

CHIFFRE D'AFFAIRES – T4 2015

- ❖ **Poursuite de la croissance et de gains de part de marché en France**
- ❖ **Bonne tenue de l'activité alimentaire en Amérique Latine**

- **En France**, ventes en croissance de +2,7% en organique et +1,4% en comparable, et progression des clients de +1,9%
 - **Géant** : croissance significative à +3,0%⁽¹⁾ (comparable et organique) et gain continu de part de marché de +0,1 pt
 - **Leader Price** : accélération de la croissance à +7,5% en organique et +3,0% en comparable et amélioration de la part de marché de +0,1 pt
 - **Monoprix** : maintien d'un bon niveau de croissance organique à +2,8%
 - **Proximité** : confirmation des bonnes performances avec des ventes comparables en croissance de +6,1%
- **A l'international**,
 - **En Amérique Latine** :
 - Progression toujours soutenue des ventes alimentaires à +5,7% en organique ; activité de GPA Food en croissance organique de +5,3% et bonnes performances dans les autres pays d'Amérique Latine
 - Ventes de Via Varejo en retrait plus modéré qu'aux trimestres précédents
 - **En Asie**, amélioration graduelle des ventes au cours du trimestre et poursuite d'une expansion dynamique
- **E-commerce** : progression du volume d'affaires (GMV) de +2,1% à taux de change constant⁽²⁾
- **Sur l'ensemble de l'année 2015**, le chiffre d'affaires annuel du Groupe s'établit à 46,1 Mds€, en croissance organique de +0,3%. En France, le redressement du Groupe s'est traduit par une augmentation de son chiffre d'affaires et des gains de parts de marchés grâce aux lancements de nouveaux concepts, d'offres et de services innovants.

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR

PAR SECTEUR	Variation T3 2015 / T3 2014				Variation T4 2015 / T4 2014			
	en M€	T3 2015	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T4 2015	Croissance totale	Croissance organique
France Retail	4 812	+1,7%	+2,6%	+2,4%	4 942	+1,5%	+2,7%	+1,4%
Latam Retail	3 206	-15,1%	+5,2%	+2,4%	3 705	-14,6%	+5,7%	+1,3%
Latam Electronics	978	-44,3%	-22,8%	-24,7%	1 286	-36,1%	-14,8%	-15,2%
Asie	914	+5,5%	-2,9%	-4,7%	984	+3,0%	-2,4%	-5,3%
E-commerce	775	-7,9%	+7,7%	+7,7%	876	-20,3%	-8,1%	-8,1%
TOTAL GROUPE	10 684	-10,7%	-0,5%	-2,1%	11 793	-11,2%	-0,3%	-2,7%

Au 4^{ème} trimestre 2015, le chiffre d'affaires s'établit à 11,8 milliards euros, quasiment stable en organique. Il est impacté par un effet change négatif de -11,7% et par un effet périmètre positif de +0,9%.

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

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

⁽²⁾ GMV (Gross Merchandise Volume) : volume d'affaires TTC, données communiquées par la filiale

■ France Retail

PAR ENSEIGNE	Variation T3 2015 / T3 2014				Variation T4 2015 / T4 2014			
	T3 2015	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable	T4 2015	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
Hypermarchés⁽¹⁾	1 237	+0,5%	+3,5%	+3,5%	1 258	+0,3%	+2,7%	+2,8%
<i>Dont Géant Casino</i>	1 154	+0,7%	+3,9%	+3,9%	1 187	+0,5%	+3,0%	+3,0%
SM Casino	874	-2,1%	-0,5%	+0,7%	797	-1,4%	-0,4%	+0,0%
Monoprix	961	+4,3%	+4,6%	+2,2%	1 127	+3,0%	+2,8%	+0,1%
FP - LP	1 042	+2,9%	+1,6%	+1,7%	1 096	+1,3%	+3,3%	+1,9%
<i>Dont Franprix</i>	396	-1,2%	-0,7%	+0,6%	423	-3,7%	-2,5%	+0,1%
<i>Dont Leader Price</i>	646	+5,6%	+3,1%	+2,3%	673	+4,7%	+7,5%	+3,0%
Proximité & Divers⁽²⁾	698	+3,8%	+3,6%	+4,6%	664	+5,0%	+4,7%	+2,4%
<i>Dont Proximité</i>	419	+6,6%	+5,7%	+8,5%	335	+7,1%	+5,9%	+6,1%
FRANCE RETAIL	4 812	+1,7%	+2,6%	+2,4%	4 942	+1,5%	+2,7%	+1,4%

En France, les ventes totales de 4 942 M€ sont en croissance de +2,7% en organique et +1,4% en comparable au T4 2015. Progression des clients de +1,9%.

