

## CHIFFRE D’AFFAIRES DU QUATRIEME TRIMESTRE ET DE L’ANNEE 2022

### Forte croissance au Latam, accélération de l’expansion en France

Sur l’année 2022, croissance du chiffre d’affaires Groupe tirée par le Latam et les formats porteurs en France, dans un environnement marqué par l’inflation

- **Chiffre d’affaires Groupe : 33,6 Mds€ (+5,2% en comparable, +10% en données publiées)**
- **France Retail : +1,5% en comparable** avec de solides performances pour la proximité (+6,6%) et Franprix (+3,4%)
- **Cdiscount : amélioration du mix avec une quote-part de la marketplace à 52% du GMV total (+6pts)** dans un marché du e-commerce en contraction
- **Amérique latine : +12% en comparable (+23% en données publiées)** avec d’excellentes performances d’Assai (+31% en publié<sup>1</sup>, +10% en comparable<sup>1</sup>) et Grupo Éxito (+21% en publié<sup>1</sup>, +21% en comparable<sup>1</sup>)

**4<sup>ème</sup> trimestre 2022 : forte croissance au Latam, stabilité en France**

- **Chiffre d’affaires Groupe : 9,2 Mds€ (+4,4% en données comparables, +10% en données publiées)**
- **France Retail : ventes stables en comparable (+0,1%)**, en croissance dans les enseignes parisiennes (Franprix +5,5%, Monoprix +1,8%) et la proximité (+4,4%)
- **Cdiscount : accélération de la marketplace qui représente 54% du GMV total (+9pts)**
- **Amérique latine : +12% en comparable (+24% en données publiées)** avec d’excellentes performances d’Assai (+38% en publié<sup>1</sup>, +11% en comparable<sup>1</sup>) et Grupo Éxito (+18% en publié<sup>1</sup>, +16% en comparable<sup>1</sup>)

**Succès du plan d’expansion en France**

- **879 magasins ont été ouverts dans des formats de proximité en 2022**, au-delà de la cible de 800, dont 352 au 4<sup>ème</sup> trimestre, principalement en franchise
- Au total, les ouvertures et nouveaux adhérents en proximité ou supermarchés en 2022 représentent un **volume d’affaires année pleine de plus de 500 M€**

### Chiffre d’affaires consolidé par segment

CA HT (en M€)	T4 2022 / T4 2021				2022 / 2021			
	T4 2022	Variation			2022	Variation		
		totale	organique <sup>2</sup>	comparable <sup>2</sup>		totale	organique <sup>2</sup>	comparable <sup>2</sup>
France Retail	3 636	-0,3%	-0,9%	+0,1%	14 205	+1,0%	+0,4%	+1,5%
Cdiscount	451	-23,8%	-23,8%	-23,8%	1 620	-20,2%	-20,5%	-20,5%
<b>Total France</b>	<b>4 087</b>	<b>-3,6%</b>	<b>-4,4%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>15 825</b>	<b>-1,7%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-2,6%</b>
Latam Retail	5 068	+23,7%	+13,4%	+12,0%	17 785	+23,1%	+10,5%	+12,3%
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>9 155</b>	<b>+9,8%</b>	<b>+4,6%</b>	<b>+4,4%</b>	<b>33 610</b>	<b>+10,0%</b>	<b>+3,8%</b>	<b>+5,2%</b>
GMV Cdiscount <sup>3</sup>	940	-22,2%	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	3 497	-16,8%	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2022, l’impact du change est de +5,7%, l’effet essence de +0,4%, l’effet calendaire de -0,2% et l’effet périmètre de -0,7%.

En 2022, l’impact du change est de +6,4%, l’effet essence de +0,3%, l’effet calendaire de -0,2% et l’effet périmètre de -0,3%.

