

CHIFFRE D'AFFAIRES – T2 2016

- ❖ **En France, poursuite de la croissance et des gains de parts de marché**
 - ❖ **Accélération de la croissance au Brésil et en Colombie**
 - ❖ **Croissance organique du Groupe de +3,8% au T2 contre +1,5% au T1 2016**

- **En France**, ventes en croissance de +1,2% en organique et de +0,2% en comparable
 - **Géant Casino** : croissance de +2,2%⁽¹⁾ (comparable et organique) et gains continus de parts de marché
 - **Leader Price** : croissance de +1,7% en organique et de +1,1% en comparable
 - **Supermarchés Casino** : croissance de +3,1% en organique et de +1,2% en comparable et gains de parts de marché
- **En Amérique latine**, progression des ventes alimentaires à +11,8% en organique
 - **Exito (hors Brésil)** : accélération de la croissance en organique et en comparable, tirée par de bonnes performances en Colombie, Uruguay et Argentine
 - **GPA Food** : amélioration séquentielle de l'activité avec une croissance de +11,4% en organique et de +6,3% en comparable
 - **Via Varejo** : ventes positives en organique (+0,3%) et en comparable (+2,6%) après quatre trimestres de repli du chiffre d'affaires
- **E-commerce** :
 - **Cdiscount** : croissance organique de +10,6% et volume d'affaires en progression de +12,6%
 - **Cnova Brésil** : repli marqué de l'activité compte tenu d'une base de comparaison élevée au T2 2015 et du ralentissement économique au Brésil

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR

PAR SECTEUR	Variation T1 2016 / T1 2015				Variation T2 2016 / T2 2015			
	en M€	T1 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T2 2016	Croissance totale	Croissance organique
France Retail	4 548	+2,8%	+2,9%	+1,5%	4 716	+0,1%	+1,2%	+0,2%
Latam Retail	3 338	-13,7%	+8,3%	+3,7%	3 498	-11,1%	+11,8%	+7,1%
Latam Electronics	1 090	-34,6%	-12,7%	-11,8%	1 092	-13,1%	+0,3%	+2,6%
E-commerce	731	-18,8%	-8,3%	-8,3%	660	-19,4%	-13,5%	-13,5%
TOTAL GROUPE	9 707	-10,6%	+1,5%	-0,7%	9 966	-7,0%	+3,8%	+1,8%

Au 2^{ème} trimestre 2016, le chiffre d'affaires s'établit à 10,0 milliards d'euros, en croissance de +3,8% en organique et de +1,8% en comparable. Il est impacté par un effet change de -8,3%, lié à la dépréciation des devises en Amérique Latine, et par un effet périmètre de -1,3%.

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

⁽¹⁾ Hors activités essentiellement de la société Codim (4 hypermarchés) en Corse

■ France Retail

PAR ENSEIGNE	Variation T1 2016 / T1 2016				Variation T2 2016 / T2 2015			
	T1 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T2 2016	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
Hypermarchés⁽¹⁾	1 083	+2,9%	+3,8%	+3,8%	1 153	-0,2%	+2,5%	+2,2%
Dont Géant Casino	1 022	+2,9%	+4,0%	+4,0%	1 081	-0,6%	+2,2%	+2,2%
Leader Price	632	+6,2%	+7,2%	+4,5%	641	-3,2%	+1,7%	+1,1%
Monoprix	1 050	+3,3%	+2,3%	-0,4%	1 055	+2,4%	+0,7%	-2,1%
Supermarchés Casino	753	+1,6%	+1,9%	+0,2%	816	+1,9%	+3,1%	+1,2%
Franprix	403	-3,5%	-2,9%	+0,1%	411	-3,2%	-2,8%	-0,6%
Proximité & Divers⁽²⁾	628	+4,2%	+3,9%	+1,1%	639	+0,6%	+0,5%	-1,1%
Dont Proximité	342	+4,9%	+4,2%	+2,3%	349	-0,6%	-1,4%	-3,3%
FRANCE RETAIL	4 548	+2,8%	+2,9%	+1,5%	4 716	+0,1%	+1,2%	+0,2%

En France, le trimestre est marqué par une météo défavorable et une forte baisse de l'activité touristique au Nord, et des mouvements sociaux. Les ventes totales de 4 716 M€ sont en croissance de +1,2% en organique et +0,2% en comparable au T2 2016. La part de marché du Groupe en France s'améliore de +0,1 pt sur la dernière période Kantar P06.

