

PREMIER TRIMESTRE 2022

Le premier trimestre 2022 est marqué par un retour à la croissance du chiffre d'affaires du Groupe, avec une amélioration séquentielle tant en France qu'au Brésil et en Colombie

Chiffre d'affaires Groupe de 7,5 Mds€, en progression comparable de +3,2% (-0,4% au T4 2021), et en progression totale de +4,7% (-0,1% au T4 2021)

- En France Retail, chiffre d'affaires en amélioration séquentielle par rapport au quatrième trimestre avec un chiffre d'affaires comparable à -1,6% (vs -3,0% au T4 2021) et un chiffre d'affaires total à -1,1% (vs -2,4% au T4 2021). Croissance comparable positive sur les 4 dernières semaines (+2,0%)
- En Amérique latine, croissance comparable de +9,7% et croissance totale de +13,2% avec d'excellentes performances de Grupo Éxito et d'Assaí

En France, sur le T1, forte amélioration des cash-flows nets (+570 M€ par rapport au T1 2021)

Groupe

Le chiffre d'affaires Groupe retrouve une dynamique de croissance à +3,2% en comparable (vs -0,4% au T4 2021) et une croissance totale à +4,7% (-0,1% au T4 2021).

Chiffre d'affaires (M€)	T4 2021	T1 2022
Progression comparable	-0,4%	+3,2%
Progression totale	-0,1%	+4,7%

France

• Enseignes de distribution :

- Le chiffre d'affaires comparable s'établit à -1,6% au T1 2022 en amélioration par rapport au T4 2021 (-3,0%) et au T3 2021 (-4,3%). Les enseignes retrouvent une dynamique de croissance sur les 4 dernières semaines¹ avec une progression comparable de +2,0%. L'e-commerce alimentaire reste dynamique avec une croissance de +21% sur le trimestre.
- Les enseignes Casino (Hypermarchés, Supermarchés, Proximité) sont en amélioration avec un chiffre d'affaires comparable à -0,5% contre -3,3% au T4 2021 et -4,5% au T3 2021. Les ventes sont en croissance à +1,5% sur les 4 dernières semaines¹. Après plusieurs trimestres affectés par un marché parisien en recul, les enseignes parisiennes (Franprix et Monoprix) enregistrent depuis quelques semaines un redressement très net.

Evolution des ventes comparables

	T3 2021	T4 2021	T1 2022	4S au 17/04 ¹
Hypermarchés	-8,5%	-4,7%	-1,2%	+5,2%
Supermarchés	-2,7%	-3,3%	-2,5%	-3,5%
Proximité	-1,3%	-0,7%	+3,7%	+3,6%
Enseignes Casino	-4,5%	-3,3%	-0,5%	+1,5%
Monoprix	-4,1%	-2,8%	-3,0%	+2,6%
Franprix	-3,6%	-2,0%	-2,2%	+2,0%
FRANCE RETAIL	-4,3%	-3,0%	-1,6%	+2,0%

- Les ventes entrepôts aux franchisés sont en accélération sur les enseignes Franprix (+6,1% au T1 2022 vs +4,3% au T4 2021) et Proximité (+10,5% au T1 2022 vs +4,9% au T4 2021) tirées par l'expansion. Le Groupe poursuit sa stratégie de développement des formats de proximité avec près de 200 ouvertures de magasins (Vival, Spar, Le Petit Casino, Franprix...).

Evolution des ventes entrepôts aux franchisés

	T3 2021	T4 2021	T1 2022
Franprix	+1,1%	+4,3%	+6,1%
Proximité	+2,7%	+4,9%	+10,5%

¹ Période du 21 mars au 17 avril 2022

Données financières - France¹ :

- **Variation de dette nette au T1** : sur le premier trimestre 2022, l'augmentation de la dette financière nette liée à la saisonnalité habituelle de l'activité est ramenée à 399 M€ contre 968 M€ au premier trimestre 2021, du fait (i) de l'amélioration des cash-flows opérationnels (c. +320 M€) et (ii) des cessions (c. +250 M€).