<sup>1</sup> Données publiées par la filiale

<sup>2</sup> Hors essence et calendaire

<sup>3</sup> Données publiées par la filiale, GMV TTC

## Chiffre d'affaires consolidé France par enseigne

CA HT par enseigne (en M€)	T4 2022 / T4 2021				2022 / 2021			
	T4 2022	Variation			2022	Variation		
		totale	organique <sup>1</sup>	comparable <sup>1</sup>		totale	organique <sup>1</sup>	comparable <sup>1</sup>
Hypermarchés	756	-15,9% <sup>2</sup>	-6,1%	-6,2%	3 091	-10,2% <sup>2</sup>	-1,0%	-0,1%
Supermarchés	886	+15,5% <sup>2</sup>	-6,7%	-4,0%	3 402	+13,5% <sup>2</sup>	-2,2%	-0,4%
Proximité & Divers <sup>3</sup>	434	+2,1%	-0,9%	+4,5%	1 842	+3,1%	+1,4%	+6,6%
<i>dont Proximité<sup>4</sup></i>	342	+4,7%	+5,6%	+4,4%	1 507	+8,0%	+8,8%	+6,6%
Monoprix	1 179	-1,0%	+4,2%	+1,8%	4 393	-0,3%	+1,8%	+1,2%
Franprix	381	+4,3%	+4,6%	+5,5%	1 477	+2,7%	+3,5%	+3,4%
<b>FRANCE RETAIL</b>	<b>3 636</b>	<b>-0,3%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>14 205</b>	<b>+1,0%</b>	<b>+0,4%</b>	<b>+1,5%</b>

## Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, y compris essence)	Variation (y compris calendaire)		
	T4 2022	T4 2022	FY 2022
Hypermarchés	840	-11,4%	-6,9%
Supermarchés	925	+12,6%	+10,7%
Proximité & Divers	629	+4,6%	+2,4%
<i>dont Proximité</i>	537	+9,8%	+7,8%
Monoprix	1 251	+0,6%	+0,9%
Franprix	454	+7,9%	+4,1%
<b>TOTAL FRANCE</b>	<b>4 098</b>	<b>+1,6%</b>	<b>+1,7%</b>

Sur le segment France Retail, les ventes 2022 s'élèvent à 14 205 M€, en croissance de +1,5% en comparable. Sur le 4<sup>ème</sup> trimestre, les ventes s'établissent à 3 636 M€, stables en comparable (+0,1%).

Le trimestre a été marqué par une **nette accélération de la stratégie d'expansion sur les formats de proximité**, liée notamment à l'arrivée de masterfranchisés en octobre dernier (Magne, Bérard...). Le Groupe a ainsi ouvert **352 nouveaux magasins au cours du trimestre sur les formats de proximité** (Franprix, Spar, Vival...), soit **879 nouveaux magasins sur l'année**, surpassant l'objectif initial de 800 ouvertures en 2022.

Le Groupe a également accéléré le rythme de conversion de ses hypermarchés traditionnels Géant en **Casino Hyper Frais** avec **32 nouvelles conversions réalisées au 4<sup>ème</sup> trimestre** (après 15 conversions au T3 et 4 au T2), portant le nombre de conversions totales à 51 à fin 2022. Les 10 hypermarchés restants seront convertis au format Casino Hyper Frais au cours du premier semestre 2023.

Cette stratégie s'est traduite par le **renforcement de la fidélisation des clients** à travers le succès des abonnements dans les enseignes Casino, Monoprix et Naturalia. Le Groupe compte plus de **370 000 abonnements** payants à fin 2022 (vs 300 000 fin juin 2022).

**L'e-commerce alimentaire** enregistre une croissance de son chiffre d'affaires de **+8%** sur le trimestre.

<sup>1</sup> Hors essence et calendaire

<sup>2</sup> Croissance totale incluant la conversion de 20 hypermarchés en supermarchés

<sup>3</sup> Divers : essentiellement Geimex

<sup>4</sup> Le chiffre d'affaires comparable de la Proximité inclut la performance comparable des magasins franchisés

