



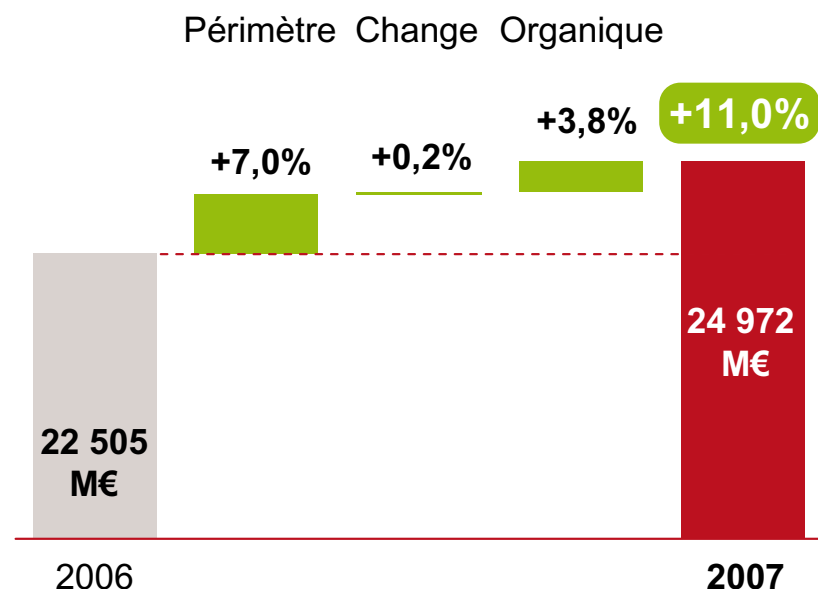


- Les activités polonaises et américaines ont été cédées respectivement fin 2006 et au 1^{er} semestre 2007. En application de la norme IFRS 5, le résultat net de ces activités figure sur la ligne « Résultat net des activités abandonnées »
- Tous les chiffres ci-après sont établis sur la base des activités poursuivies, sauf indication contraire
- Il s'agit de données consolidées provisoires en cours d'audit par les Commissaires aux Comptes

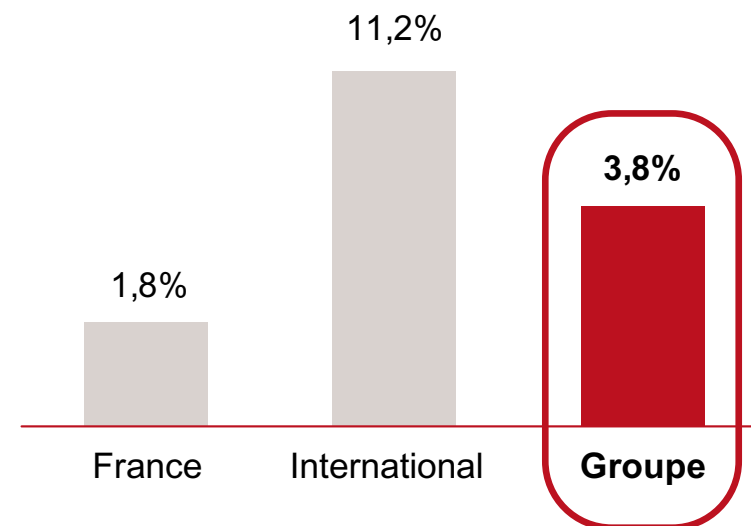
			<i>Variation vs 2006</i>
CA consolidé		24 972 M€	+11,0%
EBITDA		1 799 M€	+15,3%
Marge Opérationnelle Courante		4,8%	vs 4,6% en 2006
Résultat Opérationnel Courant		1 196 M€	+14,7%
Résultat net part du Groupe		664 M€	vs 436 M€ en 2006 +52,4%
Dette Financière Nette		4 410 M€	vs 4 390 M€ en 2006
DFN /EBITDA		2,45x	vs 2,81x

- ❖ **Forte croissance du chiffre d'affaires** (+11%) et du ROC (+14,7%), tirée par l'International
- ❖ **Performance satisfaisante** de la France
- ❖ **Reprise du management opérationnel** de Franprix et de Leader Price au printemps et premiers signes du redressement commercial des deux enseignes au 4^e trimestre
- ❖ **Prise de contrôle d'Exito** permettant au Groupe d'accroître son exposition aux pays émergents
- ❖ **Renforcement de la structure financière** du Groupe
 - un ratio de DFN/ EBITDA ramené à 2,45x (contre 2,81x en 2006)
- ❖ Un programme de **cessions finalisé dans d'excellentes conditions**
 - grâce à deux transactions immobilières innovantes
 - 2,5 Mds € de cessions d'actifs réalisées

Evolution du CA

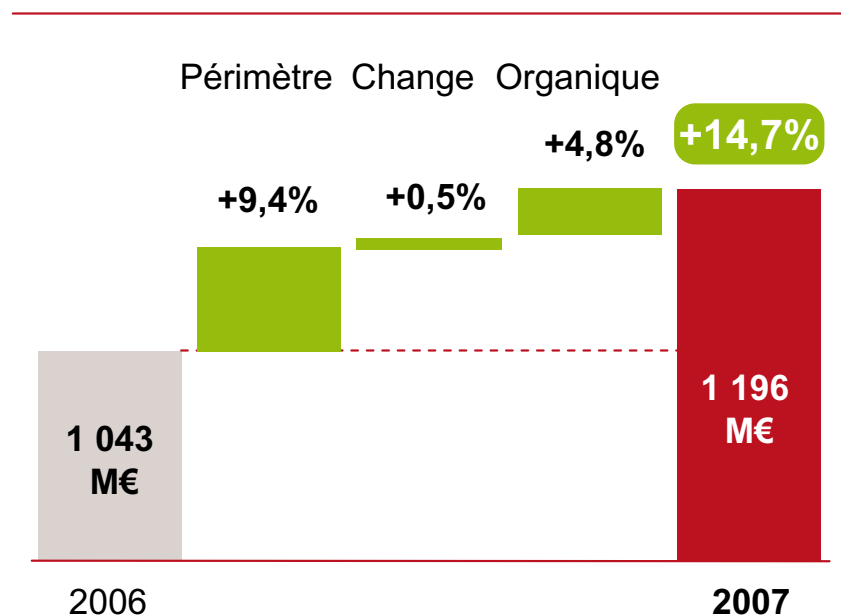


Croissance organique 2007

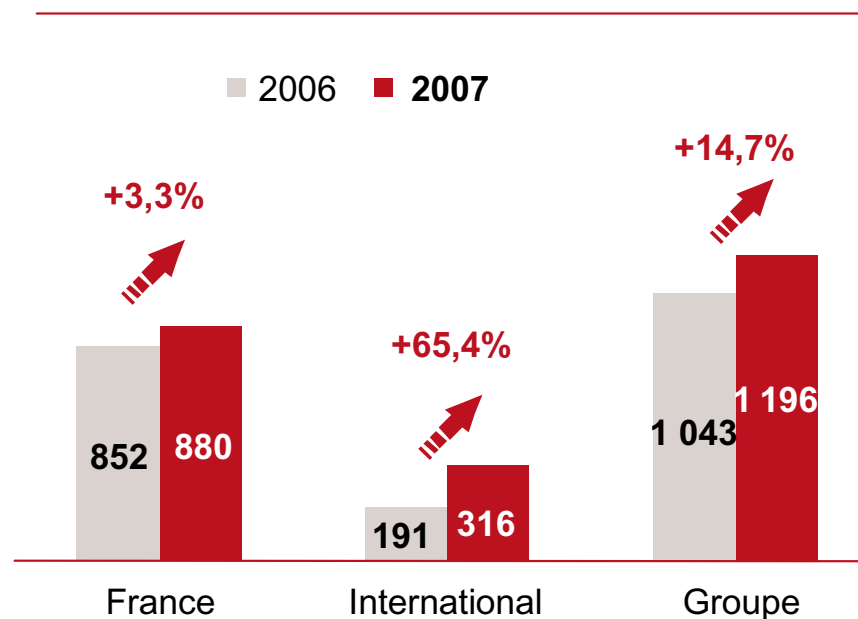


- Forte progression du chiffre d'affaires **+11%**
 - ▶ sous l'effet notamment de la consolidation d'Exito (à compter du 1^{er} mai 2007)
- **Croissance organique** satisfaisante **+3,8%**, portée par le **dynamisme de l'International +11,2%**

