

RESULTATS ANNUELS 2021

CHIFFRE D’AFFAIRES DU QUATRIEME TRIMESTRE 2021

Vendredi 25 février 2022

RESULTATS 2021

Repositionnement du Groupe sur les formats porteurs dans l'ensemble des géographies

Les années 2020 et 2021 ont été marquées par la pandémie qui a affecté les géographies et formats du Groupe de manière différenciée selon les périodes.

Sur un an :

- **Le chiffre d'affaires Groupe s'inscrit à 30,5 Md€** à -0,8%¹, incluant une évolution de -5,4% en France Retail liée à l'effet de la crise sanitaire sur la région parisienne et les zones touristiques, un chiffre stable sur Cdiscount, et une hausse de +2,7% au Latam
- **L'EBITDA s'établit à 2 527 M€** incluant 1 281 M€² sur les enseignes de distribution en France³ (-1,7% vs 2020), 106 M€ pour Cdiscount (-18% par rapport à une année 2020 exceptionnelle), et 1 035 M€ au Latam hors crédits fiscaux (+9% à change constant)

Sur deux ans, par rapport à la période pré-covid, le Groupe enregistre les effets positifs de l'ensemble de ses plans de transformation :

- **En France, sur les enseignes de distribution, la marge d'EBITDA progresse de +83 bps** grâce aux plans d'efficacité (EBITDA stable malgré la baisse du chiffre d'affaires liée à la crise sanitaire)
- **Sur Cdiscount, profonde transformation du modèle** vers un mix relatif sur la marge (**marketplace, marketing digital et B2B**) avec un EBITDA en amélioration de +54%
- **Au Latam, progression du chiffre d'affaires de +15% et de l'EBITDA de +29%**⁴

Le Groupe est désormais bien positionné sur toutes ses géographies :

- **En France, repositionnement sur les formats adaptés** aux nouvelles tendances de consommation (premium, proximité et e-commerce)
- **En Amérique latine**, après deux opérations structurantes (spin-off d'Assai, cession de 70 hypermarchés de GPA à Assai), le Groupe dispose d'actifs prêts à accélérer sur leurs marchés

La dette nette du Groupe s'établit à **5,9 Mds€** (contre 4,6 Mds€ en 2020 et 5,7 Mds en 2019).

En France, l'exécution du plan de cession a ralenti du fait de la pandémie. **400 M€ de cessions ont été sécurisées** depuis janvier 2021 dont l'essentiel sera encaissé en 2022.

Dans ce contexte, en lien avec les éléments transitoires notamment liés au repositionnement opéré en France, la dette nette France Retail⁵ évolue de 3,7 Mds€ en 2020 à 4,4 Mds€ en 2021.

Le Groupe vise désormais l'achèvement de son plan de cession de 4,5 Mds€ (dont 1,3 Md€ restant à réaliser) d'ici fin 2023.

Afin de prioriser le désendettement, le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale 2022 de ne pas verser de dividende en 2022 au titre de l'exercice 2021.

En France

France Retail

- › La crise sanitaire 2020-2021 a particulièrement touché les **géographies clés du Groupe** telles que Paris et le sud-est de la France (baisse du trafic et des flux touristiques, restrictions d'accès). **Le chiffre d'affaires des enseignes de distribution³ s'établit à 14,1 Md€**, avec des ventes comparables en **amélioration séquentielle** trimestre après trimestre à -3,0% au T4 (+1,3 pt vs T3) et -1,6% sur les 4 dernières semaines⁶ (+1,4 pt vs T4). Le volume d'affaires Franprix-Proximité **progresse de +2,5% au T4 et +5,1% en février⁶** tiré par l'expansion en franchise.

	Chiffre d'affaires comparable		
	T3 2021	T4 2021	4S au 20/02 ⁶
Monoprix	-4,1%	-2,8%	-3,4%
Supermarchés	-2,7%	-3,3%	-2,2%
Franprix	-3,6%	-2,0%	-1,8%
Proximité	-1,3%	-0,7%	+5,9%
Hypermarchés	-8,5%	-4,7%	-1,5%
FRANCE RETAIL	-4,3%	-3,0%	-1,6%

	Volume d'affaires		
	T3 2021	T4 2021	4S au 20/02 ²
Franprix	-2,5%	-0,2%	-1,0%
Proximité	+5,0%	+5,0%	+10%
Franprix et proximité	+2,1%	+2,5%	+5,1%

¹ Progression comparable

² Cf communiqué du 28 janvier 2022

³ France Retail hors GreenYellow, promotion immobilière et Vindémia (cédé au 30 juin 2020)

⁴ A change constant, hors crédits fiscaux

⁵ Dette nette hors IFRS 5, hors GreenYellow

⁶ 4 semaines au 20 février 2022

- › Dans ce contexte, **le Groupe s’est profondément transformé** et a finalisé son **recentrage sur les formats les plus porteurs** (premium, proximité, e-commerce) qui représentent désormais **76% des ventes** (+16 pts vs 2018). L’expansion s’est accélérée sur les **formats en croissance** : (i) les **magasins de proximité** (plus de 730 ouvertures depuis janvier 2021) et (ii) **l’e-commerce** en hausse de +15% (vs +6% pour le marché¹), dont +48% sur la livraison à domicile (vs 25% pour le marché¹).
- › Le Groupe a poursuivi sa **stratégie d’innovation omnicanale** :
 - **Nouveaux services pour les clients** : abonnements (210 000 fin 2021 soit x2 sur un an), parcours client digitalisé, promotions personnalisées, bornes de recharge Tesla ;
 - Déploiement de **solutions technologiques best-in-class d’intelligence artificielle** en magasins et en logistique (partenariats avec Google Cloud, Amazon Web Service, Believe.ai) ;
 - Renforcement des partenariats avec des acteurs majeurs de l’e-commerce (Ocado, Amazon, Gorillas).
- › Les **plans d’économies** réalisés durant cette période ont permis de faire **baisser la base de coût** et de faire progresser à nouveau, de manière pérenne, la rentabilité des enseignes. **La marge d’EBITDA** des enseignes de distribution progresse ainsi de **+83 bps** sur 2 ans (+31 bps sur un an) pour atteindre **9,1%**, avec une **marge de ROC de 3,4%**. Cette restructuration s’est accompagnée de charges exceptionnelles, qui ont pesé transitoirement sur la génération de cash-flows.
- › Enfin le Groupe a signé un **accord stratégique avec Intermarché** : (i) création de la **centrale d’achat AUXO**, 2^e acteur du marché avec une **part de marché de 24%**, (ii) création d’Infinity Advertising, JV monétisant la donnée (17 millions de profils).
- › Dans le contexte actuel de **normalisation de la situation sanitaire**, l’achèvement des plans de transformation, et la poursuite de l’expansion sur les formats de proximité et l’e-commerce permettent de **viser un retour à la croissance en 2022 sur des formats rentables et générateurs de cash-flows**.

Cdiscount

- › **Le modèle de Cdiscount s’est complètement transformé** en 2 ans passant d’un modèle fondé sur les ventes directes à un **modèle fondé sur la marketplace, le marketing digital et le B2B**, avec une baisse des ventes directes. Cdiscount affiche une **amélioration de tous les indicateurs sur 2 ans** après une année 2020 exceptionnelle : **+22% de GMV marketplace** (stable sur un an), **+75% sur le marketing digital** (+32% sur un an), **x3,5 de GMV B2B** (+30% sur un an), **+8 pts de NPS** (+6 pts sur un an), **+20% d’abonnés CDAV** (+9% sur un an). De son côté **Octopia enregistre déjà 12 contrats majeurs (dont Rakuten)** et sera désormais proposé aux clients d’Ocado.
- › Cdiscount poursuivra en 2022 son **plan stratégique** priorisant la **marketplace, le marketing digital et l’accélération des services B2B** (Octopia, C-Logistics).

Plan de cession

- › **L’exécution du plan de cession** initié en 2018, qui totalise 3,2 Mds€ à ce jour, a ralenti durant la crise sanitaire. **400 M€ de cessions ont été sécurisées** en 2021 et début 2022, dont **291 M€ encaissées à ce jour** (48 M€ en 2021 et 243 M€ début 2022). Du fait du ralentissement des cessions en 2021 et d’éléments transitoires liés à la transformation du Groupe, la dette nette (hors IFRS 5) France Retail évolue de 3,7 Mds€ en 2020 à 4,4 Mds€ en 2021 (hors GreenYellow).
- › Au vu des perspectives actuelles et des options disponibles, le Groupe est confiant dans sa capacité à **finaliser le plan de cession de 4,5 Mds€ en France au plus tard fin 2023**.

