

CHIFFRE D'AFFAIRES – T3 2016

❖ **En France, croissance des ventes alimentaires et du volume d'affaires⁽¹⁾ et gains de parts de marché**

❖ **Accélération des ventes alimentaires au Brésil et poursuite de bonnes performances en Colombie**

❖ **Croissance totale du Groupe de +6,7%, la plus élevée depuis 13 trimestres**

- **En France** : volume d'affaires alimentaire en croissance à +1,4%
 - **Géant Casino⁽²⁾** : progression soutenue des ventes alimentaires à +1,8% (+7,5% sur deux ans) et gains de parts de marché
 - **Supermarchés Casino** : poursuite de l'amélioration des ventes (+4,5% en organique et +2,8% en comparable) et progression du trafic (+2,4% en comparable), gains de parts de marché
 - **Monoprix** : poursuite de la croissance organique (+0,8%) avec une expansion soutenue
 - **Franprix** : trafic positif en comparable (+2,6%) grâce au succès des magasins rénovés
- **En Amérique latine** : croissance des ventes alimentaires de +13,2% en organique et de +8,2% en comparable et effet très favorable du change
 - **Exito (hors Brésil)** : bonne performance en organique comme en comparable
 - **GPA Food** : forte progression des ventes (+8,3% en comparable) tirée par le redressement en alimentaire des hypermarchés et supermarchés Extra et par Assaí, qui enregistre une croissance à deux chiffres de son trafic
 - **Via Varejo** : poursuite de la croissance des ventes à +2,0% en comparable, retour à des parts de marché proches des plus hauts niveaux historiques
- **E-commerce** :
 - **Cdiscount France** : chiffre d'affaires en croissance de +5,6% et volume d'affaires des marketplaces de +19%
 - **Cnova Brésil⁽³⁾** : repli marqué de l'activité

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR

PAR SECTEUR	Variation T2 2016 / T2 2015				Variation T3 2016 / T3 2015				
	en M€	T2 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T3 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
France Retail	4 716		+0,1%	+1,2%	+0,2%	4 760	-1,1%	+0,0%	-0,6%
Latam Retail	3 498		-11,1%	+11,8%	+7,1%	3 872	+20,8%	+13,2%	+8,2%
Latam Electronics	1 092		-13,1%	+0,3%	+2,6%	1 122	+14,8%	-0,4%	+2,0%
E-commerce	660		-19,4%	-13,5%	-13,5%	671	-12,9%	-16,4%	-16,4%
TOTAL GROUPE	9 966		-7,0%	+3,8%	+1,8%	10 425	+6,7%	+2,9%	+1,7%

Au 3^{ème} trimestre 2016, le chiffre d'affaires s'élève à 10,4 milliards d'euros, en croissance de +2,9% en organique et de +1,7% en comparable. L'effet de change s'établit à +4,1% et l'effet périmètre à -0,4%.

Nota : Les évolutions en organique et en comparable sont hors effets essence et calendaire

⁽¹⁾ Chiffre d'affaires réalisé par chaque enseigne, pour l'ensemble de son parc de magasins (intégrés et franchisés), hors essence

⁽²⁾ Hors activités de la société Codim (4 hypermarchés) en Corse

⁽³⁾ Cnova a indiqué avoir classé Cnova Brésil en activités abandonnées au 1^{er} janvier 2015

■ France Retail

PAR ENSEIGNE	Variation T2 2016 / T2 2015					Variation T3 2016 / T3 2015				
	T2 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	Croissance comparable sur 2 ans	T3 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	Croissance comparable sur 2 ans
Hypermarchés	1 153	-0,2%	+2,5%	+2,2%	+3,9%	1 233	-0,4%	+0,4%	+0,2%	+3,7%
<i>Dont Géant Casino</i>	1 081	-0,6%	+2,2%	+2,2%	+4,2%	1 147	-0,6%	+0,3%	+0,3%	+4,2%
Leader Price	641	-3,2%	+1,7%	+1,1%	+0,2%	597	-7,6%	-4,6%	-2,7%	-0,5%
Monoprix	1 055	+2,4%	+0,7%	-2,1%	-1,4%	971	+1,1%	+0,8%	-2,3%	-0,2%
Supermarchés Casino	816	+1,9%	+3,1%	+1,2%	-1,1%	903	+3,3%	+4,5%	+2,8%	+3,5%
Franprix	411	-3,2%	-2,8%	-0,6%	-3,6%	370	-6,5%	-1,9%	-0,1%	+0,5%
Proximité & Divers⁽¹⁾	639	+0,6%	+0,5%	-1,1%	+1,2%	686	-1,7%	-2,1%	-3,9%	+0,5%
<i>Dont Proximité</i>	349	-0,6%	-1,4%	-3,3%	+4,0%	417	-0,6%	-0,9%	-2,3%	+6,0%
FRANCE RETAIL	4 716	+0,1%	+1,2%	+0,2%	+0,3%	4 760	-1,1%	+0,0%	-0,6%	+1,8%

L'effet calendaire en France au T3 est de +0,3%.