Evolution du ROC



ROC en millions d'euros



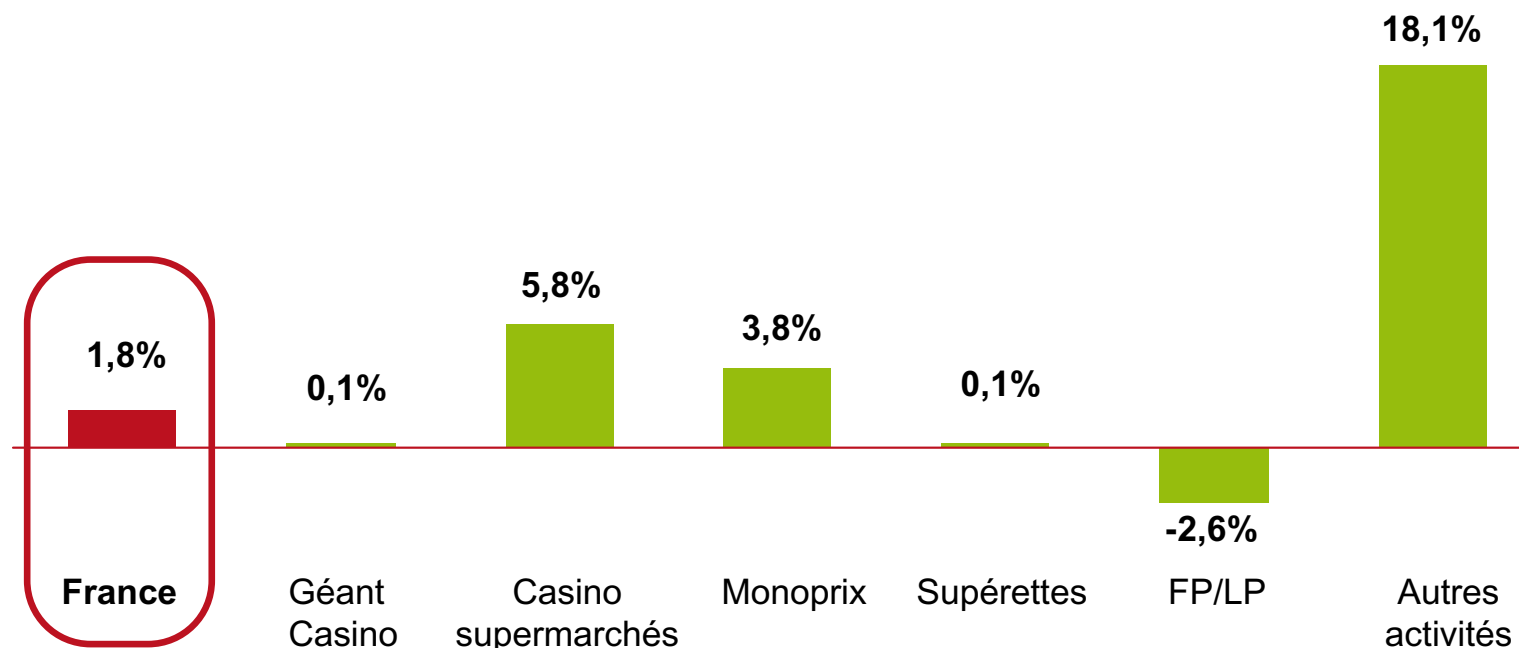
- ❖ **Forte progression du résultat opérationnel courant +14,7%**
- ❖ **Contribution significative de l'international** à la croissance du ROC
 - résultant des effets positifs du remodelage du portefeuille d'actifs avec notamment la consolidation d'Exito
- ❖ Hausse de +3,3% du résultat opérationnel courant de **la France**

- **France**
- International
- Résultats
- Stratégie et conclusion
- Annexes

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007	Variation
Chiffre d'affaires HT	17 599	17 915	1,8%
EBITDA	1 241	1 296	4,4%
<i>Marge EBITDA</i>	7,1%	7,2%	+18 bp
Résultat Opérationnel Courant	852	880	3,3%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	4,8%	4,9%	+7 bp

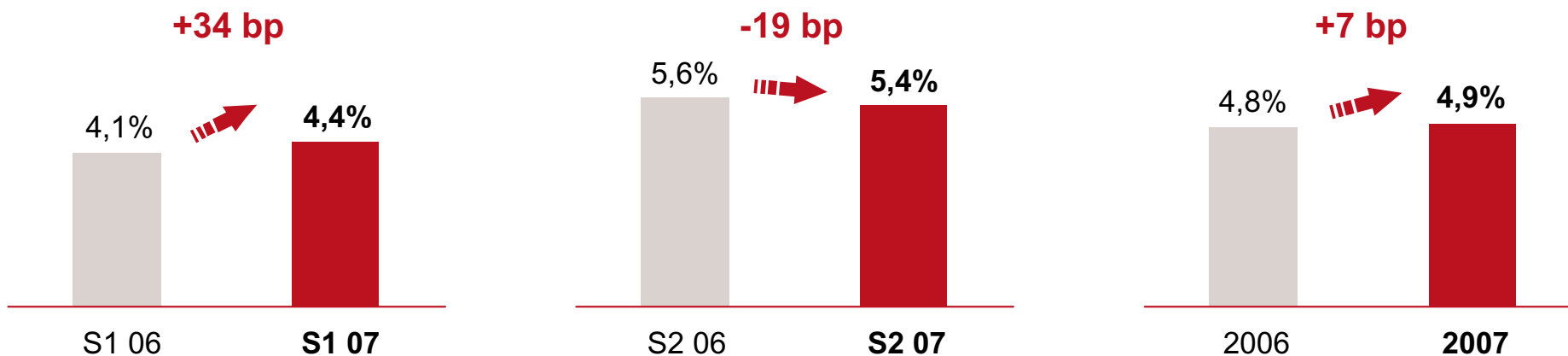
- **Marge opérationnelle courante** en hausse de **+7 bp** impactée favorablement par :
 - le mix marque et le mix produit
 - la bonne maîtrise des coûts opérationnels, en dépit de la hausse des coûts d'occupation
- Hausse des amortissements +6,8% résultant des investissements des années antérieures

Croissance du chiffre d'affaires 2007 vs 2006



- Hausse des ventes en France de **+3,1% hors FP/LP**
- Croissance soutenue des deux enseignes de supermarchés : **Casino supermarchés et Monoprix**
- Part de marché de **Géant Casino** stable sur l'année
- Ventes des **supérettes** stables, malgré la fermeture de magasins non rentables
- Maintien d'un rythme de croissance élevé pour les **activités complémentaires** à la distribution (Immobilier, Banque Casino, Cdiscount)

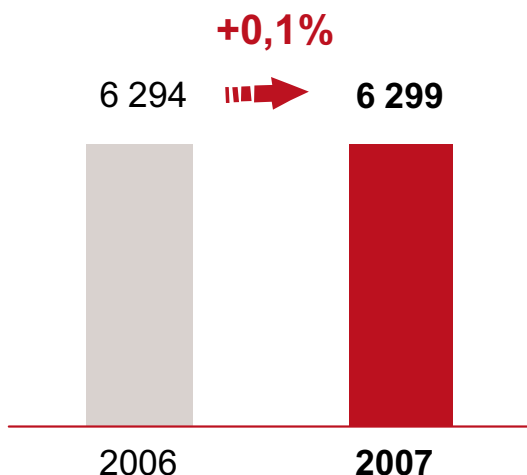
Marge opérationnelle courante de la France



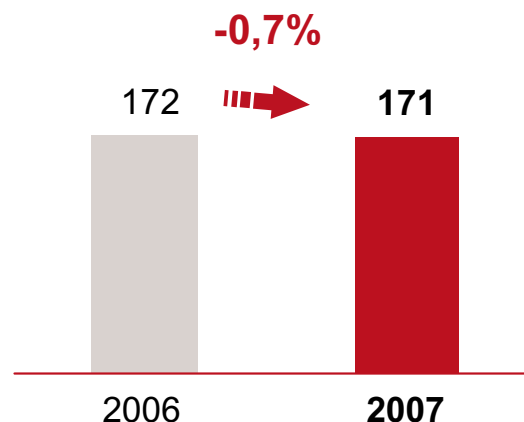
- Baisse de la marge de FP/LP de -77 bp au second semestre 2007, reflétant l'impact des plans de relance commerciale
- **Stabilité** de la marge opérationnelle courante de la France **au S2 07** hors FP/LP