## Au sein des enseignes :

- Le chiffre d'affaires de **Monoprix**<sup>1</sup> progresse de **+1,2% en comparable sur l'année et de +1,8% sur le trimestre**. Les magasins Monoprix City et Monop' enregistrent une croissance comparable des ventes de +2,8% et une hausse de +4% du trafic client sur le trimestre, soutenus par le dynamisme de Monop' (+9% en comparable, trafic clients +10%). Sur le trimestre, l'enseigne a poursuivi l'expansion de son parc de magasins avec **16 ouvertures de magasins, portant à 54 le nombre d'ouvertures sur l'ensemble de l'année**, principalement en franchise. Monoprix prévoit une **accélération de l'expansion**, avec près de 100 nouvelles ouvertures prévues en 2023, principalement sous l'enseigne Monop'.
- Les ventes de **Franprix** s'inscrivent en **hausse de +3,4% en comparable sur l'année et de +5,5% sur le trimestre**, soutenues par une bonne dynamique du trafic clients (+5,4%), la vente des produits Leader Price (représentant 8,5% des ventes au 4<sup>ème</sup> trimestre avec une quote part cible de 10% en 2023) et l'accélération du e-commerce. Le volume d'affaires progresse de +7,9% sur le trimestre (+4,1% sur l'année). La stratégie d'expansion dans les zones cibles (Paris et région Ile de France, région Rhône-Alpes et arc méditerranéen) s'est poursuivie avec **l'ouverture de 33 magasins sur le trimestre** et la signature de **3 nouveaux masterfranchisés en décembre**. Sur l'ensemble de l'année, l'enseigne a ainsi ouvert **181 magasins**, dont 136 en Ile de France (parc de 960 magasins en Ile de France à fin 2022). Pour 2023, l'enseigne prévoit de maintenir ce rythme d'ouverture et d'intensifier sa stratégie de ralliement au premier semestre.
- Le chiffre d'affaires de la **Proximité** affiche une **croissance de +6,6% en comparable sur l'année et de +4,4% sur le trimestre**, tiré par l'attractivité d'un format adapté aux besoins des clients dans les zones porteuses. Le volume d'affaires progresse de +9,8% sur le trimestre (+7,8% sur l'année). **L'expansion du parc de magasins s'est accélérée ce trimestre avec 306 ouvertures**, dont 161 points de vente en régions Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie et en Provence-Alpes-Côte d'Azur correspondant à l'arrivée de **masterfranchisés** en octobre dernier (Magne, Bérard...). Le **nombre total d'ouvertures s'élève à 652 en 2022**, soit près de 2 magasins par jour.
- En croissance sur les 9 premiers mois de l'année, les **Supermarchés Casino et Hypermarchés montrent une inflexion de tendance au 4<sup>ème</sup> trimestre** dans un environnement concurrentiel plus difficile en fin d'année, dans lequel le Groupe a maîtrisé ses dépenses de promotions et de communication. Les supermarchés bénéficient néanmoins d'une croissance solide de +7,3% du volume d'affaires sur les formats franchisés sur le trimestre (dont +2% en croissance comparable). Dans ce contexte, la priorité au 1<sup>er</sup> trimestre 2023 est donnée à :
  - La mise en place de mesures de réajustement tarifaire et d'ajustement des politiques promotionnelles dans les deux enseignes (lancées en décembre) ;
  - L'accélération des politiques commerciales ciblées sur les produits Leader Price, dont les ventes enregistrent une croissance de +95% au 4<sup>ème</sup> trimestre en Supermarchés/Hypermarchés : (i) mise à disposition d'un socle de 2 000 produits Leader Price (85% de l'assortiment sécurisé à date), (ii) déploiement de shops in shops (300 à 1 200 références) et corners (50 à 300 références) en magasin, avec l'objectif d'ouverture de respectivement 23 et 200 shops in shops en hypermarchés et supermarchés et l'agrandissement des 150 corners en supermarchés d'ici la fin du 1<sup>er</sup> trimestre, et (iii) objectif de 18 ouvertures de magasins Leader Price au 1<sup>er</sup> trimestre 2023 ;
  - Un plan d'expansion déployé sur 2023, incluant l'arrivée au premier semestre de nouveaux partenaires franchisés précédemment affiliés à d'autres réseaux et un plan de passage en franchise d'une partie du parc.