En France, les ventes totales s'établissent à 4 760 M€. Elles ont été marquées par deux facteurs :

- un plan de fermetures de 282 magasins déficitaires (sur un parc de 10 521), impactant le chiffre d'affaires de -0,6% ;
- des mouvements de transferts en franchises, sur les formats adaptés à ce mode d'exploitation (Proximité, Franprix et Leaderprice). Ces transferts pour lesquels le Groupe conserve le chiffre d'affaires grossiste impactent le chiffre d'affaires T3 de -0,9%.

Dans ces conditions, le volume d'affaires reste dynamique à +0,7% (+1,4% en alimentaire) au T3. Depuis le début de l'année, celui-ci s'inscrit en hausse de +2,1% et de +2,5% en alimentaire. Ceci se traduit dans la part de marché du Groupe en France qui progresse de +0,1pt en cumul annuel à date (Kantar P09).

S'agissant de la performance des magasins intégrés, sur deux ans, le chiffre d'affaires comparable progresse de +1,8%, en amélioration séquentielle par rapport à la croissance du T2 2016 sur deux ans (+0,3%).

- Chez **Géant Casino**, le chiffre d'affaires hors calendaire progresse de +0,3% en comparable sur le trimestre, avec un calendaire de +0,6% (+0,9% y compris calendaire). La croissance des ventes alimentaires s'établit à +1,8% en comparable, soit +7,5% sur deux ans. Les ventes de produits frais progressent de +4,3% sur un an. Les ventes non alimentaires s'inscrivent en baisse compte tenu de l'impact de la météo sur le saisonnier. L'enseigne continue de gagner des parts de marché : +0,1pt sur la dernière période Kantar P09.
- Le chiffre d'affaires publié de **Leaderprice** est impacté au T3 par deux mesures :
 - le transfert de magasins aux franchisés (impact de -3,9% sur le chiffre d'affaires publié) ;
 - la fermeture de 71 magasins déficitaires (impact de -1,9%).

Au total, le volume d'affaires du trimestre s'établit à 657 M€ contre 659 M€ au T3 2015.

Pour les 403 magasins intégrés, la croissance comparable est de -2,7% sur le trimestre hors calendaire (avec un calendaire de +0,8%), compte tenu du déploiement de nouveaux process opérationnels durant l'été. Les performances se redressent progressivement depuis septembre. Sur deux ans, le chiffre d'affaires comparable est quasi stable au T3.

- **Monoprix** enregistre un chiffre d'affaires en hausse de +1,1% au total et de +0,8% en organique. L'expansion est dynamique avec l'ouverture de 10 magasins sur le trimestre, portant à 89 le nombre de magasins ouverts depuis 12 mois. La croissance comparable, de -2,3% au T3, est quasi stable sur deux ans (contre une baisse de -1,4% au T2). En alimentaire, les volumes s'établissent à -0,5%. En non-alimentaire, l'activité reste impactée par une météo défavorable et par la baisse de la fréquentation touristique à Paris. Au total, le volume d'affaires de l'enseigne progresse de +1,1%. La part de marché de Monoprix est stable en cumul annuel à date sur la dernière période Kantar P09.

⁽¹⁾ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

- Les **Supermarchés Casino** poursuivent l'amélioration de leurs ventes en comparable (+2,8% contre +1,2% au T2 2016), tirée notamment par une bonne performance durant l'été. Le trafic client s'améliore (+2,4% après +1,9% au T2 2016) grâce aux actions commerciales mises en place. La croissance organique (+4,5%) bénéficie de l'ouverture d'un nouveau magasin intégré et de l'affiliation de 7 nouveaux franchisés depuis le T3 2015. Le volume d'affaires de l'enseigne croît de +4,9% sur la période. L'enseigne enregistre une part de marché en hausse : +0,1pt sur la dernière période Kantar P09.
- Chez **Franprix**, le chiffre d'affaires est quasi stable (+0,1% y compris calendaire avec un calendaire de +0,2%) et le trafic client positif (+2,6%) en comparable. Sur deux ans, l'enseigne enregistre une amélioration séquentielle de +4,1pt en comparable (de -3,6% au T2 à +0,5% au T3 2016), témoignant du succès des rénovations au nouveau concept Mandarine. La croissance totale est impactée par les transferts de magasins en franchise et les fermetures de magasins.
- La performance de la **Proximité** s'inscrit en légère amélioration séquentielle par rapport au trimestre précédent. Sur deux ans, la croissance comparable s'élève à +6,0%, en accélération par rapport au T2 (+4,0%) grâce aux efforts de transformation du parc. Le volume d'affaires en Proximité progresse de +1,0% sur le trimestre.

