

Troisième trimestre 2023 – France

Chiffre d'affaires :

- En France Retail, variation de **-5,6% en données comparables**, reflétant :
 - l'effet des mesures de réajustement tarifaire en Supermarchés / Hypermarchés prises sur T1. **Le retournement commercial des supermarchés historiques se confirme** avec un trafic clients et des volumes désormais positifs¹ à respectivement +8% et +3% en 4S, tandis que les hypermarchés enregistrent une amélioration progressive de leur trafic clients
 - une croissance de +0,4% des enseignes parisiennes et de proximité**, pénalisée par la météo défavorable ayant impacté les ventes non alimentaires. Les ventes alimentaires sont à +1,3%
- Chez **Cdiscount**, la réduction assumée des ventes en propres non rentables se poursuit, tandis que la GMV marketplace est repartie en croissance à +1% et les revenus de services sont en augmentation de 7%. L'ensemble se traduit par un recul total des ventes de -25%
- Au total, le **chiffre d'affaires France** est en variation de **-8,3% en données publiées** et de **-8,2% en données comparables**

Indicateurs financiers :

- **EBITDA France à 136 M€** (-12 M€ après loyers) impacté par les mesures de baisse de prix. La baisse enregistrée sur un an est moindre qu'au T2, sous l'effet de l'amélioration séquentielle des supermarchés et hypermarchés
- **Dettes financières nettes France à 5,6 Mds€** au 30 septembre 2023 soit une hausse de +0,2 Md€ par rapport au 30 juin 2023
- **La liquidité au 30 septembre 2023 s'élève à 1,3 Md€** dont 945 M€ de cash disponible (incluant le produit de la cession ITM)

Cessions d'actifs :

- **Cession de 61 magasins à ITM pour au moins 160 M€ nets et encaissement d'un acompte de 140 M€ supplémentaires** pour une cession d'environ 70 magasins à réaliser d'ici 3 ans
- **Signature d'un accord préalable** avec Grupo Calleja pour la **vente de la participation directe de Casino dans Grupo Éxito pour 400 M\$**, avec une réalisation prévue autour de la fin de l'année

Accord sur le plan de restructuration

- **Accord de lock-up** conclu le 5 octobre et **ouverture d'une procédure de sauvegarde accélérée** le 25 octobre 2023

Actualisation des perspectives 2023

- **Compte tenu des investissements prix nécessaires** pour poursuivre le redressement du trafic et des volumes en HM et SM dans un contexte concurrentiel accru, **le Groupe estime désormais que l'EBITDA annuel 2023 après loyers, prévu à 214 M€ en juillet dernier², sera inférieur au niveau atteint fin septembre 2023 sur 12 mois glissants, soit 100 M€**

France Retail

Évolution des ventes comparables³

	T3 2022	T2 2023	T3 2023
Franprix	+8,4%	+4,3%	+2,2%
Monoprix	+4,1%	+2,2%	0,0%
<i>Monoprix City</i>	+4,5%	+2,5%	-0,2%
<i>Monop'</i>	+12,4%	+5,3%	+1,6%
Proximité	+6,3%	+2,7%	+0,4%
Enseignes parisiennes et de proximité	+5,2%	+2,6%	+0,4%
Supermarchés	+1,6%	-13,9%	-11,5%
<i>dont SM historiques⁴</i>	+2,1%	-12,5%	-10,0%
Hypermarchés	+2,2%	-17,1%	-18,6%
Supermarchés / Hypermarchés	+1,9%	-15,3%	-14,4%
FRANCE RETAIL	+3,9%	-4,2%	-5,6%

¹ Données des 4 dernières semaines

² Cf. communiqués des 27 juillet et 20 septembre

³ Hors essence et calendrier

⁴ SM historiques (hors ex-HM), yc SM corses

Sur le segment France Retail, les **ventes du trimestre s'établissent à 3 396 M€, en variation comparable de -5,6%** reflétant une légère croissance des enseignes parisiennes et de proximité (+0,4%), pénalisées par la météo sur les ventes non alimentaires, et un trimestre négatif dans les Supermarchés / Hypermarchés (-14,4%) du fait de la mise en œuvre des mesures de réajustement tarifaire, montrant néanmoins une amélioration séquentielle notamment sur les supermarchés historiques, dont le trafic client et les volumes sont désormais positifs

La stratégie d'expansion s'est poursuivie sur le trimestre, avec l'**ouverture de 91 magasins sur les formats de proximité** (Franprix, Spar, Vival...), principalement en franchise.

