

Troisième trimestre 2022

Chiffre d'affaires Groupe en croissance de +10,6% en données publiées et de +5,4% en données comparables :

- En France Retail, croissance de +3,9% en données comparables (vs +3,4% au T2 2022) avec une nette accélération des enseignes parisiennes, en hausse de +4,8% en données comparables (vs +2,1% au T2 2022) ;
- En Amérique latine, maintien d'une croissance élevée (+23,4% en données publiées et +11,2% en données comparables) avec de bonnes performances d'Assai et Grupo Éxito.

En France (hors GreenYellow), EBITDA après loyers en progression de +26% sur un an au T3. Le cash-flow s'améliore de +415 M€ par rapport au T3 2021. La dette financière nette hors IFRS 5 est désormais stable sur 12 mois, et s'améliore de 0,6 Md€ en tenant compte de la cession de GreenYellow.

Projet de cession d'une partie de la participation dans Assai pour un montant d'au moins 500 M\$ afin d'accélérer le désendettement du Groupe.

France

France Retail

Les enseignes ont maintenu une bonne dynamique de croissance dans un environnement inflationniste, grâce à des mesures en faveur du pouvoir d'achat, avec un chiffre d'affaires en hausse de +3,9% en données comparables (+2,1% en données publiées en raison notamment d'une baisse des ventes de carburants). Les enseignes parisiennes enregistrent une forte accélération à +4,8% en données comparables (vs +2,1% au T2 2022) dans un marché marqué par le retour des touristes. Les enseignes de proximité affichent une dynamique de croissance forte, tirée par un positionnement dans les régions porteuses (Paris et sa banlieue, Rhône-Alpes, Côte d'Azur) et le rythme soutenu d'ouvertures de nouveaux magasins.

Variations comparables¹ des ventes

	T2 2022	T3 2022
Hypermarchés	+2,9%	+2,2%
Supermarchés	+2,4%	+1,6%
Proximité	+11,7%	+6,3%
Enseignes Casino	+4,8%	+3,0%
Monoprix	+2,2%	+4,1%
Franprix	+1,7%	+8,4%
Enseignes parisiennes	+2,1%	+4,8%
FRANCE RETAIL	+3,4%	+3,9%

Priorités stratégiques :

- Sur 9 mois, le Groupe totalise **527 ouvertures sur les formats de proximité** principalement en franchise (dont 67 Franprix, 81 Marchés d'à côté, 94 Vival/Spar/Casino, 38 Epiceries d'à côté, 16 Monop', 17 Naturalia...).
- La dynamique d'ouvertures s'est récemment accélérée grâce à l'arrivée de **nouveaux partenaires franchisés** précédemment affiliés à d'autres réseaux, notamment Magne (131 magasins), Bérard (22 magasins) et Les Nouveaux Robinson (8 magasins) en octobre, en sus de **l'adhésion d'une trentaine de magasins au T3** : les Coop de Champagne (14 magasins), Triangle (8 magasins), ainsi que 5 supermarchés. Au total, les ouvertures et nouveaux adhérents en proximité ou supermarchés depuis le début de l'année représentent un **volume d'affaires année pleine de plus de 400 M€**.
- **L'e-commerce alimentaire poursuit sa progression avec une croissance de +22% sur le trimestre.**

Cdiscount

Dans un marché en retrait, **Cdiscount poursuit sa stratégie d'amélioration du mix vers la marketplace qui représente 52% du GMV au T3 2022 (+9 pts vs T3 2021)**. Le GMV marketplace affiche une progression de +7% par rapport au T3 2019 (-3% vs T3 2021), tandis que les ventes directes sont en baisse.

Le plan d'économies de 75 M€ en année pleine à horizon 2023 se poursuit et devrait dégager plus de 30 M€ d'économies au second semestre 2022.

Plan de cession

Le plan de cession totalise 4,1 Mds€ de cessions signées ou sécurisées sur une cible de 4,5 Mds€. Le Groupe a finalisé la cession de GreenYellow le 18 octobre 2022, et signé 115 M€ de cessions additionnelles (dont 64 M€ au titre de CChezVous et 51 M€ d'immobilier).