■ Latam Retail

Les ventes alimentaires en Amérique latine poursuivent leur croissance, à +13,2% en organique et +8,2% en comparable (après respectivement +11,8% et +7,1% au T2 2016). En intégrant l'effet favorable du change, la progression totale est de +20,8%.

- Le **Groupe Exito** (hors effet de la consolidation du chiffre d'affaires de GPA) continue d'afficher des ventes en forte croissance au T3 2016 grâce aux bonnes performances en Colombie, Uruguay et Argentine, sous l'effet d'une bonne dynamique commerciale.
- Les ventes de **GPA Food** au Brésil enregistrent au T3 2016 une accélération de leur croissance avec +14,0% en organique et +8,3% en comparable (contre +11,4% et +6,3% au T2 2016). La croissance des ventes alimentaires de GPA Food s'établit à +17,1% en organique et à +10,8% en comparable.
 - **Assaí** poursuit ses très bonnes performances avec des ventes en progression de +45,8% en organique, tirées par des ventes comparables élevées avec une croissance du trafic à deux chiffres et par une expansion très dynamique. La quote-part des ventes de l'enseigne chez GPA Food s'élève désormais à 37%.
 - **Multivarejo** enregistre des ventes en progression de +1,8% en comparable sur le trimestre (contre +0,9% au T2 2016).
 - Les ventes alimentaires des hypermarchés et supermarchés Extra affichent une forte progression, supérieure à +6,0%⁽¹⁾, tirée par les effets de la refonte de la politique commerciale. Les hypermarchés Extra voient leurs volumes et leurs parts de marché croître depuis 5 mois. La performance des catégories non alimentaires, toujours négative (en ligne avec le marché), s'améliore.
 - Les performances de Pão de Açúcar et des formats de proximité restent bien orientées.

GPA a commenté son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre de façon détaillée le 11 octobre 2016.

■ Latam Electronics

Les ventes de Via Varejo s'inscrivent en progression à +2,0% en comparable, grâce aux plans d'action mis en place. L'enseigne a retrouvé ses niveaux de part de marché historiques les plus élevés.

Via Varejo a commenté son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre de façon détaillée le 11 octobre 2016.

⁽¹⁾ Donnée communiquée par la filiale

■ E-commerce

En France, le chiffre d'affaires du T3 du site **Cdiscount France**⁽¹⁾ progresse de +5,6%. L'enseigne conserve une bonne dynamique commerciale tout en poursuivant l'amélioration de sa rentabilité, y compris par la réduction de ses ventes B2B déficitaires et la fermeture de sites spécialisés, ce qui pèse pour -2,5 pt dans la croissance du T3. Le volume d'affaires des marketplaces progresse de +19%; leur quote-part rapportée au volume d'affaires total atteint 33,3% au T3 2016, en amélioration de +347pb par rapport à l'année dernière.

Après un mois de juillet impacté par la météo et par les événements tragiques qui ont touché le pays, le site a retrouvé sur août-septembre une croissance moyenne de +9,8% de son chiffre d'affaires. L'enseigne compte à présent près de 8 millions de clients actifs⁽²⁾. Le nombre d'abonnés « Cdiscount à volonté » a plus que doublé sur 12 mois.

Cnova Brésil affiche un repli marqué de son activité compte tenu notamment du ralentissement économique au Brésil qui pénalise le non-alimentaire. La quote-part de la marketplace s'élève à 21,2%, soit une progression de +926pb.

Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre de façon détaillée le 11 octobre 2016 et indiqué avoir classé Cnova Brésil en activités abandonnées au 1^{er} janvier 2015.

