

**RAPPORT
D'ACTIVITÉ**

2023



SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	4
Procédure de restructuration financière	6
Modèle d'affaires	10
Chiffres clés financiers et extra-financiers	12
NOS ENSEIGNES	14
PROXIMITÉ	22
RESPONSABILITÉ	28
ADAPTABILITÉ	34
Comité exécutif	40
Conseil d'administration	42
Partenariats Groupe	45
Organigramme simplifié	47

AVANT-PROPOS

Le groupe Casino traverse une situation exceptionnelle, et voit son périmètre d'activités transformé avec la cession d'une partie de ses enseignes, ainsi que son actionnariat et sa gouvernance évoluer. Mais cette situation ne remet en cause ni ses atouts commerciaux ni son engagement collectif.

Et dans ce contexte, les enjeux majeurs restent :

Pérenniser le Groupe en faisant le choix du commerce de proximité en France. Fidèle à ses valeurs et à ses engagements, le Groupe garde la conviction que la distribution est une activité de services, essentielle aux consommateurs et à tous les territoires.

Se projeter dans l'avenir avec confiance en continuant de répondre aux nouveaux modes de consommation plus responsables, plus locaux et plus équitables. Et ainsi, capitaliser sur les forces du Groupe comme les formats premium et de proximité, qui ont prouvé leur pertinence. Le Groupe fait par ailleurs évoluer ses actifs immobiliers en renforçant leur modularité, pour s'adapter aux nouveaux usages et créer de la valeur.

Continuer de développer les magasins, leurs savoir-faire, pour proposer une offre de services toujours plus performante et plus agile en phase avec les attentes des clients.

Ce développement, le Groupe le mène sur plusieurs fronts : celui des produits, des services comme la livraison, du e-commerce en nouant des partenariats avec des acteurs innovants et des experts du digital pour accompagner les nouvelles habitudes de consommation.

Le Groupe peut compter sur le dynamisme et la notoriété de ses marques, l'attachement à ses valeurs et ses fondamentaux pour écrire un nouveau chapitre de son histoire, et sur l'engagement sans faille de ses équipes qui s'emploient, jour après jour, à améliorer son excellence opérationnelle et à conforter l'attractivité de ses magasins dans les territoires.

PROCÉDURE DE RESTRUCTURATION FINANCIÈRE

24 AVRIL

Le Groupe reçoit une proposition d'EP Global Commerce a.s. d'un projet d'augmentations de capital de la société Casino, Guichard-Perrachon d'un montant total de 1,1 milliard d'euros.

4 JUILLET

Le Groupe annonce avoir reçu deux propositions en vue du renforcement de ses fonds propres. Une proposition de la part de EP Global Commerce a.s. et Fimalac, et une proposition de la part de 3F Holding (véhicule d'investissement de Moez-Alexandre Zouari, Xavier Niel, Matthieu Pigasse, Attestor, Davidson Kempner et Farallon).

5 OCTOBRE

Dans le prolongement de l'accord de principe, le groupe Casino conclut l'accord de *Lock-up* relatif à sa restructuration financière, avec le Consortium et ses principaux créanciers financiers sécurisés.

11 DÉCEMBRE

Le Groupe annonce que le Tribunal de commerce de Paris proroge pour 2 mois supplémentaires (du 25 décembre 2023 au 25 février 2024) les procédures de sauvegarde accélérée ouvertes le 25 octobre 2023. Ces procédures ont pour objectif de permettre la mise en œuvre de la Restructuration Financière conformément aux termes de l'accord de *Lock-up*.

11 JANVIER

Réunion de la classe des actionnaires convoquée en classe de parties affectées. Les 3 administrateurs judiciaires désignés communiquent au Groupe les résultats des votes des parties affectées.

26 FÉVRIER

Jugements du Tribunal de commerce de Paris approuvant les projets de plan de sauvegarde accélérée des sociétés du Groupe concernées.

AVRIL — MAI — JUIN — JUILLET — AOÛT — SEPTEMBRE — OCTOBRE — NOVEMBRE — DÉCEMBRE — JANVIER — FÉVRIER — MARS — AVRIL →

2023

2024

25 MAI

Ouverture par le Président du Tribunal de commerce de Paris d'une procédure de conciliation au bénéfice de la société Casino Guichard-Perrachon SA et de certaines de ses filiales. Cette conciliation courait pour une durée initiale de 4 mois, avant d'être prorogée d'un mois complémentaire, soit jusqu'au 25 octobre 2023.

27 JUILLET

Le groupe Casino conclut un accord de principe avec EP Global Commerce a.s., Fimalac et Attestor (le Consortium) et ses principaux créanciers financiers sécurisés en vue du renforcement de ses fonds propres et de la restructuration de son endettement financier.

25 OCTOBRE

Le Tribunal de commerce de Paris ouvre des procédures de sauvegarde accélérée à l'égard de Casino, Guichard-Perrachon et certaines de ses filiales. Ces procédures de sauvegarde accélérée couraient pour une période initiale de 2 mois.

21 DÉCEMBRE

Le Groupe transmet à l'ensemble des parties affectées par les procédures de sauvegarde accélérée les projets de plan de sauvegarde accélérée par mise en ligne sur le site internet de Casino, Guichard-Perrachon. La période de vote électronique sur les projets de plan s'ouvre pour l'ensemble des parties affectées, jusqu'au 10 janvier 2024.

5 FÉVRIER

Audience du Tribunal de commerce de Paris sur l'approbation des projets de plan de sauvegarde accélérée des sociétés du Groupe concernées.

27 MARS

Réalisation de la restructuration financière et prise de contrôle du groupe Casino par le Consortium. Modification de la gouvernance de Casino.

GLOSSAIRE

Qu'est-ce qu'une procédure de conciliation ?

La conciliation est une procédure amiable par laquelle le président du tribunal désigne un conciliateur chargé de favoriser la conclusion entre le débiteur et ses principaux créanciers d'un accord amiable destiné à mettre fin aux difficultés de l'entreprise. Dans l'hypothèse où un accord unanime ne peut pas être obtenu dans le cadre de la procédure de conciliation, le débiteur concerné peut solliciter l'ouverture d'une procédure de sauvegarde accélérée.

Qu'est-ce qu'une procédure de sauvegarde accélérée ?

Lorsqu'une entreprise faisant face à des difficultés insurmontables se trouve dans l'impossibilité de trouver un accord amiable unanime avec l'ensemble de ses créanciers dans une procédure de conciliation en cours, elle peut demander au tribunal l'ouverture d'une procédure de sauvegarde accélérée destinée à mettre en œuvre un projet de plan d'apurement de sa dette qui recueille un soutien suffisamment large de ses créanciers pour permettre son adoption. La sauvegarde accélérée permet par ailleurs de sélectionner le passif à restructurer (en l'espèce, les créances uniquement financières du groupe Casino). La durée d'une sauvegarde accélérée ne peut excéder 4 mois.

Qui compose le Consortium ?

Le Consortium désigne le groupement des entreprises EP Equity Investment III S.à r.l. (une entité contrôlée par M. Daniel Křetínský), Fimalac et Trinity Investments Designated Activity Company (une entité contrôlée par le fonds britannique Attestor Limited). Le véhicule d'investissement des membres du Consortium est la société France Retail Holdings S.à r.l., étant précisé que cette société sera contrôlée par EP Equity Investment III S.à r.l., société elle-même contrôlée par M. Daniel Křetínský.

Qu'est-ce qu'un accord de Lock-up ?

Un accord de lock-up est un accord aux termes duquel un signataire s'engage à soutenir et réaliser toute démarche ou action raisonnablement nécessaire à la mise en œuvre et à la réalisation de la restructuration.

* Casino Finance, Distribution Casino France, Casino Participations France, Quatrim, Monoprix et Ségisor.

IMPACTS DE LA RESTRUCTURATION FINANCIÈRE SUR LE GROUPE

Impact de la restructuration financière sur la structure du capital :

L'actionnariat de Casino au 31 janvier 2024 est le suivant :

TITULAIRE	Capital		Droits de vote	
	Nombre	%	Nombre	%
Groupe Rallye (y compris Fiducie Rallye/Equitis Gestion : 1 032 988 actions, soit 0,95 % du capital)	45 023 620	41,52 %	89 013 622	57,25 %
Vesa Equity Investment (holding d'investissement de Daniel Křetínský)	10 911 354	10,06 %	10 911 354	7,02 %
Groupe Fimalac (Marc de Lacharrière - Fimalac / Fimalac Développement / Gesparfo)	13 062 408	12,05 %	13 062 408	8,40 %
PEE salariés Casino	1 234 469	1,14 %	2 281 538	1,47 %
Autodétention / Autocontrôle	809 150	0,75 %	809 150 ¹	0,52 % ²
Public	37 385 229	34,48 %	39 412 669	25,35 %
TOTAL	108 426 230	100,00 %	155 490 741	100,00 %

La répartition indicative du capital et des droits de vote de Casino postérieurement à la restructuration financière de Casino (sur une base intégralement diluée) est la suivante :

TITULAIRE	Capital		Droits de vote	
	Nombre	%	Nombre	%
Actionnaires actuels	108 426 230	0,3%	155 490 741	0,4%
<i>Dont Groupe Rallye (y compris Fiducie Rallye/Equitis Gestion : 1 032 988 actions)</i>	45 023 620	0,1%	89 013 622	0,2%
<i>Dont Vesa Equity Investment (holding d'investissement de Daniel Křetínský)</i>	10 911 354	0,0%	10 911 354	0,0%
<i>Dont Groupe Fimalac (Marc de Lacharrière - Fimalac / Fimalac Développement / Gesparfo)</i>	13 062 408	0,0%	13 062 408	0,0%
<i>Dont PEE salariés Casino</i>	1 234 469	0,0%	2 281 538	0,0%
<i>Dont Autodétention / Autocontrôle</i>	809 150	0,0%	809 150	0,0%
<i>Dont Public</i>	37 385 229	0,1%	39 412 669	0,1%
Consortium	21 264 367 816	57,0%	21 264 367 816	56,9%
<i>Dont Augmentation de Capital Consortium SPV</i>	21 264 367 816	57,0%	21 264 367 816	56,9%
<i>Dont BSA #1</i>	-	0,0%	-	0,0%
<i>Dont BSA #2</i>	-	0,0%	-	0,0%
Participants Augmentation de Capital Garantie	5 965 292 841	16,0%	5 965 292 841	16,0%
Participants Augmentation de Capital Réservee aux Créanciers Sécurisés	9 112 583 488	24,4%	9 112 583 488	24,4%
Participants à l'Augmentation de Capital Réservee aux Créanciers Obligataires	706 989 066	1,9%	706 989 066	1,9%
<i>Dont BSA 3#</i>	-	0,0%	-	0,0%
Participants à l'Augmentation de Capital Réservee aux Porteurs de TSSDI	146 421 410	0,4%	146 421 410	0,4%
BSA #1 (hors Consortium)	-	0,0%	-	0,0%
BSA #2 (hors Consortium)	-	0,0%	-	0,0%
BSA Actions Additionnelles	-	0,0%	-	0,0%
TOTAL	37 304 080 851	100,0%	37 351 145 362	100,0%

1- Droits de vote qui pourront à nouveau être exercés si les actions auxquelles ils sont attachés cessent d'être autodétenues ou autocontrôlées.
2- Droits de vote qui pourront à nouveau être exercés si les actions auxquelles ils sont attachés cessent d'être autodétenues ou autocontrôlées.