¹ Hors essence et calendaire

Données financières - France¹

EBITDA : sur le trimestre, l'**EBITDA après loyers progresse de +26%** à 184 M€ (vs 146 M€ au T3 2021) tiré par la progression des ventes et la maîtrise des coûts.

Dettes financières nettes :

Sur le troisième trimestre 2022, l'augmentation de la dette financière nette liée à la saisonnalité habituelle est ramenée à -91 M€ contre -506 M€ au T3 2021 incluant :

- Une amélioration des cash-flows hors plan de cession (-230 M€ au T3 2022 vs -506 M€ au T3 2021) en raison d'une amélioration de l'EBITDA, de la variation de BFR, et des Capex ;
- L'avancement du plan de cession pour +140 M€ incluant 53 M€ d'immobilier et 86 M€ au titre du TRS Mercialys.

Sur 12 mois, du fait de l'amélioration du cash-flow opérationnel et des cessions (hors GreenYellow), la variation de dette financière nette est ramenée à -40 M€ contre -455 M€ à fin juin.

Après prise en compte de la cession de GreenYellow² finalisée le 18 octobre, la dette nette s'établit à 4,6 Mds€, en amélioration de +560 M€ sur 12 mois.

France (y compris Cdiscount, hors GreenYellow)	T3 2021 (3 mois)	T3 2022 (3 mois)	Var	T2 2022 (12 mois)	T3 2022 (12 mois)	Var
En M€ - Dette nette hors IFRS 5						
Dettes nettes 30 juin	(4 633)	(5 088)		Dettes nettes début de période	(4 633)	(5 139)
Variation de dette nette	-506	-91	+415	Variation de dette nette	-455	-40
Dettes nettes 30 septembre hors cession GreenYellow	(5 139)	(5 179)		Dettes nettes début de période hors cession GreenYellow	(5 088)	(5 179)
Cession de GreenYellow ²	-	+600		Cession de GreenYellow ²	-	+600
Dettes nettes 30 septembre après cession GreenYellow	(5 139)	(4 579)		Dettes nettes fin de période après cession de GreenYellow	(5 088)	(4 579)

Liquidité du Groupe en France³ : au 30 septembre 2022, la liquidité s'établit à 2,5 Mds€ dont :

- › 403 M€ de trésorerie et équivalents de trésorerie ;
- › 2,1 Mds€ de lignes de crédits confirmées non tirées disponibles à tout moment. Le RCF sécurisé n'est pas tiré à cette date.

Covenants du RCF : Le ratio de levier sécurisé s'établit à 2,72x (marge de 605 M€ sur la dette par rapport au covenant de 3,50x), et le **ratio EBITDA après loyers / Coûts financiers nets à 4,09x** (marge de 300 M€ sur l'EBITDA par rapport au covenant de 2,50x).

Amérique latine

Chiffre d'affaires du troisième trimestre en croissance totale de +23% (+9% à change constant), et de +11% en données comparables. **Assaí et Grupo Éxito affichent de très fortes progressions** avec des croissances totales de respectivement +49% et +25%, et de +28% et +20% à change constant.

Le chiffre d'affaires de GPA Brésil progresse de +7% en données comparables. En tenant compte des fermetures des hypermarchés Extra cédés à Assaí, le chiffre d'affaires total recule de -21% (-32% à change constant).

La conversion des hypermarchés GPA en Assaí se poursuit avec 19 ouvertures à date. Assaí prévoit désormais 45 conversions d'ici la fin de l'année 2022, en avance sur son objectif initial de 40. La performance des magasins déjà convertis dépasse les attentes initiales.

Un projet de spin-off de GPA et Grupo Éxito a été lancé afin d'extérioriser la pleine valeur de Grupo Éxito. Cette opération devrait être finalisée au cours du premier semestre 2023 sous réserve de l'obtention des autorisations nécessaires. **A l'issue, le Groupe détiendrait des participations dans 3 actifs cotés distincts dans un contexte porteur au Brésil et en Colombie, ouvrant la voie à des options de valorisation de ces actifs.**

Dans ce cadre, afin d'accélérer son désendettement, le Groupe a lancé l'étude d'un projet de cession d'une partie de sa participation dans Assaí pour un montant d'environ 500 M\$ qui pourrait, le cas échéant, être augmenté en fonction des conditions de marché.