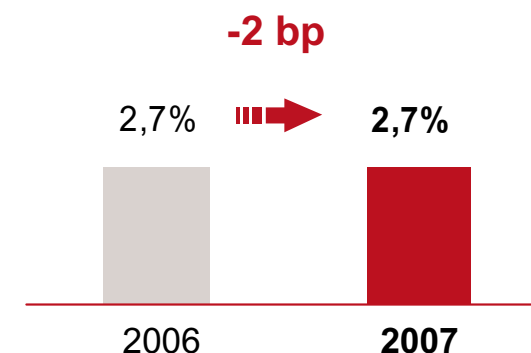
Chiffre d'affaires HT



ROC

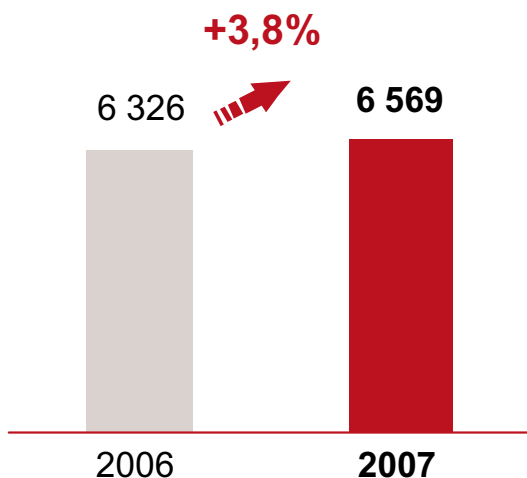


Marge opérationnelle

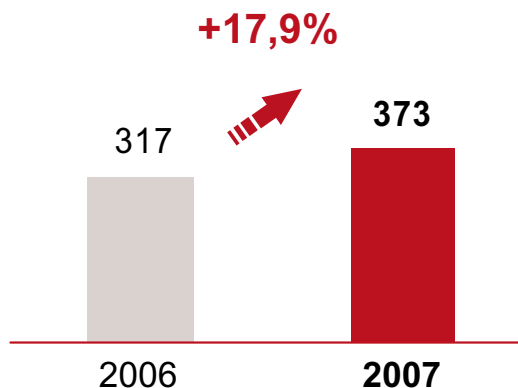


- **Stabilité de la part de marché** de Géant Casino sur l'année à 3,7%
- **Ventes de l'alimentaire en hausse de +1,1%**, tirées par une croissance à deux chiffres de la marque propre et le développement des espaces frais
- Recul des ventes du **non-alimentaire** (-2,3%) reflétant notamment **l'impact** de la **poursuite du travail de recentrage du portefeuille**
- Impact favorable sur la marge commerciale du **mix marque** (développement de la MDD en alimentaire et non alimentaire) et de la **réduction de la démarque** liée à une meilleure gestion des stocks
- **Bon contrôle des coûts** grâce au programme d'excellence opérationnelle

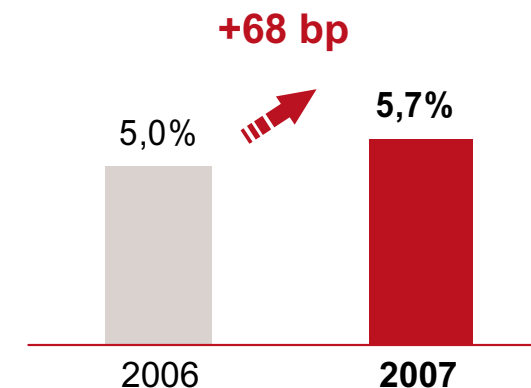
Chiffre d'affaires HT



ROC



Marge opérationnelle



- **Croissance solide des ventes**, tirée par les supermarchés Casino et Monoprix
- **Amélioration significative** de la **marge opérationnelle courante (+68 bp)**
- Progression sensible de la marge opérationnelle des **supermarchés Casino et de Monoprix**
 - Casino supermarchés : impact positif du mix des ventes (MDD et espaces frais) et du levier opérationnel
 - Monoprix : des résultats reflétant notamment la bonne performance du textile
- Stabilité de la marge des **supérettes** à un niveau élevé



- ❖ **Fort dynamisme** des supermarchés Casino : **ventes en hausse de +5,8%** à 3 224 M€
- ❖ Croissance soutenue des ventes **à magasins comparables +3,1%**, portée à la fois par une hausse du trafic (+1,5%) et du panier moyen (+1,6%)
- ❖ Renforcement de **l'attractivité commerciale** de l'enseigne basée sur :
 - le développement de la marque propre
 - une politique tarifaire et une offre produit optimisées par la collaboration avec dunnhumby
 - la poursuite du déploiement du programme d'excellence opérationnelle
- ❖ Maintien d'une **expansion soutenue** justifiée par la performance économique de Casino supermarchés
- ❖ **Nouvelle année de surperformance de l'enseigne** avec un **gain de 0,1 point de part de marché**

MONOPRIX

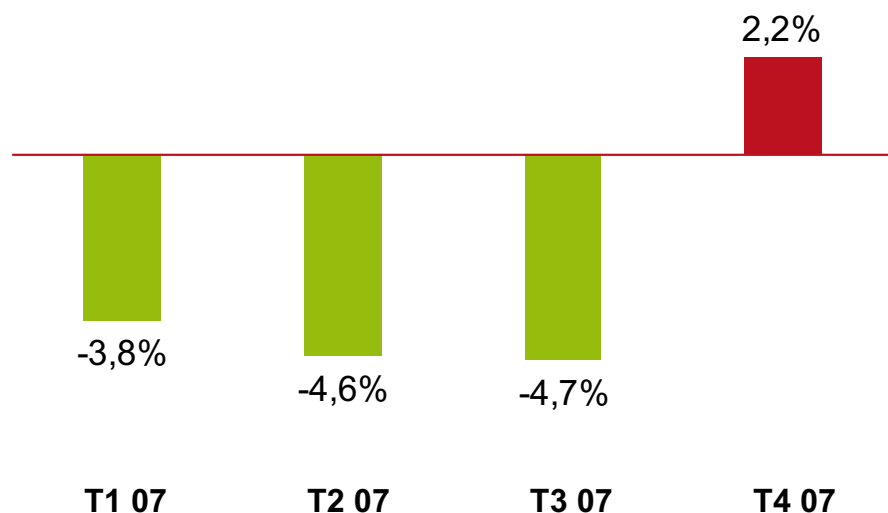


- **Croissance soutenue des ventes +3,8%** à 1 780 M€
- Croissance à magasins comparables de +2,7%, portée par le développement d'une **offre qualitative et moderne** tant en alimentaire qu'en non alimentaire
- **Politique d'expansion volontariste** basée sur :
 - le déploiement du modèle de citymarché Monoprix (8 ouvertures en 2007)
 - et le développement accéléré de nouveaux concepts avec l'ouverture de 11 Monop' et 4 Beauty Monop'

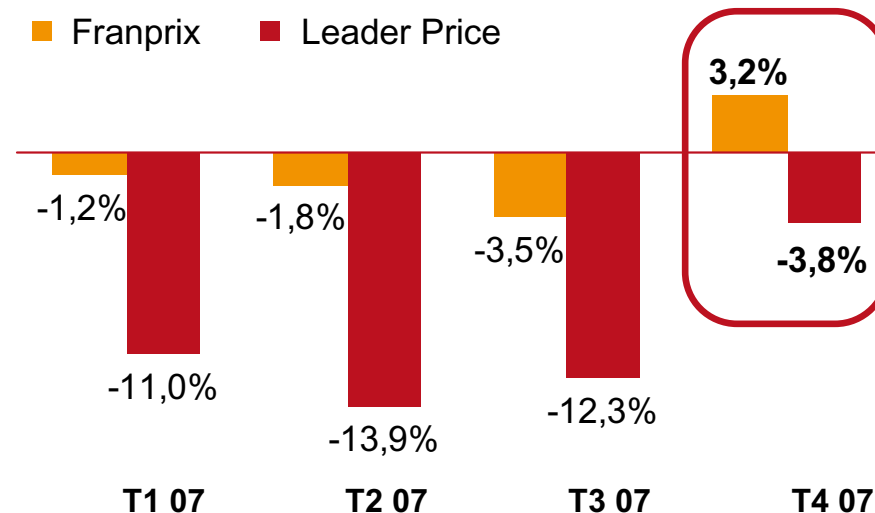


- **Stabilité des ventes** des supérettes à 1 565 M€, malgré la fermeture de près de 500 magasins non rentables
- Arrivée de **nouveaux affiliés**, démontrant l'attractivité du modèle
 - un savoir-faire reconnu sur la franchise
 - près de 4 000 magasins franchisés à fin 2007 (vs aucun il y a dix ans)
- Poursuite des **initiatives en matière de nouveaux concepts**
 - distribution automatique (Petit Casino 24 et l'Express by Casino)
 - « corners » dans les aéroports et les gares