IMPACT DE LA RESTRUCTURATION FINANCIÈRE SUR LA STRUCTURE DU BILAN

M€	Décembre 2023 Publié	Décembre 2023 Ajusté
Obligations EMTN 2024	509	-
Obligations EMTN 2025	357	-
Obligations EMTN 2026	415	-
Obligations HY 2026	371	-
Obligations HY 2027	516	-
Obligations HY Quatrim 2024	553	491
Dette obligataire	2 721	491
RCF / RCF Réinstallé	2 051	711
Term Loan B / TL Réinstallé	1 425	1 410
Autres dettes financières	1 035	618
Emprunts et dettes financières	7 232	3 230
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(1 051)	(1 696)
Dette financière nette	6 181	1 534
BAISSE DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE		(4 647)

IMPACT DE LA RESTRUCTURATION FINANCIÈRE SUR L'ÉCHÉANCIER DE LA DETTE FINANCIÈRE BRUTE

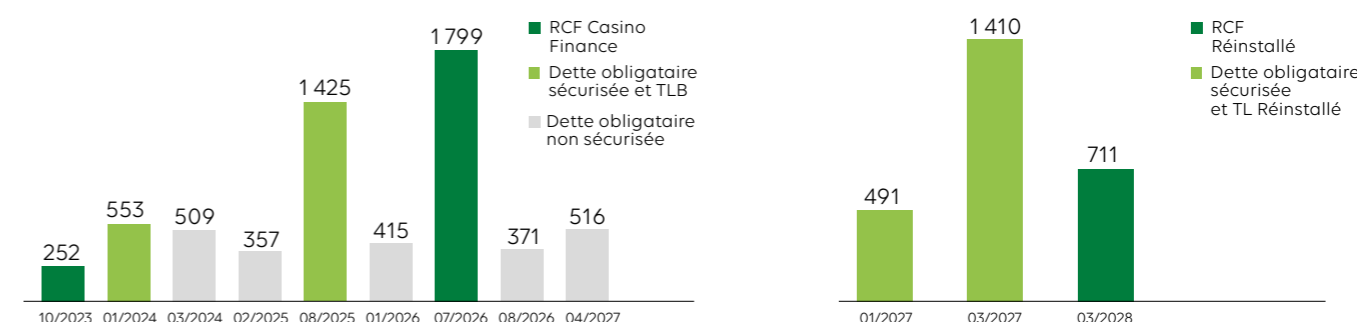
Échéancier de la dette brute obligataire, TLB et RCF³ pré et post Restructuration Financière :

PRÉ-RESTRUCTURATION

6 197 M€ en nominal dont 4 029 M€ de dette sécurisée et 2 168 M€ de dette non sécurisée

POST

2 612 M€ en nominal dont 1 410 M€ de TL Réinstallé, 711 M€ de RCF Réinstallé et 491 M€ d'obligations HY Quatrim



IMPACT DE LA RESTRUCTURATION FINANCIÈRE SUR LA DIRECTION DU GROUPE CASINO

La réalisation de la restructuration financière de Casino entraînera un changement de contrôle du Groupe au profit de France Retail Holdings S.à r.l. (une entité ultimement contrôlée par M. Daniel Křetínský).

À la date de réalisation de la restructuration financière de Casino, M. Jean-Charles Naouri démissionnera de l'ensemble de ses fonctions avec effet immédiat, de même que l'ensemble des membres du Conseil d'administration de Casino à l'exception de Mme Nathalie Andrieux.

Le nouveau Conseil d'administration de Casino sera composé comme suit :

- M. Laurent Pietraszewski : Président du Conseil d'administration ;
- M. Philippe Palazzi : administrateur et Directeur général ;
- Mmes Elisabeth Sandager, Athina Onassis et Messieurs Pascal Clouzard et Branislav Miškovič : administrateurs ; et

- Messieurs Thomas Piquemal, Thomas Doerane et Martin Plavec : censeurs.

Mesdames Elisabeth Sandager, Athina Onassis, Nathalie Andrieux ainsi que Messieurs Laurent Pietraszewski et Pascal Clouzard seront des membres indépendants du Conseil d'administration.

Conformément aux statuts de Casino, il sera proposé à la prochaine Assemblée générale de Casino de ratifier ces nominations, qui interviendront à titre provisoire par voie de cooptation conformément aux statuts de Casino.

Casino se référera aux recommandations du code Afep-Medef, étant précisé que la composition et les attributions du Comité d'audit et du Comité en charge des rémunérations et des nominations respecteront les recommandations dudit code.

Enfin, Casino restera cotée sur Euronext Paris.

3- L'impact de cet échéancier porte sur la dette obligataire France Retail, le TLB et RCF. Ne sont pas pris en compte les autres lignes de dettes bancaires et les financements opérationnels.

Périmètre des activités poursuivies

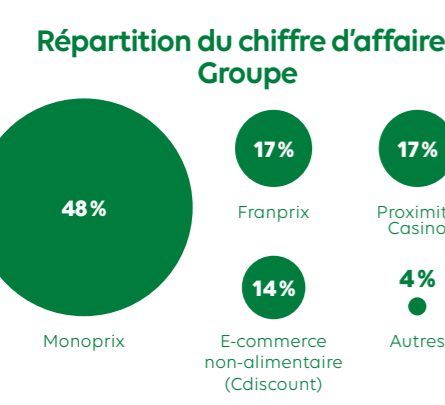


NOS ATOUTS

- Des enseignes à l'identité forte, différenciées et positionnées sur les formats les plus porteurs du marché**
- Un maillage territorial centré sur les marchés en croissance**
- Une culture de l'innovation, du digital et des partenariats**
- Un positionnement de premier plan en e-commerce alimentaire et non-alimentaire**

NOS CHIFFRES CLÉS 2023

- 9 Mds€** de chiffre d'affaires
- 1^{er}** groupe de proximité en France
- 2^e** en e-commerce en France
- Noté 73/100** par Moody's ESG (vs 56/100 en 2016)



MAGASINS

8 634 magasins dont 6 979 en franchise et location-gérance

MONOPRIX

Une offre alimentaire, mode, maison et hygiène/beauté qualitative, avec de nombreux services innovants et une expérience d'achat alliant plaisir et excellence.

Enseignes :

- Monoprix, monop', Naturalia (format dédié au bio)

41% de magasins exploités en franchise et location-gérance

FRANPRIX

Une offre de qualité et des concepts du quotidien innovants qui réinventent le commerce de quartier.

Enseignes :

- Franprix, le marché d'à côté

73% de magasins exploités en franchise et location-gérance

PROXIMITÉ CASINO

Une offre du quotidien pour répondre aux attentes des consommateurs en quête de qualité, d'authenticité et de services.

Enseignes :

- Vival, Spar, Le Petit Casino, Sherpa...

1^{er} réseau de proximité de France, dont 91% des magasins exploités en franchise et location-gérance

DIGITALISATION DE L'ACCÈS À L'OFFRE VIA

- les **applications**
- les **sites marchands** des enseignes (www.monoprix.fr...) et partenaires (Amazon Prime Now, UberEats, Deliveroo)
- les **services** en magasin : shop & go, click and collect,
- la **livraison** à domicile en J+1, express ou quick commerce

E-COMMERCE NON-ALIMENTAIRE

N° 2 du e-commerce en France

2,8 Mds€ de volume d'affaires ("GMV") en 2023

IMMOBILIER COMMERCIAL

Gestion dynamique du patrimoine immobilier, monétisation d'actifs

patrimoine immobilier de 0,896 Md€ à fin 2023.

APPROVISIONNEMENT

Sélectionner des produits de qualité au juste prix :

- **Acheter au juste prix** grâce notamment au développement de centrales d'achat regroupant d'autres distributeurs
- **Garantir la sécurité et la qualité** alimentaire des produits
- **Développer les achats responsables et les partenariats durables** avec les producteurs
- **Contrôler et améliorer** la chaîne d'approvisionnement

LOGISTIQUE

Optimiser le coût économique et l'impact environnemental du transport et du stockage :

- **Optimiser le transport et le stockage** grâce à l'automatisation, la robotisation, la mutualisation des entrepôts et des partenariats avec des experts de la livraison du dernier kilomètre
- **Réduire l'empreinte environnementale de la chaîne logistique** par l'utilisation de modes de transport alternatifs

VENTE ET EXPÉRIENCE CLIENT

Garantir une offre de produits et de services adaptée aux exigences des consommateurs :

- **Proposer un large choix de références produits de qualité**, en s'appuyant sur des marques de distributeur fortes
- **Anticiper les nouvelles habitudes** de consommation
- **Proposer des modes de consommation plus sains et durables** en développant le bio et les filières responsables
- **Proposer une expérience d'achat plus fluide et enrichie** avec le développement de concepts innovants
- **Digitaliser et enrichir l'expérience client** grâce à un modèle omnicanal et des services digitaux personnalisés
- **Multiplier les possibilités de livraison** pour les clients (livraison propre notamment à pied)

Périmètre des activités France au 31/12/2023*

IMPACT SOCIAL, SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

CLIENTS ET PARTENAIRES

9 Mds€ de chiffre d'affaires issus de nos enseignes

FOURNISSEURS

6,9 Mds€ d'achats de marchandises et de prestations

COLLABORATEURS

1,4 Md€ versés au titre des salaires bruts, charges sociales et avantages

REVENUS GÉNÉRÉS

REVENUS DISTRIBUÉS

ÉTAT ET TERRITOIRE

9 M€ d'impôts versés

INSTITUTIONS FINANCIÈRES

370 M€ d'intérêts financiers nets versés

GOVERNANCE

58% de femmes au Conseil d'administration

OFFRIR DES PRODUITS PLUS RESPONSABLES

- **Plus de 1900 produits** alimentaires Bio à marque propre
- **100% des produits** Casino et Franprix affichent le Nutri-Score
- **70 substances** controversées sur 85 supprimées des produits MDD
- **Déploiement de l'offre responsable :** protéines végétales, vrac, produits locaux, produits plus respectueux du bien-être animal...

AMÉLIORER LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

- **84%** des usines fabriquant des marques propres dans les pays à risque sont auditées
- **Plus de 580** audits de fournisseurs

FAVORISER L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

- **44 168** collaborateurs**
- **1 851** alternants
- **93%** de collaborateurs en CDI
- **44,06%** de femmes parmi les cadres

PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ

- **2 968** collaborateurs en situation de handicap
- Détection du Label Diversité Égalité

AIDER LES PLUS DÉFAVORISÉS

- **Plus de 46,5 M** d'équivalent repas apportés aux réseaux des banques alimentaires
- **2 Fondations**
- **90 M€** versés au titre de la solidarité (dons et fondations)

RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

- **424 kWh** d'électricité consommée par mètre carré de surface de vente
- **244 kteqCO₂** d'émissions de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2)

* Périmètre France comprenant toutes les enseignes en activité au 31/12/2023 : Hypermarchés Casino, Casino Supermarchés, Proximité Casino, Franprix, Monoprix, Cdiscount.
 ** Soit un effectif après cession des hypermarchés et supermarchés de 28 212 collaborateurs.

NOS CHIFFRES CLÉS FINANCIERS DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

au 31 décembre 2023

CHIFFRE D'AFFAIRES
CONSOLIDÉ⁽¹⁾

9 MDS€

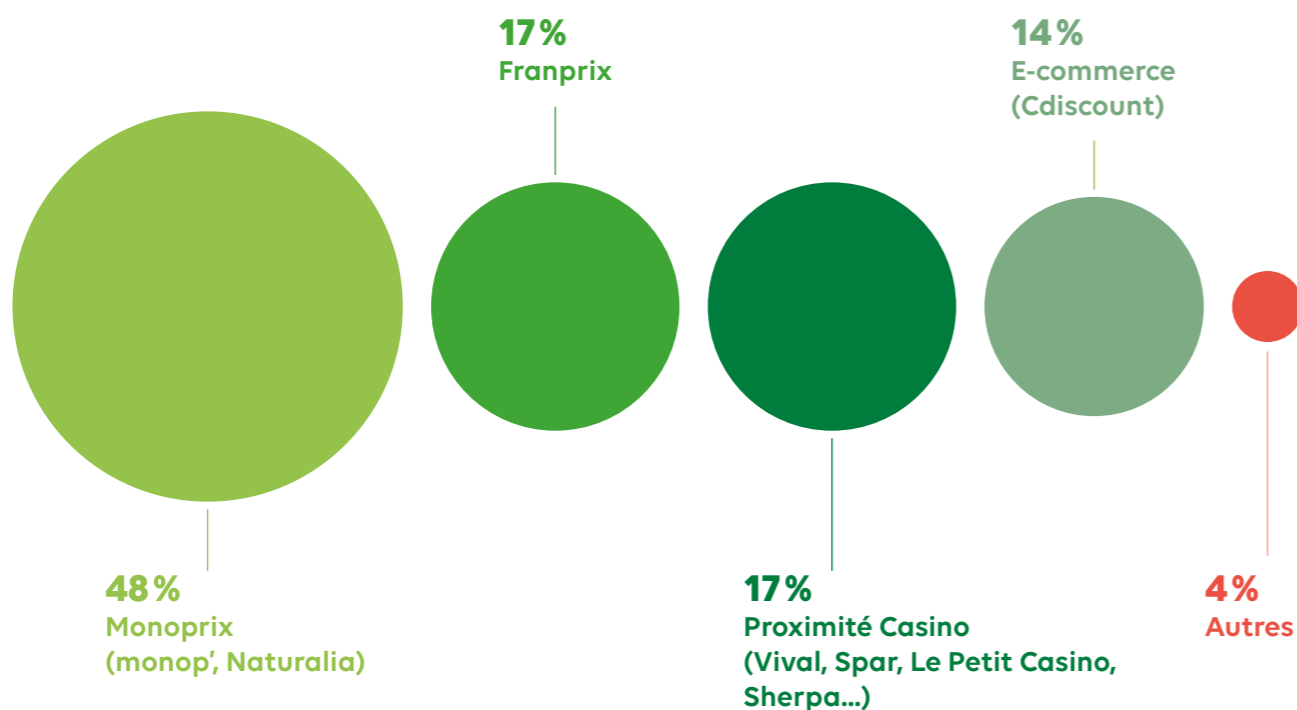
EBITDA AJUSTÉ⁽²⁾

765 M€

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
COURANT⁽³⁾

124 M€

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES FRANCE



(1) Intègre les ventes réalisées dans les magasins et les stations-service, sur les sites e-commerce, les revenus générés par les activités de franchise et de location-gérance ainsi que les revenus des activités financières. En 2023, il est de 9,0 Mds€ (8 957 M€ précisément) vs 9,4 Mds€ en 2022 (9 399 M€ précisément).