¹ Périmètre France dont Cdiscount, hors GreenYellow – Dette nette hors IFRS 5

² 600 M€ dont 30 M€ versés sur un compte séquestre qui seront libérés sous réserve du respect d'indicateurs opérationnels

³ Périmètre défini dans les documentations de refinancement obligataire de 2019, incluant Segisor dans le périmètre France Retail + E-commerce, voir page 9

Chiffre d'affaires consolidé par segment

CA HT (en M€)	T3 2022	Croissance totale	Croissance hors essence	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
France Retail	3 634	+2,1%	+3,3%	+3,6%	+3,9%
Cdiscount	374	-23,9%	-23,9%	-23,9%	-23,9%
Total France	4 008	-1,1%	-0,3%	0,0%	-1,0%
Latam Retail	4 545	+23,4%	+24,4%	+9,4%	+11,2%
TOTAL GROUPE	8 553	+10,6%	+11,8%	+4,6%	+5,4%
GMV Cdiscount	779	-22,6%	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>

Au 3^{ème} trimestre 2022, l'impact du change est de +6,9%, l'effet calendaire de 0,0%, l'effet périmètre de -0,1% et l'effet essence de -0,8%.

Perspectives pour l'année 2022 en France

La priorité du Groupe Casino reste la croissance et le maintien d'un bon niveau de rentabilité assurant la progression de la génération de cash-flow.

- La croissance est soutenue par une accélération des enseignes parisiennes au T3 et la poursuite de la stratégie d'expansion (800 ouvertures sur les formats de proximité prévues cette année).

Pour l'année 2022, le Groupe confirme viser :

- Le maintien d'un **niveau de rentabilité élevé et l'amélioration de la génération de cash-flow** ;
- La **poursuite du plan de cession de 4,5 Mds€** en France dont la **réalisation complète est attendue d'ici fin 2023**.

Plan de cession d'actifs non stratégiques

Le plan de cession d'actifs totalise 4,1 Mds€ signés ou sécurisés à date. Le Groupe confirme viser l'achèvement de son plan de cession de 4,5 Mds€ (dont 0,4 Md€ restant à réaliser) d'ici fin 2023.

- **Le groupe Casino a finalisé la cession d'une participation majoritaire dans GreenYellow à Ardian le 18 octobre.** Au total, les produits de cession de GreenYellow s'élèvent pour le groupe Casino à 600 M€², déduction faite du montant réinvesti de 165 M€ (participation résiduelle de 15% dans GreenYellow).
- **Depuis fin juin, le Groupe a poursuivi la réalisation de son plan de cession avec la signature de 115 M€ de cessions additionnelles, dont :**
 - La cession par Cdiscount de 95% du capital de C ChezVous à GeoPost pour un montant de 64 M€ ;
 - De nouvelles cessions immobilières sécurisées pour un montant de 51 M€.
- **Au cours du troisième trimestre, le Groupe a encaissé 415 M€ au titre du plan de cession, incluant**
 - Une cession de créance sans recours d'un montant nominal de 350 M€ conclue avec Farallon Capital³ dans le cadre de la cession de GreenYellow. Le complément a été perçu à la clôture de l'opération le 18 octobre 2022 ;
 - 53 M€ de cessions immobilières ;
 - 12 M€ d'earn-out au titre des JV Apollo et Fortress⁴.

Rachats d'obligations

Depuis le 30 juin, le Groupe a procédé à l'annulation d'obligations EMTN 2023, EMTN 2024 et Quatrim 2024 pour un montant nominal total de 104,6 M€.

Souches	Montant nominal au 30/06/2022	Annulation entre le 01/07 et le 30/09	Montant nominal au 30/09/2022	Annulation entre le 01/10 et le 27/10	Montant nominal au 27/10/2022
EMTN 2023	219,5 M€	20,5 M€	199,0 M€	9,3 M€	189,7 M€
EMTN 2024	557,7 M€	-	557,7 M€	28,7 M€	529,0 M€
Quatrim 2024	765,9 M€	35,0 M€	730,9 M€	11,1 M€	719,8 M€
TOTAL		55,5 M€		49,1 M€	

Notations

S&P : CCC+, outlook developing

Moody's : B3, outlook négatif

Scope : BB-, outlook stable

¹ Hors essence et calendaire

² 600 M€ dont 30 M€ versés sur un compte séquestre qui seront libérés sous réserve du respect d'indicateurs opérationnels