<i>France (y compris Cdiscount, hors GreenYellow)</i>	T1 2021	T1 2022	
<i>En M€</i>	(3 mois)	(3 mois)	Var
Dette nette 31 décembre (hors IFRS 5)	(3 873)	(4 701)	
Variation de dette nette	-968	-399	+569
Dette nette 31 mars (hors IFRS 5)	(4 841)	(5 101)	
EBITDA	193	176	-16
EBITDA (après loyers)	29	25	-4

- **Variation de dette nette sur 12 mois** : du fait de la forte amélioration des cash-flows trimestriels, la variation de dette nette sur 12 mois est ramenée de 828 M€ en décembre 2021 à 259 M€ à fin mars.

<i>France (y compris Cdiscount, hors GreenYellow)</i>	FY 2021	T1 2022	
<i>En M€</i>	(12 mois)	(12 mois)	Var
Dette nette début de période (hors IFRS 5)	(3 873)	(4 841)	
Variation de dette nette	-828	-259	+569
Dette nette fin de période (hors IFRS 5)	(4 701)	(5 101)	
EBITDA	1 401	1 385	-16
EBITDA (après loyers)	780	776	-4

- **Au 31 mars 2022, la liquidité du Groupe en France² s'établit à 2,7 Mds€, dont :**
 - › 686 M€ de trésorerie ;
 - › 2,1 Mds€ de lignes de crédits confirmées non tirées disponibles à tout moment. Le RCF sécurisé n'est pas tiré à cette date.
- **Les covenants du RCF sont respectés confortablement avec une marge de 611 M€ sur la dette** pour le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers, et une **marge de 208 M€ sur l'EBITDA** pour le covenant EBITDA après loyers / Coûts financiers nets.

Amérique latine

Chiffre d'affaires en Amérique latine en progression comparable de +9,7% et +5,8% en organique :

CA HT (en M€)	T1 2022	Croissance totale	Croissance organique ³	Croissance comparable ³
GPA	746	-24,6%	-33,8%	+1,0%
Assaí	1 948	+36,1%	+21,1%	+6,7%
Grupo Éxito	1 012	+18,5%	+20,3%	+20,8%
TOTAL LATAM	3 706	+13,2%	+5,8%	+9,7%

- **Au Brésil, poursuite de la forte dynamique d'Assaí** (croissance de +7% en comparable et +21% en organique). GPA maintient une croissance comparable positive de +1% (croissance organique de -34% en raison de la fermeture des hypermarchés) ;
- Forte croissance de Grupo Éxito avec une **croissance comparable de +21%** tirée par la reprise de l'économie et le retour des touristes.

Assaí a déjà pris possession de 60 hypermarchés GPA en vue de leur conversion au format cash & carry et prévoit l'ouverture de 40 d'entre eux au second semestre 2022, en ligne avec les prévisions.

La valorisation boursière des participations dans GPA et Assaí a progressé de +0,9 Md€ (+60%) depuis le début de l'année pour atteindre 2,4 Mds€ au 20 avril.

¹ France y compris Cdiscount, hors GreenYellow. Données non auditées – Les loyers correspondent aux intérêts payés sur les dettes de loyer et remboursement des passifs de loyer

² Périmètre tel que défini dans les documentations de refinancement obligataire avec principalement Segisor comptabilisé dans le périmètre France Retail + E-commerce (y compris GreenYellow), voir page 8

³ Données par société telles que publiées par les filiales GPA et Assaí – « Total Latam » hors essence et calendrier

Chiffres-clés

Variation du chiffre d'affaires consolidé par segment

CA HT (en M€)	T1 2022	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
France Retail	3 351	-1,1%	-2,7%	-1,6%
Cdiscount	426	-11,9%	-13,5%	-13,5%
Total France	3 776	-2,4%	-4,1%	-3,8%
Latam Retail	3 706	+13,2%	+5,8%	+9,7%
TOTAL GROUPE	7 483	+4,7%	+0,5%	+3,2%
GMV Cdiscount ²	916	-9,0%	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>

Au 1^{er} trimestre 2022, l'impact du change est de +3,9%, l'effet essence de +1,0%, l'effet périmètre est neutre et l'effet calendaire de -0,7%.