Croissance tous magasins (FP/LP)



Croissance à magasins comparables



❖ **Reprise du management opérationnel au printemps 2007**

❖ Mise en œuvre progressive des **plans d'actions de relance commerciale** (fin mai pour Franprix et début juillet pour Leader Price) reposant sur :

- ▶ promotion / politique tarifaire
- ▶ assortiment
- ▶ communication

❖ **Effets** des plans de relance **visibles dès le T4 07**

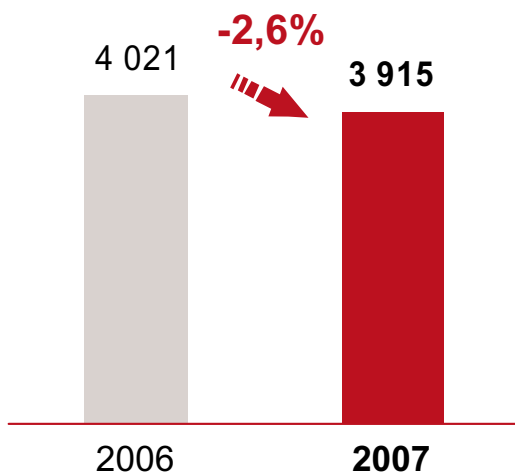
- ▶ arrêt de l'érosion des ventes tous magasins
- ▶ retour à la croissance à magasins comparables pour Franprix (+3,2%)
- ▶ recul des ventes à magasins comparables de Leader Price limité à -3,8% (contre -12,4% sur les 9 premiers mois)

Prospectus
« Prix gagnant »

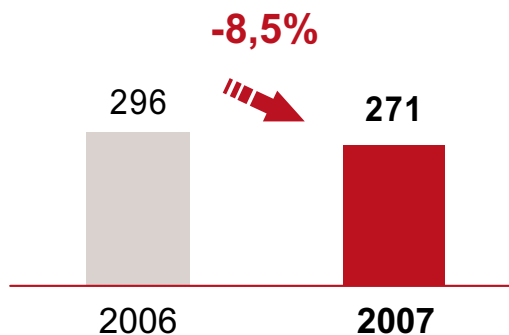
Rénovation
et extension
de la gamme
« Prix gagnant »



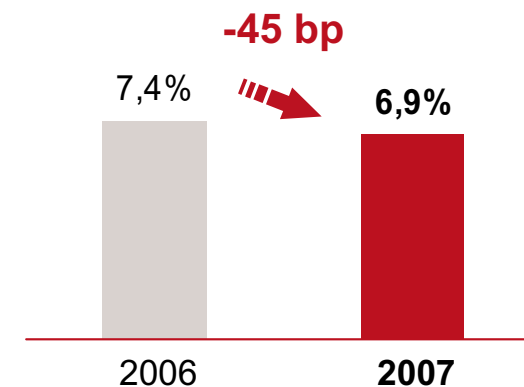
Chiffre d'affaires HT



ROC

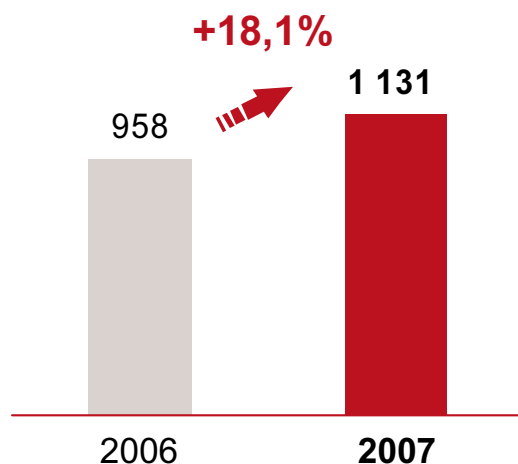


Marge opérationnelle

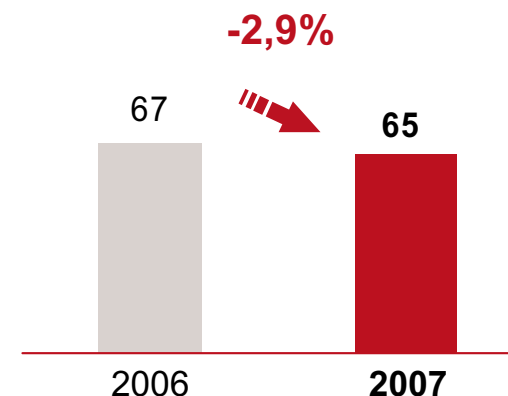


- ❖ Baisse de la marge opérationnelle de -77 bp au S2 07 (-14 bp au S1), reflétant l'impact des plans de relance commerciale
- ❖ **Confirmation de l'amélioration de la tendance des ventes en 2008**
 - poursuite et renforcement des initiatives commerciales
 - croissance du CA sous enseigne de Leader Price en janvier : +3%

Chiffre d'affaires HT



ROC



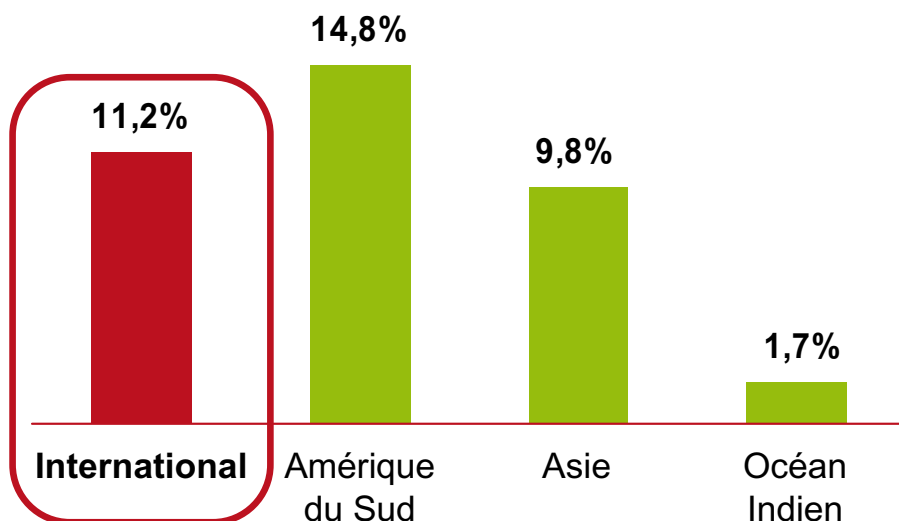
- Fort dynamisme commercial de **Cdiscount** avec un CA en hausse de plus de +25% à 660 M€
- **Mercialys** : des revenus locatifs en hausse de +20,9% portés par une croissance organique de +9,3% et une politique de croissance externe active
- Progression de la production de crédit de **Banque Casino** supérieure à celle du marché et hausse des encours de près de 20%
- Repositionnement commercial progressif de **Casino Restauration** notamment au travers de nouvelles initiatives telles que les restaurants à thème et les comptoirs Casino