En Amérique latine

- › **En Amérique latine**, les géographies du Groupe ont été fortement touchées par la pandémie. Les enseignes du groupe ont dû s’adapter à cette situation. Les **opérations structurantes** réalisées (spin-off d’Assaí, cessions des hypermarchés Extra de GPA à Assaí) permettent au Groupe de disposer désormais **d’actifs adaptés et prêts à accélérer** sur leurs marchés respectifs :
 - **Assaí, sur le Cash & Carry au Brésil** : croissance de **+17%²** et **ouverture de 28 magasins** sur l’année (parc de 212 magasins). L’enseigne vise 50 ouvertures d’ici 2024 en sus de la conversion des **70 hypermarchés Extra cédés par GPA à Assaí**, pour atteindre **100 Mds R\$ de ventes brutes d’ici 2024** ;
 - **GPA, leader sur les formats porteurs (premium, proximité et e-commerce)** dans les régions les plus porteuses (São Paulo) ;
 - **Grupo Éxito, leader en Colombie et en Uruguay** : accélération des ventes de **+21%² au T4** (vs +7,5% sur l’année) ; **l’omnicanal représente 12%** des ventes en Colombie (**x2,4 vs 2019**).

¹ Source NielsenIQ, P13 cumul annuel mobile

² Données publiées par la filiale

Chiffres clés 2021

En M€	2019	2020	2021	à change constant	
				Var 1 an	Var 2 ans
Chiffre d'affaires Groupe	34 645	31 912	30 549	-0,8%²	+6,9%²
dont France Retail	16 322	15 219	14 071	-5,4% ²	-2,6% ²
<i>dont Enseignes de distribution¹</i>	<i>15 494</i>	<i>14 813</i>	<i>14 071</i>	<i>-5,4%²</i>	<i>-2,6%²</i>
<i>dont Vindémia (cédé en juin 2020)</i>	<i>828</i>	<i>406</i>	<i>0</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
dont Cdiscount	1 966	2 037	2 031	-0,3%	+3,3%
Volume d'affaires	3 899	4 204	4 206	+0,0%	+7,9%
<i>dont Marketplace</i>	<i>1 245</i>	<i>1 514</i>	<i>1 518</i>	<i>+0,2%</i>	<i>+22%</i>
<i>dont ventes directes</i>	<i>1 991</i>	<i>1 934</i>	<i>1 840</i>	<i>-4,9%</i>	<i>-7,6%</i>
dont Latam	16 358	14 656	14 448	+2,7% ²	+15% ²
EBITDA Groupe³	2 640	2 738	2 527	-4,7%	+12%
dont France Retail	1 467	1 447	1 358	-6,1%	-7,4%
<i>dont Enseignes de distribution</i>	<i>1 282</i>	<i>1 304</i>	<i>1 281</i>	<i>-1,7%</i>	<i>-0,0%</i>
<i>marge (%)</i>	<i>8,3%</i>	<i>8,8%</i>	<i>9,1%</i>	<i>+31 bps</i>	<i>+83 bps</i>
dont Cdiscount	69	129	106	-18%	+54%
<i>marge (%)</i>	<i>3,5%</i>	<i>6,4%</i>	<i>5,2%</i>	<i>-114 bps</i>	<i>+171 bps</i>
dont Latam (hors crédits fiscaux)	1 104	1 023	1 035	+8,7%	+29%
<i>marge (%)</i>	<i>6,8%</i>	<i>7,0%</i>	<i>7,2%</i>	<i>+19 bps</i>	<i>+42 bps</i>
ROC Groupe³	1 321	1 422	1 193	-12%	+9,7%
dont France Retail	689	621	535	-14%	-22%
<i>dont Enseignes de distribution</i>	<i>510</i>	<i>488</i>	<i>484</i>	<i>-0,8%</i>	<i>-5,0%</i>
<i>marge (%)</i>	<i>3,3%</i>	<i>3,3%</i>	<i>3,4%</i>	<i>+14 bps</i>	<i>+15 bps</i>
dont Cdiscount	4	53	18	-65%	+369%
<i>marge (%)</i>	<i>0,2%</i>	<i>2,6%</i>	<i>0,9%</i>	<i>-168 bps</i>	<i>+71 bps</i>
dont Latam (hors crédits fiscaux)	628	610	612	+7,9%	+34%
<i>marge (%)</i>	<i>3,8%</i>	<i>4,2%</i>	<i>4,2%</i>	<i>+8 bps</i>	<i>+40 bps</i>

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

Les comptes 2020 ont été retraités suite à l'application rétrospective de la décision de l'IFRS IC relative aux modalités d'étalement de la dette liée à certains avantages postérieurs à l'emploi.

Le Conseil d'administration s'est réuni le 24 février 2022 pour arrêter les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2021. Les commissaires aux comptes ont effectué leurs procédures d'audit sur ces comptes et le rapport relatif à la certification des comptes est en cours d'émission.

¹ France Retail hors promotion immobilière, GreenYellow et Vindémia (cédé en juin 2020)

² Variation comparable hors essence et calendaire

³ Dont 28 M€ de crédits fiscaux retraités par les filiales dans le calcul de l'EBITDA ajusté en 2021 (139 M€ en 2020, aucun en 2019)

RESULTATS ANNUELS 2021

En M€	2020	2021	Variation
Chiffre d'affaires	31 912	30 549	+0,1% (organique)
EBITDA	2 738	2 527	-4,7% à change constant
ROC	1 422	1 193	-12% à change constant
<i>dont Crédits fiscaux au Brésil</i>	139	28	(-1,5% hors crédits fiscaux et promotion immobilière)
<i>dont Promotion immobilière en France</i>	63	13	
Résultat net normalisé, part du Groupe (activités poursuivies)	266	94	
Résultat net, part du Groupe (activités poursuivies)	(374)	(275)	<i>principalement dépréciations au Latam liées à la cession des hypermarchés Extra et charges exceptionnelles liées à la finalisation des plans de transformation en France</i>
Résultat net, part du Groupe (activités abandonnées)	(516)	(254)	<i>pertes opérationnelles de Leader Price jusqu'au transfert des magasins</i>
Résultat net, part du Groupe (ensemble consolidé)	(890)	(530)	

En 2021, le **chiffre d'affaires consolidé du Groupe** atteint **30,5 Mds€**, soit une hausse de **+0,1%** en organique¹ et un recul de -4,3% au total après prise en compte notamment des effets de change et d'hyperinflation de -3,4%, d'un effet périmètre de -1,2% et d'un effet essence de +0,7%.

Sur le périmètre **France Retail**, le **chiffre d'affaires est en recul de -5,4% en comparable**. Y compris Cdiscount, la variation comparable en France s'établit à -4,8%.

Le **E-commerce** (Cdiscount) affiche un **volume d'affaires** (« GMV ») de **4,2 Mds€²**, en hausse de **+8% sur deux ans** et stable par rapport à une année 2020 exceptionnelle en raison du contexte sanitaire, avec un accroissement de la part de la marketplace (+6,7 pts vs 2019) à 45,2%².

Les ventes en **Amérique latine** sont en progression de +6,4% en organique¹, principalement soutenues par la très bonne performance du **Cash & Carry (Assaï) en croissance de +17%²** en organique.

L'**EBITDA Groupe** s'établit à **2 527 M€**, soit une variation de -7,7% après impact du change et de -4,7% à taux de change constant.

L'**EBITDA France (y compris Cdiscount)** s'élève à 1 464 M€, dont 1 358 M€ sur le périmètre France Retail et 106 M€ pour Cdiscount. L'**EBITDA des enseignes de distribution** (France Retail hors GreenYellow, Vindémia et promotion immobilière) est stable sur 2 ans (-1,7% vs 2020), à 1 281 M€, reflétant une **progression de +83 bps de la marge** (+31 bps vs 2020) en raison des plans d'efficience. L'**EBITDA de la promotion immobilière** s'élève à 14 M€ et celui de **GreenYellow** à 63 M€³. La **marge d'EBITDA France (y compris Cdiscount) ressort à 9,1%, stable sur un an**.

L'**EBITDA de l'Amérique latine** enregistre une variation hors crédits fiscaux et effet change de +9% sur un an et +29% sur deux ans. Y compris crédits fiscaux⁴ (28 M€ en 2021 et 139 M€ en 2020), l'**EBITDA** s'élève à 1 063 M€ contre 1 161 M€ en 2020.

Le **ROC Groupe** s'établit à **1 193 M€** (1 166 M€ hors crédits fiscaux⁴) soit une variation de -16,1% après impact du change et de -12,5% à taux de change constant (-5,2% hors crédits fiscaux).

En **France (y compris Cdiscount)**, le ROC s'élève à **554 M€**, dont 535 M€ sur le périmètre France Retail et 18 M€ pour Cdiscount. Le **ROC des enseignes de distribution** (France Retail hors GreenYellow, Vindémia et promotion immobilière) est quasiment stable (-0,8%) à 484 M€, reflétant une **progression de +14 bps de la marge à 3,4%**. Le ROC de la **promotion immobilière** s'élève à 13 M€, et celui de **GreenYellow** à 39 M€ incluant une hausse des amortissements en lien avec le modèle de détention d'actifs. Le **ROC France (y compris Cdiscount)** reflète une **marge de 3,4%**.

En **Amérique latine**, le **ROC enregistre une variation hors crédits fiscaux et effet change de +8% sur un an et +34% sur 2 ans**. Y compris crédits fiscaux (28 M€ en 2021 et 139 M€ en 2020), le ROC s'établit à 640 M€ contre 748 M€ en 2020. Le ROC a été tiré par (i) la forte amélioration du ROC d'**Assaï**, en ligne avec la croissance de l'activité, et (ii) l'excellente performance d'**Éxito** avec une reprise de la croissance et de la promotion immobilière, mais impacté par les hypermarchés chez **GPA Brésil** (destockages avant cessions).