³ Montant avant frais liés à l'opération. En application des normes IFRS, la transaction réalisée avec Farallon est neutre en dette financière nette au 30 septembre 2022

⁴ Déjà inclus dans la dette financière nette à fin juin 2022

Chiffre d'affaires trimestriel consolidé France par enseigne

CA HT par enseigne (en M€)	Variation T2 2022 / T2 2021				Variation T3 2022 / T3 2021			
	CA T2 2022	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹	CA T3 2022	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
Hypermarchés	775	-8,1% ²	+3,3%	+2,9%	761	-14,1% ²	+3,1%	+2,2%
Supermarchés	857	+20,7% ²	+1,4%	+2,4%	958	+13,5% ²	+0,1%	+1,6%
Proximité & Divers ³	456	+1,4%	+0,2%	+11,6%	523	+5,0%	+4,5%	+6,4%
dont Proximité ⁴	387	+13,3%	+14,5%	+11,7%	444	+8,0%	+9,0%	+6,3%
Monoprix	1 111	+1,6%	+2,0%	+2,2%	1 040	+3,5%	+5,0%	+4,1%
Franprix	385	+1,8%	+2,4%	+1,7%	352	+7,5%	+8,2%	+8,4%
FRANCE RETAIL	3 584	+3,1%	+1,8%	+3,4%	3 634	+2,1%	+3,6%	+3,9%

Sur le segment France Retail, les **ventes du trimestre s'établissent à 3 634 M€, en croissance comparable de +3,9%** (vs -1,6% au T1 2022 et +3,4% au T2 2022). **L'e-commerce alimentaire est resté très dynamique**, avec une croissance de son chiffre d'affaires de **+22%** sur le trimestre.

Le Groupe a ouvert 151 nouveaux magasins sur les formats de proximité au cours du trimestre (Franprix, Spar, Vival...), et a poursuivi **l'adaptation de ses magasins aux nouveaux modes de consommation** avec désormais 19 hypermarchés traditionnels Géant convertis en **Casino Hyper Frais** (dont 15 au cours du T3).

Le Groupe propose **654 magasins équipés de solutions automatisées** leur permettant de fonctionner en autonome le soir ou le dimanche (contre 639 fin 2021). **Deux tiers des encaissements en Hypermarchés Géant et Supermarchés Casino sont réalisés par smartphone ou caisse automatique.**

Cette stratégie a permis de **renforcer la fidélisation des clients** et d'assurer le succès des abonnements dans les enseignes Casino, Monoprix et désormais Naturalia depuis le 25 août dernier. Le Groupe compte près de **350 000 abonnements** payants au 30 septembre (vs 300 000 fin juin 2022).

Au sein des enseignes :

- Le chiffre d'affaires de **Monoprix** progresse de **+4,1% en comparable sur le trimestre**, poursuivant son amélioration séquentielle (-3,0% au T1 2022, +2,2% au T2 2022) grâce au regain d'activité en région parisienne. **L'e-commerce alimentaire reste en forte progression**, porté par les partenariats avec Ocado, Amazon, Gorillas, Uber Eats et Deliveroo. Sur le trimestre, l'enseigne a poursuivi l'expansion de son parc de magasins avec **12 ouvertures**. Par ailleurs, Monoprix poursuit sa dynamique d'innovation avec l'ouverture, début octobre, du **premier Monoprix Maison** exclusivement dédié à la maison et à la décoration.
- Les ventes de **Franprix** s'inscrivent en **forte hausse de +7,5% sur le trimestre**. **Les ventes comparables progressent de +8,4%** tirées principalement par le retour des touristes et des flux de bureaux à Paris. La stratégie d'expansion de Franprix se poursuit avec **l'ouverture de 37 magasins sur le trimestre, portant à 148 le nombre d'ouvertures** depuis le début de l'année. L'enseigne ouvre désormais en moyenne **1 magasin tous les 2 jours**.

Cette forte expansion, portée à la fois par une nouvelle génération de franchisés ainsi que par nos partenaires franchisés historiques, confirme **l'attractivité et la robustesse du modèle** Franprix sur nos zones d'expansion cibles (**Paris IDF, Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur**). La signature en octobre **d'accords avec de nouveaux acteurs en masterfranchise** permettra d'accélérer la dynamique d'expansion.