Rappel des perspectives pour l'année 2022 en France

- **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**

Plan de cession d'actifs non stratégiques : 383 M€ encaissés depuis le début de l'année

- Le plan de cession d'actifs non stratégiques totalise 3,3 Mds€ à date. Le Groupe confirme viser **l'achèvement de son plan de cession de 4,5 Mds€** (dont 1,2 Md€ restant à réaliser) **d'ici fin 2023.**
- **Au T1 2022, le Groupe a encaissé 297 M€ dont :**
 - **192 M€** dans le cadre de la cession de **FLOA** ;
 - **46 M€** au titre des **JV Apollo et Fortress³** ;
 - **59 M€** en raison de la **cession de 6,5% du capital de Mercialys** au travers d'un Total Return Swap (TRS).
- **Depuis début avril**, le groupe Casino a procédé à la cession définitive du solde de sa participation au capital de Mercialys au travers d'un nouveau TRS pour un montant de **86 M€.**

¹ Hors essence et calendaire

² Données publiées par la filiale ; Données TTC pour le GMV Cdiscount

³ Déjà inclus dans la dette financière nette à fin 2021

Chiffre d'affaires trimestriel consolidé France par enseigne

CA HT par enseigne (en M€)	Variation T4 2021 / T4 2020				Variation T1 2022 / T1 2021			
	CA T4 2021	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹	CA T1 2022	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
Hypermarchés	899	-6,3%	-8,4%	-4,7%	799	-1,7%	-4,2%	-1,2%
<i>dont Géant²</i>	848	-6,1%	-8,3%	-4,9%	754	-1,4%	-4,6%	-1,1%
Supermarchés	767	+5,6%	-4,0%	-3,3%	700	+3,8%	-3,7%	-2,5%
<i>dont SM Casino²</i>	732	+5,8%	-4,0%	-3,5%	669	+4,6%	-3,8%	-2,5%
Proximité & Divers ³	425	-6,7%	+2,9%	-0,8%	429	+3,5%	+1,8%	+3,7%
<i>dont Proximité⁴</i>	327	+3,5%	+3,7%	-0,7%	334	+5,8%	+6,0%	+3,7%
Enseignes Casino⁵	1 993	-0,5%	-4,6%	-3,3%	1 834	+1,7%	-2,1%	-0,5%
Monoprix	1 191	-2,3%	-1,8%	-2,8%	1 063	-5,0%	-3,8%	-3,0%
Franprix	366	-3,3%	-2,2%	-2,0%	358	-2,1%	-0,7%	-2,2%
FRANCE RETAIL	3 648	-2,4%	-3,3%	-3,0%	3 351	-1,1%	-2,7%	-1,6%

Sur le segment France Retail, les **ventes du trimestre s'établissent à 3 351 M€, en variation comparable de -2,0%** (vs -4,3% au T3 2021 et -3,0% au T4 2021). **L'e-commerce alimentaire est resté très dynamique**, avec une croissance de son chiffre d'affaires de **+21%** sur le trimestre.

La fidélisation des clients s'est renforcée avec 49 000 nouveaux abonnés sur le trimestre. La part des porteurs de l'application Casino Max en hypermarchés Géant et supermarchés Casino augmente de +1,5 pt vs fin 2021.

La digitalisation s'est poursuivie avec c. 65% des encaissements en hypermarchés Géant et Supermarchés Casino réalisés par smartphone ou caisse automatique (vs 63% fin 2021). Le Groupe compte 638 magasins équipés de solutions automatisées leur permettant de fonctionner en autonome le soir ou le dimanche.

Les **parts de marché Kantar des enseignes Casino sont en progression depuis le début de l'année** (-0,1 pt en P1, stable en P2 et +0,1 pt en P3), tandis que celles de **Franprix sont globalement stables** et celles de **Monoprix reculent du fait de l'exposition au marché parisien**.

Au sein des enseignes :

- Le chiffre d'affaires de **Monoprix s'établit à -3,0% en comparable sur le trimestre**, impacté par une consommation dégradée en région parisienne. La tendance s'améliore sensiblement sur les 4 dernières semaines (+2,6%). **L'e-commerce alimentaire reste en forte progression**, porté par les partenariats avec **Ocado, Amazon, Uber Eats, Deliveroo** et la montée en puissance du **partenariat avec Gorillas** qui est à présent approvisionné par Monoprix. Sur le trimestre, l'enseigne a également poursuivi l'expansion de son parc de magasins avec **11 ouvertures** (9 Monop' et 2 Naturalia).
- Les ventes de **Franprix s'inscrivent à -2,2% en comparable sur le trimestre**, et les **ventes aux franchisés progressent de +6,1%**. L'enseigne reste impactée par le recul de la consommation sur le marché parisien mais la tendance est positive en banlieue et très positive en province, zones sur lesquelles l'enseigne concentre sa stratégie d'expansion. La ventes comparables s'améliorent fortement à +2,0% sur les 4 dernières semaines. **Franprix a ouvert 42 magasins sur le trimestre**. **L'e-commerce enregistre une forte croissance**, porté par la livraison à domicile via le site, l'application et le déploiement des partenariats Uber Eats et Deliveroo.
- Le chiffre d'affaires de la **Proximité enregistre une croissance comparable de +3,7%**, en nette amélioration séquentielle (-1,3% au T3 2021, -0,7% au T4 2021). **Les ventes aux franchisés progressent de +10,5%**. Les **ventes e-commerce** sont dynamisées par la poursuite du développement des partenariats avec Uber Eats, Deliveroo et le site qui permettent désormais à 1 380 magasins de proximité de proposer