- France
- **International**
- Résultats
- Stratégie et conclusion
- Annexes

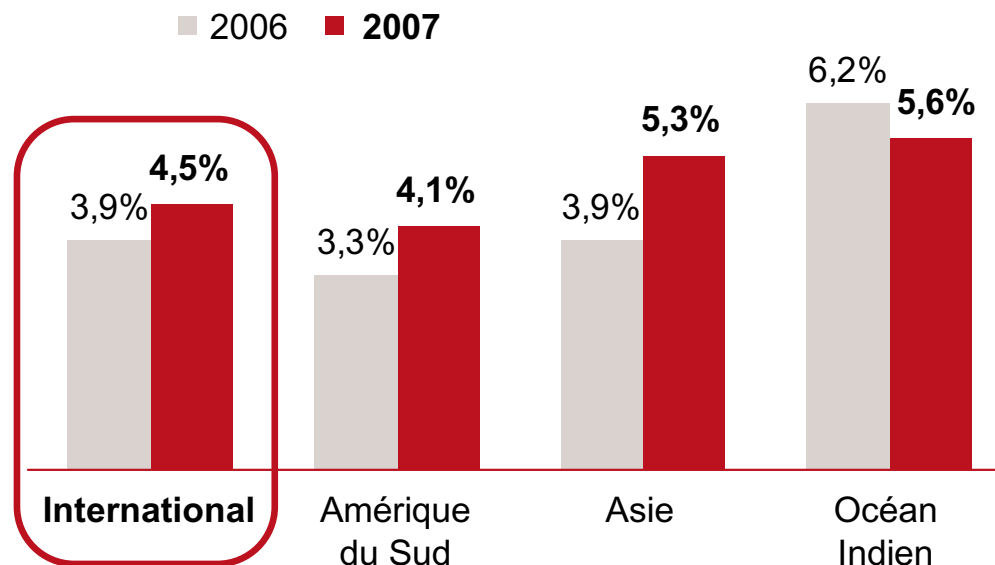
<i>en millions d'euros</i>	2006	2007	Variation
Chiffre d'affaires HT	4 906	7 057	43,8%
EBITDA	319	504	57,8%
Marge EBITDA	6,5%	7,1%	+63 bp
Résultat Opérationnel Courant	191	316	65,4%
Marge opérationnelle courante	3,9%	4,5%	+58 bp

- ❶ **Forte croissance du chiffre d'affaires** de l'International, sous l'effet
 - de la consolidation d'Exito à compter du 1^{er} mai 2007
 - d'une croissance organique soutenue +11,2%
- ❷ **Amélioration** significative du **profil de rentabilité** de l'International traduisant
 - le bénéfice du remodelage du portefeuille d'actifs (consolidation d'Exito et sortie de Taïwan)
 - et l'amélioration de la rentabilité des deux zones prioritaires : Amérique du Sud et Asie (à taux de change et périmètre constants)

Croissance organique des ventes 2007 vs 2006

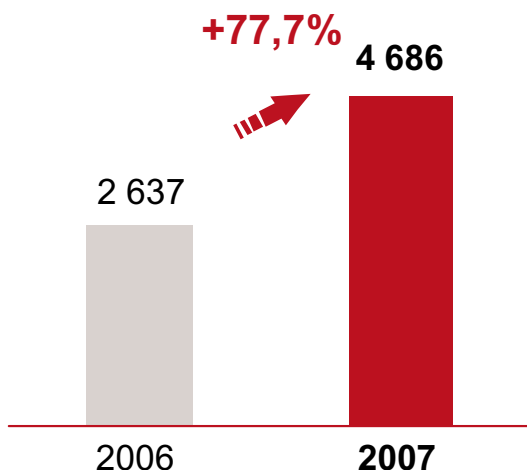


Marge opérationnelle

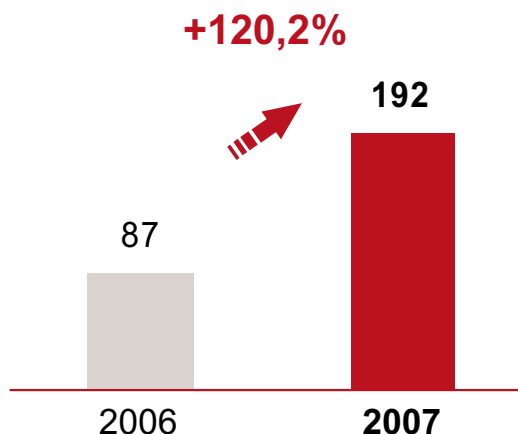


- **Croissance organique à deux chiffres** en Amérique du Sud et en Asie
- **Amélioration significative** de la **marge opérationnelle courante** dans ces deux zones d'implantation prioritaires
- La **marge de l'International à 4,5%** se rapproche de celle de la France (4,9%)

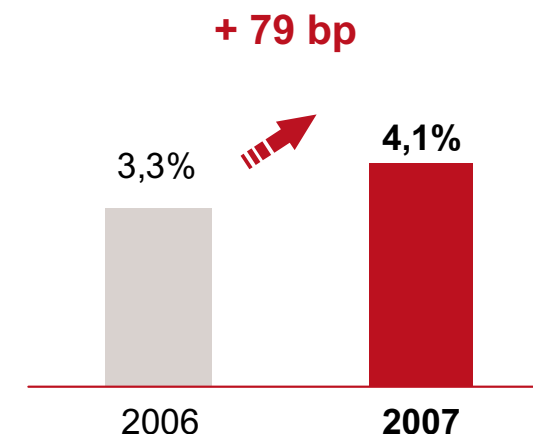
Chiffre d'affaires HT



ROC



Marge opérationnelle



- Solide croissance du chiffre d'affaires, **en organique +14,8%** et **à magasins comparables +13,2%**
 - ▶ progression soutenue des ventes de CBD, résultant d'une hausse de +3,4% des ventes à magasins comparables et de la stratégie volontariste d'expansion de la société
 - ▶ maintien d'une croissance à magasins comparables très élevée en Argentine, au Venezuela et en Uruguay
- **Forte amélioration de la marge opérationnelle courante +79 bp**, reflétant :

 - ▶ l'impact positif de la consolidation d'Exito
 - ▶ la bonne rentabilité de l'ensemble des pays

- ❶ **Ventes totales en hausse de +7,4%***, sous l'effet d'une politique d'expansion dynamique
 - ouverture de 37 magasins
 - développement de nouveaux formats (Extra Facil, Extra Perto)
 - acquisition d'Assai, permettant à CBD de pénétrer le segment très porteur du cash and carry
- ❷ **Croissance à magasins comparables de +3,4%**, portée par la croissance des ventes en alimentaire et la bonne performance de l'enseigne Pao de Açucar
- ❸ **Marge EBITDA** en progression de **+50 bp à 6,9%** traduisant :
 - les résultats du programme de réduction des coûts opérationnels
 - l'amélioration de la profitabilité de l'enseigne Sendas en particulier au S2 07

* ventes publiées en devise locale

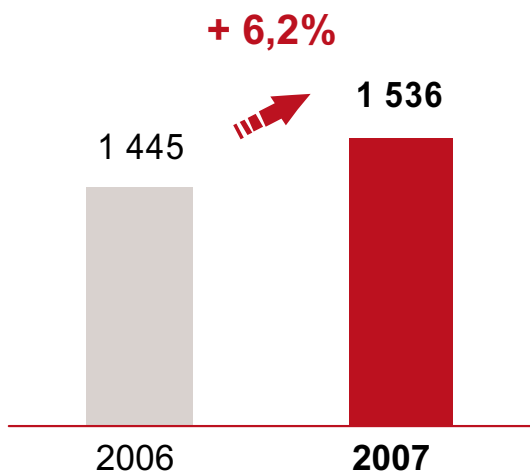
- ❖ Un **chiffre d'affaires** de **2,2 Mds € en hausse de +60%**
 - consolidation de Carulla Vivero à compter du 1^{er} février 2007
 - croissance organique de +13,9%, portée par une politique d'expansion soutenue (ouverture de 6 magasins et conversions de 14 magasins)

- ❖ **Développement** accéléré de la **carte Exito** créée en 2005
 - 1 million de porteurs de carte
 - n° 3 après Visa et Mastercard

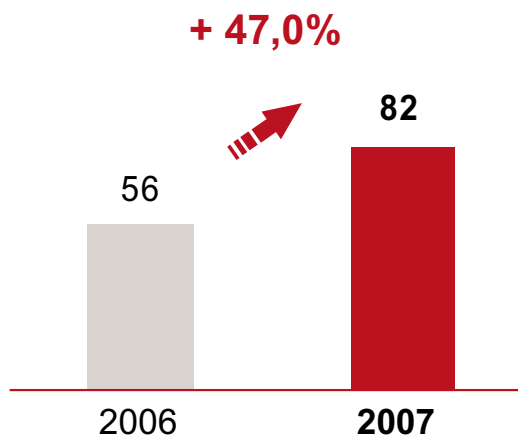
- ❖ Intégration de **Carulla Vivero** et mise en œuvre progressive des **synergies**
 - conversion des magasins Vivero en Exito (7 convertis sur un total de 18)
 - alignement des conditions d'achat
 - extension de la carte Exito à l'enseigne Vivero
 - début du processus d'optimisation des synergies sièges