¹ Hors essence et calendaire

² Donnée publiée par la filiale

³ Données contributive. Donnée publiée par la filiale : EBITDA de 80 M€ en 2021 (62 M€ en 2020)

⁴ Crédits fiscaux retraités par les filiales dans le calcul de l'EBITDA ajusté

Résultat financier et Résultat Net Part du Groupe normalisés¹

Le **Résultat financier normalisé** de la période est de **-813 M€ (-500 M€ hors intérêts sur passifs de loyers)** contre -681 M€ en 2020 (-360 M€ hors intérêts sur passifs de loyers). En **France**, le résultat financier hors charges d'intérêts sur passifs de loyers est impacté par une hausse des charges financières en raison d'une charge ponctuelle de 38 M€, majoritairement non-cash, liée au refinancement du Term Loan B au premier trimestre 2021. Le résultat financier **E-commerce** (Cdiscount) est quasiment stable par rapport à 2020. En **Amérique latine**, les charges financières sont en hausse en raison d'un niveau moins élevé de crédits fiscaux en 2021 (effet de -81 M€ en résultat financier).

Le **Résultat net normalisé des activités poursuivies Part du Groupe** s'élève à **94 M€** contre 266 M€ en 2020 en lien avec la baisse du ROC (dont -111 M€ de crédits fiscaux en Amérique latine, -50 M€ de promotion immobilière en France, et -48 M€ d'effet change) et la hausse des charges financières normalisées. Le **BNPA normalisé dilué²** est de 0,54 € contre 2,15 € en 2020.

Les **Autres produits et charges opérationnels** s'établissent à -656 M€ (-799 M€ en 2020) et incluent -264 M€ de coûts non cash. En **France** (y compris Cdiscount), leur montant s'élève à -356 M€ (-696 M€ en 2020) dont -207 M€ de coûts cash hors plan de cession et GreenYellow (-231 M€ en 2020), -48 M€ de coûts GreenYellow (principalement non cash), et -101 M€ de coûts autres (-451 M€ en 2020) en raison principalement de moindres dépréciations d'actifs. En **Amérique latine** leur montant s'élève à -300 M€ (-103 M€ en 2020) en raison de dépréciations et de coûts liés à la cession d'hypermarchés de GPA à Assaí.

Résultat Net de l'ensemble consolidé, Part du Groupe

Le **Résultat Net des activités poursuivies, Part du Groupe** s'établit à -275 M€ (contre -374 M€ en 2020), en raison de dépréciations au Latam liées à la cession des hypermarchés Extra et de charges exceptionnelles liées à la finalisation des plans de transformation en France. Il s'améliore de +99 M€ sur un an, traduisant une baisse des dépréciations comptables.

Le **Résultat Net des activités abandonnées, part du Groupe**, s'établit à -254 M€ en 2021 contre -516 M€ en 2020 traduisant les pertes opérationnelles de Leader Price jusqu'au transfert des magasins.

Le **Résultat Net de l'ensemble consolidé, Part du Groupe** s'établit à -530 M€ contre -890 M€ en 2020.

Situation financière au 31 décembre 2021

La **Dette financière nette du Groupe hors IFRS 5** ressort à **5,9 Mds€** contre 4,6 Mds€ au 31 décembre 2020. **Sur le périmètre France Retail hors GreenYellow**, l'évolution de la dette financière nette de 3,7 Mds€ fin 2020 à 4,4 Mds€ fin 2021 est liée principalement à des facteurs transitoires³ : (i) l'effet temporaire de l'activité de fin d'année (-40 M€ sur le BFR) et le stockage stratégique (-90 M€ sur le BFR), (ii) les pertes opérationnelles et BFR de Leader Price dont les derniers magasins ont été transférés à Aldi en septembre 2021 (-0,4 Mds€), et (iii) des charges exceptionnelles liées à la transformation du Groupe. **Sur GreenYellow**, le passage d'une position de cash nette de 122 M€ en 2020 à une dette nette de 34 M€ en 2021 est lié à l'augmentation des investissements suite à l'évolution vers un modèle d'infrastructure (détenion d'actifs) financée par ses ressources propres. En **Amérique latine**, la dette nette d'Assaí augmente de 664 M€ à 864 M€ en raison de l'acquisition de 70 hypermarchés Extra.

Au 31 décembre 2021, la liquidité du Groupe en France (y compris Cdiscount) est de **2,6 Mds€**, dont **562 M€ de trésorerie et équivalents de trésorerie** et **2,1 Mds€ de lignes de crédit confirmées non tirées** disponibles à tout moment. Le Groupe dispose par ailleurs de **339 M€ sur le compte séquestre non-sécurisé** et **145 M€ sur le compte séquestre sécurisé**.

Informations financières relatives aux covenants

Au 31 décembre 2021, les covenants du RCF sont respectés. Le ratio **Dette brute sécurisée / EBITDA après loyers** est de **2,7x⁴**, inférieur au plafond de 3,5x, soit une marge de manœuvre de 178 M€ sur l'EBITDA. Le ratio **EBITDA après loyers / coûts financiers nets** est de **2,7x**, supérieur au seuil de 2,5x, soit une marge de manœuvre de 55 M€ sur l'EBITDA. La marge est de c.150 M€ hors charge financière ponctuelle de 38 M€ liée au refinancement du Term Loan B au T1 2021.

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale 2022 de ne pas verser de dividende en 2022 au titre de l'exercice 2021.

¹ Définition donnée en page 16

² Le BNPA normalisé dilué intègre l'effet de dilution lié à la distribution des titres subordonnés TSSDI

³ Voir page 17

⁴ Dette sécurisée de 2,1 Mds€ et EBITDA hors GreenYellow de 780 M€

FAITS MARQUANTS

Enseignes de distribution - France

L'EBITDA des enseignes de distribution¹ reste quasi-stable (-1,7%) dans un contexte de baisse du chiffre d'affaires comparable de -5,4%. La marge d'EBITDA progresse ainsi de +31 bps sur l'année (de 8,8% à 9,1%), et de +83 bps sur 2 ans, en raison de plans d'efficience. Le ROC recule de -0,8%, faisant apparaître une marge en progression de +14 bps.

Recentrage sur les segments porteurs

- › Les formats porteurs (supermarchés et premium, proximité, Cdiscount) représentent désormais 76% du chiffre d'affaires en 2021, contre 43% en moyenne pour le marché², en progression de +16 pts depuis 2018 ;
- › Le Groupe a poursuivi l'**expansion du parc de magasins de proximité avec 730 ouvertures depuis janvier 2021** en zones urbaines (Franprix, Naturalia, Monop'), péri-urbaines et rurales (Spar, Vival...). Ces ouvertures se font principalement sur un modèle de développement en franchise, à faible intensité capitalistique, et dans toutes les géographies avec des formats adaptés à chaque zone de chalandise ;
- › Les **hypermarchés** (c. 20% du chiffre d'affaires) sont localisés pour moitié en Provence Alpes Côte d'Azur, Auvergne-Rhône-Alpes et région bordelaise.

E-commerce alimentaire

- › Le chiffre d'affaires de la **livraison à domicile** est en croissance de **+48%** sur l'année, **au-delà du marché** (+25%³) avec un **fort leadership en Ile-de-France**⁴ ;
- › En 2021, le Groupe a renforcé ses partenariats avec des leaders européens ou mondiaux de l'e-commerce:
 - Partenariat avec Ocado
 - 2017 : signature du partenariat
 - 2020 : mise en service de l'entrepôt automatisé O'logistique de Fleury-Merogis
 - **2022 : partenariat autour du développement des services d'Ocado en France**
 - Partenariat Amazon
 - 2018 : Monoprix dans Amazon Prime à Paris (livraison en 2h)
 - 2019 : lockers Amazon en magasins
 - 2020 : extension d'Amazon Prime (Lyon, Bordeaux...)
 - **2021 : Monoprix devient l'unique partenaire d'Amazon sur les courses livrées à domicile avec l'arrêt de son activité en propre ; click & collect depuis les enseignes Casino (85 magasins à date sur une cible de 180), lockers dans plus de 800 magasins**
 - Partenariat Gorillas
 - 2021 : signature du partenariat
 - **2022 : approvisionnement des dark stores Gorillas par Monoprix**
- › En tenant compte du Drive, l'**E-commerce alimentaire total** est en croissance de **+15%** sur l'année (vs +6% pour le marché³).