- Chez **Géant Casino**, la progression du chiffre d'affaires se poursuit avec une croissance de +2,2% en comparable, après deux années consécutives de croissance (+1,1% au T2 2014 et +2,0% au T2 2015). Le trafic client affiche une croissance de +2,1% sur un an et de +6,2% sur deux ans. Les ventes non-alimentaires sont en hausse de +2,7%. L'enseigne continue de gagner des parts de marché : +0,1pt sur la dernière période Kantar P06.
- **Leader Price** affiche des ventes en croissance de +1,7% en organique et de +1,1% en comparable. Les données comparables n'incluent pas les ventes des magasins en franchise. Cette dernière se développe de façon soutenue : la moitié du parc est franchisée à la fin du T2 2016 contre 22% du parc à fin juin 2015.
- **Monoprix** enregistre un chiffre d'affaires en hausse de +2,4% au total et de +0,7% en organique. L'expansion est dynamique avec l'ouverture de 24 magasins sur le trimestre. Les ventes non alimentaires à magasins comparables sont affectées par une météo défavorable et par la baisse de la fréquentation touristique à Paris.
- Le chiffre d'affaires des **Supermarchés Casino** progresse de +1,2% en données comparables. Le trafic client poursuit son amélioration (+1,9% au T2 2016) grâce aux actions commerciales mises en place. La croissance organique (+3,1%) bénéficie de l'ouverture de 5 nouveaux magasins intégrés et de l'affiliation de 6 nouveaux franchisés depuis le T3 2015. L'enseigne affiche une part de marché en hausse : +0,1pt sur la dernière période Kantar P06.
- Le chiffre d'affaires organique de **Franprix** est en amélioration séquentielle par rapport au T1 2016, mais reste impacté par les cessions de magasins demandées par l'Autorité de la concurrence, les transferts vers d'autres enseignes et en franchise. Au 30 juin 2016, le concept Mandarine a été déployé dans 377 magasins, soit 44% du parc. Dans ces magasins, la croissance comparable est soutenue. La mise au nouveau concept se poursuit.
- Les chiffres en comparable de la **Proximité** incluent désormais une majorité de magasins Leader Price Express de plus d'un an. La performance commerciale des réseaux franchisés se maintient à un bon niveau sur le trimestre.

⁽¹⁾ Y compris Géant Casino et essentiellement les activités des 4 magasins Codim en Corse

⁽²⁾ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

■ Latam Retail

Les ventes alimentaires en Amérique latine sont en amélioration significative par rapport au trimestre précédent à +11,8% en organique et +7,1% en comparable (contre respectivement +8,3% et +3,7% au T1 2016).

- Le **Groupe Exito** (hors effet de la consolidation du chiffre d'affaires de GPA) affiche une accélération de sa croissance au T2 2016, grâce aux bonnes performances en Colombie, Uruguay et Argentine, sous l'effet d'une bonne dynamique commerciale.
- Les ventes alimentaires au Brésil (**GPA Food**) sont en amélioration avec une croissance à +11,4% en organique et +6,3% en comparable (contre +7,8% et +2,2% au T1 2016).
 - Assaï poursuit ses très bonnes performances avec des ventes en croissance de +37,6% en organique, tirées par les ventes comparables et par une expansion très dynamique.
 - Multivarejo enregistre désormais des ventes positives en organique et en comparable, grâce aux performances de Pão de Açúcar et des formats de proximité, ainsi qu'à l'amélioration des ventes alimentaires chez Extra, tirée par les premiers effets de la refonte de la politique commerciale.

GPA a commenté son chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre de façon détaillée le 12 juillet 2016.

■ Latam Electronics

Les ventes de Via Varejo sont positives en organique (+0,3%) et en comparable (+2,6%), en amélioration significative par rapport au T1 2016 grâce aux plans d'action mis en place. L'enseigne poursuit ses gains de part de marché tant par catégorie que sur la totalité du marché ; elle retrouve ainsi ses niveaux de part de marché de 2013.