- **Géant** affiche un chiffre d'affaires en croissance soutenue à +3,0% en comparable. L'enseigne continue de gagner des parts de marché : +0,1pt sur la dernière période Kantar P12.
- **Leader Price** connaît une expansion soutenue avec des ventes en croissance à +7,5% en organique, à +3,0% en comparable et une progression continue des clients (+6,7%). Le chiffre d'affaires publié tient compte du passage en franchise de 103 magasins pour un impact de -3,6%. L'enseigne affiche une part de marché en hausse : +0,1pt sur la dernière période Kantar P12.
- Les attentats du mois de novembre à Paris ont pénalisé les magasins de centre-ville. Dans ce contexte, **Monoprix** enregistre néanmoins de bonnes performances avec un chiffre d'affaires organique en hausse de +2,8%, soutenu par une expansion dynamique. En comparable, les ventes alimentaires au T4 2015 sont restées bien orientées et les ventes non-alimentaires à -0,6% sont en léger retrait dans un contexte de météo exceptionnellement clémente.
- Les ventes de **Franprix** sont positives en comparable et bénéficient du succès commercial du concept Mandarine. Dans les magasins rénovés, la progression des clients est significative. Le chiffre d'affaires organique est affecté par les rénovations et les cessions de magasins demandées par l'Autorité de la concurrence. Le chiffre d'affaires publié tient compte du passage en franchise de 20 magasins pour un impact de -1,3%. La part de marché sur la dernière période Kantar P12 est stable.
- Le chiffre d'affaires comparable de **Supermarchés Casino** est stable. Le trafic client est légèrement positif.
- La **Proximité** confirme ses bonnes performances avec des ventes à magasins comparables en croissance de +6,1% au T4, grâce notamment à la progression de l'activité des magasins Leader Price Express. Les franchisés poursuivent leur expansion dynamique.

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

⁽²⁾ Divers : essentiellement Vindémia et Restauration

■ Latam Retail

Les ventes alimentaires en Amérique Latine sont en amélioration par rapport au trimestre précédent à +5,7% en organique. Le chiffre d'affaires comparable est en hausse de +1,3%.

- Les ventes alimentaires (**GPA Food**) poursuivent leur croissance à +5,3% en organique et sont stables en comparable. Assaï continue de surperformer le marché avec des ventes en croissance de +27,8% en organique. L'enseigne poursuit son expansion avec l'ouverture de 7 magasins au T4 2015. La quote-part d'Assaï s'est accrue tout au long de l'année pour atteindre 30% au T4 2015 (vs 26% au T1 2015). Chez Multivarejo, les ventes alimentaires résistent dans un contexte de ralentissement de la consommation. Pão de Açúcar et les formats de proximité ont augmenté leur part de marché sur l'année. Les magasins Extra poursuivent leurs rénovations.

GPA a commenté son chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre de façon détaillée le 12 janvier 2016.

- Le **Groupe Exit** (hors effet de la consolidation du chiffre d'affaires de GPA) accélère sa croissance au T4 2015 à +6,6% en organique et +4,1% en comparable avec de bonnes performances dans tous les pays. La fréquentation client est en amélioration séquentielle.

Exit publierà ses chiffres du 4^{ème} trimestre de façon détaillée le 25 février 2016.

Les ventes totales du segment **Latam Retail** sont impactées par un fort effet de change négatif.