Le groupe Casino a également renforcé les **initiatives destinées à soutenir le pouvoir d'achat**, avec notamment :

Monoprix :

- **Baisse des prix sur plus de 760 produits dans tous les magasins** depuis le mois de mai (sur plus de 3 100 produits au total, notamment pour les magasins les plus importants et le e-commerce)
- **Prolongation du blocage des prix** sur 200 produits jusqu'à la fin de l'année
- **Offres à prix coûtant sur les produits frais** depuis début septembre.

Franprix :

- **Baisse des prix de 150 produits essentiels** depuis fin mai, **blocage des prix** des produits TLJ dans tous les magasins Franprix depuis le T2
- **Développement de l'offre de produits Leader Price** (257 références supplémentaires et déploiement de shop-in-shop Leader Price dans 12 magasins au T3)
- **Promotions dédiées à chaque fin de mois**, avec 50 références en réduction immédiate en plus des réductions classiques.

HM/SM/Proximité :

- Poursuite du **panier anti inflation** avec prix bloqués sur 500 références (étendu à 1 000 produits à moins de 2€ depuis début octobre)
- **Mise en place du prix coûtant sur le carburant** sur les HM et quelques SM les week-ends à partir de fin août et tous les jours depuis le 29 septembre
- **Marqueurs prix bas avec l'offre Leader Price** (quote-part de 7% des volumes)
- **Déploiement de la mécanique remises multiples** sur tous les produits à la marque Casino

Par ailleurs, le **développement du partenariat avec Prosol** se poursuit avec le déploiement des implantations Fresh sur l'hypermarché de Montpellier prévu le 6 décembre 2023 et sur le supermarché de Montpellier le 13 décembre 2023.