Via Varejo a commenté son chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre de façon détaillée le 12 juillet 2016.

Les ventes totales en **Amérique latine** sont impactées par un fort effet de change négatif.

■ E-commerce

Le volume d'affaires (GMV) de **Cnova** s'élève à 1 035 M€, en retrait de -3,4% à taux de change constant. Le trafic s'inscrit en hausse de +16,6% sur le trimestre.

En France, la GMV de Cdiscount progresse de +12,6%, avec une croissance du chiffre d'affaires de +10,6% en organique. La progression des marketplaces reste élevée et leur quote-part rapportée au volume d'affaires total atteint 32,4% au T2 2016, en amélioration de +421pb par rapport à l'année dernière.

Cnova Brésil affiche un repli marqué de son activité compte tenu d'une base de comparaison élevée au T2 2015 et du ralentissement économique au Brésil. La quote-part de la marketplace s'élève à 16,6%, soit une progression de +774pb.

Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre de façon détaillée le 12 juillet 2016.

E-COMMERCE (CNOVA)	T2 2015	T2 2016	Croissance totale	Croissance à taux de change constant
GMV⁽¹⁾ (volume d'affaires) TTC	1 138	1 035	-9,0%	-3,4%
Trafic (en millions de visites)	380	444	+16,6%	
Clients actifs ⁽²⁾ (en millions)	14,7	14,3	-2,6%	
Unités vendues (en millions)	14,6	15,6	+6,5%	

⁽¹⁾ GMV (Gross Merchandise Volume) : volume d'affaires TTC, données communiquées par la filiale

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

ANNEXES

Détail et évolution du chiffre d'affaires T2 2016

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

Principales variations du périmètre de consolidation

- Consolidation en intégration globale de Disco au 1^{er} janvier 2015
- Retraitements des activités en Asie

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T2 2015	T2 2016	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	9,8982	16,0503	-38,3%
Uruguay (EUR/UYP)	29,3754	35,2420	-16,6%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	2,7623	3,3799	-18,3%
Brésil (EUR/BRL)	3,3981	3,9631	-14,3%

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	31 déc. 2015	31 mars 2016	30 juin 2016
HM Géant Casino	128	129	130
Dont Affiliés France	7	7	7
Affiliés International	11	12	13
SM Casino	441	445	444
Dont Affiliés Franchisés France	60	64	64
Affiliés Franchisés International	33	33	32
Monoprix	698	709	732
Dont Franchisés/Affiliés	197	200	195
Naturalia	126	133	136
Naturalia franchisé	3	4	5
Franprix	867	851	853
Dont Franchisés	350	366	370
Leader Price	810	790	788
Dont Franchisés	263	339	402
Total SM et Discount	2 816	2 795	2 817
Proximité	6 916	6 899	6 864
Autres activités (Restauration, Drive...)	621	646	653
Océan Indien	146	149	161
TOTAL France	10 627	10 618	10 625
INTERNATIONAL	31 déc. 2015	31 mars 2016	30 juin 2016
ARGENTINE	27	27	27
HM Libertad	15	15	15
SUP Mini Libertad	12	12	12
URUGUAY	65	66	69
HM Géant	2	2	2
SM Disco	29	29	29
SM Devoto	24	24	24
SUP Devoto Express	10	11	14
BRESIL	2 181	2 126	2 113
HM Extra	137	137	135
SM Pão de Açúcar	185	185	184
SM Extra	199	194	194
Assai (discount)	95	96	97
SUP Mini Mercado Extra	311	301	297
Casas Bahia	760	745	750
Ponto Frio	254	233	225
Drugstores	157	157	155
+ Stations-service	83	78	76
COLOMBIE	1 668	1 632	1 695
HM Exito	85	85	86
SM Exito et Carulla	163	163	163
SM Super Inter	58	58	58
Surtimax (discount)	1 248	1 214	1 283
Dont « Aliados »	1 095	1 062	1 132
SUP Exito Express et Carulla Express	113	111	104
Autres	1	1	1
TOTAL International	3 941	3 851	3 904

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.