■ Latam Electronics

Au **Brésil**, le chiffre d'affaires du T4 2015 de **Via Varejo** est en retrait plus modéré par rapport à 2014 qu'aux trimestres précédents grâce aux plans d'actions mis en œuvre pour améliorer la compétitivité prix et renforcer l'efficacité des promotions. L'enseigne gagne à nouveau des parts de marché.

Pour mémoire, l'intérêt économique du Groupe dans la société Via Varejo est dorénavant de 14%.

Via Varejo a commenté son chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre de façon détaillée le 12 janvier 2016.

■ Asie

En Asie, les ventes organiques sont en recul au T4 2015.

En **Thaïlande**, le chiffre d'affaires est en repli plus modéré en organique au T4 qu'au T3 2015. Dans un contexte de baisse des prix, sur l'alimentaire, les volumes s'inscrivent en croissance et les ventes comparables sont positives au mois de décembre. Les activités immobilières sont bien orientées avec une progression de +4,8% des revenus de location. L'expansion reste dynamique avec l'ouverture nette de 37 magasins au T4 2015.

Big C Thaïlande a commenté son chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre de façon détaillée le 13 janvier 2016.

■ E-commerce

Cnova poursuit la croissance de son activité au T4. Le volume d'affaires (GMV) s'élève à 1 327 M€, en hausse de +2,1% à taux de change constant⁽²⁾. La progression des marketplaces reste élevée et leur quote-part rapportée au volume d'affaires atteint 24,3%.

Cnova a commenté son chiffre d'affaires du 4ème trimestre de façon détaillée le 12 janvier 2016.

E-COMMERCE (CNOVA)	T4 2014 retraité ⁽¹⁾	T4 2015	Croissance totale	Croissance à taux de change constant
GMV⁽²⁾ (volume d'affaires) TTC	1 463	1 327	-9,3%	+2,1%
Trafic (en millions de visites)	423	492	+16,3%	
Clients actifs ⁽³⁾ (en millions)	13,5	14,9	+10,5%	
Unités vendues (en millions)	20,6	21,0	+2,1%	

⁽¹⁾ Données retraitées de Monshowroom et du Vietnam

⁽²⁾ GMV (Gross Merchandise Volume) : volume d'affaires TTC, données communiquées par la filiale

⁽³⁾ Clients actifs au 31 décembre ayant effectué au moins un achat sur nos sites au cours des 12 derniers mois

Le 18 décembre 2015, le Conseil d'Administration de Cnova a annoncé qu'il mandatait des consultants externes pour l'aider dans une enquête sur des irrégularités commises par des employés dans le cadre de la gestion des stocks dans des centres de distribution de sa filiale brésilienne. Le chiffre d'affaires 2015 de ce sous-groupe prend en compte un ajustement à hauteur de 30 M€ (110 M\$R) identifié dans le cadre des travaux de l'enquête réalisés à date. Cnova a publié le 12 janvier 2016 un communiqué de presse résumant les conséquences comptables provisoires des investigations. Ces dernières étant en cours, à la date du présent communiqué de presse, Cnova n'a pas encore déterminé s'il lui faudrait ajuster ses états financiers publiés précédemment, de toute ou partie de cet ajustement de chiffre d'affaires, ou de tout autre élément.

■ Perspectives 2016

Le redressement des activités de distribution du groupe Casino en France s'est accéléré au 2^{ème} semestre 2015 et s'est traduit par de bons résultats en termes de part de marché, de chiffre d'affaires et de rentabilité.

Le positionnement prix compétitif des hypermarchés et magasins discount est un moteur de croissance des volumes. Les accords de partenariats aux achats vont également bénéficier aux performances du Groupe en 2016. Le Groupe a ainsi une bonne visibilité sur la rentabilité en France. L'EBITDA du S2 2015 devrait être significativement supérieur à l'EBITDA du S2 2014 grâce aux activités de grande distribution, avec une tendance claire à l'amélioration des marges à compter de 2016.

Les comptes consolidés de l'exercice 2015 seront publiés le 9 mars 2016.

En 2016, pour ses activités françaises, Casino s'attend à générer un EBITDA d'environ 900 M€ et un ROC supérieur à 500 M€.