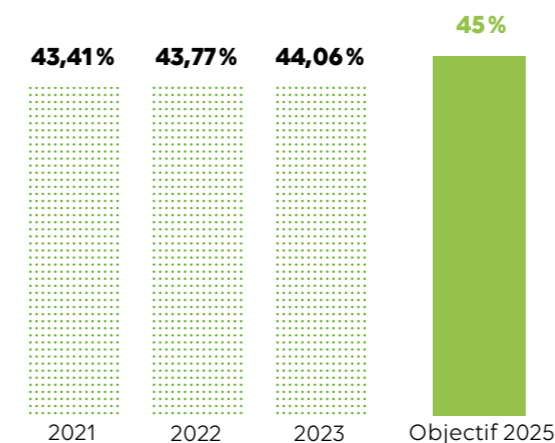
(2) Défini comme le résultat opérationnel courant (ROC) augmenté de la dotation aux amortissements opérationnels courants. En 2023, il est de 765 M€ vs 978 M€ en 2022.

(3) Correspond au résultat opérationnel duquel sont déduits les autres charges et produits opérationnels (voir compte de résultat de l'annexe aux comptes consolidés). En 2023, il est de 124 M€ vs 316 M€ en 2022.

ET EXTRA-FINANCIERS

au 31 décembre 2023*

PART DES FEMMES PARMIS LES CADRES



COLLABORATEURS

44 168

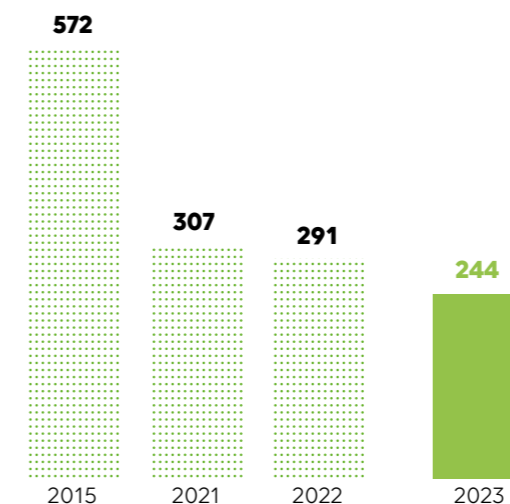
COLLABORATEURS
EN CDI

93 %

COLLABORATEURS
EN SITUATION
DE HANDICAP

6,7 %

ÉVOLUTION DES ÉMISSIONS CARBONE⁽⁴⁾



EMPREINTE
CARBONE⁽⁵⁾
DEPUIS 2015

**- 57 %
D'ÉMISSIONS
CO₂**

REPAS DONNÉS
AUX BANQUES
ALIMENTAIRES

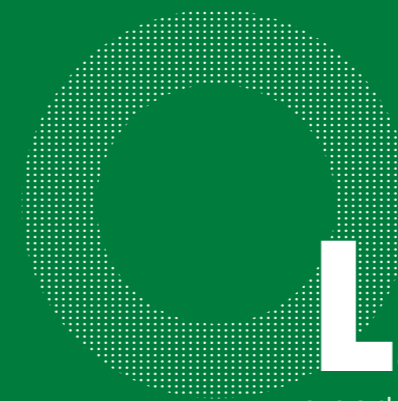
47 MILLIONS

(4) Scopes 1 et 2, gaz à effet de serre en k tonnes équivalent CO₂.

* Périmètre France comprenant toutes les enseignes en activité au 31/12/2023 : Hypermarchés Casino, Casino Supermarchés, Proximité Casino, Franprix, Monoprix, Cdiscount...

(5) Scopes 1 et 2.

NOS ENSEIGNES



Le groupe Casino propose un portefeuille d'enseignes à fortes personnalités, qui conjuguent commerce physique et digital pour répondre aux attentes de chaque consommateur.

Trois mots caractérisent ses enseignes : la proximité, la responsabilité et l'adaptabilité. Attentives aux évolutions des modes de consommation et de vie, elles s'adaptent en permanence pour proposer une offre plus responsable, locale et équitable et de nouveaux services qui simplifient la vie.

Aujourd'hui, le groupe Casino capitalise sur la force de ses formats premium avec Monoprix, monop' et Naturalia et sur ses magasins de proximité dotés de marques à forte notoriété que sont Franprix et les magasins de proximité Casino : Vival, Spar, Le Petit Casino, Sherpa...

Premier réseau de proximité en France, le Groupe est également le n° 2 du E-commerce non-alimentaire avec sa marque Cdiscount.

Aujourd'hui, le groupe Casino se recentre sur le commerce de proximité, avec un modèle tourné vers le développement, majoritairement en franchise.

NOS ACTIVITÉS POURSUIVIES



MONOPRIX

Leader du commerce de centre-ville en France, Monoprix facilite depuis plus de 92 ans le quotidien des urbains en proposant une offre alimentaire et beauté qualitative et accessible ainsi que des collections mode et maison inspirantes. L'enseigne cultive une relation de confiance avec ses clients grâce à ses emplacements de premier rang, son écosystème omnicanal – monoprix.fr, Monoprix Plus – et des solutions de livraison à domicile. À l'écoute des attentes de ses clients et ancrée au cœur des villes, Monoprix entretient un positionnement de marque unique et différenciant, synonyme de plaisir, d'excellence et d'innovation.



NATURALIA

Naturalia offre aux citadins la liberté de choisir une autre consommation, centrée sur la santé, le plaisir et l'accessibilité. Pionniers de la bio spécialisée en France, les magasins de l'enseigne se distinguent par une offre variée de produits frais, épicerie et cosmétiques. Premier acteur de la distribution alimentaire à avoir obtenu la certification B Corp en France, Naturalia promeut la biodiversité et favorise l'agriculture locale française.

MONOP'

"Tout près, tout frais, à tout moment". Depuis 2005, monop', propose une large gamme de produits de qualité pour répondre aux nouveaux modes de consommation de clients citadins et actifs. À la fois proche et connectée, l'enseigne développe des services innovants, propose une grande amplitude horaire et offre une place majeure à la restauration à emporter ainsi qu'aux produits frais.



FRANPRIX

Lieux de vie par excellence, les magasins Franprix offrent aux citadins du choix, des produits de qualité et des concepts innovants. L'enseigne, en perpétuelle évolution, est un lien précieux entre voisins et réinvente chaque jour le commerce de quartier pour répondre aux besoins de ses clients. Présente dans de nombreuses grandes agglomérations françaises, Franprix sait créer une relation de confiance avec ses clients grâce à une offre alimentaire soigneusement sélectionnée, ainsi que des services d'ultra-proximité destinés à leur simplifier la vie.



LE MARCHÉ D'À CÔTÉ

Entièrement géré par des indépendants, le marché d'à côté est l'enseigne d'ultra-proximité de Franprix. Le réseau urbain se compose de magasins de petites surfaces, allant de 50 à 150 m². L'enseigne propose un assortiment de marques nationales et de marques distributeurs, incluant Franprix et Leader Price, adapté aux besoins de la clientèle urbaine.



LEADER PRICE

Les supermarchés discount Leader Price proposent une offre courte permettant de couvrir les besoins du quotidien essentiellement en marque propre au meilleur rapport qualité prix.

VIVAL

Leader du commerce rural avec 2 000 points de vente, Vival est un magasin multi-services qui répond à tous les besoins du quotidien. Il est un véritable vecteur de vie économique et sociale pour les quartiers, villages et bourgs de France dans lesquels il est implanté. Il s'adapte à son environnement commercial en termes d'offres de produits, d'amplitudes horaires, mais également en termes de services de proximité tels que le relais Poste, colis, presse ou encore la livraison à domicile.



LE PETIT CASINO

Le Petit Casino est l'enseigne historique du groupe Casino, et illustre à elle seule l'évolution des attentes des consommateurs, avec une offre enrichie, particulièrement adaptée à une clientèle urbaine. L'enseigne fait la part belle aux produits locaux, en vrac, au snacking, et à la marque Casino.





SPAR ■ ■

Installés principalement dans des zones saisonnières, en littoral et en montagne, les magasins Spar proposent une offre locale et régionale ainsi que des rayons traditionnels qui mettent en valeur l'expertise des commerçants et l'ancrage local. L'enseigne séduit également une clientèle internationale, grâce à la réputation mondiale de Spar présente dans plus de cinquante pays.

SHERPA ■ ■

Notre enseigne partenaire Sherpa cultive les valeurs de la haute montagne grâce à une offre adaptée aux attentes d'une clientèle locale ou de passage. Devenue l'enseigne de référence des stations de ski, Sherpa répond aux besoins du quotidien et met en avant les produits du terroir, et tout un éventail de services (prêt d'appareils de cuisine, livraison à domicile, etc.).



CDISCOUNT ■ ■

Champion français de la technologie et du e-commerce, Cdiscount rend accessible au plus grand nombre les meilleurs produits et services tout en construisant une économie européenne responsable, inclusive et solidaire.

Via sa plateforme, Cdiscount propose à ses près de 9 millions de clients 80 millions de produits, notamment grâce à la puissance de sa marketplace composée de 14 000 vendeurs, dont un tiers se situent en France.

En accompagnant la digitalisation du secteur, Cdiscount crée de nouveaux relais de croissance et de rentabilité en valorisant ses expertises auprès de clients B2B via ses filiales Octopia, C-Logistics et son entité publicitaire Cdiscount Advertising.

OCTOPIA ■ ■

Octopia a développé une solution de marketplace complète et modulaire pour accompagner les distributeurs e-commerçants en Europe, en Afrique et en Amérique latine. Grâce à sa technologie évolutive, ses vendeurs qualifiés et son expertise logistique, Octopia permet aux retailers d'accélérer leur activité e-commerce. Cette filiale de Cdiscount réalise plus de 50% de son chiffre d'affaires à l'international.



C-LOGISTICS ■ ■

Bras armé de Cdiscount en logistique, C-Logistics propose ses services aux distributeurs physiques et aux e-commerçants afin de développer leur activité en ligne. Avec 15 millions de colis expédiés par an, C-Logistics opère une livraison de pointe dans 27 pays européens, alliant rapidité, flexibilité et respect de l'environnement.



BAO ■ ■

L'enseigne de Cash & Carry BAO est inspirée du concept Assaí, développé en Amérique latine. BAO rencontre un vif succès au Cameroun grâce à un assortiment de produits essentiels proposés en gros volumes ou au détail et vendus aux prix les plus compétitifs du marché.