<sup>1</sup> Monoprix City y compris e-commerce, Monop' et Naturalia

## Cdiscount<sup>1</sup>

Cdiscount accélère sa **transformation vers un modèle économique rentable** :

- Cdiscount enregistre une **forte augmentation de sa marge brute à 23,2% des ventes nettes en 2022** (+1,3pt sur un an, +5,4pts par rapport à 2019), tirée par l'amélioration du mix en faveur du GMV marketplace, qui représente 54% du GMV total au 4<sup>ème</sup> trimestre (+9pts) et 52% sur l'exercice (+6pts sur un an, +13pts par rapport à 2019) ;
- **Les revenus de la marketplace atteignent 191 M€ en 2022** (-2% sur un an), en croissance de +28% par rapport à 2019, avec une augmentation solide et régulière du taux de prise du GMV<sup>2</sup> à 16,2% (+0,7pt sur un an, +1,7pt par rapport à 2019) ;
- Cdiscount poursuit le **développement du marketing digital, dont les revenus ont progressé de +5% sur l'année (x1,8 par rapport à 2019)**, avec une augmentation régulière du taux de prise du GMV<sup>2</sup> sur les dernières années, atteignant 3,1% en 2022 (+0,7pt par rapport à 2021, +1,6pt par rapport à 2019) ;
- **L'expansion des activités B2B** reste un axe majeur de la création de valeur à long terme. **Octopia enregistre une croissance de +66% de ses revenus B2B en 2022, avec 14 nouveaux clients sur l'année** pour sa solution de marketplace clé en main, permettant d'atteindre un total de 26 clients à fin 2022, dont 17 sont déjà sur la plateforme ;
- **L'exécution du plan d'économie de 75 M€ en année pleine à fin 2023** se poursuit, surperformant les objectifs initialement fixés. Il a permis de générer **47 M€ d'économies en 2022** (29 M€ de baisse des frais généraux et 18 M€ de baisse des investissements), soit **17 M€ de plus que les économies attendues**.

Chiffres clés (en M€)	2022	2021	Croissance publiée	Croissance organique
<b>GMV (volume d'affaires) total TTC<sup>3</sup></b>	<b>3 497</b>	<b>4 206</b>	<b>-16,8%</b>	<b>-14,5%</b>
<i>dont ventes en propre</i>	1 340	1 840	-27,2%	
<i>dont marketplace</i>	1 421	1 518	-6,4%	
Quote-part marketplace (%)	51,5%	45,2%	+6,3 pts	
Revenus marketplace <sup>4</sup>	191	196	-2,2%	
Revenus marketing digital <sup>4</sup>	71	68	+5,4%	
Revenus B2B Octopia <sup>4</sup>	19	11	+66,4%	
<b>Chiffre d'affaires<sup>4</sup></b>	<b>1 700</b>	<b>2 163</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-20,7%</b>

*Cnova a publié ses résultats annuels 2022 le 22 février 2023 avant Bourse.*

<sup>1</sup> Données publiées par Cnova NV. 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

<sup>2</sup> Ratio de revenu sur volume d'affaires hors taxes

<sup>3</sup> Le GMV (gross merchandise volume) comprend, toutes taxes comprises, les ventes de marchandises, les autres revenus et le volume d'affaires de la marketplace (sur la base des commandes validées et expédiées) et inclut le volume d'affaires des services et d'Octopia

<sup>4</sup> Hors taxes

## Latam Retail

Le chiffre d'affaires du Groupe en **Amérique Latine** (Assaí, GPA Brazil et Grupo Éxito) est en **croissance totale de +23,7% sur le trimestre, de +12,0% en comparable et de +13,4% en organique**. Le trimestre a de nouveau été marqué par l'excellente performance d'Assaí et de Grupo Éxito.

**Conversion des hypermarchés Extra** : le processus de conversion des hypermarchés Extra au format cash & carry d'Assaí s'est accéléré au 4<sup>ème</sup> trimestre, totalisant **47 conversions à fin 2022** (dont 33 au cours du trimestre), **en avance sur l'objectif de 45 conversions au second semestre 2022**. Par ailleurs, **GPA a achevé la transformation des hypermarchés Extra non cédés à Assaí en 2022**, avec 23 magasins convertis en supermarchés Mercado Extra, Compre Bem et Pão de Açúcar.