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 Hypermarchés, Supermarchés et Proximité

une solution e-commerce. L'expansion s'est poursuivie avec **l'ouverture de 142 magasins depuis le début de l'année.**

- Les **Supermarchés Casino** enregistrent des **ventes comparables en variation de -2,5%**, en amélioration séquentielle par rapport au T3 2021 (-3,7%) et au T4 2021 (-3,5%). Après la conversion de 9 hypermarchés Géant en Supermarchés Casino en juillet dernier, **le Groupe prévoit de convertir 20 autres hypermarchés Géant sous enseigne Supermarché Casino au second trimestre**, avec une réallocation des surfaces en faveur de l'alimentaire.
- Les ventes des **Hypermarchés Géant** évoluent de **-1,1% en comparable**, en amélioration séquentielle par rapport au T3 2021 (-9,5%) et au T4 2021 (-4,9%). **La stratégie d'implantation de shop-in-shop en magasin se poursuit** avec le déploiement des corners textile (42 corners C&A) et mobilité urbaine (53 corners Surpass).

GreenYellow

Au 31 mars 2022, GreenYellow affiche d'excellentes perspectives sur le **marché très porteur du photovoltaïque et de la transition énergétique décentralisée**, avec un **pipeline solaire photovoltaïque de 4,3 GW, dont 0,8 GW de pipeline avancé¹** et un **pipeline additionnel d'opportunités de 3,5 GW²**.

Ce premier trimestre démontre l'ambition de GreenYellow de déployer massivement sa plateforme tout particulièrement en Europe et en Asie, avec :

- **Le lancement ou raccordement de plus de 30 MW d'installations solaires en France**, en autoconsommation ou en injection réseau via notamment des toitures solaires pour le groupe Panhard et des ombrières de parking pour Invesco Real Estate ;
- **L'ouverture d'un bureau en Pologne en mars 2022 afin d'accélérer fortement l'activité en Europe centrale dans des pays à fort potentiel** (Pologne, Hongrie, Bulgarie, Roumanie). GreenYellow cible près de **100 MW en Europe centrale et de l'Est à horizon 2 ans** ;
- **L'accompagnement de l'industriel Ricoh en Thaïlande** avec la réalisation d'une centrale en toiture d'une puissance de 4 MW lui permettant de réduire sa dépendance vis-à-vis du réseau électrique, réduire sensiblement ses factures d'électricité et contribuer à l'objectif zéro émission de gaz à effet de serre du groupe d'ici 2050.

GreenYellow confirme sa position de leader et de pionnier sur les enjeux de la responsabilité sociétale en recevant la médaille d'or EcoVadis pour sa performance RSE.

RelevanC

RelevanC maintient sa dynamique de croissance au T1 2022 avec notamment :

- **L'expansion géographique du partenariat Everli en Italie et en Pologne.** Premier service de livraison de courses à domicile via des personal shoppers, Everli a choisi la technologie relevanC pour l'intégrer à sa propre solution publicitaire afin de permettre une meilleure personnalisation des annonces sur son site web et ses applications en Europe.
- **Le lancement de la solution retail media en marque blanche avec GPA au Brésil**, marquant ainsi le début du développement à l'international de sa solution à destination des détaillants et acteurs du e-commerce.