RELEVANC ■ ■

Expert de la donnée retail, relevanc centralise et valorise les données des enseignes du groupe Casino et de ses partenaires. Grâce à ses technologies basées sur l'intelligence artificielle, relevanc aide les enseignes de grande distribution à faire levier sur leurs données pour améliorer l'expérience clients par la production d'analyses métier, de contenu ciblé et personnalisé et par la commercialisation d'espaces publicitaires. Fondée en 2017, relevanc possède des bureaux en France, au Brésil et en Colombie.

ÉVOLUTION VERS UN MODÈLE D'EXPLOITATION TOURNÉ VERS LE DÉVELOPPEMENT DE LA FRANCHISE ET DE LA LOCATION-GÉRANCE

Le Groupe a poursuivi sa stratégie d'expansion en franchise, modèle de développement plus rentable, à faible intensité capitalistique. Franprix, Monoprix et les enseignes de proximité Casino ont ainsi ouvert 561 magasins en franchise en 2023, portant le nombre de magasins exploités en France en franchise ou location-gérance à 6 979 (soit 81% du parc vs 79% à fin 2022).

ACTIVITÉS NON POURSUIVIES

Le groupe Casino a procédé et procède aux cessions des enseignes et filiales suivantes depuis le début de l'exercice 2023.



CASINO #HYPERFRAIS

Casino #HyperFrais, anciennement "Géant Casino", reste fidèle aux fondamentaux de l'enseigne : des prix accessibles, une large gamme de produits de qualité, le tout au service du client. L'enseigne propose également un accès unique à une gamme de marques spécialistes présentes en corners dédiés. Adossée à la puissance du digital et au professionnalisme de ses équipes, elle propose une expérience client optimale.

Le 24 janvier 2024, le groupe Casino a conclu des accords avec Auchan Retail France et le Groupement Les Mousquetaires en vue de céder la quasi-totalité du parc de magasins, au 2^e trimestre 2024.



CASINO SUPERMARCHÉS

Révélatrice de produits de qualité et de nouvelles tendances de consommation, l'enseigne propose une offre centrée sur la fraîcheur, le plaisir, les produits locaux et régionaux. Au cœur des villes et des lieux de villégiatures, les supermarchés Casino et leurs équipes prêtent une attention toute particulière à l'accueil de leurs clients et à la qualité du service, afin de les accompagner au quotidien et tout au long de la journée.

Le 24 janvier 2024, le groupe Casino a conclu des accords avec Auchan Retail France et le Groupement Les Mousquetaires en vue de céder la quasi-totalité du parc de magasins, au 2^e trimestre 2024.



GRUPO ÉXITO

Grupo Éxito est le leader du commerce alimentaire en Colombie avec les enseignes Éxito, Carulla, Super Inter, Surtimax et Surtimayorista. Le Groupe est aussi présent en Uruguay avec les enseignes Disco, Devoto et Géant, et en Argentine avec l'enseigne Libertad.

Le 26 janvier 2024, Le groupe Casino a cédé la totalité de sa participation dans le Groupe Éxito au Groupe Calleja.



GRUPO PAÕ DE AÇÚCAR

GPA est un acteur historique et majeur de la distribution alimentaire au Brésil avec l'enseigne de supermarchés premium Pão de Açúcar. GPA possède aussi les enseignes de proximité Minuto Pão de Açúcar et Compre Bem, ainsi que l'enseigne de supermarchés régionaux Mercado Extra.

Le 10 décembre 2023, GPA a entamé des travaux préliminaires en vue d'une éventuelle offre primaire d'actions dans le cadre de son plan d'optimisation de la structure de son capital. À la suite de cette offre, la participation de Casino dans GPA serait diluée.

PARC DE MAGASINS

ACTIVITÉS POURSUIVIES	Nombre de magasins au 31 décembre			Surface de vente (en milliers de m ²)		
	2021	2022	2023 ⁽¹⁾	2021	2022	2023 ⁽¹⁾
Monoprix (monop', Naturalia...)	838	858	861	769	796	803
dont Intégrés France hors Naturalia	382	356	338			
dont Franchisés / LG France hors Naturalia	207	256	291			
dont Naturalia Intégrés France	198	181	170			
dont Naturalia Franchisés / LG France	51	65	62			
Franprix (Franprix, le marché d'à côté...)	942	1 098	1 191	336	358	363
dont Intégrés France	328	323	323			
dont Franchisés / LG France	614	775	868			
Proximité (Spar, Vival, Le Petit Casino...)	5 728	6 313	6 325	754	802	781
dont Intégrés France	652	609	493			
dont Franchisés / LG France	4 986	5 604	5 724			
dont Affiliés International	90	100	108			
Leader Price (Franchisés France)	24	48	34	16	33	33
Autres activités⁽²⁾	255	254	223	69	81	166
TOTAL ACTIVITÉS POURSUIVIES	7 787	8 571	8 634	1 944	2 070	2 146

(1) À fin février 2024, il n'y a pas de variation significative.

(2) Les autres activités comprennent notamment les magasins Leader Price franchisés à l'International, les Affiliés International des branches Hypermarchés (10 magasins) et Supermarchés (34 magasins), et 3C Cameroun.

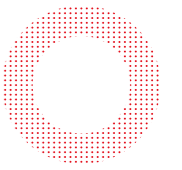
LG : location-gérance

ACTIVITÉS NON POURSUIVIES	Nombre de magasins au 31 décembre			Surface de vente (en milliers de m ²)		
	2021	2022	2023 ⁽¹⁾	2021	2022	2023 ⁽¹⁾
France	535	536	466	1 377	1 383	1 195
HM Géant Casino	88	68	58	654	540	464
dont Intégrés France	85	65	55			
dont Franchisés France	3	3	3			
SM Casino	403	450	405	695	831	728
dont Intégrés France	342	387	346			
dont Franchisés / LG France	61	63	59			
Leader Price (Intégrés France)	44	18	3	29	12	2
Argentine	25	33	36	104	105	107
HM Libertad	15	14	15	102	92	92
DI Libertad	0	9	11	0	11	14
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	2	2	2
Uruguay	94	96	101	92	93	94
HM Géant	2	2	2	16	16	16
SM Disco	30	30	32	35	35	36
Môte (textile Disco)	2	2	2	0,4	0,4	0,4
SM Devoto	24	26	27	34	34	34
SUP Devoto Express	36	36	38	7	7	7
Brésil⁽²⁾	809	735	767	1 013	640	636
HM Extra	72	3	1	454	14	2
SM Pão de Açúcar	181	194	194	234	272	267
SM Extra & Mercado Extra	146	154	178	165	187	212
SM Compre Bem	28	29	0	33	39	0
SUP Mini Mercado Extra et Minuto Pão de Açúcar	240	281	323	59	70	81
Drives accolés	68	0	0	9	0	0
+ Stations-service	74	74	71	59	58	74
Colombie	2 063	2 155	2 952	1 013	1 041	1 140
HM Éxito	91	94	93	483	489	486
SM Éxito et Carulla	158	154	160	206	212	219
SM Super Inter	61	60	59	59	57	57
Surtimax (discount)	1 632	1 733	2 510	212	228	310
dont "Aliados"	1 560	1 663	2 430			
Cash & carry	36	46	64	35	43	55
Éxito Express et Carulla Express	85	68	66	16	13	12
TOTAL ACTIVITÉS NON POURSUIVIES	3 526	3 555	4 322	3 599	3 262	3 172

(1) À fin février 2024, la situation du parc reflète, par rapport à fin décembre 2023, essentiellement la cession du groupe Éxito (Colombie, Argentine et Uruguay) en janvier 2024.

(2) Les chiffres de 2021, 2022 et 2023 ont été retraités des magasins d'Assaí, cédé en juin 2023.

LG : location-gérance



ÊTRE AU PLUS PRÈS DES CONSOMMATEURS

PROXIMITÉ

Axe stratégique du groupe Casino depuis l'origine, la proximité est au cœur de son modèle d'affaires. Elle se traduit par un maillage géographique de premier plan en France, une offre de produits adaptée aux spécificités de chaque territoire et par un éventail de services pour faciliter le quotidien des ruraux comme des urbains. Partout et chaque jour, elle reflète cette dimension humaine du commerce, spécifique au Groupe, avec des magasins qui sont au cœur et acteurs de l'économie locale, de la vie de quartier et vecteurs de lien social.

Une proximité physique de premier plan

Portée par une forte demande des consommateurs pour ce format, la proximité est une pierre angulaire pour le développement du Groupe et un levier majeur de croissance. La notoriété et la grande diversité de ses enseignes lui permettent d'apporter la bonne réponse, au bon endroit et au bon porteur de projet grâce à un modèle de franchise sur mesure. Avec une offre d'enseignes urbaines et périurbaines comme Le Petit Casino, Casino Shop et les spécialistes des grandes villes Franprix, monop', monop'daily et monop'station. Mais aussi Vival pour les territoires ruraux, Spar pour les zones touristiques du littoral et de montagne et Sherpa pour la haute montagne, le Groupe répond à tous les

besoins jusqu'à ceux des plus petites communes. N°1 en France en nombre de points de vente de proximité rurale et d'ultraproximité urbaine, le Groupe a ouvert 559 nouveaux points de vente en 2023. Chaque Français a une supérette du groupe Casino près de chez lui, qu'il habite en ville, à la campagne, au bord de la mer ou à la montagne.

Une proximité qui se retrouve dans l'offre produits

Les enseignes du groupe Casino ont à cœur d'enrichir et de personnaliser en permanence leur offre en l'adaptant aux besoins de leurs clients, à la réalité commerciale de chaque territoire et en travaillant avec des producteurs locaux. Elles s'appuient sur la richesse et la qualité des produits avec des offres bio et locales. En ville, les enseignes répondent aux besoins d'une clientèle en quête d'une offre d'ultraproximité, d'un parcours client très rapide, d'une diversité de produits frais, prêts à consommer et de snacking. En zone rurale, elles s'appuient sur la connaissance de chaque franchisé de son environnement, pour que ce dernier développe des services et des offres adaptés à sa zone de chalandise et selon ses affinités personnelles, comme une cave à vins ou un rayon de fromages à la coupe. Aujourd'hui, les enseignes intègrent une offre locale plus développée en nouant des accords avec des producteurs de la région pour répondre aux attentes des consommateurs, réduire les temps de transports et dynamiser la vie économique locale. C'est le cas



L'ESSENTIEL

1

N° 1 en France en nombre de points de vente de proximité rurale et d'ultraproximité urbaine avec 559 nouveaux points de vente en 2023.

2

Les atouts du réseau : la relation de confiance des franchisés, le dynamisme commercial, le maillage logistique et la fourniture de services essentiels du quotidien.

3

Des magasins qui sont des animateurs de l'économie locale et des vecteurs de lien social.

notamment avec la marque Casino "Ça Vient d'Ici" qui met à l'honneur les meilleures spécialités de chaque terroir, produites à moins de 100 km de chaque point de vente.

Une proximité toujours plus servicielle

Présentes sur tout le territoire, les enseignes de proximité du groupe Casino développent un ensemble de services, en s'appuyant sur des partenaires, pour répondre aux besoins spécifiques des ruraux et des urbains. En ville, elles proposent une large amplitude horaire, de nombreux services comme le retrait de colis, le gardiennage de clés chez Franprix, ou encore, des consignes connectées pour Franprix et Monoprix... Le nouveau concept de monop', inauguré à Levallois-Perret (92) fin 2023, est un exemple d'ultraproximité. Ce magasin-pilote déploie notamment une offre étendue de produits prêts à consommer particulièrement végétale et teste des services innovants pour les implémenter ensuite dans le réseau. Dans les communes rurales, les enseignes Vival, Spar et Sherpa sont

"LE NOUVEAU CONCEPT DE MONOP', INAUGURÉ À LEVALLOIS-PERRET (92) FIN 2023, EST UN EXEMPLE D'ULTRAPROXIMITÉ."



une ressource essentielle pour répondre aux besoins des habitants. Retrait d'argent, services postaux, équipements et accompagnement informatiques... ces magasins sont des lieux de vie où l'on tisse et conforte les liens sociaux dans des environnements où l'habitat est dispersé et la population plus âgée. Le Groupe préempte d'autres proximités à l'image de son partenariat avec la Confédération des buralistes pour ouvrir des rayons épicerie dans les bureaux de tabac en zone rurale isolée.