Chiffre d'affaires trimestriel consolidé France par enseigne

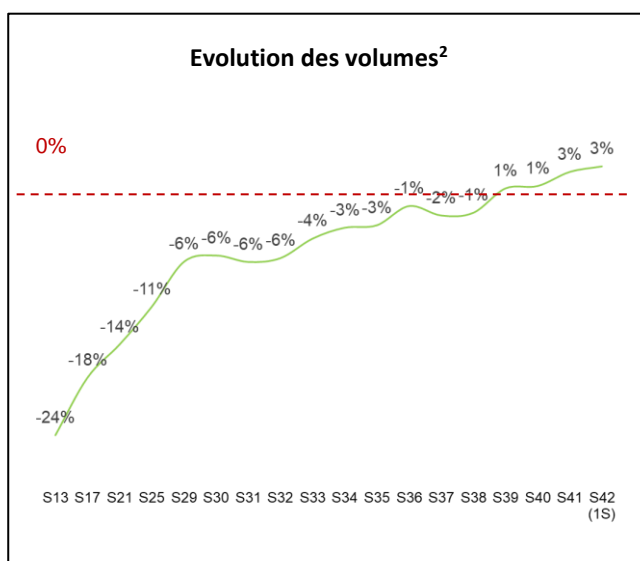
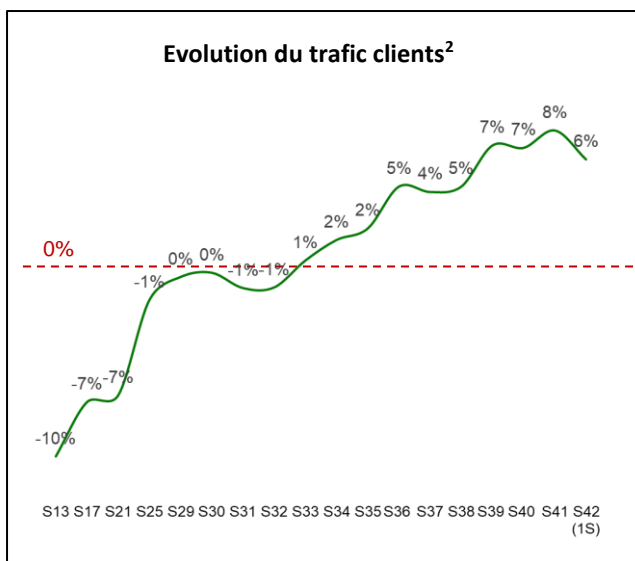
CA HT par enseigne (en M€)	Variation T2 2023 / T2 2022				Variation T3 2023 / T3 2022			
	CA T2 2023	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹	CA T3 2023	Croissance totale	Croissance organique ¹	Croissance comparable ¹
Hypermarchés	582	-24,9%	-17,5%	-17,1%	636	-16,4%	-20,0%	-18,6%
Supermarchés	789	-8,0%	-12,2%	-13,9%	873	-8,9%	-10,7%	-11,5%
Proximité & Divers ²	461	+1,2%	-0,8%	+2,8%	513	-1,9%	-0,8%	+0,7%
<i>dont Proximité³</i>	380	-1,9%	-1,9%	+2,7%	437	-1,6%	0,0%	+0,4%
Monoprix	1 088	-2,1%	+2,2%	+2,2%	1 012	-2,7%	-1,1%	0,0%
Franprix	396	+2,9%	+3,9%	+4,3%	362	+2,9%	+2,9%	+2,2%
FRANCE RETAIL	3 316	-7,5%	-4,8%	-4,2%	3 396	-6,5%	-6,5%	-5,6%