¹ Hors essence et calendaire

² Croissance totale incluant la conversion de 20 hypermarchés en supermarchés

³ Divers : essentiellement Geimex

⁴ Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

- Le chiffre d'affaires de la **Proximité** affiche une **croissance dynamique de +8,0%** sur le trimestre. L'enseigne affiche une bonne dynamique commerciale avec une **croissance comparable du chiffre d'affaires de +6,3%** tirée par **un format adapté aux besoins des clients** de nos zones porteuses (notamment Rhône-Alpes et Côte d'Azur), **une bonne saison estivale** grâce à des implantations fortes dans les zones touristiques (mer, montagne, tourisme vert), et **le développement des partenariats** avec Uber Etas, Deliveroo et le site « mescoursesdeproximité.com » qui permettent à 1 519 magasins de proposer une solution e-commerce.
Depuis le début de l'année, l'enseigne totalise **346 ouvertures de magasins**, soit plus de 1 magasin par jour, soit en **nouvelle franchise ou par les adhésions de magasins précédemment affiliés à d'autres enseignes**. Cette expansion s'est accélérée au mois d'octobre avec l'arrivée des **masterfranchisés** Magne, Bérard et Les Nouveaux Robinson totalisant **161 points de vente** en régions Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie et en Provence-Alpes-Côte d'Azur, après les adhésions au T3 de 25 magasins : les Coop de Champagne (14 magasins) et Triangle (8 magasins).
- Les **Supermarchés Casino** enregistrent des **ventes comparables en hausse de +1,6%** sur le trimestre. **L'e-commerce a de nouveau constitué un relais de croissance**, tiré par les partenariats avec Deliveroo (76 magasins) et Shopopop (106 magasins). La dynamique commerciale s'est poursuivie en magasin avec la **mise en œuvre d'initiatives ciblées permettant de soutenir le pouvoir d'achat** (offre Fruits & Légumes à 1€, offre -15% sur le frais avec l'abonnement CMax, poursuite des opérations Carburant et « Plus bas y a pas »...). Depuis le début de l'année, l'enseigne a gagné 5 nouveaux adhérents franchisés précédemment dans d'autres enseignes.
- Les ventes des **Hypermarchés** progressent de **+2,2% en comparable** sur le trimestre. La quote-part de **l'e-commerce continue de progresser**, soutenue par les partenariats avec Deliveroo (11 magasins) et Shopopop (33 magasins). **La stratégie d'implantation de shop-in-shop en magasin se poursuit** avec le déploiement des corners C&A (50 corners), Claire's (61 corners), La Grande Récré (61 corners) et Animaute et Dalma (61 corners).

RelevanC

RelevanC maintient sa dynamique de croissance au T3 2022. La filiale a lancé une nouvelle offre de catalogue digital personnalisé qui sera, dans un premier temps, déployé chez Monoprix.

A l'international, RelevanC enregistre également une **forte dynamique en Amérique latine** avec une croissance solide au Brésil et l'ouverture des bureaux en Colombie.

Cdiscount¹

Cdiscount a poursuivi ce trimestre sa **stratégie d'amélioration du mix vers la marketplace, qui représente désormais 52% du GMV total**, en progression de +9 pts sur un an et de +12 pts vs 2019.

Dans un contexte macroéconomique perturbé, Cdiscount a enregistré un **GMV marketplace en progression de +7% par rapport à la période pré-Covid** et quasiment stable sur un an (-3%). Le GMV total affiche une variation comparable de -15%, reflétant la baisse du GMV des ventes en propre (-32%). Les revenus marketplace progressent de +26% par rapport à la période pré-Covid et sont stables sur un an.

Le **marketing digital** a bénéficié du dynamisme de la **plateforme de marketing digital CARS** (Cdiscount Ads Retail Solution) dont les revenus progressent de +22% sur le trimestre ;

Octopia poursuit son développement rapide avec désormais **25 clients** pour les solutions Octopia Marketplace-as-a-Service et Merchants-as-a-Service, dont 9 sont déjà opérationnels.