Digitalisation et expérience client

- › Le Groupe compte **639 magasins équipés de solutions autonomes** fin 2021 (vs 533 fin 2020) facilitant les ouvertures le soir et le week-end. **63% des paiements en Hypermarchés Géant et en Supermarchés Casino sont désormais réalisés par smartphone ou caisse automatique** (vs respectivement 61% et 48% fin 2020). Les porteurs de l'application **CasinoMax** représentent 26% des ventes en hypermarchés et supermarchés à fin 2021 (vs 22% fin 2020) ;
- › **Les nombreuses innovations des enseignes apportent une expérience client unique par le développement d'une offre affinitaire, et des innovations commerciales (interface commerciale sur WhatsApp diffusion de live shoppings, visualisation de produits en réalité virtuelle, présence sur le Metaverse).**

¹ France Retail hors GreenYellow, Vindémia (cédé en juin 2020) et promotion immobilière

² Parts de marché Kantar (CAM à la P12), e-commerce intégré au prorata dans les segments hypermarchés et supermarchés

³ Source NielsenIQ, P13 cumul annuel mobile

⁴ Source NielsenIQ, T4 2021

Renforcement structurel de la dynamique commerciale

- › Le **partenariat aux achats avec Intermarché** (Auxo), lancé en septembre 2021, permet au Groupe d'améliorer ses conditions d'achat. Le partenariat avec Intermarché sera étendu aux achats non marchands à partir d'avril 2022 ;
- › Le Groupe a **renforcé les marqueurs sur lesquels il est précurseur**. Les **espaces non alimentaires ont été réduits** au profit d'espaces alimentaires ou d'espaces spécialisés non alimentaires : Santé au Quotidien (Monoprix), mobilité douce (Monoprix, Franprix, Géant), corners non-alimentaires avec des spécialistes (textile, bijouterie, jouets, etc.) ;
- › **Le Groupe compte plus de 210 000 abonnés Casino ou Monoprix au 31 décembre 2021, soit un doublement du nombre d'abonnés sur un an**. Après un abonnement lancé en 2019 par les enseignes Casino (Casino Max Extra), Monoprix a lancé cette année le **premier abonnement véritablement omnicanal en France** (Monopflix), avec des remises identiques en ligne et en magasins. Les abonnements renforcent la **fidélisation des clients** et permet une **compétitivité prix significative** des enseignes après remise de 10%. Les abonnés des enseignes Géant et Supermarchés Casino dépensent en moyenne quatre fois plus que les non-abonnés.

Cdiscount : poursuite de la stratégie à long terme

Cdiscount a poursuivi l'évolution de son modèle vers mix d'activités plus rentables (hausse de la marketplace, du marketing digital et du B2B, baisse des ventes directes) avec un effet favorable sur la marge.

Cdiscount enregistre une **solide performance en 2021**, avec un **GMV de 4,2 Mds€**, en croissance de **+8% sur deux ans** et stable par rapport à une année 2020 exceptionnelle.

La **marketplace continue de croître avec un GMV de 1,5 Md€**, en hausse de **+22% sur deux ans** (stable sur un an), représentant **une quote-part du GMV en progression +6,7 pts sur deux ans** (+1,3 pt sur un an). **Les revenus marketplace s'élèvent à 193 M€**, en croissance de **+29% sur deux ans** (+5% sur un an).

Les revenus du **marketing digital** enregistrent une **hausse de +75% sur deux ans** (+32% sur un an), soutenus par la plateforme de marketing digital CARS (Cdiscount Ads Retail Solution) permettant aux vendeurs et fournisseurs de promouvoir leurs produits et leurs marques sur une plateforme propriétaire en self-service.

L'enseigne compte de plus en plus de clients fidèles et actifs avec une base de **10 millions de clients actifs, en augmentation de +8% sur deux ans**. Le programme de fidélité **Cdiscount à Volonté** rassemble désormais plus de 2,5 millions de clients (+20% sur deux ans, +9% sur un an), qui bénéficient de 2,8 millions de références disponibles en livraison express. La satisfaction client a atteint un niveau record avec un NPS de 53, en progression de +8,4 pts sur deux ans (+5,7 pts sur un an).

Les **activités B2B** ont accéléré leur développement en 2021, avec un **GMV de 114 M€** en croissance de **+30%** sur un an (x3,5 sur deux ans), dont **+26%** pour l'écosystème de technologies et services marketplace **Octopia** (x3,3 sur deux ans) dont l'offre de marketplace clef en main compte désormais 12 contrats majeurs (dont Rakuten) dans 7 pays différents.

Par ailleurs, les offres de logistique C-logistics et C Chez Vous opèrent désormais au profit de 20 clients

Enfin, **Octopia et Ocado ont conclu un accord afin de proposer la marketplace Octopia aux clients d'Ocado.**

GreenYellow : forte dynamique de l'activité en 2021

L'activité photovoltaïque poursuit sa progression avec une base installée ou en construction de 740 MW à fin 2021, en hausse de +31% par rapport à fin 2020, un pipeline avancé¹ de 816 MW, en forte progression de +44%, et un pipeline d'opportunités additionnelles² de 3,7 GW.

Concernant l'efficacité énergétique, GreenYellow affiche 985 GWh de projets déployés ou en cours de construction à fin 2021, en hausse de +16% sur un an, avec un pipeline avancé¹ de 317 GWh, en croissance de +26%, et un pipeline d'opportunités additionnelles² de 918 GWh.

GreenYellow enregistre un EBITDA de 80 M€³ en 2021, en ligne avec ses objectifs, en progression de +30% sur un an.

En 2021, GreenYellow a poursuivi son expansion géographique et conclu des partenariats porteurs :

- › L'expansion géographique s'est poursuivie à l'international avec le renforcement des positions de GreenYellow sur toutes ses géographies historiques (signature du 200^{ème} PPA⁴ en Asie du Sud-Est) et la conquête de nouveaux territoires comme l'Europe de l'Est (projet de 4 MW pour Solvay en Bulgarie)
- › **Partenariats stratégiques :**
 - GreenYellow a conclu en novembre 2021 un partenariat stratégique de long-terme avec **Schneider Electric** visant à proposer des programmes d'efficacité énergétique clés en main aux grandes entreprises internationales ;
 - En décembre 2021, GreenYellow a signé une collaboration stratégique avec **Amazon Web Services** dans les domaines de l'énergie et du cloud. GreenYellow fournira de l'électricité renouvelable pour les activités d'Amazon dans le cadre d'un projet de production d'énergie solaire en France.

Début 2022, GreenYellow a levé 109 M€ auprès d'un investisseur institutionnel (émission d'OCABSA⁵) et mis en place une ligne de crédit syndiquée de 87 M€ afin d'accélérer sa croissance en 2022.

RelevanC : poursuite du développement d'une activité porteuse

L'année 2021 a constitué une année de transformation et d'expansion stratégique pour RelevanC avec l'acquisition d'**Inlead**, plateforme technologique de marketing digital local, le **lancement des activités en Amérique latine** (Brésil et Colombie) et la **mise en place d'Infinity Advertising**, la filiale commune avec Intermarché proposant des services de retail media et de ciblage de promotions pour les marques alimentaires (base cumulée de 17 millions de profils).

RelevanC a également conclu des **partenariats avec des leaders technologiques :**

- › Un partenariat commercial et technologique avec **Google Cloud et Accenture** à destination d'une clientèle internationale
- › Un projet de partenariat avec **Amazon Web Service** visant l'amélioration de l'expérience client par le biais d'algorithmes

RelevanC poursuit la commercialisation de sa **plateforme de Retail Media en B2B** auprès d'autres distributeurs en France et à l'international pour monétiser leurs données et leurs espace publicitaires, et compte parmi ses clients Everli, premier service européen de livraison de courses à domicile via des personal shoppers.

Amérique latine

La **cotation des actions Assaí** sur le Novo Mercado et de ses ADRs sur le New York Stock Exchange a débuté le 1er mars 2021, après scission de GPA fin 2020.

GPA et Assaí ont également annoncé fin 2021 **un projet de cession de 70 Hypermarchés Extra de GPA à Assaí** en vue de leur conversion au format Cash & Carry, ainsi que la **transformation par GPA des Hypermarchés Extra non cédés en Supermarchés Pão de Açúcar et Mercado Extra**.

¹ Correspond au cumul des projets aux stades "awarded" et "advanced pipeline" au sein du portefeuille de projets en développement de GreenYellow

² Correspond au cumul des projets qui sont au stade "pipeline" et au stade "early stage" au sein du portefeuille de projets de développement de GreenYellow

³ Donnée publiée par la filiale. En vision contributive, EBITDA de 63 M€ (57 M€ en 2020)

⁴ Contrat d'achat d'énergie (Power Purchasing Agreement)

⁵ Obligations convertibles en actions avec bons de souscription d'actions

Accélération d'Assaí sur son modèle d'affaires très rentable

Assaí enregistre une progression de +18%¹ de l'EBITDA en 2021 à 489 M€, reflétant une amélioration de la marge de +51 bps. L'enseigne vise désormais un **chiffre d'affaires brut de 100 MdsR\$ (17 Mds€) en 2024** (soit +30% par an), soutenu par (i) l'**ouverture organique de c. 50 magasins entre 2022 et 2024** et (ii) la **conversion des 70 hypermarchés Extra** (40 ouvertures attendues au second semestre 2022, 30 ouvertures en 2023). Le succès des 23 magasins Extra Hiper déjà convertis confirme le potentiel des conversions futures (multiplication des ventes par 3). Assaí a **ouvert 28 magasins** sur l'année 2021 portant le parc à **212 magasins**.