- ❖ **Marge EBITDA élevée à 7,8%**

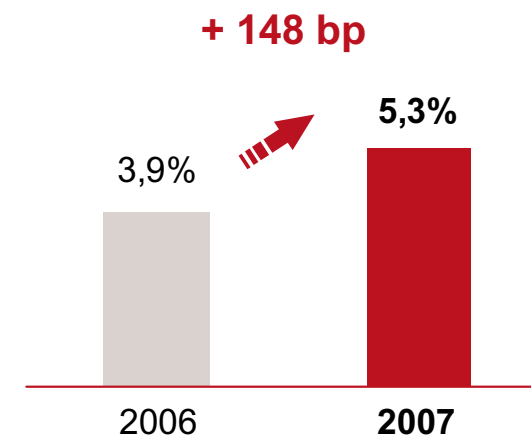
Chiffre d'affaires HT



ROC

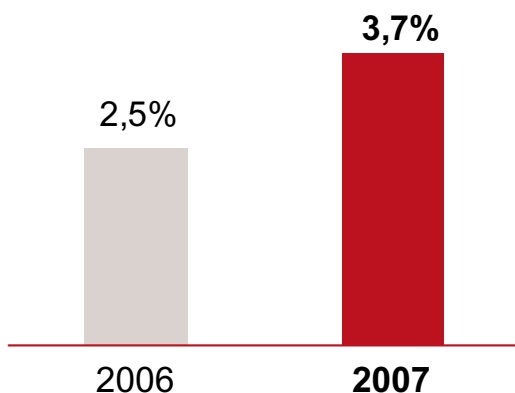


Marge opérationnelle

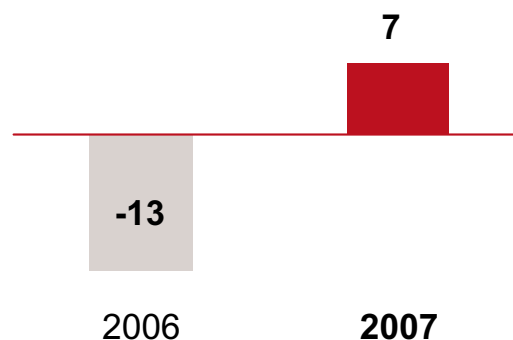


- ❖ **Croissance organique soutenue + 9,8%**
- ❖ **Amélioration de la marge opérationnelle** à taux de change et périmètre constants
- ❖ **Performance satisfaisante de Big C** en Thaïlande
 - ventes en hausse de 6,4% à taux de change constants, sous l'effet d'une politique d'expansion dynamique avec l'ouverture de 5 hypermarchés en 2007 (54 à fin décembre)
 - amélioration sensible de la marge opérationnelle courante

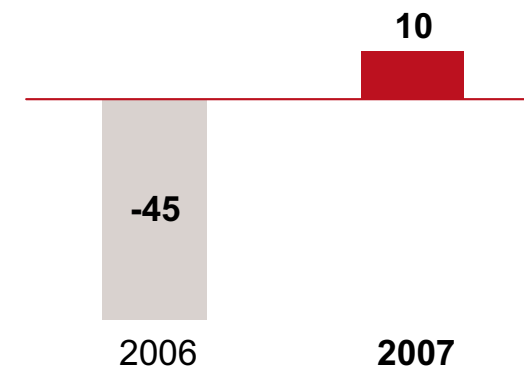
Croissance à magasins comparables



ROC



Résultat net



- ❖ Un chiffre d'affaires consolidé de **1,9 Md €**
- ❖ **Résultat opérationnel courant et résultat net positifs**
- ❖ **Stabilité de la dette nette** à 77 M€
- ❖ Consolidation par **intégration globale à compter du 1^{er} janvier 2008**
(mise en équivalence précédemment)
- ❖ Casino détient **51% du capital** de Super de Boer depuis l'acquisition récente de 6% du capital auprès d'Amber

- France
- International
- **Résultats**
- Stratégie et conclusion
- Annexes

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007	Variation
Volume d'affaires ⁽¹⁾	35 064	35 819	+2,2%
Chiffre d'affaires HT	22 505	24 972	+11,0%
Marge commerciale	6 002	6 818	+13,6%
<i>En % du CA</i>	26,7%	27,3%	+63 bp
EBITDA ⁽²⁾	1 560	1 799	+15,3%
<i>Marge EBITDA</i>	6,9%	7,2%	+27 bp
Dotations aux amortissements	517	603	+16,7%
Résultat Opérationnel Courant	1 043	1 196	+14,7%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	4,6%	4,8%	+15 bp
Capacité d'autofinancement	1 069	1 221	+14,2%

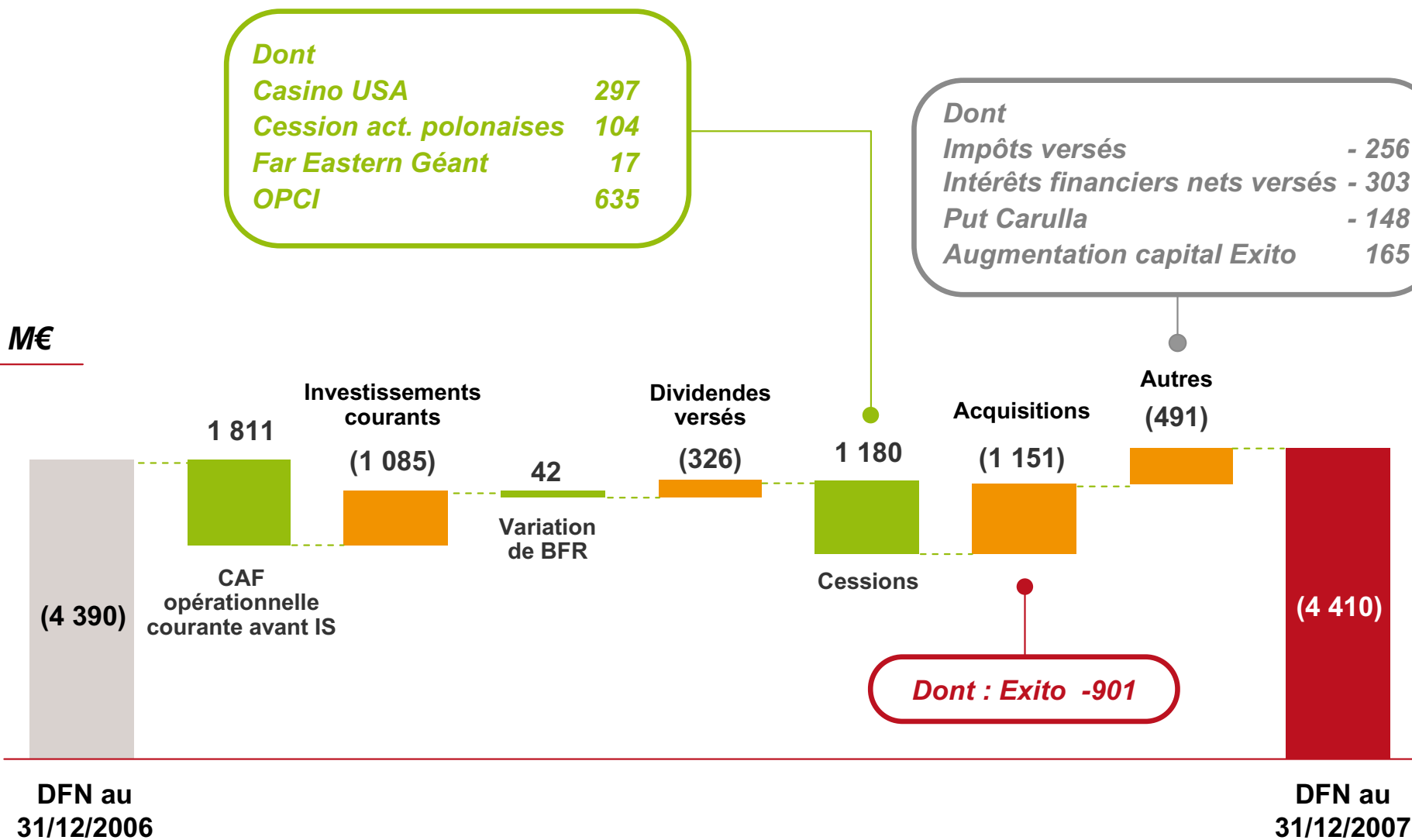
⁽¹⁾ Chiffre d'affaires à 100% des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du Groupe (y compris les sociétés mises en équivalence) – Il intègre également le chiffre d'affaires réalisé sous-enseigne par l'activité franchise