Le plan d'économie de 75 M€ en année pleine à horizon 2023 se poursuit. A la fin du T3 2022, l'exécution du plan est en bonne voie pour réaliser les **économies attendues au S2 2022 pour un montant de plus de 30 M€**.

Chiffres clés ¹	T3 2021	T3 2022	Variation
GMV (volume d'affaires) total TTC	1 006	779	-22,6%
<i>dont ventes en propre</i>	451	305	-32,3%
<i>dont marketplace</i>	342	332	-2,9%
Quote-part marketplace (%)	43,2%	52,2%	+9,0 pts
Revenus marketplace	45	45	+0,2%
Chiffre d'affaires (en M€)	526	379	-27,9%
Trafic (en millions de visites)	247	228	-7,7%
Commandes (en millions)	6,4	5,3	-16,8%

Cnova a publié son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre le 20 octobre 2022 avant Bourse.

¹ 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

Latam Retail

Le chiffre d'affaires du Groupe en **Amérique Latine** (Assaí, GPA Brazil et Grupo Éxito) est en **croissance totale de +23,4% (+8,9% à change constant), de +11,2% en comparable et de +9,4% en organique**. Le trimestre a de nouveau été marqué par l'excellente performance d'Assaí et de Grupo Éxito.

Conversion des hypermarchés Extra : le processus de conversion des hypermarchés Extra au format cash & carry d'Assaí a progressé rapidement, totalisant 19 conversions à ce jour (14 au cours du trimestre et 5 depuis début octobre). **Assaí prévoit désormais 45 conversions au second semestre 2022**, en avance sur son objectif initial de 40. Par ailleurs, **GPA a poursuivi la conversion des hypermarchés Extra avec 14 conversions ce trimestre**, dont 10 au format Pão de Açúcar et 4 au format Mercado Extra, achevant ainsi le plan de conversion de 23 magasins.

- Le chiffre d'affaires du **Brésil** progresse de **+ 8,6% en comparable** et de **+6,2% en organique** :
 - **Assaí¹** enregistre une **croissance organique de +29% sur le trimestre**, tirée par une solide performance des magasins comparables (+9%) et l'excellente performance des 44 magasins inaugurés au cours des 12 derniers mois, un nombre record d'ouvertures pour la période. La performance des magasins convertis au T3 2022 dépasse les attentes et renforce les prévisions d'Assaí, ainsi que l'objectif d'atteindre des revenus de 100 Mds de BRL en 2024.
 - Les ventes de **GPA Brazil¹** évoluent de **+7% en comparable** et reculent de -33% en organique en raison de la fermeture des hypermarchés à la suite de leur cession à Assaí. Hors effet de la fermeture des hypermarchés, les **ventes en ligne** du trimestre progressent de **+8%** sur un an.
 - La **Proximité** enregistre une **croissance comparable à deux chiffres de +21,7%**, grâce à la reprise du trafic dans les magasins en zones de flux ;
 - Les enseignes **Compre Bem** et **Mercado Extra** affichent une **croissance comparable de +2,0%** ;
 - Les ventes de **Pão de Açúcar** progressent de **+5,5% en comparable**, grâce à l'augmentation du trafic en magasin et la reprise du volume des ventes.
- Le chiffre d'affaires de **Grupo Éxito¹** progresse de **+20,3%** en comparable ce trimestre, avec une croissance dans les 3 pays du Groupe, tiré principalement par l'augmentation du trafic en magasin et la bonne performance des formats innovants. Les ventes omnicanales ont représenté 9,5% des ventes totales sur le trimestre.
 - **Colombie** : forte croissance comparable de **+14,8%**, tirée par la solide performance de l'activité cash & carry. La part des ventes omnicanales dans le pays a augmenté de +70 bps par rapport au T3 2021, atteignant 11,9% ;
 - **Uruguay** : progression des ventes de **+11,1%** en comparable ;
 - **Argentine** : croissance comparable de **+127%** principalement tirée par l'inflation (environ +76% au cours du trimestre).