¹ Le pipeline avancé correspond au cumul des projets qui sont au stade « awarded » et au stade « advanced pipeline » au sein du portefeuille de projets en développement de GreenYellow et de ses JV

² Le pipeline additionnel d'opportunités correspond au cumul des projets qui sont au stade « pipeline » et au stade « early stage » au sein du portefeuille de projets en développement de GreenYellow et de ses JV

Cdiscount¹

Dans un marché impacté par une base de comparaison élevée en raison du couvre-feu du T1 2021 lié à la pandémie de Covid-19, Cdiscount enregistre un GMV en variation de -9%. Par rapport à la période pré-pandémique (T1 2019), Cdiscount a poursuivi son développement sur ses trois axes stratégiques :

- Le **GMV marketplace progresse de +22%** vs 2019, tandis que les ventes directes reculent de -24% en ligne avec la stratégie d'amélioration du mix. La **quote-part marketplace** progresse ainsi de +12 pts sur la période pour atteindre **48% du GMV** (+2 pts vs 2021) ;
- Les **revenus du marketing digital doublent par rapport à 2019** (+15% sur un an), portés par la plateforme de marketing digital CARS (Cdiscount Ads Retail Solution) ;
- **Octopia poursuit son développement rapide** avec la signature de **5 nouveaux contrats** majeurs durant le trimestre, portant le **volume d'affaires attendu à plus de 1 Md€** sur la durée des contrats.

Le programme de fidélité **Cdiscount A Volonté** rassemble désormais **2,5 millions de membres**, en hausse de +34% par rapport à 2019 (+8% vs 2021).

Chiffres clés	T1 2021	T1 2022	Croissance vs 2021	Croissance vs 2019
GMV (volume d'affaires) total TTC	1 006	916	-9,0%	+1,1%
<i>dont ventes en propre</i>	455	373	-18,0%	-24,4%
<i>dont marketplace</i>	381	342	-10,2%	+21,8%
Quote-part marketplace (%)	45,6%	47,8%	+2,3 pts	+11,5 pts
Revenus marketplace	49	45	-7,1%	+28,4%
Chiffre d'affaires (en M€)	518	449	-13,3%	-14,8%
Trafic (en millions de visites)	296	261	-11,9%	+2,3%
Commandes (en millions)	7,4	6,0	-18,2%	-8,1%

Cnova a publié son chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre le 19 avril 2022 avant Bourse.

¹ Données publiées par Cnova NV et non auditées. Les données publiées incluent l'ensemble des ventes de Cdiscount, y compris les ventes de produits techniques réalisées dans les hypermarchés et supermarchés du Groupe Casino

Latam Retail

Le chiffre d'affaires du Groupe en **Amérique Latine** (Assaí, GPA Brazil et Grupo Éxito) est en hausse de **+9,7% en comparable** et de **+5,8% en organique**. Le trimestre a été marqué par l'excellente performance d'Assaí et de Grupo Éxito.

Conversion des hypermarchés Extra : Assaí a déjà pris possession de 60 hypermarchés GPA en vue de leur conversion au format cash & carry et prévoit l'ouverture de 40 d'entre eux au second semestre 2022, en ligne avec les prévisions. Par ailleurs GPA a entamé la conversion de 9 hypermarchés au format Mercado Extra et de 15 hypermarchés au format Pão de Açúcar.

- Le chiffre d'affaires du **Brésil** progresse de **+ 5,4% en comparable** et de **+0,6% en organique** :
 - **Assaí** enregistre une croissance organique de **+21%¹** sur le trimestre, tirée par une solide performance des magasins comparables (**+6,7%¹**) et l'excellente performance des 32 magasins inaugurés au cours des 12 derniers mois ;
 - Les ventes de **GPA Brazil** évoluent de **+1,0%¹ en comparable** et reculent de **-34%** en organique en raison de la fermeture des hypermarchés. Hors effet de la fermeture des hypermarchés, la croissance des **ventes en ligne** du trimestre progressent de **+44%** sur un an.
 - La **Proximité** enregistre une **croissance comparable de +5,5%¹** malgré une base de comparaison exigeante, grâce à la reprise du flux dans les magasins liée à la baisse du télétravail ;
 - Les enseignes **Compre Bem** et **Mercado Extra** affichent une **croissance comparable de +0,6%¹** ;
 - **Pão de Açúcar (+0,1%¹)** enregistre une croissance stable en dépit d'un recul du marché des magasins premium selon Nielsen.
- Le chiffre d'affaires de **Grupo Éxito** progresse de **+20,8%¹** en comparable ce trimestre, avec une croissance dans les 3 pays du Groupe, principalement expliquée par l'augmentation du trafic en magasin liée à la réouverture économique et à la reprise du tourisme. Les ventes omnicanales ont représenté 9,4% des ventes totales sur le trimestre.
 - **Colombie** : forte croissance comparable de **+20,2%¹**, tirée par le format Carulla avec une croissance significative des ventes omnicanales de **+17%** ;
 - **Uruguay** : **+11,8%¹** en comparable, reflétant une nette amélioration macroéconomique du pays avec la reprise du tourisme depuis fin 2021, un scénario de consommation plus favorable et des taux d'inflation plus faibles ;
 - **Argentine** : croissance comparable de **+62,7%¹** principalement tirée par l'inflation.

