

CA T4 2017 – Messages-clefs

> La croissance organique du groupe Casino a été soutenue sur l'ensemble de l'année 2017, ainsi qu'au T4.

> En 2017, le CA du Groupe s'élève à 37,8 Mds d'€, en croissance de 5% au total.

> Le groupe Casino connaît de bonnes performances, notamment avec ses 3 piliers de rentabilité que sont Monoprix, Franprix et les supermarchés Casino.

> 2017 est une année d'excellente performance pour Cdiscount et ces résultats ne sont pas le fruit du hasard. Ils sont directement induits par la stratégie de croissance de Cdiscount lancée au T2 2017. C'est grâce à cette stratégie que Cdiscount a gagné des parts de marché chaque mois depuis avril 2017 !

> Ces résultats découlent directement de la stratégie du Groupe s'appuyant sur **des formats différenciants**, qui continuent de **s'adapter aux nouvelles tendances de consommation** (une offre plus qualitative, davantage orientée vers les produits frais, de nombreuses innovations dans les services, y compris dans la vente en ligne et les actions de vente cross canal).

> Ces performances permettent de **confirmer nos objectifs de progression des résultats** en France et à l'international en 2017.

Faits marquants sur les enseignes en France :

> En 2018, toutes les enseignes contribueront à l'amélioration de la rentabilité [Franprix, Géant, Supermarchés Casino, Leader Price et la Proximité en croissance, Monoprix stable à un niveau élevé].

> Quasiment tous les modèles d'activité sont désormais stabilisés, en particulier en hypermarchés Géant grâce au multicanal et à Cdiscount.

Franprix

- > Franprix s'est relancé sur **une très bonne trajectoire de ventes, de rentabilité et d'expansion.**
- > Le **potentiel de croissance des ventes par expansion** est à nouveau très important sur cette enseigne, sur plusieurs années, avec un rythme d'ouvertures de 50 magasins par an (et déjà 2 par semaine en début d'année). **Les nouvelles ouvertures en font une « machine de guerre » commerciale.**
- > Le parc de magasins est sain et va poursuivre sa croissance avec un niveau de rentabilité élevé [ROC de 80M€ en 2017 et de près de 100M€ en 2018].
- > **On a désormais un nouveau pilier rentable en France, qui est un élément de robustesse supplémentaire du modèle.**

Supermarchés Casino

- > [Avec un ROC de 70M€ en France en 2017], **les Supermarchés Casino sont le second nouveau pilier de rentabilité de la France**, ce qui porte leur nombre à 3 avec Monoprix.
- > La franchise va s'accélérer en Supermarchés avec les ralliements déjà effectués (3 ouvertures en 2017) : déjà 2 franchisés ralliés en janvier, et une dizaine d'autres attendus au S1 2018 et les extensions de magasins existants

Proximité

- > **Les enseignes de Proximité sont désormais en croissance**, avec des croissances comparables positifs, et une rentabilité améliorée mais encore inférieure à celle des 3 autres enseignes.
- > La rationalisation du parc devrait permettre de faire croître encore la rentabilité.

Géant

- > **Les corners Cdiscount installés dans les hypermarchés Géant fonctionnent très bien**, avec un écart de performance supérieur à 50% par rapport au reste du parc. Leur déploiement sera poursuivi dans les prochaines semaines, ce qui va consolider la partie non-alimentaire de l'activité des hypermarchés.
- > **En alimentaire, catégorie qui se porte bien**, l'enseigne est correctement positionnée en prix, promotion et fidélité.
- > Les réductions de surfaces vont se poursuivre, mais nous estimons avoir déjà fait entre 2/3 et 80% du parcours.

Leader Price

- > L'année 2018 va être un tournant important pour Leader Price. Le concept intitulé Next, actuellement en cours de déploiement, est la bonne réponse.

Cdiscount

- > 2017 est **une année d'excellente performance pour Cdiscount** et ces résultats ne sont pas le fruit du hasard. Ils sont directement induits par la stratégie de croissance de Cdiscount lancée au T2 2017. C'est grâce à cette stratégie que **Cdiscount a gagné des parts de marché chaque mois depuis avril 2017.**

> Quelques exemples concrets qui illustrent cette stratégie, qui vise à rendre accessibles à tous et aux meilleurs prix les meilleurs produits et services :

- > depuis janvier 2017, le nombre de références éligibles à la livraison express gratuite du programme de fidélité « Cdiscount à Volonté » a triplé ;
- > celui des références marketplace a augmenté de 80% ;
- > deux nouveaux services innovants ont été lancés avec succès : l'offre de crédit instantané « Coup de Pouce » et l'offre d'électricité la moins chère du marché, Cdiscount Energie ;
- > le déploiement de l'offre unique de livraison le jour-même est désormais déployée dans les régions parisienne, lyonnaise et lilloise.

> L'année 2017 a aussi été marquée par **l'amélioration continue de l'expérience client avant et après achat avec** la refonte complète des sites et application. Cette dernière est désormais l'une des mieux notées du marché.

> **Cdiscount a également renforcé sa stratégie multicanale** : après la prise en charge de l'assortiment non-alimentaire de Géant à la fin du 2ème trimestre, 4 corners ont été ouverts dans les hypermarchés de Fenouillet (Toulouse), Amiens, Nîmes et Quimper.

> Le nombre de visites sur le site en 2017 est de **946 millions sur un an soit une croissance de 12% avec une quote-part mobile toujours plus importante (60%)** dont 282 millions de visites sur le T4, soit un trafic en hausse de +11,4%.

> **Cdiscount a connu un Black Friday record** (volume d'affaires en croissance de +37% sur la semaine comparé à 2016 dont +80% sur la seule journée du Black Friday).

> Les nouveaux services (crédit instantané « Coup de pouce » et offre d'électricité Cdiscount Energie) ont connu un grand succès. Ces tendances se sont traduites par des gains de parts de marché continus depuis avril 2017.

Brésil

A noter : GPA a communiqué son CA du T4 2017 le 15/01

> Le CA du Groupe en Amérique Latine a atteint 16,9 milliards d'€ en 2017 et, malgré la déflation de la période, a progressé en hausse de 5,5% en organique sur le seul T4 2017.

> **Multivarejo et Assaí ont enregistré des gains continus de part de marché au cours du trimestre.**

> **Accélération du rythme de conversion des magasins Cash & Carry** : 8 magasins supplémentaires convertis (Extra -> Assaí) au cours du trimestre, ce qui porte à 126 le nombre de magasins au format Cash & Carry à fin 2017. Au T4 2017, **Assaí représentait 43,5% du chiffre d'affaires de GPA Food** (contre 36,2% au T4 2016).

> Au Brésil, Via Varejo continue sur sa trajectoire de fort redressement, en publiant d'excellents chiffres.

> D'un point de vue macroéconomique, le consensus des analystes est très bon pour 2018, avec notamment une poursuite attendue de la baisse des taux d'intérêt (déjà passés de 14% à 7% en une année). On ressent un certain retour de l'optimisme localement. Le volet politique est celui qui est le plus attendu et qui fait peser aujourd'hui certaines incertitudes notamment sur la réforme des retraites.