Recentrage de GPA sur le premium, la proximité et l'E-commerce

GPA Brésil poursuit l'optimisation de son portefeuille de magasins avec une **accélération sur les formats rentables du premium et de la proximité, en particulier dans la région de São Paulo**, et l'abandon du format hypermarché (conversion des hypermarchés non cédés en supermarchés Pão de Açúcar et Mercado Extra). Les fermetures ou conversions des hypermarchés ont toutefois eu un effet transitoire sur les résultats 2021. GPA poursuit également le **renforcement de son leadership sur l'E-commerce alimentaire**, dont les ventes ont progressé de +363%² vs 2019 avec une quote-part de 8%² en 2021 (vs 2% en 2019).

Excellente performance de Grupo Éxito

Grupo Éxito enregistre une excellente performance en 2021, avec un EBITDA en hausse de +20%¹ à 333 M€ (marge de 9,0%) et un ROC en hausse de +33%¹ à 211 M€. Le Groupe confirme son leadership en Colombie et enregistre une nette accélération en fin d'année avec des ventes à +21%³ au T4 (+7,5% sur l'année à 3,7 Mds€). En **Colombie**², les ventes se sont accélérées de +16% au T4 (+7% sur l'année à 2,8 Mds€), portées par l'innovation et l'omnicanal dont les ventes représentent désormais 12% des ventes en Colombie (x2,4 vs 2019). Le ROC progresse de +32% au T4 dans le pays et de +43% à l'année, tiré par l'activité et la promotion immobilière. En **Uruguay**², le Groupe fait état d'une accélération des ventes de +7% au T4 qui atteignent 0,6 Md€ à l'année et d'un excellent niveau de rentabilité (EBITDA de 59 M€ avec une marge de 10%).

Un engagement RSE reconnu

Le groupe Casino est classé **premier distributeur et huitième entreprise mondiale** pour sa **politique et ses engagements RSE** dans le classement ESG de Moody's en 2021⁴.

Reconnu pour ses engagements en faveur du **climat** et de la **protection de l'environnement**, le Groupe a poursuivi ses efforts dans la **réduction de ses émissions carbone, qui enregistrent une baisse de -12% en 2021 (-20% vs 2015)**, en ligne avec l'engagement de réduction de **-38% des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030**⁵. Parmi les actions réalisées, Monoprix a ouvert le **premier entrepôt à faible émission carbone certifié Breeam outstanding** en France, avec 25% de l'électricité issue d'une centrale solaire installée sur la toiture. Le Groupe agit également au niveau des livraisons, avec une flotte de 480 camions à émission carbone réduite (GNV, bio-GNV⁶, colza, électrique).

Le Groupe continue de promouvoir une **consommation responsable**, avec un **chiffre d'affaires bio de 1,2 Md€ en 2021**, correspondant à une quote-part en progression de +10 bps. La qualité nutritionnelle des produits reste également une des priorités du Groupe, avec un **Nutriscore** désormais affiché sur 100% des produits de marque Casino (60% notés A, B ou C) et plus de 1 400 produits à base de protéines végétales dans les enseignes du Groupe.

Par ailleurs, le Groupe mène une **politique de ressources humaines inclusive, en faveur de l'égalité professionnelle et de la diversité** en employant plus de 208 000 collaborateurs, avec 41% de femmes cadres et plus de 8 700 travailleurs en situation de handicap.

¹ Variations à change constant, hors crédits fiscaux

² Données publiées par la filiale

³ Variation en monnaie locale, données publiées par la filiale

⁴ Note de 74/100

⁵ Scopes 1 et 2 par rapport à 2015, cible Groupe

⁶ Technologie émettant trois fois moins de gaz à effet de serre que le diesel

Plan de cession d'actifs non stratégiques : 3,2 Mds€ depuis juillet 2018

A fin 2021, le montant total des cessions d'actifs non stratégiques finalisées s'élève à 3,2 Mds€ depuis juillet 2018. En 2021, le Groupe a réalisé les cessions suivantes :

- › Le 27 juillet 2021, le Groupe a signé avec BNP Paribas un **partenariat et un accord en vue de la cession de FLOA pour 200 M€¹** (184 M€ encaissés début 2022). Le projet prévoit, d'une part la mise en place d'un partenariat commercial entre BNP Paribas et les enseignes Casino Supermarchés, Géant et Cdiscount, et d'autre part une alliance stratégique entre BNP Paribas et Casino pour le développement de l'activité paiement fractionné "FLOA Pay". Le Groupe dispose en outre d'un earn-out de 30% sur la valeur future créée à horizon 2025. Cette cession a été finalisée le 31 janvier 2022 ;
- › Le 6 décembre 2021, le Groupe a procédé à la **cession de 3% du capital de Mercialys** au travers d'un *total return swap* (TRS) **pour 24 M€** (encaissés en 2021). Le 21 février 2022, le groupe Casino a procédé à la **cession définitive de 6,5% supplémentaires du capital de Mercialys** au travers d'un nouveau TRS pour **59 M€** (encaissés début 2022). La participation du Groupe dans Mercialys en termes de droits de vote passe ainsi à 10,3% ;
- › Par ailleurs, le Groupe a sécurisé et constaté d'avance **118 M€ de complément de prix dans le cadre des JV Apollo et Fortress** (24 M€ encaissés en 2021).

Au vu des perspectives actuelles et des options disponibles, le Groupe est confiant dans sa capacité à finaliser le plan de cession de 4,5 Mds€ en France au plus tard fin 2023.

Structure financière

En 2021, le Groupe a réalisé plusieurs opérations de financement visant à améliorer les conditions financières et étendre la maturité de son échéancier obligataire et de son principal crédit syndiqué.

Le Groupe a procédé à plusieurs opérations de rachats obligataires sur les tranches (2023, 2024, 2025 et 2026) et de refinancement incluant (i) **l'émission d'un nouveau prêt à terme (Term Loan B)** de 1 Md€, de maturité août 2025, abondé en novembre 2021 pour un montant de 425 M€, et (ii) **l'émission d'une nouvelle obligation non sécurisée** de 525 M€, de maturité avril 2027, permettant de rembourser par anticipation le prêt à terme précédent de 1,225 Md€, de maturité janvier 2024.

Par ailleurs, le Groupe a annoncé en juillet 2021 avoir **étendu la maturité de son principal crédit syndiqué (RCF) d'octobre 2023 à juillet 2026²** pour un montant de 1,8 Md€.

Enfin, le crédit syndiqué Monoprix qui venait à échéance en juillet 2021 a fait l'objet d'un renouvellement. Le nouveau crédit syndiqué d'un montant de 130 M€ et de maturité janvier 2026 contient une clause d'ajustement annuel de la marge en fonction de l'atteinte d'objectifs RSE.

Suite à ces deux derniers événements, le montant des lignes de crédit du secteur France Retail disponibles à tout moment s'établit à **2,2 Mds€, avec une maturité moyenne de 4,6 ans contre 2,2 ans avant ces opérations.**

Au 31 décembre 2021, les fonds sur le compte séquestre dédié au remboursement des dettes financières s'établissent à 339 M€. Le solde du compte séquestre sécurisé s'élève à 145 M€.

¹ Incluant 150 M€ relatifs à la cession des titres et un complément de prix de 50 M€ lié à la cession d'actifs technologiques de l'activité de paiement fractionné « FLOA PAY » et au renouvellement des accords commerciaux entre Cdiscount, les enseignes Casino et FLOA

² Échéance juillet 2026 (mai 2025 si le prêt à terme Term Loan B à échéance août 2025 n'est pas refinancé à cette date)

Perspectives 2022 en France

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

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2021

Au quatrième trimestre 2021, le chiffre d'affaires du Groupe est de 8 335 M€, stable par rapport à 2020, avec des effets de périmètre, de change et d'essence de respectivement -0,5%, +0,1% et +1,2%. L'effet calendaire est de -0,1%. La croissance comparable¹ du Groupe s'établit à -0,4% sur un an, en progression de +7,7% sur 2 ans.

Chiffre d'affaires consolidé par segment

CA HT (en M€)	CA T4 2021	Variation T4 2021/T4 2020			
		Variation totale	Variation organique ²	Variation Comparable ¹	Variation ¹ 2 ans
France Retail	3 648	-2,4%	-3,3%	-3,0%	-2,9%
Cdiscount	592	-7,9%	-9,8%	-9,7%	-5,8%
Volume d'affaires	-	-	-	-8,6%	+0,5%
dont Marketplace	-	-	-	-14,6%	+14,6%
dont Ventes directes	-	-	-	-3,6%	-8,0%
Latam Retail	4 096	+3,3%	+3,1%	+3,4%	+17,4%
TOTAL GROUPE	8 335	-0,1%	-0,7%	-0,4%	+7,7%

Sur le périmètre France Retail, la croissance comparable des ventes s'établit à -3,0% sur le trimestre, en amélioration séquentielle de +1,3 pt par rapport au T3 2021, dans un marché en recul de -3,7% en France³ sur le trimestre. La plupart des enseignes affichent une amélioration séquentielle, y compris Monoprix et Franprix dans un marché en recul de -5,6% en Ile de France³ sur le trimestre.