- Le chiffre d'affaires du **Brésil** progresse de **+ 9,7% en comparable** et de **+12,2% en organique** :
  - **Assaí<sup>1</sup>** enregistre une **croissance organique de +38% sur le trimestre**, tirée par une solide performance des magasins comparables (**+10,5%**) et l'excellente performance **des 60 magasins inaugurés au cours de l'année**. Dans un contexte macroéconomique perturbé au Brésil, Assaí est parvenu à enregistrer des gains de parts de marché significatifs tout en surpassant les attentes en matière d'expansion avec (i) un nouveau record de 60 ouvertures en 2022, en avance sur l'objectif initial de 52 ouvertures et (ii) une surperformance des 47 magasins convertis, qui figurent déjà parmi les plus performants en termes de trafic client, renforçant ainsi les attentes du projet de conversion ;
  - Les ventes de **GPA Brazil<sup>1</sup>** progressent de **+7,3% en comparable**, en amélioration séquentielle par rapport au T3 (+6,6%). Hors effet de la fermeture des hypermarchés, les **ventes en ligne** du trimestre progressent de **+7%** sur un an.
    - La **Proximité** enregistre une **croissance comparable à deux chiffres de +17,3%**, tirée par une hausse de trafic dans les zones à forte densité ;
    - Les enseignes **Compre Bem** et **Mercado Extra** affichent une **croissance comparable de +4,1%** ;
    - Les ventes de **Pão de Açúcar** progressent de **+6,7% en comparable**, principalement grâce aux progrès réalisés dans la stratégie visant à accroître la pénétration des produits frais, ainsi qu'à la forte croissance des articles de première nécessité.
- Pour le sixième trimestre consécutif, **Grupo Éxito<sup>1</sup>** enregistre une croissance comparable à deux chiffres (**+16,3%**), avec de solides performances dans ses 3 pays d'activité. La croissance a de nouveau été tirée par l'augmentation du trafic en magasin et la bonne performance des formats innovants. Les ventes omnicanales ont représenté 9,5% des ventes totales sur le trimestre.
  - **Colombie** : croissance comparable de **+12,1%**, tirée par la solide performance de l'activité cash & carry. La part des ventes omnicanales dans le pays a augmenté de +0,5pt sur un an et représente 11,9% des ventes totales ce trimestre ;
  - **Uruguay** : progression des ventes de **+13,7%** en comparable ;
  - **Argentine** : croissance comparable des ventes de **+95%**, supérieure à l'inflation (environ +76% au cours du trimestre).

*Assaí a publié ses résultats annuels 2022 le 15 février 2023 après Bourse,  
GPA et Grupo Éxito ont publié leurs résultats annuels 2022 le 27 février 2023 après Bourse.*

<sup>1</sup> Données publiées par les filiales – Variations comparables de GPA hors stations-service