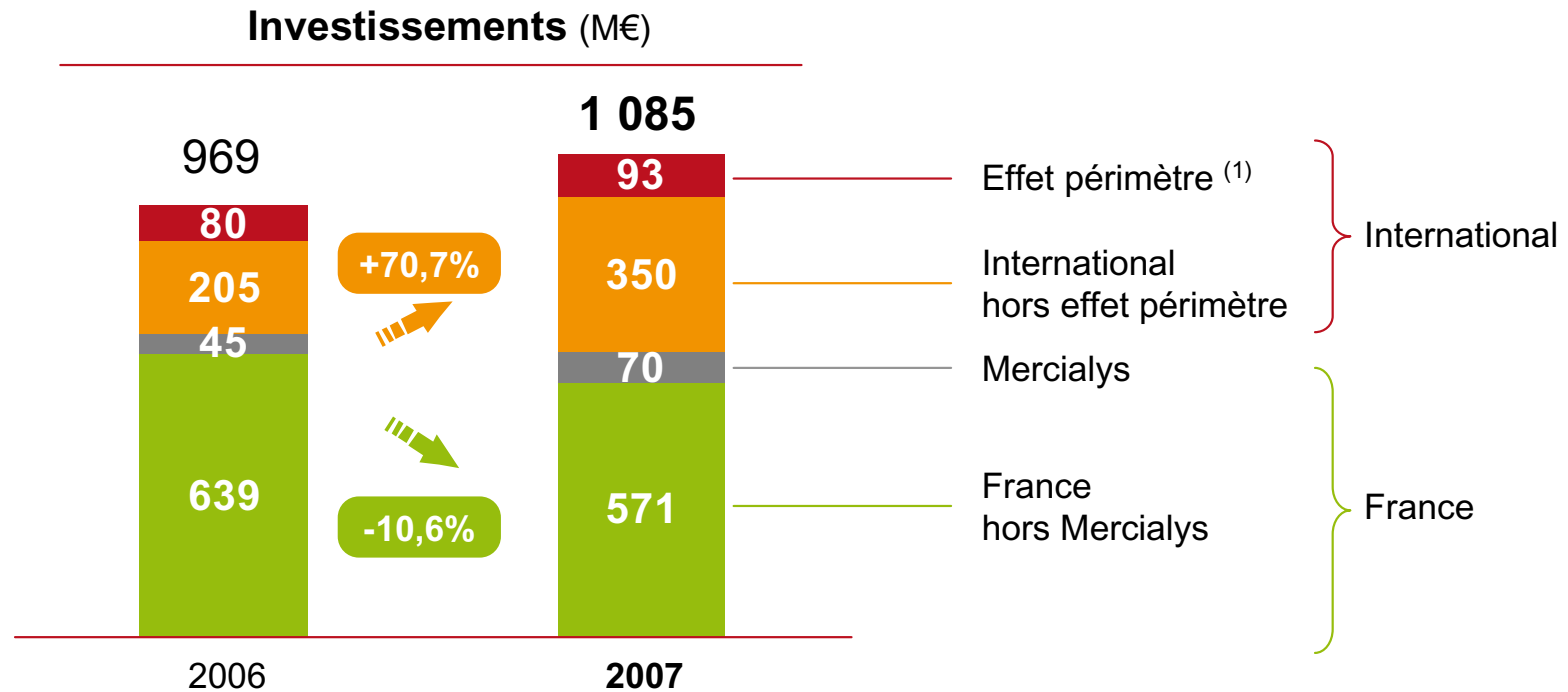
⁽²⁾ EBITDA = ROC + dotations aux amortissements opérationnels courants

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007	Var.
ROC	1 043	1 196	+14,7%
Autres prod. et charges op.	(32)	139	
Coût de l'endettement fin. net	(193)	(295)	
Autres prod. et charges fin.	10	2	
Résultat avant IS	828	1 041	
Impôt sur les bénéfices	(284)	(293)	
QP de résultats des MEE	7	17	
Résultat net des activités poursuivies	552	766	
Dont, Part du Groupe	436	664	+52,4%
Dont, Intérêts minoritaires	115	102	
Résultat net des activités abandonnées	174	154	
Dont, Part du Groupe	163	149	
Dont, Intérêts minoritaires	11	5	
Résultat net de l'ensemble consolidé	726	920	
Dont, Part du Groupe	600	814	+35,7%
Dont, Intérêts minoritaires	126	107	
Résultat net part du Groupe normalisé*	473	510	+7,8%

* des activités poursuivies, corrigé des effets sur le RNPG des autres produits et charges opérationnels et des éléments financiers non récurrents

en M€





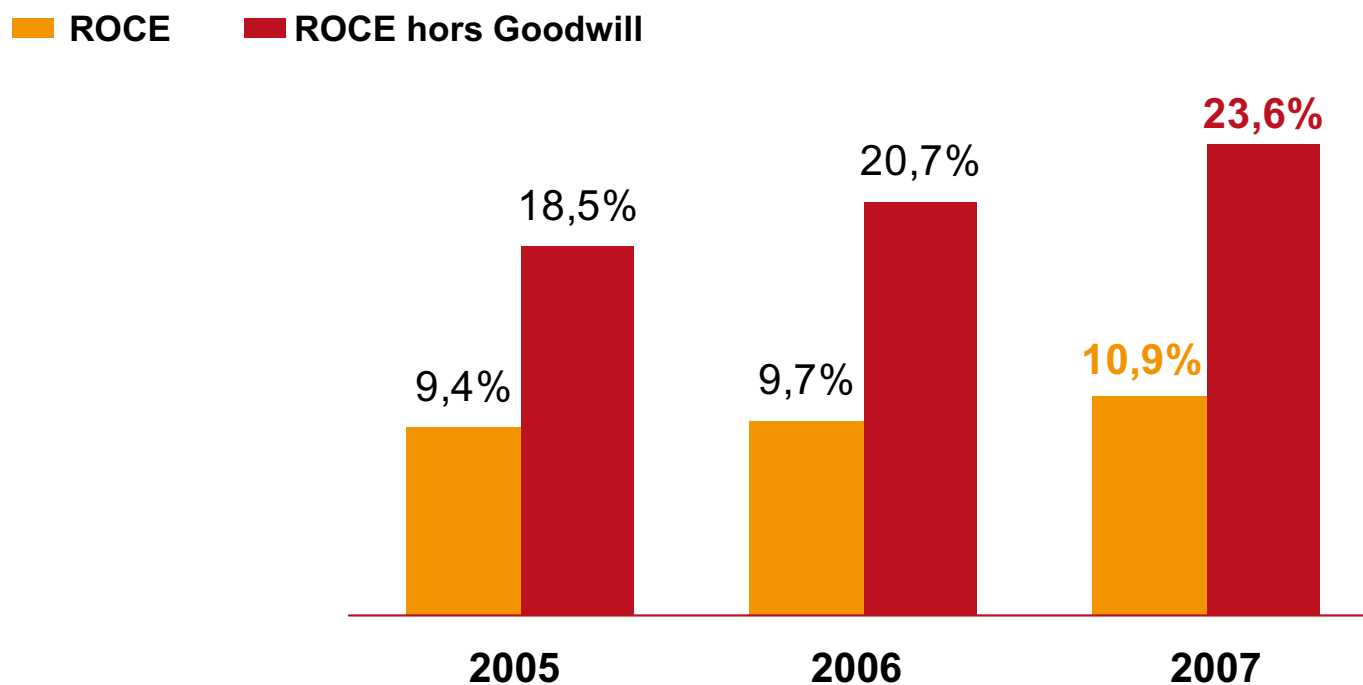
- **Forte progression** des investissements à l'**International**, traduisant la politique d'expansion soutenue dans nos pays clefs, en particulier Thaïlande et Brésil
- **Réduction** des investissements **en France** attestant
 - de la concentration des investissements sur les formats les plus porteurs
 - et d'une plus grande discipline en matière de décision d'investissement
- Poursuite du programme de **développement soutenu de Merzialys**