¹ Hors essence et calendaire

² Divers : essentiellement Geimex

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

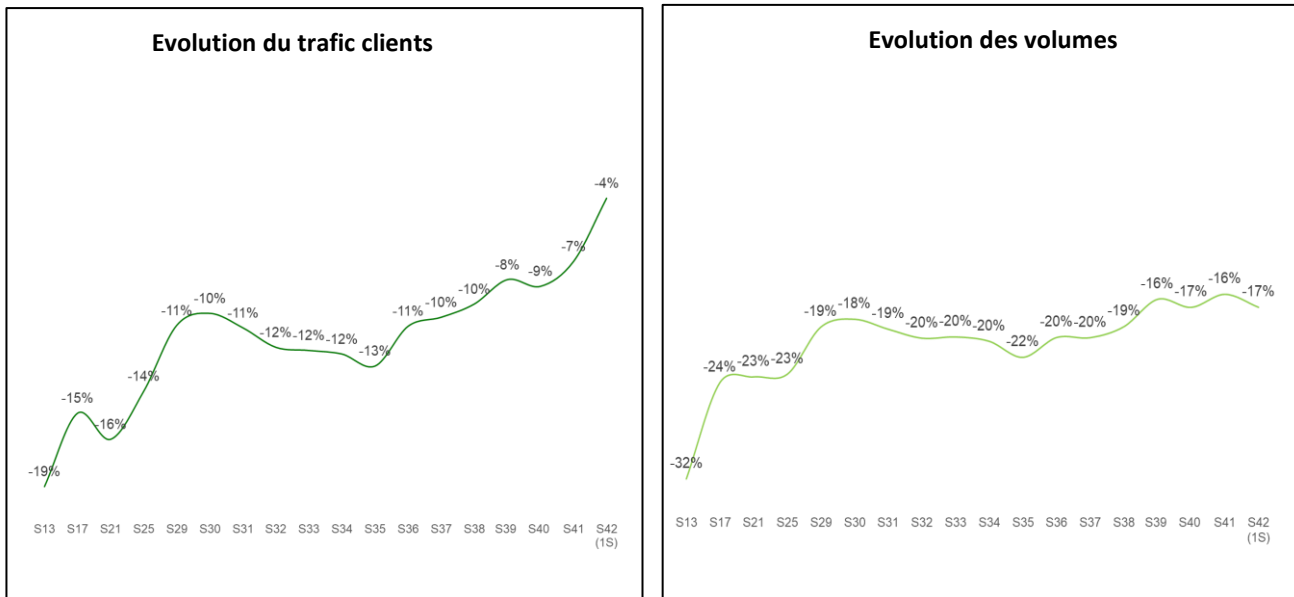
- Le chiffre d'affaires de **Monoprix est stable en comparable sur le trimestre**, reflétant une **performance satisfaisante de l'Alimentaire (+1,6%)** par rapport au Non-alimentaire (-3,8%), impacté principalement par une météo défavorable qui a pesé sur les ventes du segment textile et sur le trafic clients. **Naturalia enregistre un nouveau trimestre de croissance (+1,9%)** dans un marché du bio pourtant toujours difficile, confirmant la dynamique positive observée sur les derniers mois. Sur le trimestre, **Monoprix a poursuivi l'expansion de son parc de magasins avec notamment 7 ouvertures de magasins à l'international**. Par ailleurs, le partenariat Amazon Prime / Monoprix¹ porte ses fruits, permettant de **capter et fidéliser de nouveaux clients à l'abonnement Monopflix (hausse de 30% de la base d'abonnés)**.
- Les ventes de **Franprix s'inscrivent en croissance comparable de +2,2% sur le trimestre**, en décélération séquentielle liée à une base de comparaison difficile (très bonne performance en juillet-août 2022) et un été impacté par les émeutes de début juillet et une météo défavorable. **Le mois de septembre montre un net redressement de la tendance**, avec une croissance comparable de +3,4% et un trafic client en hausse de +4,2% (vs +0,5% sur le trimestre). Sur le trimestre, Franprix enregistre une **croissance à deux chiffres du e-commerce** et a poursuivi sa stratégie d'expansion avec **l'ouverture de 22 magasins sur le trimestre, portant à 98 le nombre d'ouvertures** depuis le début de l'année.
- Le chiffre d'affaires de la **Proximité affiche une croissance comparable de +0,4%** sur le trimestre. **La stratégie d'expansion du parc de magasins et de ralliement se poursuit avec 65 nouvelles ouvertures** de magasins de proximité sur le trimestre.
- Les Supermarchés Casino et Hypermarchés enregistrent à nouveau des ventes en recul (-14,4% en comparable)**, du fait notamment des **baisses de prix** significatives (-10% en moyenne). **Les tendances continuent de s'améliorer sur le trafic clients et les volumes**.
 - Pour les **Supermarchés historiques**, la trajectoire de redressement s'est confirmée sur le trimestre et les dernières semaines montrent une **hausse du trafic clients de l'ordre de +7%** et **des volumes désormais positifs (+3%)**, consolidant le retournement commercial des magasins.



¹ -10% de réduction chez Monoprix pendant 6 mois, en magasin et en ligne, pour tous les abonnés Amazon Prime en France

² Données présentées en 4 semaines à l'exception de la dernière semaine (donnée de la semaine en cours)

- Pour les Hypermarchés, et les ex-hypermarchés exploités sous enseigne Supermarchés, l'inflexion des mesures de réajustement tarifaire reste plus progressive qu'en supermarchés, les hypermarchés nécessitant davantage de temps et d'efforts publicitaires face à la concurrence qui s'est accrue depuis la rentrée. Le trafic client est en amélioration avec un niveau autour de -10% sur le trimestre (~-4% sur les deux dernières semaines). Les volumes restent en-dessous du marché mais l'écart se réduit progressivement.



Cdiscount¹

Conformément à sa stratégie, **Cdiscount a poursuivi ce trimestre la réduction assumée des ventes directes en faveur du développement des services** notamment liés à la **marketplace**, à l'**Advertising²**, aux **services B2C** et aux **activités B2B**.