ANNEXES

Chiffre d'affaires annuel 2015

PAR SECTEUR

en M€	2014	2015	Croissance totale	Croissance organique	Croissance comparable
France Retail	18 848	18 890	+0,2%	+1,1%	+0,6%
Latam Retail	15 422	14 714	-4,6%	+5,8%	+2,1%
Latam Electronics	7 245	5 187	-28,4%	-15,1%	-16,5%
Asie	3 513	3 973	+13,1%	-0,8%	-3,2%
E-commerce	3 465	3 381	-2,4%	+6,6%	+6,6%
TOTAL GROUPE	48 493	46 145	-4,8%	+0,3%	-1,5%

Détail et évolution du chiffre d'affaires T4 2015

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

Principales variations du périmètre de consolidation

- Consolidation en intégration globale de Super Inter à partir du 16 octobre 2014
- Consolidation en intégration globale de Disco au 1^{er} janvier 2015

Taux de change

TAUX DE CHANGE MOYENS	T4 2014	T4 2015	Effet de change
Argentine (EUR/ARS)	10,63430	11,07790	-4,0%
Uruguay (EUR/UYP)	30,17820	32,31407	-6,6%
Thaïlande (EUR/THB)	40,87800	39,24078	+4,2%
Vietnam (EUR/VND) (x 1000)	26,55335	23,98544	+10,7%
Colombie (EUR/COP) (x 1000)	2,71431	3,35126	-19,0%
Brésil (EUR/BRL)	3,17580	4,21380	-24,6%

Parc de magasins à fin d'exercice

FRANCE	30 juin 2015	30 sept. 2015	31 déc. 2015
HM Géant Casino	127	127	128
Dont Affiliés France	7	7	7
Affiliés International	10	10	11
SM Casino	437	440	441
Dont Affiliés Franchisés France	60	60	60
Affiliés Franchisés International	33	33	33
Monoprix	647	656	698
Dont Franchisés/Affiliés	191	188	197
Naturalia	99	107	126
Naturalia franchisé	3	3	3
Franprix	864	857	867
Dont Franchisés	326	322	350
Leader Price	835	836	810
Dont Franchisés	187	173	263
Total SM et Discount	2 783	2 789	2 816
Proximité	6 949	6 956	6 916
Autres activités (Restauration, Drive...)	611	620	621
Océan Indien	137	135	146
TOTAL France	10 607	10 627	10 627
INTERNATIONAL	30 juin 2015	30 sept. 2015	31 déc. 2015
ARGENTINE	27	27	27
HM Libertad	15	15	15
SUP Mini Libertad	12	12	12
URUGUAY	56	61	65
HM Géant	2	2	2
SM Disco	28	29	29
SM Devoto	24	24	24
SUP Devoto Express	2	6	10
BRESIL	2 182	2 164	2 181
HM Extra	137	137	137
SM Pão de Açúcar	180	184	185
SM Extra	204	199	199
Assai (discount)	87	88	95
SUP Mini Mercado Extra	288	301	311
Casas Bahia	683	715	760
Ponto Frio	364	301	254
Drugstores	157	157	157
+ Stations-service	82	82	83
COLOMBIE	1 582	1 567	1 668
HM Exito	81	81	85
SM Exito et Carulla	153	153	163
SM Super Inter	57	58	58
Surtimax (discount)	1 187	1 169	1 248
Dont « Aliados »	1 038	1 019	1 095
SUP Exito Express et Carulla Express	103	105	113
Autres	1	1	1
THAILANDE	665	697	734
HM Big C	124	124	125
SM Big C Market	40	44	55
SUP Mini Big C	342	368	391
Pure	159	161	163
VIETNAM	41	41	42
HM Big C	31	31	32
SUP C Express	10	10	10
TOTAL International	4 553	4 557	4 717

CONTACTS ANALYSTES ET INVESTISSEURS

Régine GAGGIOLI – Tél : +33 (0)1 53 65 64 17
rgaggioli@groupe-casino.fr

ou

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

DIRECTION COMMUNICATION EXTERNE GROUPE

Aziza BOUSTER

Tél : +33 (0)1 53 65 24 78

Mob : +33 (0)6 08 54 28 75

abouster@groupe-casino.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.