OBJECTIFS 2016

En **France**, le Groupe confirme les objectifs suivants :

- ROC annuel supérieur à 500 M€
- Free Cash Flow⁽³⁾ supérieur à 550 M€ (*avant dividendes 2015, coupons attribués aux porteurs d'instruments hybrides en 2015 et acompte sur dividendes 2016*)
- Capex nets de c.350M€

La définition des principaux indicateurs non-gaap est disponible sur le site du groupe Casino (www.groupe-casino.fr)

⁽¹⁾ Evolution de chiffre d'affaires du site Cdiscount France (hors sites internationaux, et sites verticaux fermés à fin septembre)

⁽²⁾ Clients actifs au 30 septembre ayant effectué au moins un achat sur nos sites au cours des 12 derniers mois

⁽³⁾ Flux de trésorerie générés par l'activité diminué des capex nets et des intérêts financiers nets versés

Ce montant tient compte de l'impôt payé et s'agissant du périmètre France, il comprend également les dividendes reçus des filiales internationales et des sociétés mises en équivalence

ANNEXES

Détail et évolution du chiffre d'affaires T3 2016

La croissance organique s'entend à périmètre et changes constants, hors essence et calendaire sauf mention du contraire.

Calendaire France Retail T3 2016

Calendaire T3 2016	
Hypermarchés	+0.7%
<i>dont Géant</i>	+0.6%
Leader Price	+0.8%
Monoprix	+0.0%
Supermarchés Casino	+0.1%
Franprix	+0.2%
Proximité & Divers	+0.2%
<i>Dont Proximité</i>	+0.3%
France RETAIL	+0.3%

Détail et évolution du volume d'affaires France Retail T3 2016

VOLUME D'AFFAIRES PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€)	2015	2016	Variation
Hypermarchés	1 037	1 049	+1,1%
Leader Price	659	657	-0,3%
Monoprix	984	995	+1,1%
Supermarchés Casino	789	827	+4,9%
Franprix	427	400	-6,4%
Proximité & Divers	799	799	+0,0%
<i>Dont Proximité</i>	503	508	+1,0%
FRANCE RETAIL	4 695	4 727	+0,7%

Principales variations du périmètre de consolidation

- Retraitement des activités en Asie

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T3 2015	T3 2016	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	10,2799	16,6901	-38,4%
Uruguay (EUR/UYP)	31,4770	32,5450	-3,3%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	3,2730	3,2884	-0,5%
Brésil (EUR/BRL)	3,9340	3,6223	+8,6%

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	31 mars 2016	30 juin 2016	30 sept 2016
HM Géant Casino	129	130	129
<i>Dont Affiliés France</i>	7	7	7
<i>Affiliés International</i>	12	13	12
SM Casino	445	444	445
<i>Dont Affiliés Franchisés France</i>	64	64	69
<i>Affiliés Franchisés International</i>	33	32	32
Monoprix	709	732	738
<i>Dont Franchisés/Affiliés</i>	200	195	196
<i>Naturalia</i>	133	136	137
<i>Naturalia franchisé</i>	4	5	5
Franprix	851	853	853
<i>Dont Franchisés</i>	366	370	375
Leader Price	790	788	796
<i>Dont Franchisés</i>	339	402	393
Total SM et Discount	2 795	2 817	2 832
Proximité	6 899	6 864	6 745
Autres activités (Restauration, Drive...)	646	653	643
Océan Indien	149	161	172
TOTAL France	10 618	10 625	10 521

INTERNATIONAL	31 mars 2016	30 juin 2016	30 sept 2016
ARGENTINE	27	27	27
HM Libertad	15	15	15
SUP Mini Libertad	12	12	12
URUGUAY	66	69	75
HM Géant	2	2	2
SM Disco	29	29	29
SM Devoto	24	24	24
SUP Devoto Express	11	14	20
BRESIL	2 126	2 113	2 089
HM Extra	137	135	134
SM Pão de Açúcar	185	184	184
SM Extra	194	194	194
Assai (discount)	96	97	100
SUP Mini Mercado Extra	301	297	276
Casas Bahia	745	750	750
Ponto Frio	233	225	220
Drugstores	157	155	155
+ Stations-service	78	76	76
COLOMBIE	1 632	1 695	1 805
HM Exito	85	86	85
SM Exito et Carulla	163	163	167
SM Super Inter	58	58	67
Surtimax (discount)	1 214	1 283	1 383
<i>Dont « Aliados »</i>	1 062	1 132	1 246
SUP Exito Express et Carulla Express	111	104	102
Autres	1	1	1
TOTAL International	3 851	3 904	3 996

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

Régine GAGGIOLI – Tél : +33 (0)1 53 65 64 17

rgaggioli@groupe-casino.fr

ou

+33 (0)1 53 65 24 17

IR_Casino@groupe-casino.fr

CONTACTS PRESSE

CASINO

Tél : +33 (0)1 53 65 24 78

Directiondelacommunication@groupe-casino.fr

IMAGE 7

Grégoire Lucas

Tél : +33 (0)1 53 70 74 84

Mob : +33 (0)6 71 60 02 02

glucas@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.