Amélioration du mix conformément au plan de transformation vers un modèle plus rentable :

- **Diminution de 35% des ventes en propres**
- Evolution du mix en faveur de la marketplace : le **GMV marketplace** enregistre un **retour à la croissance ce trimestre** (+1% sur un an, +9% par rapport à 2019), avec une **quote-part qui a atteint un nouveau niveau record de 63%** (+11 pts sur un an, +23 pts par rapport à 2019)
- **Bonne performance du GMV des Services B2C** s'établissant à 38 M€ (+12% sur un an), principalement tiré par les activités Voyages dans un contexte de marché favorable.

Accroissement des services (+7%) ayant permis une amélioration de +7 pts de la marge brute :

- Les revenus de la marketplace atteignent 46 M€ (+1% sur un an, +29% par rapport à 2019).
- **Les revenus des services d'Advertising atteignent 18 M€ sur le trimestre (+8% sur un an, x2 par rapport à 2019)**, toujours tirés par le **dynamisme du Retail Media** (revenus +11% sur un an), avec une amélioration continue du taux de prise du GMV³, atteignant 4% (+1 pt sur un an, +2,5pts par rapport à 2019).
- Le **développement des activités B2B** s'est poursuivi, avec une **hausse de +54% des revenus B2B d'Octopia** et des **revenus B2B de C-Logistics multipliés par 4 sur un an**.
 - Le **dynamisme d'Octopia** est tiré, d'une part, par les activités Merchants-as-a-Service et Marketplace-as-a-Service, dont les revenus ont été multipliés par 3 sur un an avec notamment le lancement réussi de 2 marketplaces au troisième trimestre, et, d'autre part,

¹ Données publiées par Cnova NV et non auditées. Les données publiées incluent l'ensemble des ventes de Cdiscount

² Publicité et marketing digital

³ Ratio de revenu (hors taxes) sur volume d'affaires (hors taxes)

par les activités Fulfilment-as-a-Service, avec un nombre de colis expédiés en croissance de +28% par rapport à l'année dernière ;

- La **croissance du B2B de C-Logistics** a bénéficié du nombre croissant de colis expédiés pour des clients externes (x6 sur un an).

Plan d'économies :

- **L'exécution du plan d'économies** visant à recalibrer la structure des coûts opérationnels et le niveau des investissements à fin 2023 **est en avance sur l'objectif de 90 M€ d'économies en année pleine** vs 2021 (objectif initial de 75 M€ d'économies annoncé en juillet 2022, révisé à la hausse de 15 M€ d'économies supplémentaires en avril 2023).

Chiffres clés	T3 2022	T3 2023	Variation
GMV (volume d'affaires) total TTC¹	772	668	-13,5%
<i>dont ventes en propre</i>	<i>304</i>	<i>198</i>	<i>-35,0%</i>
<i>dont marketplace</i>	<i>333</i>	<i>336</i>	<i>+0,7%</i>
<i>Quote-part marketplace (%)</i>	<i>52,3%</i>	<i>62,9%</i>	<i>+10,6 pts</i>
Revenus des services	66,9	71,5	+6,9%
<i>Revenus marketplace²</i>	<i>45,4</i>	<i>46,1</i>	<i>+1,4%</i>
<i>Revenus services d'Advertising²</i>	<i>16,5</i>	<i>17,7</i>	<i>+7,8%</i>
<i>Revenus B2B Octopia²</i>	<i>5,0</i>	<i>7,7</i>	<i>+54,0%</i>
Chiffre d'affaires (en M€)	373	281	-24,8%

Cnova a publié son chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre ce matin.

Indicateurs financiers France

EBITDA : l'EBITDA³ du 3^{ème} trimestre est de **136 M€**, et de **-12 M€** après loyers, marqué principalement par les investissements sur les marges dans les hypermarchés et supermarchés Casino.