559

MAGASINS DE PROXIMITÉ OUVERTS EN 2023

2 000^e

VIVAL INAUGURÉ À LA TOUR D'AUVERGNE DANS LE PUY-DE-DÔME EN MAI 2023

LA PAROLE À MAGALI DAUBINET-SALEN

DIRECTRICE GÉNÉRALE DES ENSEIGNES CASINO



Que recouvre la notion de proximité ?

Au cœur de l'ADN du Groupe, la proximité est incarnée par les magasins "Le Petit Casino" que nous connaissons tous. Elle se traduit par une proximité avec nos clients en tant qu'épicier du quotidien, dans les stations autoroutières et en montagne avec le partenariat avec la coopérative Sherpa. Notre magasin est celui où l'on vient faire son complément de courses en maîtrisant son budget, et le point de services pour retirer de l'argent, ses colis ou encore pour effectuer ses démarches postales. Aujourd'hui, nous développons un espace "Culture & Vie" en milieu rural pour mettre gratuitement à disposition des clients une bibliothèque et des outils informatiques pour se connecter, scanner et imprimer des documents avec l'aide d'un exploitant formé.

Qu'est-ce qui fait la force du Groupe en matière de proximité ?

La force du Groupe repose sur la relation de confiance avec ses franchisés, le dynamisme commercial, le maillage logistique au plus près des territoires et la fourniture de services essentiels du quotidien. Nous sommes capables d'ouvrir un magasin

partout en France et de livrer selon nos standards. Nous avons conçu un modèle de franchise agile, avec des coûts d'investissements modérés, qui assure la rentabilité de tous les magasins. Nos conditions de franchise accessibles nous ont permis de tisser le premier maillage national de magasins de proximité. Enfin, nous sommes capables avec nos 4 enseignes : Vival pour les zones rurales, Spar pour les zones touristiques et Casino Shop, Le Petit Casino pour les zones urbaines, de nous adapter à tous les territoires et de nous implanter dans tous les environnements. Cela se traduit par un niveau de développement soutenu à l'image de l'ouverture de notre 2 000^e Vival en mai 2023 à la Tour d'Auvergne dans le Puy-de-Dôme. Ces multiples forces, en particulier logistiques, nous permettent également de nouer des partenariats d'approvisionnement ou de franchise avec plusieurs partenaires de tailles importantes, comme la

"CETTE PROXIMITÉ, NOUS L'AVONS STRUCTURÉE DANS NOTRE ORGANISATION."

coopérative Sherpa ou Magne, mais aussi avec les Pétroliers Total, Shell, Avia ou Eni pour l'approvisionnement en produits alimentaires de leurs boutiques.

Comment Casino compte-t-il enrichir la proximité demain ?

Nous continuerons à creuser notre sillon, celui d'un magasin qui s'adapte à son marché avec des rayons et des produits qui font la différence. C'est à la fois s'appuyer sur la force du Groupe et de ses innovations à l'image de la nouvelle offre de viande sous vide de qualité dont la durée de conservation est de 12 jours, ou encore avec son offre Marée déployée dans 150 points de vente chaque vendredi. Aujourd'hui, nous capitalisons sur nos outils pour gagner en réactivité, anticiper les besoins et nous adapter aux modes de consommation. L'objectif est de mettre à disposition de nos franchisés des produits en quelques jours pour répondre à un besoin immédiat, comme être en mesure de proposer des glaces en octobre si les températures remontent soudainement. Notre prochain défi sera d'informer nos clients sur cette offre en temps réel en optimisant la communication digitale des enseignes et en accompagnant les magasins.

LA PROXIMITÉ EN ACTIONS

ACCÉLÉRATION DU PARTENARIAT AVEC LA CONFÉDÉRATION DES BURALISTES

Signé en 2021, le partenariat entre les enseignes Casino et la Confédération des buralistes aide les bureaux de tabac en zone rurale à développer leur activité, en créant un rayon épicerie dans leur commerce. 2023 a été une année d'accélération avec l'ouverture de 100 points épicerie par des buralistes pour un total de 227 buralistes équipés. Cette dynamique illustre la volonté des enseignes Casino de se positionner sur toutes les formes de proximité.



Lancement du nouveau concept monop'

Monop' franchit un nouveau palier dans l'ultraproximité avec son concept lancé à Levallois-Perret fin 2023. Innovant, ce magasin propose plus de produits frais, locaux et prêts à consommer que dans un monop' traditionnel. Doté de tous les services utiles comme le lavomatique et les casiers de dépôt et de retrait de colis Amazon et Vinted, il positionne l'enseigne en multi-commerçant et devient ainsi un lieu de vie incontournable du quartier.

Ouverture du 2000^e magasin Vival

Créé en 1980, le réseau Vival a inauguré son 2000^e magasin en mai 2023 à la Tour d'Auvergne dans le Puy-de-Dôme. Géré par un franchisé, ce magasin propose de nombreux services comme un rayon à la coupe, un point relais et la livraison à domicile. Présente partout en France dans les petites et moyennes communes rurales et dans les quartiers périurbains, l'enseigne Vival est la 1^{re} enseigne de proximité en France par le nombre de points de vente.

Franprix simplifie la vie des touristes et des supporters

En 2023, le réseau Franprix a déployé, en partenariat avec Nannybag, un service de consigne de bagages, dans une quarantaine de magasins. Son ambition est de proposer un point de consigne tous les 500 m à Paris pour faciliter la vie des visiteurs lors de grands événements sportifs ou culturels. Dans cet esprit, Franprix déploie le moyen de paiement Alipay+, très populaire en Asie, pour simplifier les transactions des visiteurs asiatiques. Plus de 170 magasins de l'enseigne en sont équipés en Île-de-France, en Rhône-Alpes et en région PACA.

Des magasins de proximité reconnus

Pour la seconde année consécutive, les enseignes Casino ont reçu deux prix : celui de la "Meilleure Chaîne de Magasins" et celui de la "Meilleure franchise de l'année 2024" dans la catégorie Commerces de Proximité, grâce au vote de plus d'un million de consommateurs. Ces prix saluent le travail accompli par les franchisés, les équipes de développement et d'exploitation. Il souligne le rôle vital des enseignes de proximité dans la vie économique et sociale des territoires.

YANN
KERGOAT
Maire de
Ploumilliau
(22)



"COMME UN PHARE DANS LE VILLAGE, CE LIEU RAYONNE ET PARTICIPE AU LIEN SOCIAL."

À Ploumilliau, commune rurale et littorale de 2 500 habitants des Côtes-d'Armor, le magasin Vival joue un rôle majeur dans la vie du bourg. Idéalement située sur la place centrale, la supérette est facilement accessible, notamment pour les personnes âgées qui se déplacent à pied. Il répond aux besoins essentiels du quotidien pour ces personnes peu mobiles et pour tous les Milliautais pour faire leurs courses d'appoint. Il est aussi une ressource pour les personnes à faibles revenus auxquelles le Centre Communal d'Action Sociale distribue des bons alimentaires. Comme un phare dans le village, ce lieu rayonne et participe au lien social. Ses gérants, Marcello et Hélène, commerçants dans l'âme, entretiennent activement ce lien. Ils ont développé un service de livraison à domicile précieux pour les personnes âgées et ont enrichi l'offre de produits. Grâce à eux, nous avons, aujourd'hui, accès à un rayon de fromages frais de qualité sans devoir rouler 20 minutes en voiture pour s'en procurer et à certains produits locaux très appréciés qu'ils ont l'art de dénicher."

RESPONSABILITÉ

Au cœur de sa stratégie de Groupe, la politique de Responsabilité Sociétale et Environnementale ambitionne de proposer des modes de consommation responsable et d'améliorer la durabilité de son modèle d'affaires. Fort d'un panel d'enseignes très variées et d'un important réseau de magasins de proximité, le groupe Casino s'engage pour mieux consommer, mieux manger et mieux produire.

ÊTRE UN COMMERÇANT RESPONSABLE



Agir pour la santé des consommateurs

Parce que l'alimentation joue un rôle essentiel pour la santé et contribue au bien-être de chacun, les enseignes du Groupe s'efforcent de proposer au plus grand nombre des produits sains, variés et responsables. Le baromètre de saisonnalité sur les fruits et légumes, mis en place dans les enseignes Casino, répond ainsi à une volonté d'informer et de sensibiliser les clients pour favoriser une consommation plus vertueuse et éclairée. Le Groupe agit également en faveur de la transition alimentaire en publiant son cahier des tendances pour guider industriels et fournisseurs dans le développement de leur offre. Déterminé à améliorer le profil nutritionnel de ses produits, il favorise une alimentation plus végétale, moins salée et développe des gammes spécifiques sans gluten, ou encore, sans sucre. Il propose aussi des gammes de produits sans résidu de

pesticides avec sa démarche AgriPlus. Pour encourager le mieux manger, le Groupe enrichit son offre de produits frais à l'image de son partenariat stratégique conclu en juillet 2023 avec Fresh, le spécialiste du secteur.

Mieux produire pour préserver l'environnement

La décarbonation, la réduction des emballages et la suppression des plastiques sont au cœur de l'engagement du groupe Casino pour limiter l'impact de ses activités sur l'environnement. Pour réduire ses émissions de CO₂, il promeut la mobilité propre à l'image de Franprix, pionnier en matière de transport fluvial, et il accélère la décarbonation de son offre produits. En 2023, il a formé l'intégralité des équipes de sa centrale d'achats aux enjeux climatiques en dispensant 600 heures de formation pour apprendre à décrypter la trajectoire climat d'un grand fournisseur. Il a également analysé la performance de son Top 100 fournisseurs avant de lancer une démarche avec chacun d'eux pour améliorer leur impact climat. Signataire du Pacte National sur les Emballages Plastiques, le Groupe est engagé dans une démarche de réduction de ses emballages. Il a notamment pour objectif d'atteindre 100% d'emballages recyclables ou compostables d'ici à 2025. Des avancées ont déjà été réalisées, à l'image de la suppression du plastique dans les emballages des pâtes alimentaires Casino Bio et des sachets de thé. Par ailleurs, Cdiscount s'est doté d'outils industriels de précision pour optimiser l'emballage des petits colis.

Favoriser l'égalité professionnelle

L'équité professionnelle est un axe central de sa politique de Ressources humaines. En 2023, le Groupe a poursuivi son engagement pour l'égalité femmes-hommes en s'appuyant sur son réseau de mixité "Pluriel" avec son programme de mentoring afin d'atteindre 45% de femmes dans l'encadrement en 2025. Il a déployé la Fresque de l'Équité pour mieux appréhender les inégalités entre les femmes et les hommes et a lancé la 1^{re} promotion de son programme de formation "SI ELLES" pour aider les femmes à mieux se révéler dans leur vie professionnelle. En 2023, le Groupe a également rappelé son implication pour l'accompagnement des collaborateurs touchés par la maladie à travers diverses actions menées dans le cadre de la démarche "Cancer et Emploi", telles que la réalisation d'un guide interne Cancer et Travail et la signature de la Charte des 11 engagements de l'INCa.

"EN 2023, LE GROUPE A POURSUIVI SON ENGAGEMENT POUR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES EN S'APPUYANT SUR SON RÉSEAU DE MIXITÉ "PLURIEL" "



Conforter son rôle d'acteur solidaire

Entreprise humaine, son engagement en faveur de la solidarité est historique, notamment porté par les Fondations Casino et Monoprix. La première promeut l'éducation artistique et culturelle avec son dispositif "Artistes à l'école" et ses nombreuses initiatives avec des partenaires comme Apprentis d'Auteuil. Quant à la Fondation Monoprix, elle soutient les personnes isolées vivant dans la rue. Pour récolter des fonds, l'enseigne a mené une campagne de financement participatif avec la plateforme Ulule, et abondé financièrement par sa Fondation. En 2023, les enseignes du Groupe ont poursuivi l'appel à l'Arrondi en caisse qui a permis de collecter 225 000 € au profit du programme de recherche, initié depuis trois ans, destiné à lutter contre les cancers pédiatriques et mené par l'institut Gustave Roussy. La participation annuelle du Groupe à la grande collecte nationale des Banques Alimentaires a mobilisé sur le terrain plus de 600 collaborateurs des sièges et des entrepôts.