Sur le périmètre, la variation totale des ventes ressort à -2,4%, dont +3,5% sur la Proximité qui enregistre une hausse de +5,0% de son volume d'affaires, portée par l'expansion.

¹ Croissance comparable hors essence et calendaire

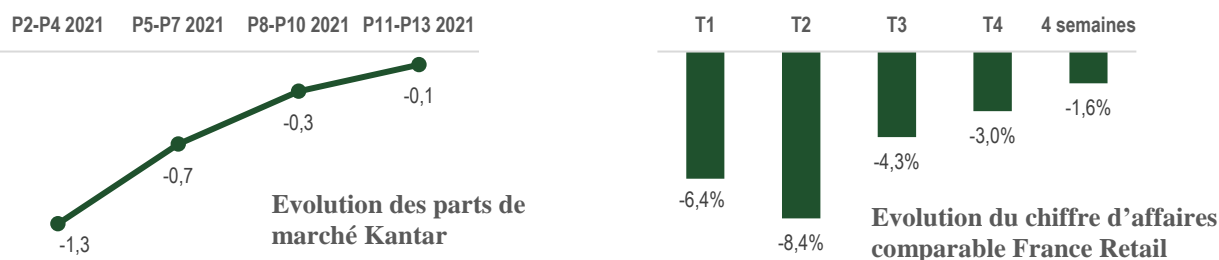
² Hors essence et calendaire

³ Source IRI – Total PGC FI

Chiffre d'affaires trimestriel consolidé France par enseigne

CA HT par enseigne (en M€)	T3 2021	Variation T4 2021 / T4 2020				Variation
	Variation comparable ¹	CA T4 2021	Variation totale	Variation organique ¹	Variation comparable ¹	Comparable T4 vs T3
Monoprix	-4,1%	1 191	-2,3%	-1,8%	-2,8%	+1,3 pt
Supermarchés	-2,7%	767	+5,6%	-4,0%	-3,3%	-0,6 pt
<i>dont SM Casino¹</i>	-3,7%	732	+5,8%	-4,0%	-3,5%	+0,2 pt
Franprix	-3,6%	366	-3,3%	-2,2%	-2,0%	+1,6 pt
<i>Volume d'affaires</i>	-	432	-0,2%	-	-	-
Proximité & Divers²	-1,2%	425	-6,7%	+2,9%	-0,8%	+0,4 pt
<i>dont Proximité³</i>	-1,3%	327	+3,5%	+3,7%	-0,7%	+0,6 pt
<i>Volume d'affaires</i>	-	490	+5,0%	-	-	-
Hypermarchés	-8,5%	899	-6,3%	-8,4%	-4,7%	+3,8 pts
<i>dont Géant²</i>	-9,5%	848	-6,1%	-8,3%	-4,9%	+4,6 pts
FRANCE RETAIL	-4,3%	3 648	-2,4%	-3,3%	-3,0%	+1,3 pt

Les parts de marché sont désormais quasi-stables en France, en nette amélioration par rapport aux tendances des dernières périodes, avec une accélération de la dynamique des ventes sur les 4 dernières semaines au 20 février avec des ventes comparables à -1,6% (+1,4 pt vs T4 2021).



Cdiscount affiche sur le trimestre un recul de -7,9% du chiffre d'affaires, en raison de la base de comparaison élevée du T4 2020 liée au confinement de novembre. **Le GMV marketplace progresse de +14,6% sur 2 ans.**

En **Amérique latine**, les ventes progressent de +3,4% en comparable (+17,4% sur deux ans). Ce trimestre, les ventes en Amérique latine sont tirées par l'**excellente performance d'Éxito** (+15,5% en comparable et +15,7% en organique).

¹ Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

² Divers : essentiellement Geimex

³ Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

ANNEXES – INFORMATIONS ADDITIONNELLES 2020 RELATIVES À LA DOCUMENTATION SUR LES REFINANCEMENTS DE L'AUTOMNE 2019

C.f communiqué de presse du 21 novembre 2019

Informations financières sur le 4^{ème} trimestre clos au 31 décembre 2021 :

<i>En M€</i>	France Retail + E-commerce	Latam	Total
Chiffre d'affaires ¹	4 239	4 096	8 336
EBITDA ¹	532	313	845
(-) impact des loyers ²	(139)	(83)	(222)
EBITDA consolidé ajusté yc loyers¹	393	230	623

Informations financières sur une période de 12 mois au 31 décembre 2021 :

<i>En M€</i>	France Retail + E-commerce	Latam	Total
Chiffre d'affaires ¹	16 101	14 448	30 549
EBITDA ¹	1 464	1 063	2 527
(-) impact des loyers ²	(622)	(307)	(930)
(i) EBITDA consolidé ajusté yc loyers^{1 3}	842	755	1 597
(ii) Dette financière brute^{1 4}	5 450	2 691	8 141
(iii) Trésorerie et équivalents de trésorerie^{1 5}	569	1 714	2 283

Au 31 décembre 2021, la liquidité du Groupe sur le périmètre « France + E-commerce » est de 2,6 Mds€, dont 562 M€ de trésorerie et équivalents de trésorerie et 2,1 Mds€ de lignes de crédit confirmées non tirées. Les billets de trésorerie s'élèvent à 308 M€.

Informations complémentaires concernant les covenants et les comptes séquestres :

Covenants testés dès le 30 juin 2021 conformément à la ligne de crédit syndiquée (RCF) en date du 18 novembre 2019, telle qu'amendée en juillet 2021

Type de covenant (France et E-commerce hors GreenYellow)	<i>Au 31 décembre 2021</i>
Dette brute sécurisée / EBITDA après loyers $\leq 3,50x$	2,70x
EBITDA après loyers / Coûts financiers nets $\geq 2,50x$	2,69x

Le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers s'établit à 2,70x, avec un EBITDA après loyers de 780 M€ et une dette sécurisée de 2,1 Md€.

Le solde du compte séquestre s'élève à 339 M€ au 31 décembre 2021, niveau identique au 30 septembre 2021.

Le solde du compte séquestre sécurisé s'élève à 145 M€ au 31 décembre 2021.

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

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

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

³ L'EBITDA après loyers (ie. remboursements des passifs de loyers et des intérêts au titre des contrats de location)

⁴ Emprunts et dettes financières

⁵ Donnée au 31 décembre 2021

ANNEXES – RESULTATS ANNUELS

– Chiffre d'affaires consolidé par segment

Chiffre d'affaires <i>En M€</i>	2020	2021	Variation	Var. TCC
France Retail	15 219	14 071	- 7,5 %	-
Latam Retail	14 656	14 448	-1,4 %	+ 6,0 %
E-commerce (Cdiscount)	2 037	2 031	-0,3 %	-
Total Groupe	31 912	30 549	-4,3 %	- 0,9 %

– EBITDA consolidé par segment

EBITDA <i>En M€</i>	2020	2021	Variation	Var. TCC
France Retail	1 447	1 358	- 6,1 %	- 5,9 %
Latam Retail	1 161	1 063	-8,5 %	-1,7 %
E-commerce (Cdiscount)	129	106	-18,2 %	- 18,2 %
Total Groupe	2 738	2 527	- 7,7 %	- 4,7 %

– Résultat Opérationnel Courant consolidé par segment

ROC <i>En M€</i>	2020	2021	Variation	Var. TCC
France Retail	621	535	- 13,8 %	- 13,4 %
Latam Retail	748	640	- 14,5 %	- 8,1 %
E-commerce (Cdiscount)	53	18	-65,0%	- 65,0 %
Total Groupe	1 422	1 193	- 16,1 %	- 12,5 %

— Résultat net normalisé

<i>En M€</i>	2020	Éléments de normalisation	2020 normalisé	2021	Éléments de normalisation	2021 normalisé
Résultat Opérationnel Courant	1 422	0	1 422	1 193	0	1 193
<i>dont crédits fiscaux Brésil</i>	139	0	139	28	0	28
<i>dont Promotion immobilière France</i>	63	0	63	13	0	13
Autres produits et charges opérationnels	(799)	799	0	(656)	656	0
Résultat opérationnel	622	799	1 422	537	656	1 193
Coût de l'endettement financier net	(357)	0	(357)	(422)	0	(422)
<i>dont crédits fiscaux Brésil</i>	104	0	104	23	0	23
Autres produits et charges financiers ¹	(391)	67	(324)	(391)	(0)	(391)
Charge d'impôt ²	(80)	(179)	(259)	84	(147)	(62)
Quote-part de résultat des entreprises associées	50	0	50	49	0	49
Résultat net des activités poursuivies	(156)	688	532	(142)	509	367
dont intérêts minoritaires ³	218	48	266	133	140	273
dont Part du Groupe	(374)	640	266	(275)	369	94

Le résultat net normalisé correspond au résultat net des activités poursuivies corrigé (i) des effets des autres produits et charges opérationnels tels que définis dans la partie « principes comptables » de l'annexe annuelle aux comptes consolidés, (ii) des effets des éléments financiers non récurrents ainsi que (iii) des produits et charges d'impôts afférents à ces retraitements et (iv) de l'application des règles IFRIC 23.