- Du fait de l'amélioration séquentielle des tendances de volumes de Distribution Casino France, la baisse de l'EBITDA France sur un an s'établit à -196 M€ au T3, moins forte qu'au T2 où elle s'établissait à -311 M€

Sur cette base, l'EBITDA des douze derniers mois avant loyers ressort à 694 M€ et de 100 M€ après loyers.

Dette financière nette (DFN) : au 30 septembre 2023, la DFN⁴ s'établit à 5,6 Mds€ (en hausse de +0,2 Md€ par rapport au 30 juin 2023).

Liquidité : au 30 septembre 2023, la liquidité du Groupe en France s'élève à **1,3 Md€**, dont 945 M€ de cash disponible et 311 M€ de cash non disponible ou en transit.

Au 30 septembre 2023, le Groupe a encaissé le produit de cession des premiers magasins ITM et l'acompte au titre de la cession d'environ 70 magasins supplémentaires à réaliser dans les 3 ans.

¹ 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 B2C et des activités Octopia et C-Logistics

² Hors taxes

³ Périmètre tel que défini dans les documentations de refinancement obligataire avec principalement Segisor et Wilkes comptabilisés dans le périmètre France Retail + E-commerce (y compris GreenYellow)

⁴ Périmètre France Retail + E-commerce y compris Segisor (hors GreenYellow) ; dette financière brute au 30/09/23 : 6,9 Mds€ dont obligations non sécurisées pour 2,2 Mds€, RCF pour 2,1 Mds€, Term Loan B pour 1,4 Md€ et Quatrim pour 0,6 Md€

Actualisation des Perspectives 2023

Le chiffre d'affaires et l'EBITDA des 9 premiers mois 2023 restent impactés par les mesures de réajustement tarifaire et la reprise plus progressive des Hypermarchés et Supermarchés.

Compte tenu des investissements prix nécessaires pour poursuivre le redressement du trafic et des volumes dans un contexte concurrentiel accru, le Groupe estime désormais que l'EBITDA annuel sera inférieur au niveau atteint fin septembre 2023 sur 12 mois glissants (100 M€ après loyers contre une prévision de 214 M€ en juillet dernier)¹.

Cessions d'actifs

France

Fin septembre 2023, **le Groupement Les Mousquetaires et le groupe Casino ont conclu la cession d'un ensemble de 61 points de vente issus du périmètre Casino France** (HM, SM, Franprix, Proximité) réalisant un chiffre d'affaires magasins pour l'année 2022 de 563 M€ HT.

La cession a été réalisée sur la base d'une valeur d'entreprise de 209 M€ y compris stations-services. **Le prix de cession net, après ajustements de BFR et provisions dépendant des comptes finaux des magasins, devrait être d'au moins 160 M€**, le Groupe ayant encaissé le montant provisoire de la cession dès fin septembre.

Le Groupement Les Mousquetaires a d'ores et déjà pris possession de 58 des 61 points de vente cédés.

Parallèlement, le Groupe a encaissé 140 M€ d'acomptes sur la seconde vague de cessions de magasins (à réaliser d'ici 3 ans).

Latam

A la suite du spin-off de GPA et Grupo Éxito fin août 2023, **le groupe Casino a pris la décision d'entrer dans un processus de cession de Grupo Éxito.**

Son Conseil d'administration a approuvé vendredi 13 octobre 2023 la signature d'un **accord préalable avec Grupo Calleja**, qui détient le premier groupe de distribution alimentaire au Salvador, pour la **vente de la totalité de la participation de Casino dans Grupo Éxito, soit 34,05 %** du capital social de Grupo Éxito. **GPA, qui détient 13,31% des actions de Grupo Éxito, est également partie de l'accord préalable** et a accepté de vendre sa participation dans le cadre de l'OPA.

Le prix, qui sera payé en numéraire, représente un total de **400 M\$ pour la participation directe du groupe Casino** et de **156 M\$ pour la participation de GPA**. La clôture de l'OPA est prévue autour de la fin de l'année.