GPA et Assaí ont publié leurs chiffres d'affaires du 1^{er} trimestre le 19 avril 2022.

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

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

Cf. communiqué de presse du 21 novembre 2019

En France (hors GreenYellow), ratio de levier sécurisé de 2,71x au T1 2022, avec une marge confortable de 611 M€ sur la dette par rapport au covenant de 3,50x

Informations financières sur une période de 3 mois au 31 mars 2022 :

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

En M€	France ¹ (France Retail + E-commerce)		
	T1 2021	T1 2022	Var
Chiffre d'affaires	3 871	3 776	-95
EBITDA	204	201	-3
(-) impact des loyers ²	(164)	(152)	+12
EBITDA après loyers	40	49	+9

En France, l'EBITDA s'élève à 201 M€ sur le trimestre. L'évolution par rapport au T1 2021 se décompose en: (i) +13 M€ sur GreenYellow, (ii) une progression de +27 M€ de la promotion immobilière³, et (iii) un effet activité sur France Retail et Cdiscount lié à une base de comparaison intégrant la fermeture des restaurants et le couvre-feu au T1 2021.

Informations financières sur une période de 12 mois au 31 mars 2022 :

En M€	France ¹ (France Retail + E-commerce)
Chiffre d'affaires	16 006
EBITDA	1 461
(-) impact des loyers ²	(611)
(i) EBITDA après loyers	851
(ii) Dette financière brute⁴	6 043
(iii) Trésorerie et équivalents de trésorerie⁵	686

Au 31 mars 2022, l'EBITDA après loyers 12 mois glissants s'établit à 851 M€ en France.

La liquidité du Groupe en France s'établit à 2,7 Mds€ (2,4 Mds€ fin mars 2021), dont :

- 686 M€ de trésorerie (464 M€ fin mars 2021) ;
- 2,1 Mds€ de lignes de crédits confirmées non tirées disponibles à tout moment (1,9 Mds€ fin mars 2021).
- **Hors GreenYellow, la variation de dette nette sur le premier trimestre 2022 est en amélioration de +569 M€ par rapport à celle de l'an dernier⁶, portée par le plan de cession et une amélioration du cash-flow (retournement des effets BFR de fin 2021, maîtrise des Capex).**

Au 31 mars 2022, la dette financière brute inclut 289 M€ de billets de trésorerie et 170 M€ de lignes de crédit Monoprix (non sécurisées) tirées (vs 530 M€ de billets de trésorerie et 200 M€ de lignes de crédit tirées fin mars 2021).

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

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

³ EBITDA lié à la déneutralisation de promotion immobilière réalisée avec Mercialys (les opérations de promotion immobilière réalisées avec Mercialys sont neutralisées dans l'EBITDA à hauteur de la participation du Groupe dans Mercialys ; une baisse de la participation de Casino dans Mercialys ou une cession par Mercialys de ces actifs se traduisent donc par une reconnaissance d'EBITDA antérieurement neutralisé).

⁴ Emprunts et dettes financières au 31 mars 2022

⁵ Données au 31 mars 2022

⁶ La variation du besoin en fonds de roulement est généralement négative au premier trimestre, positive au deuxième, négative au troisième, et positive au quatrième trimestre

Informations complémentaires concernant les covenants et les comptes séquestres :

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

Type de covenant (France et e-commerce hors GreenYellow)	Au 31 mars 2022
Dette brute sécurisée / EBITDA après loyers $\leq 3,50x$	2,71x
EBITDA après loyers / Coûts financiers nets $\geq 2,50x$	3,41x

Le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers s'établit à 2,71x, avec un EBITDA après loyers de 776 M€ et une dette sécurisée de 2,1 Md€.