Les éléments financiers non récurrents regroupent les variations de juste valeur des dérivés actions (par exemple les instruments de Total Return Swap et Forward portant sur les titres GPA) et les effets d'actualisation monétaire de passifs fiscaux brésiliens.

¹ Sont retraités des autres produits et charges financiers, principalement les effets d'actualisation monétaire des passifs fiscaux, ainsi que les variations de juste valeur des dérivés action

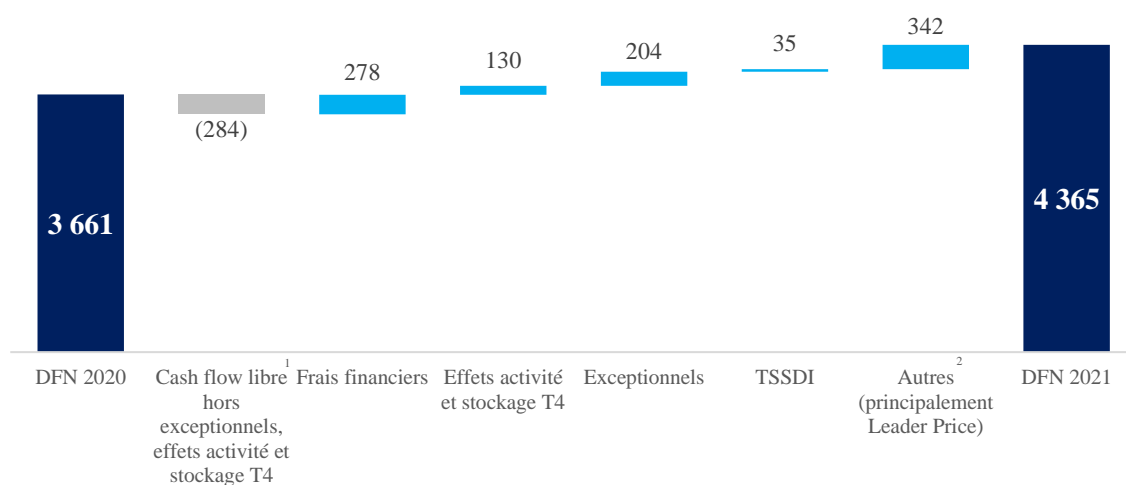
² Sont retraités de la charge d'impôt, les effets d'impôt correspondants aux éléments retraités ci-dessus, ainsi que les produits et charges d'impôts afférents à ces retraitements

³ Sont retraités des intérêts ne donnant pas le contrôle les montants associés aux éléments retraités ci-dessus

— Évolution de la dette financière nette par entité

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

— Évolution de la dette financière nette France Retail hors GreenYellow (hors IFRS 5)



¹ Cash-flow libre France Retail avant dividendes aux actionnaires de la société mère et aux porteurs de TSSDI, avant frais financiers, et y compris loyers

² Dont -30 M€ d'autres investissements financiers, -33 M€ de frais financiers non cash, -0,4 Md€ de Leader Price, 118 M€ d'earn-out sécurisés ou reçus sur les JV Apollo et Fortress, 24 M€ de produits de cession de Mercialys

ANNEXES – CHIFFRE D’AFFAIRES

Chiffre d'affaires consolidé par segment

<i>CA HT (en M€)</i>	CA 2021	Variation totale	Variation organique ¹	Variation comparable ¹
France Retail	14 071	-7,5%	-6,2%	-5,4%
Cdiscount	2 031	-0,3%	-1,7%	-1,6%
Total France	16 101	-6,7%	-5,6%	-4,8%
Latam Retail	14 448	-1,4%	+6,4%	+2,7%
TOTAL GROUPE	30 549	-4,3%	+0,1%	-0,8%
GMV Cdiscount	4 206	+0,0%	n.a.	n.a.

Variation du chiffre d'affaires 2021/2020 France par enseigne

<i>CA HT par enseigne (en M€)</i>	CA 2021	Variation totale	Variation organique ¹	Variation comparable ¹
Monoprix	4 408	-2,8%	-2,4%	-3,7%
Supermarchés	2 996	-2,4%	-7,8%	-5,9%
<i>dont SM Casino²</i>	2 835	-2,6%	-8,2%	-6,8%
Franprix	1 438	-9,0%	-8,2%	-7,3%
Proximité & Divers³	1 788	-18,7%	-2,7%	-5,1%
<i>dont Proximité⁴</i>	1 395	-1,5%	-1,8%	-5,2%
Hypermarchés	3 442	-10,3%	-11,1%	-8,1%
<i>dont Géant²</i>	3 233	-10,7%	-11,8%	-8,9%
FRANCE RETAIL	14 071	-7,5%	-6,2%	-5,4%

Principales données Cdiscount⁵

<i>Chiffres clés (en M€)</i>	2020	2021	Croissance publiée	Croissance sur 2 ans
GMV (volume d'affaires) total TTC	4 204	4 206	+0,0%	+7,9%
<i>dont ventes en propre</i>	1 934	1 840	-4,9%	-7,6%
<i>dont marketplace</i>	1 514	1 518	+0,2%	+22%
<i>dont Octopia</i>	87	109	+25,6%	x3,3
Quote-part marketplace (%)	43,9%	45,2%	+1,3 pt	+6,7 pts
Chiffre d'affaires	2 225	2 166	-2,6%	-1,3%
Trafic (en millions de visites)	1 154	1 082	-6,2%	+6,0%
Clients actifs (en millions)	10,3	10,0	-2,5%	+8,0%

Cnova a commenté ses résultats 2021 de façon détaillée le 17 février 2022

¹ Hors essence et calendaire

² Excluant les magasins Codim en Corse : 8 supermarchés et 4 hypermarchés

³ Divers : essentiellement Geimex

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

⁵ Données publiées par la filiale

ANNEXES – AUTRES INFORMATIONS

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	2020	2021	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	5,8936	6,3797	-7,6%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	4,2160	4,4265	-4,8%
Uruguay (EUR/UYP)	47,9825	51,5217	-6,9%
Argentine ¹ (EUR/ARS)	103,1176	116,7629	-11,7%
Pologne (EUR/PLN)	4,4445	4,5655	-2,6%

Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)	Variation (y compris calendaire)		
	T4 2021	T4 2021	FY 2021
Monoprix	1 244	-2,0%	-2,8%
Franprix	432	-0,2%	-7,1%
Supermarchés	701	+0,4%	-6,0%
Hypermarchés	807	-11,6%	-13,2%
Proximité & Divers	588	-2,7%	-12,7%
<i>Dont Proximité</i>	490	+5,0%	+0,4%
TOTAL FRANCE	3 772	-3,7%	-8,0%

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT (en M€, hors essence)	Variation (y compris calendaire)		
	T4 2021	T4 2021	FY 2021
Total France	3 772	-3,7%	-8,0%
Cdiscount	1 007	-8,6%	0,0%
TOTAL FRANCE ET CDISCOUNT	4 779	-4,8%	-6,6%

¹ En raison de l'application de la norme IAS29, le taux de change utilisé pour la conversion des comptes de l'Argentine correspond au taux de clôture

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	31 mars 2021	30 juin 2021	30 sept. 2021	31 déc. 2021
HM Géant Casino	104	95	95	95
<i>dont Affiliés Franchisés France</i>	3	3	3	3
<i>Affiliés International</i>	7	7	7	7
SM Casino	417	422	425	429
<i>dont Affiliés Franchisés France</i>	68	64	63	61
<i>Affiliés International</i>	25	22	25	26
Monoprix (Monop', Naturalia...)	806	830	833	838
<i>dont Affiliés Franchisés</i>	195	201	203	206
<i>Naturalia Intégrés</i>	189	203	200	198
<i>Naturalia Franchisés</i>	34	39	44	51
Franprix (Franprix, Marché d'à côté...)	877	890	906	942
<i>dont Franchisés</i>	493	533	564	614
Proximité (Spar, Vival, Le Petit Casino...)	5 311	5 502	5 563	5 728
Autres activités	334	320	303	286
Total France	7 849	8 059	8 125	8 318
INTERNATIONAL	31 mars 2021	30 juin 2021	30 sept. 2021	31 déc. 2021
ARGENTINE	25	25	25	25
HM Libertad	15	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	10
URUGUAY	93	92	93	94
HM Géant	2	2	2	2
SM Disco	30	30	30	30
SM Devoto	24	24	24	24
SUP Devoto Express	35	34	35	36
Möte	2	2	2	2
BRÉSIL	1 058	1 058	1 064	1 021
HM Extra	103	103	103	72
SM Pão de Açúcar	182	181	181	181
SM Extra	147	147	146	146
Compre Bem	28	28	28	28
Assaí (Cash & Carry)	184	187	191	212
SUP Mini Mercado Extra & Minuto	237	236	239	240
Pão de Açúcar				
Drugstores	103	102	102	68
+ Stations-service	74	74	74	74
COLOMBIE	1 974	2 006	2 035	2 063
HM Éxito	92	92	92	91
SM Éxito et Carulla	153	155	153	158
SM Super Inter	61	61	61	61
Surtimax (discount)	1 548	1 577	1 607	1 632
<i>dont « Aliados »</i>	1 476	1 505	1 536	1 560
B2B	34	34	34	36
SUP Éxito Express et Carulla Express	86	87	88	85
CAMEROUN	2	3	4	4
Cash & Carry	2	3	4	4
Total International	3 152	3 184	3 221	3 207