(cf. communiqué du 16 octobre 2023)

¹ Cf. communiqués des 27 juillet et 20 septembre

Engagements RSE

Au troisième trimestre, le groupe Casino a poursuivi ses engagements sociaux, sociétaux et environnementaux à travers plusieurs axes :

La lutte contre le changement climatique

- Le Comité Exécutif a réaffirmé son engagement en faveur de la lutte contre le changement climatique en participant à la Fresque du Climat
- Plus de 180 collaborateurs ont déjà été sensibilisés à la Fresque
- Les actions RSE du groupe Casino ont été reconnues par 2 Prix « LSA La conso s'engage » en septembre pour ses actions en faveur du climat.

Un commerce plus responsable

- Les enseignes se sont mobilisées dans le cadre de la journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire rappelant leurs engagements :
 - Franprix a sauvé 2,4 millions de repas depuis le début de l'année avec 840 tonnes de dons de produits aux associations, 300 000 paniers anti-gaspi vendus sur les plateformes Phenix et Too Good To Go et 47 000 box anti-gaspi fruits et légumes / viennoiseries vendues en magasin
 - Monoprix donne ses invendus à plus de 400 associations venant en aide aux plus démunis grâce à ses partenaires Banques Alimentaires, Croix-Rouge française, Secours populaire français... (18,5 millions de repas ont été distribués en 2022)
- Casino propose désormais 80 références à marque propre certifiés Max Havelaar/Fairtrade
- Cdiscount soutient les produits responsables qui représentent 18,6% du GMV Produit au troisième trimestre (+5pts vs 2022).

L'égalité professionnelle

- Lancement des premières Fresque de l'Équité afin de continuer à sensibiliser les collaborateurs aux enjeux des inégalités entre les femmes et les hommes
- L'index Égalité du Groupe est de 94/100 en 2023.

La solidarité

- Les enseignes Casino, Franprix, Monoprix et Cdiscount ont collecté 225 000 € dans le cadre de l'opération « Septembre en Or » de Gustave Roussy afin de soutenir la recherche médicale pour guérir le cancer de l'enfant au 21ème siècle.

Procédure de conciliation

Le Président du Tribunal de Commerce de Paris a ouvert le 25 mai 2023 une procédure de conciliation au bénéfice du groupe Casino pour une durée initiale de quatre mois, prorogée d'un mois jusqu'au 25 octobre 2023. Cette procédure a eu pour objectif de permettre au Groupe d'engager des discussions avec ses créanciers financiers dans un cadre juridiquement sécurisé.

En vue du renforcement des fonds propres du Groupe et de la restructuration de son endettement financier, le Groupe a conclu un accord de principe le 27 juillet 2023 avec EP Global Commerce a.s., Fimalac et Attestor (« le Consortium ») et certains créanciers titulaires de sûretés, puis le 18 septembre 2023 avec un groupe ad hoc des porteurs des obligations émises par Quatrim représentant une majorité de porteurs de ces obligations.

Le 5 octobre 2023, un accord de *lock-up* a été conclu avec le Consortium et des créanciers. Au 17 octobre 2023, les créanciers suivants ont adhéré à l'accord :

- des créanciers détenant économiquement 98,6% du Term Loan B ;
- des principaux groupes bancaires commerciaux et certains des créanciers susvisés détenant économiquement 90,0% du RCF ;
- des porteurs des obligations émises par Quatrim représentant 78,0% de ces obligations ;
- 51,0% des créanciers financiers non sécurisés (obligations *high yield*, obligations EMTN, et NEU CP) ; et
- 44,3% des porteurs de TSSDI.

Le 25 octobre 2023, le groupe Casino annonce l'ouverture de procédures de sauvegarde accélérée au bénéfice de Casino, Guichard-Perrachon et de certaines de ses filiales¹ afin de mettre en œuvre le plan de restructuration du Groupe conformément aux termes de l'accord de *lock-up* conclu le 5 octobre 2023 dans le cadre des procédures de conciliation.