-57%

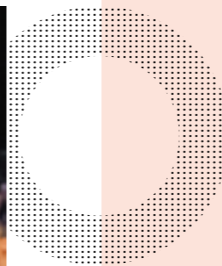
D'ÉMISSIONS DE CO₂ DEPUIS 2015 (SCOPES 1 ET 2) PÉRIMÈTRE FRANCE

600

HEURES DE FORMATION POUR LES COLLABORATEURS DE LA CENTRALE D'ACHAT

225 000

EUROS COLLECTÉS ET REVERSÉS À GUSTAVE ROUSSY EN 2023



LA PAROLE À CLOTILDE LARROSE

DIRECTRICE DES AFFAIRES PUBLIQUES, DE LA COMMUNICATION ET DE LA RSE MONOPRIX ET

PAULINE BONDU

DIRECTRICE DE LA RSE FRANPRIX



RESPONSABILITÉ

Quelles sont les singularités de l'engagement RSE de Monoprix et de Franprix ?

Clotilde Larrose : Il est historique, pionnier et continu. Il nous inscrit dans une démarche de progrès et favorise, depuis 30 ans, une meilleure consommation. Je pense au commerce équitable, à nos produits Bio à marque Monoprix, à notre souci du bien-être animal. On cherche à être plus vertueux et plus éthiques tout en prenant en compte le mode de vie des urbains.

Pauline Bondu : Franprix embrasse 3 piliers : l'alimentation saine et responsable, l'inclusion sociale et la transition écologique. En tant qu'enseigne urbaine de grande proximité, nous sommes moteurs sur les questions du transport décarboné et l'inclusion des plus fragiles à l'image de l'Arrondi en caisse, pour lequel nous avons été pionniers.

Quels sont les axes forts de vos démarches RSE ?

C. L. : Pour tous nos produits en marque propre, nous nous engageons à afficher un critère RSE. 280 d'entre eux affichent aujourd'hui un score et nous visons 80% au 1^{er} semestre 2024.

Nous poursuivons une trajectoire bas carbone en agissant notamment sur nos consommations énergétiques, en réduction sur 2023. Enfin, nous visons le zéro plastique à usage unique d'ici à 2030 via notre programme "Plastic Detox", en testant la consigne et en réduisant les emballages par l'éco-conception. Nous poursuivons également la lutte contre le gaspillage alimentaire avec, par exemple, les offres promotionnelles, les dons ou encore les produits à DLC courte à moindre prix. **P. B. :** Franprix est la seule enseigne de distribution à livrer un tiers de son parc de magasins parisiens par la Seine. Nous avons optimisé notre schéma logistique pour éviter tout retour à vide des camions. Ces derniers repartent des magasins avec des palettes et des cartons à recycler. En 2024 l'intégralité de notre flotte propre de camions sera bas carbone.

Quels sont les principaux faits marquants en 2023 ?

C. L. : Tout d'abord, c'est la reconnaissance de notre engagement de 30 ans en faveur du commerce équitable avec Max Havelaar : 100% de nos bananes, de nos cafés et chocolats à marques propres sont équitables. C'est aussi celle de notre volonté de préserver les ressources

halieutiques en tension en mettant en avant des espèces méconnues comme le barbu ou le maigre. Par ailleurs, afin d'accompagner davantage les femmes victimes de violences conjugales, nous avons signé un accord permettant notamment d'obtenir 5 demi-journées rémunérées afin de réaliser des démarches administratives et médicales. Enfin, nous avons lancé un appel à projets "Monoprix Pépites" pour référencer, en 2024, 12 marques émergentes proposant des produits alternatifs et plus responsables. **P. B. :** Pour consommer autrement, nous expérimentons, la location d'équipements du quotidien avec "Les Biens en Commun" et nous avons accéléré notre partenariat avec Vinted avec la pose de la 200^e consigne en magasin. Notre partenariat avec Emmaüs Défi s'est concrétisé par l'embauche en CDI de 4 personnes qui étaient en chantier d'insertion, sans aucun processus de sélection. Au total depuis novembre 2018, 40 personnes ont rejoint nos équipes via ce dispositif. Enfin, nous avons été la 1^{re} enseigne de distribution de proximité à obtenir le label national anti-gaspillage alimentaire pour plusieurs magasins.

L'ESSENTIEL

1

La décarbonation de l'offre produits Groupe s'articule autour de la formation aux enjeux climatiques.

2

La Fondation Casino œuvre en faveur de l'inclusion des jeunes par la pratique du théâtre et contre l'isolement des personnes sans-abris.

3

En 2023, le Groupe a poursuivi son engagement pour l'égalité femmes-hommes en accompagnant les victimes de violences conjugales.

LA RESPONSABILITÉ EN ACTIONS



Cdiscount réduit au maximum les emballages de ses colis

Sur son site de Réau en Seine-et-Marne, Cdiscount s'est doté de l'outil Fast Pack, un dispositif d'emballage automatisé qui utilise 60 g de matière contre 220 g quand les objets sont emballés avec du carton ou des enveloppes matelassées.

En quelques secondes, Fast Pack identifie les contours du produit, l'enrobe de papier kraft et scelle l'enveloppe. Moins consommateurs de matière, les colis sont moins encombrants et permettent aux transporteurs de massifier les tournées.

Le groupe Casino reçoit deux Trophées LSA "La conso s'engage"

Lors de cette 10^e édition des Trophées LSA, le groupe Casino a reçu deux prix dans la catégorie politique d'engagements des collaborateurs et achats responsables. Le premier récompense l'action de son réseau "C L'Empreinte" pour les collaborateurs qui agissent pour le climat. Le second salue la mobilisation de ses acheteurs et du Top 100 fournisseurs pour réduire l'empreinte carbone liée aux produits vendus en magasins.

100% des parkings du parc intégré équipés de bornes de recharge électrique en 2024

Pour accompagner l'essor de la mobilité électrique, le Groupe est engagé depuis 2020 dans un programme d'équipement des parkings de ses enseignes Casino et Monoprix en bornes électriques. Fin 2023, plus d'un tiers de ces sites étaient dotés de borne de recharge. Pour accélérer l'équipement de l'ensemble de son parc de magasins éligibles d'ici à 2024, le Groupe a signé un nouvel accord en juillet 2023 avec les opérateurs BUMP et ELECTRA.

"Tous en Scène 2023"

Depuis 2015, la Fondation Casino organise chaque année une opération solidaire nationale avec l'appui des enseignes et des collaborateurs du Groupe. Les enseignes Casino, Franprix et Cdiscount ont récolté près de 90 000 € au profit des associations Apprentis d'Auteuil et l'ENVOL, pour soutenir l'action de la Fondation en faveur de l'inclusion sociale d'enfants et d'adolescents par la pratique théâtrale.

UN DISPOSITIF COMPLET POUR SOUTENIR LES COLLABORATEURS ATTEINTS DE CANCER

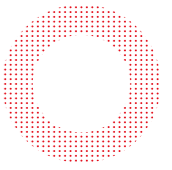
Parce que conserver un lien avec son entreprise est un facteur de résilience, voire de guérison pour les personnes atteintes d'un cancer, le Groupe sensibilise ses collaborateurs sur la question de l'emploi et du cancer. Le Comité exécutif a signé la charte des 11 engagements de l'INCa pour lutter contre les stéréotypes attribués aux personnes malades et pour sensibiliser ses managers. Deux conférences théâtralisées ont été organisées pour mieux appréhender les situations auxquelles sont confrontées les personnes touchées par la maladie. Elles ont été complétées par un e-learning pour les collaborateurs affectés par une longue maladie.

STÉPHANE DAUGE
Directeur de la communication, des Relations bienfaiteurs et Ressources d'Apprentis d'Auteuil



"DEPUIS NEUF ANS, LA FONDATION CASINO EST AUX CÔTÉS DE LA FONDATION APPRENTIS D'AUTEUIL AVEC L'OPÉRATION "TOUS EN SCÈNE" POUR SOUTENIR LES PRATIQUES ARTISTIQUES ET L'ACCOMPAGNEMENT ÉDUCATIF DE JEUNES FRAGILISÉS."

"Depuis neuf ans, la Fondation Casino est aux côtés de la Fondation Apprentis d'Auteuil avec l'opération "Tous en Scène" pour soutenir les pratiques artistiques et l'accompagnement éducatif de jeunes fragilisés. La pratique du théâtre contribue pleinement à leur redonner confiance, à développer leur créativité, à améliorer leur langage verbal et non verbal et à participer à un travail collectif dans lequel chacun trouve sa place dans le respect de l'autre. C'est aussi l'occasion pour eux d'aborder des sujets importants comme le harcèlement et les relations filles-garçons. Cette aide précieuse, fruit de l'engagement des équipes des enseignes du groupe Casino en magasins, a permis de réunir plus de 71 000 euros en 2023 au profit de 1 000 jeunes inscrits dans des établissements scolaires et d'insertion professionnelle implantés dans une grande diversité de territoires en France. Pour tous ces jeunes, qui sont les adultes de demain, c'est un coup de pouce qui s'inscrit dans la durée."



ANTICIPER LES BESOINS DE DEMAIN

ADAPTABILITÉ

Depuis 125 ans, le groupe Casino innove pour anticiper l'évolution du métier de commerçant et s'adapter aux changements des modes de consommation. Aujourd'hui, cette agilité innerve tous ses métiers avec des traductions concrètes en matière de nouveaux services, d'offre de produits, de gestion de son parc immobilier, de commerce en ligne ou de réduction des émissions carbone.

Proposer des concepts innovants

Le groupe Casino se distingue depuis toujours par sa capacité à anticiper les nouveaux usages des consommateurs. Pour cela, il a fait le choix de points de distribution multiformats et omnicanaux. Inscrite dans l'ADN du Groupe, cette approche se traduit notamment par le lancement de concepts innovants. Comme le monop' Louise Michel à Levallois-Perret ou encore le Monoprix Place Blanche, qui transforme le magasin de quartier en alliant plaisir, praticité et innovation à travers une offre

de restauration rapide appuyée sur des partenaires locaux, une gamme textile densifiée et des services digitaux innovants pour faciliter les courses. C'est l'exemple également du concept Monoprix Maison dédié à l'univers de la maison et de la décoration. Par ailleurs, la gestion dynamique de ses biens immobiliers lui permet de transformer ses actifs pour les adapter aux nouvelles tendances sociétales et pour maximiser leur valeur. Le Groupe privilégie notamment les programmes immobiliers mixtes combinant commerces, logements, loisirs et bureaux. Il investit également dans de nouveaux relais de croissance comme le self-stockage et les data centers.

Faire du digital un levier de croissance

Le Groupe utilise la puissance, la finesse et la réactivité du digital pour répondre aux tendances de consommation, de la recherche d'informations à l'achat en ligne jusqu'à la livraison à domicile. Cette digitalisation s'appuie sur des partenariats exclusifs noués avec des acteurs de premier plan comme Infinity advertising pour le retail media, Amazon et Ocado pour la livraison et les services logistiques. Premier groupe à avoir conclu un accord avec Ocado, pionnier du e-commerce alimentaire, le Groupe renforce ainsi sa présence en ligne pour répondre plus précisément aux besoins des clients. Champion français du e-commerce, Cdiscount a poursuivi en 2023 le déploiement de



L'ESSENTIEL

- 1 L'approche multiformat et omnicanale se poursuit avec le lancement de concepts innovants de magasins.
- 2 Le groupe Casino intègre le digital aux nouvelles habitudes de consommation, de la recherche d'informations à l'achat en ligne jusqu'à la livraison à domicile.
- 3 Il investit dans l'intelligence artificielle pour optimiser les opérations en magasin, améliorer l'expérience client et ouvrir la voie à de nouveaux modèles économiques.
- 4 Le groupe Casino adapte son modèle d'affaires pour renforcer son leadership dans le premium urbain, la proximité et le e-commerce.

