraux et administratifs	(1 266)	(1 302)
Résultat opérationnel courant	1 422	1 193
<i>Exprimé en % du CA HT</i>	<i>4,5%</i>	<i>3,9%</i>
Autres produits opérationnels	304	349
Autres charges opérationnelles	(1 103)	(1 005)
Résultat opérationnel	622	537
<i>Exprimé en % du CA HT</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,8%</i>
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	16	27
Coût de l'endettement financier brut	(373)	(449)
Coût de l'endettement financier net	(357)	(422)
Autres produits financiers	210	116
Autres charges financières	(601)	(507)
Résultat avant impôt	(125)	(276)
<i>Exprimé en % du CA HT</i>	<i>-0,4%</i>	<i>-0,9%</i>
Produit (Charge) d'impôt	(80)	84
Quote-part de résultat net des entreprises associées et des coentreprises	50	49
Résultat net des activités poursuivies	(156)	(142)
<i>Exprimé en % du CA HT</i>	<i>-0,5%</i>	<i>-0,5%</i>
dont, part du Groupe	(374)	(275)
dont, intérêts ne donnant pas le contrôle	218	133
ACTIVITES ABANDONNEES		
Résultat net des activités abandonnées	(508)	(255)
dont, part du Groupe	(516)	(254)
dont, intérêts ne donnant pas le contrôle	7	(1)
ENSEMBLE CONSOLIDE		
Résultat net de l'ensemble consolidé	(664)	(397)
dont, part du Groupe	(890)	(530)
dont, intérêts ne donnant pas le contrôle	225	133

Résultats annuels – Vendredi 25 février 2022



Annexes

Bilan

En M€	2020	2021
Goodwill	6 656	6 667
Immobilisations	6 767	7 077
Actifs au titre de droits d'utilisation	4 888	4 748
Participations entreprises associées	191	201
Actifs d'impôts différé	1 019	1 191
Autres actifs non courants	1 217	1 183
Stocks	3 209	3 214
Clients et autres créances	1 108	968
Autres actifs courants	1 770	2 033
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 744	2 283
Actifs détenus en vue de la vente	932	973
Total actif	30 501	30 537
Capitaux propres	6 165	5 638
Provisions à long terme	663	649
Passifs financiers non courants	6 701	7 461
Passifs de loyers non courants	4 281	4 174
Autres passifs non courants	754	692
Provisions court terme	201	228
Fournisseurs	6 190	6 097
Passifs financiers courants	1 355	1 369
Passifs de loyers courants	705	718
Autres dettes	3 276	3 338
Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente	210	175
Total passif	30 501	30 537

Annexes

Puts intégrés dans le bilan

En M€	% capital	Valorisation au 31/12/2020	Valorisation au 31/12/2021	Période d'exercice
Franprix	Magasins franchisés détenus majoritairement	34	45	Différentes dates
Monoprix		3	3	Différentes dates
Casino Participations France		26	26	Différentes dates
Cnova	Offre de rachats de minoritaires	1	1	2022
GreenYellow	Offre de rachats de minoritaires	0	7	Différentes dates
Uruguay (Disco)		100	113	À tout moment ==> 2025
Total		163	195	



Annexes

Disclaimer

Cette présentation contient des informations et déclarations prospectives sur Casino. Les informations prospectives ne sont pas des faits historiques. Ces déclarations contiennent des projections financières et des estimations, ainsi que les hypothèses sous-jacentes, des déclarations concernant les plans, les objectifs et les attentes à l'égard de futures opérations, produits et services, et des déclarations concernant les performances futures. Les déclarations prospectives sont généralement identifiées par les mots « s'attendre à », « anticiper », « croit », « a l'intention », « estime » et autres expressions similaires. Bien que la direction de Casino pense que les attentes reflétées dans ces énoncés prospectifs sont raisonnables, les investisseurs et les détenteurs de titres Casino sont avertis que ces énoncés et déclarations prospectives sont assujettis à divers risques et incertitudes, dont bon nombre sont difficiles à prévoir et généralement en dehors du contrôle de Casino, qui pourraient entraîner des résultats et développements réels sensiblement différents de ceux exprimés, suggérés ou projetés dans les informations prospectives et déclarations. Ces risques et incertitudes comprennent ceux qui sont développés ou identifiés dans les documents publics de Casino déposés auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (« AMF »), y compris ceux énumérés sous la rubrique « Facteurs de risque et assurances » dans le Document d'Enregistrement Universel déposé par la société Casino le 31 mars 2021. Sauf tel que requis par la loi applicable, Casino ne s'engage aucunement à mettre à jour toute information prospective ou des énoncés.

Cette présentation a été préparée uniquement à titre informatif et ne doit pas être interprétée comme une sollicitation ou une offre d'achat ou de vente de valeurs mobilières ou instruments financiers connexes. De même, elle ne donne pas et ne doit pas être traitée comme un conseil d'investissement. Elle 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'exhaustivité, 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. Cette présentation et son contenu sont des renseignements exclusifs et ne peuvent être reproduits ou diffusés en tout ou en partie sans le consentement préalable écrit du groupe Casino.