Les deux covenants sont confortablement respectés avec :

- Une marge de 611 M€ sur la dette pour le covenant dette brute sécurisée / EBITDA après loyers
- Une marge de 208 M€ sur l'EBITDA pour le covenant EBITDA après loyers / Coûts financiers nets

Le compte séquestre non sécurisé a été débité de 339 M€ et son solde est de 0 € au 31 mars 2022. Suite à la notification du 28 mars 2022, le Groupe a remboursé par anticipation l'obligation de maturité juin 2022 le 20 avril 2022.

Le solde du compte séquestre sécurisé s'élève à 145 M€ au 31 mars 2022, niveau identique au 31 décembre 2021.

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

ANNEXES – AUTRES INFORMATIONS

Principales variations de périmètre

- Leader Price : le chiffre d'affaires des magasins intégrés destinés à être cédés est présenté en activités abandonnées sur les périodes 2021 et 2022
- Conversion de 9 hypermarchés Géant Casino en supermarchés Casino depuis le 1^{er} juillet 2021

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T1 2021	T1 2022	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	6,5955	5,8696	+12,4%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	4,2860	4,3877	-2,3%
Uruguay (EUR/UYU)	51,9487	48,5345	+7,0%
Argentine ¹ (EUR/ARS)	107,5688	123,3444	-12,8%

Volume d'affaires France par enseigne

<i>VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, hors essence)</i>	T1 2022	Variation (y compris calendaire)
Monoprix	1 109	-4,2%
Franprix	417	-2,3%
Supermarchés	635	+0,2%
Hypermarchés	688	-8,7%
Proximité & Divers	598	+2,9%
<i>dont Proximité</i>	503	+7,8%
TOTAL FRANCE RETAIL	3 447	-3,0%

<i>VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT (en M€, hors essence)</i>	T1 2022	Variation (y compris calendaire)
Total France Retail	3 447	-3,0%
Cdiscount	740	-7,9%
TOTAL FRANCE RETAIL ET CDISCOUNT	4 187	-3,9%

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	30 juin 2021	30 sept. 2021	31 déc. 2021	31 mars 2022
HM Géant Casino	95	95	95	97
<i>dont Affiliés Franchisés France</i>	3	3	3	3
<i>Affiliés International</i>	7	7	7	9
SM Casino	422	425	429	437
<i>dont Affiliés Franchisés France</i>	64	63	61	60
<i>Affiliés International</i>	22	25	26	27
Monoprix (Monop', Naturalia...)	830	833	838	842
<i>dont Affiliés Franchisés</i>	201	203	206	215
<i>Naturalia Intégrés</i>	203	200	198	198
<i>Naturalia Franchisés</i>	39	44	51	51
Franprix (Franprix, Marché d'à côté...)	890	906	942	978
<i>dont Franchisés</i>	533	564	614	649
Proximité (Spar, Vival, Le Petit Casino...)	5 502	5 563	5 728	5 859
Autres activités	320	303	286	287
Total France	8 059	8 125	8 318	8 500

INTERNATIONAL	30 juin 2021	30 sept. 2021	31 déc. 2021	31 mars 2022
ARGENTINE	25	25	25	25
HM Libertad	15	15	15	15
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	10
URUGUAY	92	93	94	93
HM Géant	2	2	2	2
SM Disco	30	30	30	30
SM Devoto	24	24	24	24
SUP Devoto Express	34	35	36	35
Môte	2	2	2	2
BRÉSIL	1 058	1 064	1 021	917
HM Extra	103	103	72	31
SM Pão de Açúcar	181	181	181	181
SM Extra	147	146	146	146
Compre Bem	28	28	28	28
Assaf (Cash & Carry)	187	191	212	216
SUP Mini Mercado Extra & Minuto	236	239	240	241
Pão de Açúcar	102	102	68	0
Drugstores	74	74	74	74
+ Stations-service	74	74	74	74
COLOMBIE	2 006	2 035	2 063	2 036
HM Éxito	92	92	91	91
SM Éxito et Carulla	155	153	158	153
SM Super Inter	61	61	61	60
Surtimax (discount)	1 577	1 607	1 632	1 619
<i>dont « Aliados »</i>	1 505	1 536	1 560	1 549
B2B	34	34	36	37
SUP Éxito Express et Carulla Express	87	88	85	76
CAMEROUN	3	4	4	4
Cash & Carry	3	4	4	4
Total International	3 184	3 221	3 207	3 075

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 - LR_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 - directiondelacomunication@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.