"AUJOURD'HUI, LE GROUPE CASINO ADAPTE SON MODÈLE D'AFFAIRES POUR RENFORCER SON LEADERSHIP DANS LE PREMIUM URBAIN, LA PROXIMITÉ ET LE E-COMMERCE."

sa filiale Octopia, acteur référent des solutions marketplace. Convaincu du potentiel de l'intelligence artificielle pour le retail, le Groupe l'utilise pour optimiser les opérations en magasin, améliorer l'expérience client et ouvrir la voie à de nouveaux modèles économiques. Moteur sur cette technologie, le Groupe a participé fin 2023 à la présentation de la note stratégique de l'Institut Choiseul : "IA, et si on se mettait au travail ? L'exemple du retail."



Se recentrer sur le commerce de proximité et le e-commerce

Aujourd'hui, le groupe Casino adapte son modèle d'affaires pour renforcer son leadership dans le premium urbain, la proximité et le e-commerce. Le recentrage du Groupe repose sur sa capacité à s'adapter à tous les enjeux de proximité : des formats pertinents pour chaque spécificité locale, un maillage très dense en région parisienne à l'image de Franprix, l'enseigne de quartier par excellence, et de Monoprix, une enseigne premium unique, présente dans les centres villes. Il s'appuie également sur la force de frappe de Cdiscount. Ce dernier poursuit de son côté sa transformation vers un modèle de marketplace et recourt à l'intelligence artificielle pour optimiser l'expérience de ses clients. Pour renouer avec une croissance durable, le Groupe continue de se développer et d'ouvrir de nouveaux magasins dans les régions les plus dynamiques où il est le mieux implanté : l'Île-de-France, le couloir rhodanien et l'arc méditerranéen.

40

SITES IDENTIFIÉS POUR DÉVELOPPER DES PROJETS IMMOBILIERS MIXTES

PLUS DE **10**

SITES IDENTIFIÉS POUR DÉVELOPPER DE NOUVEAUX DATA CENTERS DE PROXIMITÉ EN RÉGION

80

MILLIONS DE PRODUITS VENDUS PAR AN SUR LA MARKETPLACE CDISCOUNT



LA PAROLE À STÉPHANIE ZOLESIO

PRÉSIDENTE DE CASINO IMMOBILIER



À quelles tendances répond la stratégie immobilière du Groupe ?

L'une est sociétale avec la création de lieux de vie "tout-en-un", et l'autre est environnementale. D'une part, nous transformons notre patrimoine immobilier pour renforcer sa modularité en y créant des lieux multi-usages adaptés à notre époque. Nos sites sont repensés et transformés à partir d'un socle commercial, sur lequel s'imbriquent des services, des loisirs, des restaurants, des bureaux, des logements... autant d'usages qui renouvellent et valorisent nos sites. D'autre part, notre action s'inscrit dans une logique vertueuse : sobriété foncière, limitation des déplacements avec de la densité plutôt que l'étalement urbain, énergies vertes... Nous travaillons chaque m² (bâti ou aérien !) avec une approche conjuguant responsabilité, créativité et gestion dynamique.

Qu'entendez-vous par une gestion dynamique des actifs ?

Tout d'abord, nous recentrons notre patrimoine de façon assumée sur les formats porteurs ou les projets qui créent de la valeur. Ensuite, renouveler et valoriser nos sites nécessite une analyse

constante des opportunités et des besoins exprimés par nos clients, nos enseignes, les acteurs publics... et d'y apporter des réponses parfois audacieuses : accueillir de nouveaux services dans les surfaces de nos magasins, produire et distribuer de l'électricité verte sur tous nos parkings, transformer des réserves de magasins ou des containers maritimes en box de stockage pour les particuliers, ou encore créer des data centers et les opérer nous-mêmes pour accompagner la digitalisation des territoires. Cette approche multi-solutions est indispensable dans un marché immobilier en mutation et cyclique. Nous créons ainsi de nouveaux modèles de revenus sur nos sites, mais accompagnons également des tiers désireux de nous confier la valorisation de leur patrimoine.

"NOUS TRANSFORMONS NOTRE PATRIMOINE IMMOBILIER POUR RENFORCER SA MODULARITÉ EN Y CRÉANT DES LIEUX MULTI-USAGES ADAPTÉS À NOTRE ÉPOQUE."

C'est ainsi une plateforme de services immobiliers complète et agile que nous mettons au service du Groupe, de ses enseignes, mais aussi des tiers.

Pourquoi développez-vous des programmes de co-promotion ?

Nous croyons beaucoup à la co-promotion pour accélérer la mixité des usages. En effet, s'associer à de grands promoteurs multispécialistes ou à des acteurs locaux adaptés selon les projets, et travailler en étroite coopération avec les collectivités locales à chaque étape, nous permet de penser les transformations à l'échelle du quartier, avec une vision d'ensemble qui est gage de réussite. La co-conception et le portage commun des projets avec des spécialistes nous permettent ainsi de viabiliser plus rapidement des projets ambitieux créateurs de valeur en partageant les risques et les coûts associés. À l'image de notre projet à Toulouse Basso Combo avec 700 logements prévus à terme, à fin 2023 40 projets ont été identifiés au sein de notre patrimoine, et 5 coentreprises de co-promotion sont déjà créées pour offrir un nouvel écriin à nos magasins, au cœur de futurs espaces mixtes, connectés et verts.

L'ADAPTABILITÉ EN ACTIONS

RECOURIR DAVANTAGE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Cdiscount utilise la puissance de l'IA, nouvelle génération, pour offrir le meilleur parcours digital possible à ses clients. Un assistant virtuel baptisé Théo, mobilisé 24 h sur 24 et 7 jours sur 7, renseigne les internautes sur les caractéristiques des produits. Positionné dans un premier temps sur les gros produits d'électroménager et les télévisions, il couvrira demain l'ensemble des rayons, soit des dizaines de milliers de produits. Théo simplifie la vie des 3 millions de visiteurs quotidiens de la marketplace et permet aux conseillers de se concentrer sur les tâches plus complexes comme la livraison et la négociation.



Nouer des partenariats innovants dans le e-commerce

Leader à Paris et premier acteur du e-commerce alimentaire, Monoprix a noué deux partenariats : l'un technologique avec Ocado et l'autre commercial avec Amazon. Le premier vise à développer les services de livraison à domicile et le second permet aux clients d'Amazon de se faire livrer des produits Monoprix dans plusieurs grandes villes, et à l'enseigne de bénéficier d'une plus grande visibilité.

Devenir un opérateur de data centers

Face aux besoins exponentiels liés à l'économie de la data et à l'explosion des données, les entreprises sont en quête de lieux sécurisés pour héberger leurs data, indispensables à leur performance. Pour répondre à ce besoin, le groupe Casino transforme certains actifs immobiliers en data centers. Cette démarche écoresponsable permet de réhabiliter des bâtiments existants, en privilégiant les énergies renouvelables et en optimisant la performance énergétique des sites. Plus de 10 sites ont été identifiés pour développer de nouveaux data centers de proximité. Un premier centre est en exploitation dans la région de Saint-Étienne et un second est en cours de développement à Aix-en-Provence.



Métamorphoser un Centre Commercial historique en un quartier mixte

Le Centre Commercial de Basso Cambo, situé dans un quartier prioritaire de Toulouse, fait l'objet d'une restructuration de grande ampleur. Nous transformons un site historique pour donner vie à un quartier mixte comprenant un supermarché adapté à notre époque, 700 logements, une résidence hôtelière en coliving, un cinéma et un complexe d'e-gaming et d'e-sport.

AGNÈS VAN DE WALLE
Directrice
de l'entité Retail &
Consumer Goods /
Vice-présidente
du think tank
Impact AI



"FORTS DE NOS SOLUTIONS IA, NOUS AVONS IDENTIFIÉ DE NOUVEAUX CAS D'USAGE POUR AMÉLIORER LA PRODUCTIVITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS DE CDISCOUNT ET L'EXPÉRIENCE CLIENT."

"Entre Cdiscount et Microsoft, la relation a évolué au fil du temps, de fournisseur à partenaire technologique. Grâce à cette collaboration approfondie, nous fournissons le socle technologique répondant le mieux aux problématiques métiers de Cdiscount et accompagnons l'entreprise dans son adoption rapide de nos solutions d'intelligence artificielle générative. Nous avons ainsi identifié ensemble de nouveaux cas d'usage pour améliorer la performance des opérations, la satisfaction client et le bien-être des collaborateurs de Cdiscount. Un exemple concret d'impact sur l'activité est le perfectionnement du résultat des algorithmes industriels : Cdiscount améliore la catégorisation de près de 40 % des fiches produits, et augmente de 30 % le taux de conversion. Aujourd'hui, d'autres cas d'usage sont en développement comme l'optimisation du moteur de recherche et des contenus du site, l'automatisation du process de relation client et du service après-vente avec l'objectif de rendre chacun de ces processus toujours plus efficace. Avec nos solutions d'IA générative, nous poursuivons notre objectif d'accompagner Cdiscount dans sa poursuite d'agilité et de performance, au service de ses collaborateurs et clients."

COMITÉ EXÉCUTIF DU GROUPE CASINO

au 31 décembre 2023



**JEAN-CHARLES
NAOURI**

PRÉSIDENT-DIRECTEUR
GÉNÉRAL



**GUILLAUME
APPÉRÉ**

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL
ET SECRÉTAIRE
DU COMITÉ EXÉCUTIF



ESTHER BITTON

DIRECTRICE DU M&A GROUPE



**MAGALI
DAUBINET-SALEN**

DIRECTRICE GÉNÉRALE
DES ENSEIGNES CASINO



THOMAS MÉTIVIER

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE CDISCOUNT ET DE CNOVA



RAPHAËLE HAUZY

DIRECTRICE DES RESSOURCES
HUMAINES FRANCE



JULIEN LAGUBEAU

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT
EN CHARGE DES OPÉRATIONS



DAVID LUBEK

DIRECTEUR FINANCIER



HERVÉ DAUDIN

DIRECTEUR DES ACTIVITÉS
MARCHANDISES
ET PRÉSIDENT DAMC



VINCENT DOUMERC

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE FRANPRIX



MARIE EVEN

DIRECTRICE GÉNÉRALE
ADJOINTE DE CDISCOUNT



**CARLOS MARIO
GIRALDO MORENO***

DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE GRUPO ÉXITO



MATTHIEU RICHÉ

DIRECTEUR DE L'ENGAGEMENT
ET DE LA RSE



**GUILLAUME
SÉNÉCLAUZE**

PRÉSIDENT DE MONOPRIX
ET PRÉSIDENT DE NATURALIA



STÉPHANIE ZOLESIO

PRÉSIDENTE DE CASINO
IMMOBILIER

* Carlos Mario Giraldo Moreno a quitté le Comité exécutif du Groupe le 26 janvier 2024, jour de la cession de Grupo Éxito.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

au 31 décembre 2023*

JEAN-CHARLES NAOURI

Président-Directeur général

NATHALIE ANDRIEUX

Administratrice de sociétés
Administratrice indépendante

MAUD BAILLY

Directrice générale Sofitel, Sofitel Legend, MGallery et Emblems du groupe Accor
Administratrice indépendante

THIERRY BILLOT

Administrateur indépendant référent du groupe Bel
Administrateur référent indépendant

JOSELINE DE CLAUSADE

Représentante de la société Carpinienne de Participations
Conseillère du Président de la société Casino

BÉATRICE DUMURGIER

Directrice générale adjointe de la société Believe
Administratrice indépendante

CHRISTIANE FÉRAL-SCHUHL

Avocate associée
Administratrice indépendante

FRANCK HATTAB

Représentant de la société Foncière Euris
Directeur général adjoint de la société Euris et Président-directeur général de la société Foncière Euris

VIRGINIE GRIN

Représentante de la société Finatis
Administratrice de sociétés du groupe Euris

ODILE MURACCIOLE

Représentante de la société Euris
Conseillère aux affaires juridiques et sociales de Casino Services

HERVÉ DELANNOY

Représentant de la société Par-Bel 2
Directeur juridique de la société Rallye, Président-Directeur général des sociétés Finatis et Carpinienne de Participations

FRÉDÉRIC SAINT-GEOURS

Ancien Président du Conseil de surveillance de la SNCF
Administrateur de sociétés

KAREEN CEINTRE

Secrétaire du Conseil d'administration

MEMBRES
12

MEMBRES
INDÉPENDANTS
42%

FEMMES
58%

COMITÉS PRÉSIDÉS
PAR UNE FEMME
2

Une gouvernance robuste

La composition du Conseil d'administration se caractérise par une diversité de profils, de compétences et d'expériences, en adéquation avec les activités du Groupe et sa stratégie de développement : une représentation équilibrée des femmes et des hommes, ainsi que des membres indépendants très investis, parmi lesquels l'Administrateur référent. Il assure une fonction de garant de la bonne gouvernance et de l'indépendance du Conseil.