## Parc de magasins

FRANCE	31 déc. 2021	31 mars 2022	30 juin 2022	30 sept. 2022	31 déc. 2022
<b>HM Géant Casino / Hyper frais</b>	<b>95</b>	<b>97</b>	<b>77</b>	<b>77</b>	<b>77</b>
dont Affiliés Franchisés France	3	3	3	3	3
Affiliés International	7	9	9	9	9
<b>SM Casino</b>	<b>429</b>	<b>437</b>	<b>464</b>	<b>461</b>	<b>474</b>
dont Affiliés Franchisés France	61	60	62	63	63
Affiliés International	26	27	27	23	24
<b>Monoprix (Monop', Naturalia...)</b>	<b>838</b>	<b>842</b>	<b>853</b>	<b>849</b>	<b>858</b>
dont Affiliés Franchisés	206	215	226	235	255
Naturalia Intégrés	198	198	194	183	181
Naturalia Franchisés	51	51	55	63	65
<b>Franprix</b>	<b>942</b>	<b>978</b>	<b>1 035</b>	<b>1 069</b>	<b>1 098</b>
dont Franchisés	614	649	711	747	775
Enseigne Franprix	782	799	822	836	864
Enseigne autres (Marché d'à côté...)	160	179	213	233	234
<b>Proximité</b>	<b>5 728</b>	<b>5 859</b>	<b>5 960</b>	<b>6 060</b>	<b>6 313</b>
dont Vival	1 724	1 762	1 779	1 786	1 978
dont Spar	898	903	908	913	951
dont Petit Casino et assimilés	946	985	1 019	1 043	1 048
dont pétroliers	1 370	1 393	1 400	1 414	1 422
dont affiliés	90	92	92	94	100
dont autres points de vente de proximité <sup>1</sup>	700	724	762	810	814
<b>Leader Price<sup>2</sup></b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>65</b>	<b>63</b>	<b>66</b>
<b>Autres activités<sup>3</sup></b>	<b>222</b>	<b>223</b>	<b>216</b>	<b>218</b>	<b>221</b>
<b>Total France</b>	<b>8 322</b>	<b>8 504</b>	<b>8 670</b>	<b>8 797</b>	<b>9 107</b>
<b>INTERNATIONAL</b>	<b>31 déc. 2021</b>	<b>31 mars 2022</b>	<b>30 juin 2022</b>	<b>30 sept. 2022</b>	<b>31 déc. 2022</b>
<b>ARGENTINE</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>33</b>
HM Libertad	15	15	16	14	14
DI Libertad	0	0	0	5	9
SUP Mini Libertad et Petit Libertad	10	10	10	10	10
<b>URUGUAY</b>	<b>94</b>	<b>93</b>	<b>93</b>	<b>92</b>	<b>96</b>
HM Géant	2	2	2	2	2
SM Disco	30	30	30	30	30
SM Devoto	24	24	24	24	26
SUP Devoto Express	36	35	35	34	36
Möte	2	2	2	2	2
<b>BRÉSIL</b>	<b>1 021</b>	<b>917</b>	<b>914</b>	<b>932</b>	<b>998</b>
Assaí (Cash & Carry)	212	216	220	233	263
HM Extra	72	31	21	5	3
SM Pão de Açúcar	181	181	179	190	194
SM Extra	146	146	149	153	154
Compre Bem	28	28	30	30	29
SUP Mini Mercado Extra & Minuto Pão de Açúcar	240	241	241	247	281
Drugstores	68	0	0	0	0
+ Stations-service	74	74	74	74	74
<b>COLOMBIE</b>	<b>2 063</b>	<b>2 036</b>	<b>2 049</b>	<b>2 068</b>	<b>2 155</b>
HM Éxito	91	91	91	91	94
SM Éxito et Carulla	158	153	153	153	154
SM Super Inter	61	60	60	60	60
Surtimax (discount)	1 632	1 619	1 634	1 652	1 733
dont « Aliados »	1 560	1 549	1 564	1 585	1 663
B2B	36	37	41	42	46
SUP Éxito Express et Carulla Express	85	76	70	70	68
<b>Total Amérique latine</b>	<b>3 203</b>	<b>3 071</b>	<b>3 082</b>	<b>3 121</b>	<b>3 282</b>

<sup>1</sup> Points de ventes sous enseignes spécifiques bénéficiant d'un contrat d'approvisionnement Casino

<sup>2</sup> Magasins Leader Price en France. Les magasins Leader Price franchisés à l'international (Geimex) sont comptabilisés dans « Autres activités »

<sup>3</sup> Les autres activités comprennent notamment les magasins Geimex et 3C Cameroun



## ANNEXES – AUTRES INFORMATIONS

### Principales variations de périmètre

- Conversion de 20 hypermarchés Géant Casino en supermarchés Casino au 1<sup>er</sup> mai 2022
- Cession de Sarenza au 1<sup>er</sup> octobre 2022 (Monoprix)

### Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	2021	2022	Effet de change
Brésil (EUR/BRL)	6,3797	5,4376	+17,3%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	4,4265	4,4718	-1,0%
Uruguay (EUR/UYP)	51,5217	43,3788	+18,8%
Argentine <sup>1</sup> (EUR/ARS)	116,7629	190,4643	-38,7%

### Contacts analystes et investisseurs

-

**Christopher WELTON** + 33 (0)1 53 65 64 17 - [cwelton.exterieur@groupe-casino.fr](mailto:cwelton.exterieur@groupe-casino.fr)

ou

+ 33 (0)1 53 65 24 17 - [IR\\_Casino@groupe-casino.fr](mailto: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](mailto:sabadie@groupe-casino.fr)

ou

+ 33(0)1 53 65 24 78 - [directiondelacomunication@groupe-casino.fr](mailto:directiondelacomunication@groupe-casino.fr)

-

**Agence IMAGE 7**

**Karine ALLOUIS** +33 (0)1 53 70 74 84 - [kallouis@image7.fr](mailto:kallouis@image7.fr)

**Laurent POINSOT** + 33(0)6 80 11 73 52 - [lpoinsot@image7.fr](mailto:lpoinsot@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.*

<sup>1</sup> 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