Compte de résultat consolidé

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

Résultat net par action

en euros	2021	2020 retraité ¹
Des activités poursuivies, part du Groupe		
▪ de base	(2,89)	(3,79)
▪ dilué	(2,89)	(3,79)
De l'ensemble consolidé, part du Groupe		
▪ de base	(5,24)	(8,58)
▪ dilué	(5,24)	(8,58)

¹ Les comptes antérieurement publiés ont été retraités

État du résultat global consolidé

en millions d'euros	2021	2020 retraité ¹
Résultat net de l'ensemble consolidé	(397)	(664)
Éléments recyclables ultérieurement en résultat	(84)	(1 367)
Couvertures de flux de trésorerie et réserve de coût de couverture ⁽ⁱ⁾	38	(17)
Écarts de conversion ⁽ⁱⁱ⁾	(108)	(1 328)
Instruments de dette évalués à la juste valeur par OCI	(1)	1
Quote-part des entreprises associées et des coentreprises dans les éléments recyclables	(3)	(27)
Effets d'impôt	(10)	5
Éléments non recyclables en résultat	2	(6)
Instruments de capitaux propres évalués à la juste valeur par OCI	-	-
Écarts actuariels	2	(10)
Quote-part des entreprises associées et des coentreprises dans les éléments non recyclables	-	-
Effets d'impôt	-	4
Autres éléments du résultat global au titre de l'exercice, nets d'impôt	(82)	(1 373)
Résultat global de l'ensemble consolidé au titre de l'exercice, net d'impôt	(479)	(2 037)
<i>Dont part du Groupe</i>	(529)	(1 456)
<i>Dont part des intérêts ne donnant pas le contrôle</i>	50	(581)

(i) La variation de la réserve de coût de couverture relative aux exercices 2021 et 2020 n'est pas significative

(ii) La variation négative de l'exercice 2021 de 108 millions d'euros résulte principalement de la dépréciation de la monnaie colombienne pour 124 millions d'euros. En 2020, la variation négative de 1 328 millions d'euros résultait principalement de la dépréciation des monnaies brésilienne et colombienne pour respectivement 957 et 235 millions d'euros

¹ Les comptes antérieurement publiés ont été retraités

État de la situation financière consolidée

ACTIFS en millions d'euros	31 décembre 2021	31 décembre 2020 retraité ¹	1 ^{er} janvier 2020 retraité ¹
Goodwill	6 667	6 656	7 489
Immobilisations incorporelles	2 024	2 061	2 296
Immobilisations corporelles	4 641	4 279	5 113
Immeubles de placement	411	428	493
Actifs au titre de droits d'utilisation	4 748	4 888	5 602
Participations dans les entreprises associées et les coentreprises	201	191	341
Autres actifs non courants	1 183	1 217	1 183
Actifs d'impôts différés	1 191	1 019	768
Actifs non courants	21 067	20 738	23 284
Stocks	3 214	3 209	3 775
Créances clients	772	941	836
Autres actifs courants	2 033	1 770	1 536
Créances d'impôts courants	196	167	111
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 283	2 744	3 572
Actifs détenus en vue de la vente	973	932	2 818
Actifs courants	9 470	9 763	12 647
TOTAL ACTIFS	30 537	30 501	35 932

PASSIFS en millions d'euros	31 décembre 2021	31 décembre 2020 retraité ¹	1 ^{er} janvier 2020 retraité ¹
Capital social	166	166	166
Primes, titres auto-détenus, autres réserves et résultats	2 589	3 143	4 650
Capitaux propres part du Groupe	2 755	3 309	4 816
Intérêts ne donnant pas le contrôle	2 883	2 856	3 488
Capitaux propres	5 638	6 165	8 304
Provisions pour retraites et engagements assimilés non courantes	273	289	293
Autres provisions non courantes	376	374	458
Dettes financières brutes non courantes	7 461	6 701	8 100
Passifs de loyers non courants	4 174	4 281	4 761
Dettes non courantes liées aux engagements de rachat d'intérêts ne donnant pas le contrôle	61	45	61
Autres dettes non courantes	225	201	181
Passifs d'impôts différés	405	508	566
Passifs non courants	12 975	12 398	14 422
Provisions pour retraites et engagements assimilés courantes	12	12	11
Autres provisions courantes	216	189	153
Dettes fournisseurs	6 097	6 190	6 580
Dettes financières brutes courantes	1 369	1 355	1 549
Passifs de loyers courants	718	705	723
Dettes courantes liées aux engagements de rachat d'intérêts ne donnant pas le contrôle	133	119	105
Dettes d'impôts exigibles	8	98	48
Autres dettes courantes	3 197	3 059	2 839
Passifs associés à des actifs détenus en vue de la vente	175	210	1 197
Passifs courants	11 925	11 937	13 206
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	30 537	30 501	35 932

¹ Les comptes antérieurement publiés ont été retraités

État des flux de trésorerie consolidés

en millions d'euros	2021	2020 retraité
Résultat avant impôt des activités poursuivies	(276)	(125)
Résultat avant impôt des activités abandonnées	(330)	(462)
Résultat avant impôt de l'ensemble consolidé	(606)	(587)
Dotations aux amortissements	1 334	1 316
Dotations aux provisions et dépréciation	299	390
Pertes / (gains) liés aux variations de juste valeur	(5)	78
Charges / (produits) calculés liés aux stocks options et assimilés	14	12
Autres charges / (produits) calculés	(47)	(50)
Résultats sur cessions d'actifs	(128)	(88)
Pertes / (profits) liés à des variations de parts d'intérêts de filiales avec prise / perte de contrôle	20	58
Dividendes reçus des entreprises associées et des coentreprises	17	17
Coût de l'endettement financier net	422	357
Intérêts financiers nets au titre des contrats de location	313	320
Coût de non tirage, coûts de mobilisation de créances sans recours et opérations assimilées	88	60
Résultats de cession et retraitements liés aux activités abandonnées	114	258
Capacité d'Autofinancement (CAF)	1 835	2 142
Impôts versés	(184)	(157)
Variation du Besoin en Fonds de Roulement (BFR)	(26)	26
Impôts versés et variation du BFR liés aux activités abandonnées	(97)	211
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	1 529	2 222
<i>Dont activités poursuivies</i>	<i>1 841</i>	<i>2 215</i>
Décaissements liés aux acquisitions :		
▪ d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	(1 131)	(927)
▪ d'actifs financiers	(174)	(942)
Encaissements liés aux cessions :		
▪ d'immobilisations corporelles, incorporelles et immeubles de placement	156	423
▪ d'actifs financiers	163	461
Incidence des variations de périmètre avec changement de contrôle	(15)	157
Incidence des variations de périmètre en lien avec des entreprises associées et des coentreprises	1	(63)
Variation des prêts et avances consentis	(30)	(28)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement des activités abandonnées	(81)	453
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(1 111)	(466)
<i>Dont activités poursuivies</i>	<i>(1 030)</i>	<i>(920)</i>
Dividendes versés :		
▪ aux actionnaires de la société mère	-	-
▪ aux intérêts ne donnant pas le contrôle	(102)	(45)
▪ aux porteurs de TSSDI	(35)	(36)
Augmentation et diminution de capital de la société mère	-	-
Transactions entre le Groupe et les intérêts ne donnant pas le contrôle	15	(55)
Cessions / (acquisitions) de titres auto-détenus	-	(1)
Augmentation emprunts et dettes financières	4 203	2 066
Diminution emprunts et dettes financières	(3 514)	(2 632)
Remboursement des passifs de loyer	(623)	(603)
Intérêts financiers nets versés	(752)	(717)
Autres remboursements	(30)	(23)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement des activités abandonnées	(10)	(73)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	(848)	(2 177)
<i>Dont activités poursuivies</i>	<i>(838)</i>	<i>(2 044)</i>
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie des activités poursuivies	(22)	(494)
Incidence des variations monétaires sur la trésorerie des activités abandonnées	-	-
Variation de trésorerie	(452)	(856)
Trésorerie et équivalents de trésorerie nets d'ouverture	2 675	3 530
- Dont trésorerie et équivalents de trésorerie nets des activités poursuivies	2 675	3 471
- Dont trésorerie et équivalents de trésorerie nets des activités détenues en vue de la vente	(1)	59
Trésorerie et équivalents de trésorerie nets de clôture	2 223	2 675
- Dont trésorerie et équivalents de trésorerie nets des activités poursuivies	2 224	2 675
- Dont trésorerie et équivalents de trésorerie nets des activités détenues en vue de la vente	(1)	(1)

Contacts analystes et investisseurs

-

Lionel BENCHIMOL

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

ou

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

Contacts presse

-

Groupe Casino / Direction de la Communication

Stéphanie ABADIE

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

ou

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

-

Agence IMAGE 7

Karine ALLOUIS

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

Franck PASQUIER

+ 33(0)6 73 62 57 99 - fpasquier@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.