*GPA a publié son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre le 20 octobre 2022,
Assaí a publié ses résultats le 20 octobre 2022.*

¹ Données publiées par les filiales – Variations comparables de GPA hors stations-service

INFORMATIONS ADDITIONNELLES RELATIVES À LA DOCUMENTATION DES FINANCEMENTS OBLIGATAIRES LEVES DEPUIS 2019

Cf. communiqué de presse du 21 novembre 2019

En France (hors GreenYellow), ratio de levier sécurisé de 2,72x (marge de 605 M€ sur la dette brute sécurisée), et ratio EBITDA après loyers / Coûts financiers nets de 4,09x (marge de 300 M€ sur l'EBITDA)

Informations financières sur une période de 3 mois au 30 septembre 2022 :

Les informations relatives à l'Amérique latine seront publiées après communication des résultats des filiales en Amérique latine

En M€	France ¹ (France Retail + E-commerce)		
	T3 2021	T3 2022	Var
Chiffre d'affaires	4 051	4 008	-44
EBITDA	309	342	+34
(-) impact des loyers ²	(158)	(154)	+4
EBITDA après loyers	151	188	+37

En France, l'EBITDA s'élève à 342 M€ sur le trimestre. L'évolution par rapport au T3 2021 s'explique principalement par la progression de l'EBITDA des enseignes de distribution.

Informations financières sur une période de 12 mois au 30 septembre 2022 :

En M€	France ¹ (France Retail + E-commerce)
Chiffre d'affaires	15 977
EBITDA	1 426
(-) impact des loyers ²	(597)
(i) EBITDA après loyers	829
(ii) Dette financière brute³	5 722
(iii) Trésorerie et équivalents de trésorerie⁴	403

Au 30 septembre 2022, l'EBITDA après loyers 12 mois glissants s'établit à 829 M€ en France.

La liquidité du Groupe en France s'établit à 2,5 Mds€ (2,1 Mds€ fin septembre 2021), dont :

- 403 M€ de trésorerie et équivalents de trésorerie (541 M€ fin septembre 2021) ;
- 2,1 Mds€ de lignes de crédits confirmées non tirées disponibles à tout moment (1,6 Md€ fin T3 2021).

Hors GreenYellow et plan de cession, la variation de dette nette sur le troisième trimestre 2022 est de -230 M€, en amélioration par rapport à celle de l'an dernier, et reflète la saisonnalité habituelle⁵.

Au 30 septembre 2022, la dette financière brute inclut 66 M€ de billets de trésorerie et 170 M€ de lignes de crédit non sécurisées tirées (vs 312 M€ de billets de trésorerie et 650 M€ de lignes de crédit tirées à fin septembre 2021).

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

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

³ Emprunts et dettes financières au 30 septembre 2022 – En application des normes IFRS, la transaction réalisée avec Farallon est neutre en dette financière nette au 30 septembre 2022 – Montant hors GreenYellow, classé en IFRS 5

⁴ Données au 30 septembre 2022 – Montant hors trésorerie de GreenYellow, classé en IFRS 5

⁵ 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 30 juin 2021 conformément à la ligne de crédit syndiquée en date du 18 novembre 2019, telle qu'amendée en juillet 2021

<i>Type de covenant (France et e-commerce hors GreenYellow)</i>	<i>Au 30 septembre 2022</i>
Dette brute sécurisée / EBITDA après loyers \leq 3,50x	2,72x
EBITDA après loyers / Coûts financiers nets \geq 2,50x	4,09x

Le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers s'établit à 2,72x, avec un EBITDA après loyers de 773 M€ et une dette sécurisée de 2,1 Md€.

Les deux covenants sont confortablement respectés avec :

- Une marge de 605 M€ sur la dette et une marge de 173 M€ sur l'EBITDA pour le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers
- Une marge de 300 M€ sur l'EBITDA pour le covenant EBITDA après loyers / Coûts financiers nets

Le solde du compte séquestre non sécurisé est de 0 € au 30 septembre 2022. Au 27 octobre 2022 son solde s'établit à 189,7 M€, montant permettant de couvrir l'échéance de maturité janvier 2023.

Le solde du compte séquestre sécurisé s'établit à 77,5 M€ au 30 septembre 2022 (vs 111 M€ au 30 juin), suite à des rachats de l'obligation sécurisée de maturité janvier 2024. Pour rappel, le solde du compte séquestre sécurisé s'établit à 66,7 M€ le 13 octobre 2022 à la suite de rachats additionnels de la même souche début octobre.