Toutes les informations relatives à la procédure de conciliation et à la procédure de sauvegarde accélérée sont disponibles sur le site de la société : [Lien](#)

Le Groupe publiera son chiffre d'affaires consolidé du 3^{ème} trimestre le 31 octobre 2023 avant Bourse.

¹ Casino Finance, Distribution Casino France, Casino Participations France, Quatrim, Ségisor, et Monoprix

ANNEXES – AUTRES INFORMATIONS

Principales variations de périmètre en France

- Cession de Sarenza au 1^{er} octobre 2022 (Monoprix)
- Cession de CchezVous au 31 décembre 2022 (Cdiscount)
- Cession des magasins à ITM le 30 septembre 2023
- Cession de Sudeco le 31 mars 2023

Volume d'affaires France par enseigne

VOLUME D'AFFAIRES TOTAL HT PAR ENSEIGNE ESTIME (en M€, y compris essence)	T3 2023	Variation (y compris calendaire)
Monoprix	1 076	-1,8%
Franprix	438	+4,6%
Supermarchés	905	-9,9%
Hypermarchés	713	-14,1%
Proximité & Divers	804	+2,5%
<i>Dont Proximité</i>	727	+3,2%
TOTAL FRANCE RETAIL	3 935	-4,8%
Cdiscount	553	-14,5%
TOTAL FRANCE RETAIL ET CDISCOUNT	4 488	-6,1%

Parc de magasins

France	30 sept. 2022	31 déc. 2022	31 mars 2023	30 juin 2023	30 sept. 2023
HM Géant Casino / Hyper frais	77	77	78	78	67
dont Franchisés France	3	3	3	3	3
Affiliés International	9	9	10	10	9
SM Casino	461	474	476	478	441
dont Franchisés / LG France	63	63	62	60	60
Affiliés International	23	24	26	29	33
Monoprix (Monop', Naturalia...)	849	858	852	855	862
dont Affiliés / LG France hors Naturalia	235	255	265	271	285
Naturalia Intégrés France	183	181	177	175	170
Naturalia Franchisés / LG France	63	65	66	63	65
Franprix	1 069	1 098	1 123	1 155	1 159
dont Franchisés / LG France	747	775	795	831	840
Enseigne Franprix	836	864	876	888	881
Enseigne autres (Marché d'à côté...)	233	234	247	267	278
Proximité	6 060	6 313	6 434	6 448	6 392
dont Vival	1 786	1 978	2 002	2 007	1 983
dont Spar	913	951	951	951	947
dont Petit Casino et assimilés	1 043	1 048	1 047	1 048	1 030
dont pétroliers	1 414	1 422	1 478	1 464	1 485
dont affiliés	94	100	100	102	103
dont autres points de vente de proximité ¹	810	814	856	876	844
Leader Price²	63	66	66	63	40
Autres activités³	218	221	202	200	179
Total France	8 797	9 107	9 231	9 277	9 140⁴

¹ Points de ventes sous enseignes spécifiques bénéficiant d'un contrat d'approvisionnement Casino

² Magasins Leader Price en France. Les magasins Leader Price franchisés à l'international sont comptabilisés dans « Autres activités »

³ Les autres activités comprennent notamment les magasins Leader Price franchisés à l'international et 3C Cameroun

⁴ Le parc de magasins en France au 30 septembre 2023 a été retraité des points de vente cédés à Intermarché

Contacts analystes et investisseurs

-

Christopher WELTON

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

ou

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

Contacts presse

-

Groupe Casino / Direction de la Communication

Nicolas BOUDOT

+ 33 (0)6 79 61 40 99 - nboudot@groupe-casino.fr

Béatrice MANDINE

+ 33 (0)6 48 48 10 10 - bmandine@groupe-casino.fr

ou

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

-

Agence IMAGE 7

Karine ALLOUIS

+33 (0)6 11 59 23 26 - kallouis@image7.fr

Laurent POINSOT

+ 33(0)6 80 11 73 52 - lpoinsot@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.