Le groupe Casino s'attache à suivre les préconisations du code Afep-Medef.

L'exigence de responsabilité

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre conformément à son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. Le Conseil s'appuie sur son Comité d'audit dans la définition des orientations stratégiques et le suivi de leur mise en œuvre.

Le Comité gouvernance et RSE est chargé d'examiner les engagements et les politiques du Groupe en matière d'éthique et de responsabilité sociale, environnementale et sociétale et leur mise en œuvre. En avril 2023, le Conseil a décidé la constitution d'un Comité *ad hoc* présidé par l'Administrateur référent, regroupant la quasi-totalité des administrateurs indépendants et les membres du Comité d'audit, aux fins d'assurer le suivi des discussions concernant la restructuration financière.

Quatre comités spécialisés présidés par des membres indépendants

- Comité d'audit
- Comité des nominations et des rémunérations
- Comité gouvernance et RSE
- Comité *ad hoc*

RÉUNIONS
DU CONSEIL

19

ASSIDUITÉ
AUX RÉUNIONS
DU CONSEIL

91%

RÉUNIONS
DES COMITÉS
SPÉCIALISÉS

47

ASSIDUITÉ
AUX RÉUNIONS
DES COMITÉS

97%

* L'évolution de la gouvernance à la suite de la réalisation de la restructuration financière est présentée au paragraphe 5.4.2 du Chapitre 5 du présent Document d'enregistrement universel.

PARTENARIATS GROUPE



STRATÉGIQUES

Lancement des centrales d'achats communes au groupe Casino et Intermarché, dès septembre 2021

- AUXO Achats Alimentaires

Structure de fournisseurs internationaux de grande taille en charge des produits alimentaires à marque nationale.

- AUXO Achats Non-Alimentaires

Structure de fournisseurs internationaux en charge des produits non-alimentaires à marque nationale et marque de distributeur.

- AUXO Achats Non-Marchands

Société en charge de la négociation des frais généraux.

- Global Retail Services

Structure paritaire chargée de proposer des services internationaux aux grands industriels présents sur leurs territoires d'implantation en Europe et en Amérique latine.

- Infinity Advertising

Création d'une alliance (joint-venture) entre le groupe Casino et Intermarché pour commercialiser en France une offre "Retail Media" auprès des marques alimentaires et de leurs agences, en dehors de toute négociation à l'achat, et dans le respect des règles relatives à la protection des données personnelles et du droit de la concurrence.

- Sirius Achats - septembre 2022

Annnonce d'une centrale d'achats sur les biens techniques regroupant BUT, Conforama, MDA Company, le groupe Casino et Intermarché.

En octobre 2023, le groupe Casino et le Groupement Les Mousquetaires ont annoncé avoir conclu :

- Une prolongation de deux ans de la durée des **alliances AUXO**, soit jusqu'en 2028.

- L'extension de leur coopération aux achats en créant la structure **AUXO Private Label** pour les produits alimentaires de marque distributeur.

- Une prolongation de l'**accord d'approvisionnement**, signé en 2021, auprès des filières Marée et Boucherie du Groupement Les Mousquetaires, s'appuyant sur le savoir-faire d'Agromousquetaire.

Ocado, novembre 2017

Solution de préparation de commandes alimentaires dans un entrepôt robotisé opéré par la filiale O'logistique, pour le développement de l'e-commerce alimentaire en Île-de-France des enseignes :

- Monoprix - mars 2019
- Enseignes Casino - septembre 2020
- Naturalia - septembre 2021

En décembre 2021, collaboration stratégique entre le groupe Casino, GreenYellow et Amazon Web Services pour des services dans les domaines de l'énergie et du cloud.

SERVICES

Partenariats relatifs à Amazon

En avril 2019, le groupe Casino renforce son partenariat avec Amazon pour faciliter la vie quotidienne des clients et leur apporter de nouveaux services. Le partenariat s'articule autour de 3 initiatives :

1. Proposer un service de **Click & Collect** avec les **Amazon Lockers** largement déployés dans les magasins du Groupe.
2. Amazon et les enseignes Monoprix et Naturalia étendent leur partenariat relatif à Prime Now au-delà de la région parisienne. Ce partenariat permettra de couvrir **70% de la population francilienne** ainsi que les villes de Bordeaux, Lyon, Nice et Montpellier (mars 2018) puis Strasbourg (novembre 2019) et enfin Lille et Nantes (2022).
3. Mise en place d'une sélection de plusieurs milliers de **produits MDD Casino** sur **amazon.fr** et **l'application mobile**, de différentes gammes : essentiels (Casino), frais, premium (Casino Délices), bio (Casino Bio) et vin (Club des sommeliers). De cette manière, le groupe Casino poursuit sa stratégie digitale en ajoutant un nouveau canal de distribution pour ses produits de marque propre.

Partenariat avec Vinted sur des consignes dans les magasins Franprix

Démarrage du partenariat en juin 2022 avec la mise en place de points de collecte Vinted dans les magasins Franprix. Le vendeur peut y déposer son colis et l'acheteur peut y récupérer son achat. Ce partenariat encourage l'économie circulaire et facilite la vie des clients Franprix. Il y a plus de 200 consignes Vinted en 2023 chez Franprix et une ambition d'en ouvrir 100 de plus en 2024.

E-COMMERCE

Partenariats e-commerce avec des marketplaces

Ces partenariats permettent aux magasins des différentes enseignes du groupe Casino d'être présents sur des marketplaces et donc de proposer un service de livraison rapide (20-30 min).

Les magasins proposent jusqu'à 5 000 références et les partenariats couvrent toutes les grandes villes dans lesquelles les marketplaces sont présentes :

- Deliveroo - mai 2020
- Uber Eats - avril 2021
- Just Eat - avril 2022

PARTENARIATS GROUPE

RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

Partenariat avec la Fédération Française des Banques Alimentaires

Depuis 2009, le Groupe accompagne la Fédération Française des Banques Alimentaires en s'associant à la collecte nationale qui se déroule fin novembre en faveur des plus démunis. Chaque année, la mobilisation de ses magasins et de ses clients, avec la participation de collaborateurs bénévoles, permet de collecter les dons de produits à date limite de consommation (DLC). Ces dons bénéficient aux réseaux des banques alimentaires, mais également à plusieurs associations solidaires telles que la Croix-Rouge, le Secours populaire et les Restos du Cœur en France.

En novembre 2023, plus de 600 collaborateurs des sièges et des entrepôts sont venus prêter main-forte aux gilets oranges, bénévoles présents dans les magasins, contribuant ainsi de manière significative au succès de la collecte nationale. Depuis 2019, ce sont plus de 6 500 tonnes de produits qui ont été donnés en moyenne par an, par le Groupe et ses enseignes au travers de ces actions.

Partenariat avec l'institut Gustave Roussy

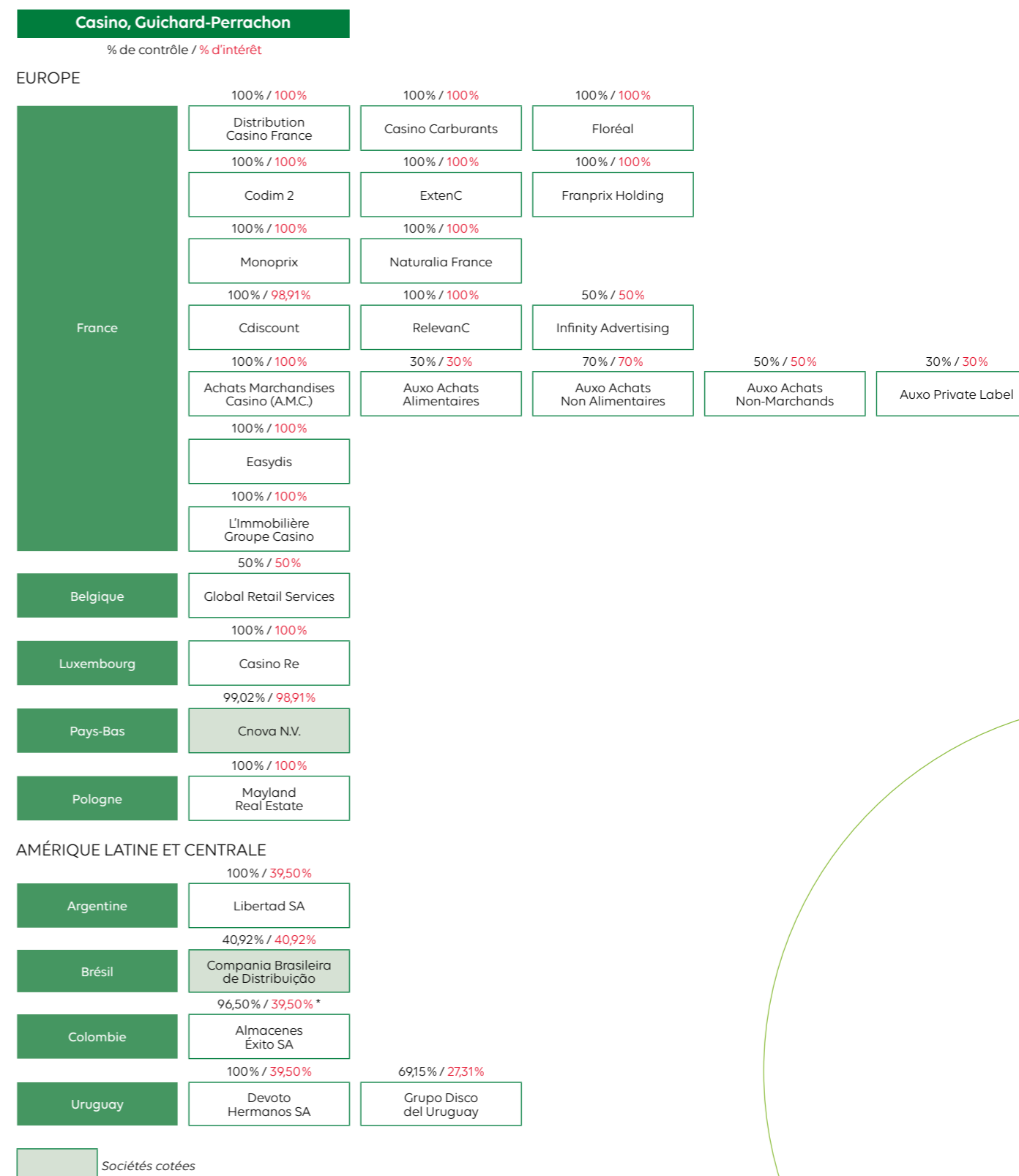
En 2023, le Groupe renouvelle son engagement pour la recherche contre les cancers pédiatriques et signe pour la 3^e année consécutive une convention annuelle avec Gustave Roussy, premier centre de lutte contre le cancer en France. Cette année, plusieurs opérations de solidarité (produits-partage et arrondis solidaires en caisse) ont été menées dans les enseignes alimentaires du Groupe et sur le site de Cdiscount tout au long du mois de septembre. Ces actions ont permis de récolter plus de 225 000€ en faveur de la recherche contre les cancers pédiatriques.

Partenariat avec la Fondation Earthworm

Le groupe Casino est partenaire de la Fondation Earthworm qui accompagne les entreprises dans l'amélioration des chaînes d'approvisionnement. Earthworm a mis en place plusieurs groupes de travail sectoriel, notamment sur les filières de crevette, du charbon de bois, de l'avocat et du soja, auxquels participe le groupe Casino.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ

au 31 décembre 2023



* Cf. Chapitre 2, paragraphe 2.2 "Cession de la participation du groupe Casino dans Grupo Éxito" page 72.



GROUPE CASINO

1, Cours Antoine Guichard - CS 50306 - 42008 Saint-Étienne Cedex 1
Tél. : +33 (0)4 77 45 31 31

groupe-casino.fr



Groupe Casino



@Groupe_Casino



groupecasino