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

ANNEXES – AUTRES INFORMATIONS

Principales variations de périmètre

- Conversion de 20 hypermarchés Géant Casino en supermarchés Casino au 1^{er} mai 2022

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T3 2021	T3 2022	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	6,1593	5,2834	+16,6%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	4,5305	4,4135	+2,7%
Uruguay (EUR/UYP)	50,9792	41,1047	+24,0%
Argentine ¹ (EUR/ARS)	114,6392	136,7141	-16,1%

Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	T3 2022	Variation (y compris calendaire)
Monoprix	1 098	+4,7%
Franprix	419	+9,3%
Supermarchés	880	+15,1%
Hypermarchés	703	-10,6%
Proximité & Divers	784	+3,6%
<i>Dont Proximité</i>	705	+6,4%
TOTAL FRANCE RETAIL	3 883	+3,9%

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT (en M€, hors essence)	T3 2022	Variation (y compris calendaire)
Total France	3 883	+3,9%
Cdiscount	647	-19,6%
TOTAL FRANCE RETAIL ET CDISCOUNT	4 530	-0,3%

¹ 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

Parc de magasins

FRANCE	31 déc. 2021	31 mars 2022	30 juin 2022	30 sept. 2022
HM Géant Casino / Hyper frais	95	97	77	77
dont Affiliés Franchisés France	3	3	3	3
Affiliés International	7	9	9	9
SM Casino	429	437	464	461
dont Affiliés Franchisés France	61	60	62	63
Affiliés International	26	27	27	23
Monoprix (Monop', Naturalia...)	838	842	853	849
dont Affiliés Franchisés	206	215	226	235
Naturalia Intégrés	198	198	194	183
Naturalia Franchisés	51	51	55	63
Franprix	942	978	1 035	1 069
dont Franchisés	614	649	711	747
Enseigne Franprix	782	799	822	836
Enseigne autres (Marché d'à côté...)	160	179	213	233
Proximité	5 728	5 859	5 960	6 060
dont Vival	1 724	1 762	1 779	1 786
dont Spar	898	903	908	913
dont Petit Casino et assimilés	946	985	1 019	1 043
dont pétroliers	1 370	1 393	1 400	1 414
dont affiliés	90	92	92	94
dont autres points de vente de proximité ¹	700	724	762	810
Autres activités	290	291	281	281
Total France	8 322	8 504	8 670	8 797

INTERNATIONAL	31 déc. 2021	31 mars 2022	30 juin 2022	30 sept. 2022
ARGENTINE	25	25	26	29
HM Libertad	15	15	16	14
DI Libertad	0	0	0	5
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	10
URUGUAY	94	93	93	92
HM Géant	2	2	2	2
SM Disco	30	30	30	30
SM Devoto	24	24	24	24
SUP Devoto Express	36	35	35	34
Môte	2	2	2	2
BRÉSIL	1 021	917	914	932
HM Extra	72	31	21	5
SM Pão de Açúcar	181	181	179	190
SM Extra	146	146	149	153
Compre Bem	28	28	30	30
Assaí (Cash & Carry)	212	216	220	233
SUP Mini Mercado Extra & Minuto Pão de Açúcar	240	241	241	247
Drugstores	68	0	0	0
+ Stations-service	74	74	74	74
COLOMBIE	2 063	2 036	2 049	2 068
HM Éxito	91	91	91	91
SM Éxito et Carulla	158	153	153	153
SM Super Inter	61	60	60	60
Surtimax (discount)	1 632	1 619	1 634	1 652
dont « Aliados »	1 560	1 549	1 564	1 585
B2B	36	37	41	42
SUP Éxito Express et Carulla Express	85	76	70	70
Total Amérique latine	3 203	3 071	3 082	3 121

¹ Points de ventes sous enseignes spécifiques bénéficiant d'un contrat d'approvisionnement Casino

Contacts analystes et investisseurs

-

Lionel BENCHIMOL

+ 33 (0)1 53 65 64 17 - lbenchimol@groupe-casino.fr

ou

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

Contacts presse

-

Groupe Casino / Direction de la Communication

Stéphanie ABADIE

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

ou

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

-

Agence IMAGE 7

Karine ALLOUIS

+33 (0)1 53 70 74 84 - kallouis@image7.fr

Laurent POINSOT

+ 33(0)6 80 11 73 52 - lpoinsot@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.