(1) 2006 : 36 M€ Etats-Unis, 44 M€ Pologne / 2007 : 12 M€ Etats-Unis , 81 M€ Colombie

<i>en millions d'euros</i>	31/12/05	31/12/06	31/12/07
Capitaux propres	5 638	5 972	7 124
Dette Financière Nette	5 444	4 390	4 410
<i>dont options de vente des minoritaires</i>	1 031	889	706
DFN/EBITDA	3,82x	2,81x	2,45x
DFN/capitaux propres	96%	74%	62%

- ❖ **Ratio de DFN/EBITDA** ramené de 3,82x en 2005 à **2,45x en 2007**, en ligne avec l'objectif du Groupe
- ❖ **Réduction du Gearing** de 96% en 2005 à **62% en 2007**
- ❖ **2,5 Mds € de cessions d'actifs** réalisées depuis le début 2006

Le Groupe a restauré sa flexibilité financière et s'attachera à maintenir une stricte discipline financière



- Réalisation du plan de cessions d'actifs de 2,5 Mds €
- Optimisation des capitaux employés avec notamment une meilleure gestion des stocks

NB: $ROCE = ROC / \text{moyenne} (\text{Capitaux propres} + DFN) [n;n-1]$

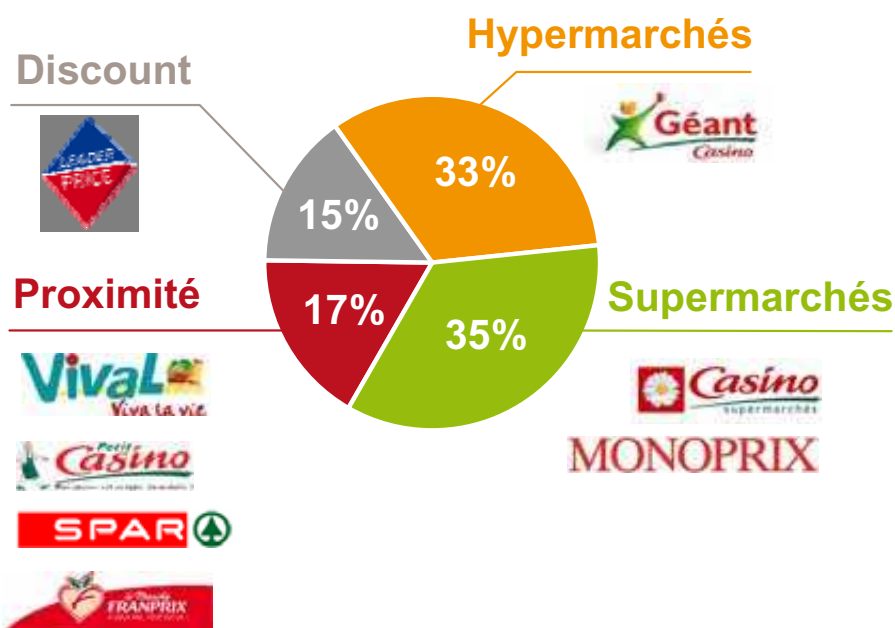
- France
- International
- Résultats
- **Stratégie et conclusion**
- Annexes

- On assiste à une évolution progressive de la distribution, qui accompagne **l'individualisation croissante des modes de vie** et des besoins des clients
 - vieillissement de la population
 - diminution du nombre moyen de personnes par foyer
 - autonomisation des modes et rythmes de vie au sein des foyers
 - individualisme comme système de valeurs

- Cette évolution se traduit par :
 - une diversité plus grande des **formats** et concepts de distribution...
 - ...marquée notamment par l'émergence de formats proposant une alternative au format historiquement dominant, l'hypermarché
 - une offre de **produits** plus variée et plus segmentée
 - une individualisation des contacts **clients**

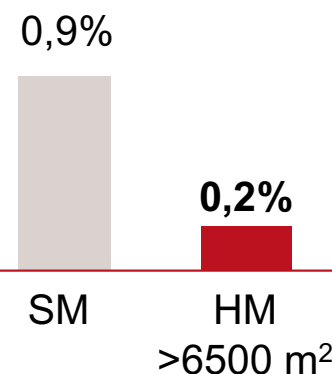
- Casino possède un atout historique avec sa **structure multiformat** et la prépondérance de ses formats de proximité et de discount
- Le Groupe déploie par ailleurs une **stratégie de différenciation** lui permettant d'apporter une réponse adaptée aux attentes de chacun de ses clients :
 - mise en œuvre d'une stratégie commerciale ciblée par enseigne
 - segmentation de l'offre à marque propre (bio, allégé, gourmet...)
 - mise en place d'un marketing individualisé grâce au partenariat avec dunnhumby

**Répartition du CA
sous-enseigne 2007**



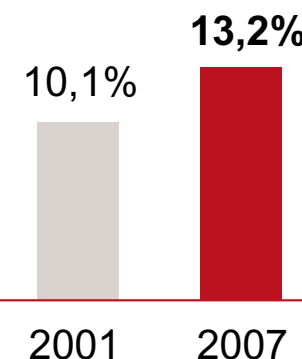
Marché français

**TMVA 01-07
à magasins comparables**



Source : Nielsen

**Part de marché
Hard Discount**



Source : TNS Worldpanel

❖ **Un portefeuille très bien positionné en terme de formats...**

- les formats de proximité (supermarchés Casino, Monoprix, supérettes et Franprix) et Leader Price représentent deux-tiers du CA sous enseigne de la Distribution France
- et 80% du ROC

❖ **...pour tirer profit de la surperformance structurelle des formats de Proximité et du Discount**

POSITIONNEMENT

PROPOSITION CLIENT



Plaisir et confort d'achat dans un hyper à taille humaine

- MDD (prix/qualité/choix)
- Valorisation des espaces frais
- Nouveaux univers en non alimentaire



Prix juste, qualité et vie facile

- MDD (prix/qualité/choix)
- Valorisation des espaces frais
- Offre de base en non alimentaire



Enseigne citadine / Clientèle féminine

- Offre qualitative et moderne en alimentaire
- Offre ciblée en non alimentaire



Centre ville ou péri urbain

- Offre alimentaire complète (quote part MDD élevée)



Zone rurale

- Services (tabac, fax, presse)



Centre ville ou péri urbain

- Offre alimentaire de proximité et services



Grandes Agglomérations

- Offre alimentaire complète
- Sélection de produits MDD (LP)



Offre de qualité à prix discount

- Offre alimentaire complète
- 100% MDD



**Développement
de la MDD**



**Renforcement
des espaces frais**



**Nouveaux concepts
en non alimentaire**



**Réallocation
des surfaces**

- ❖ **Casino : 1^{er} distributeur** en terme de **taux de pénétration de la MDD**
 - en % du chiffre d'affaires et des volumes (PGC-FI)

- ❖ **Maintien d'une croissance à deux chiffres des ventes**
 - portée par un positionnement prix agressif
 - et une politique d'innovation soutenue
 - plus de 600 nouveaux produits en 2007 et en 2008 en alimentaire

- ❖ **Valorisation** et élargissement de l'offre en **produits frais**
 - renforcement de la marque « Terre et Saveur » avec la signature Casino
 - développement des filières éco-labellisées

- ❖ **Développement rapide** de l'offre en **non alimentaire**

Un levier clef de la compétitivité des enseignes et de la fidélisation des clients

- Une **base solide de données** client grâce au **programme de fidélité**
 - 3,7 millions de porteurs de cartes (HM + SM)
 - appartenance au réseau S'miles (13 millions de porteurs de carte)
- Le partenariat avec **dunnhumby** : un moyen d'**améliorer notre connaissance client** (style de vie, attentes...) afin de proposer une **offre commerciale adaptée** à chaque type de client, au niveau de chaque magasin



Politique tarifaire



Assortiment



Communication



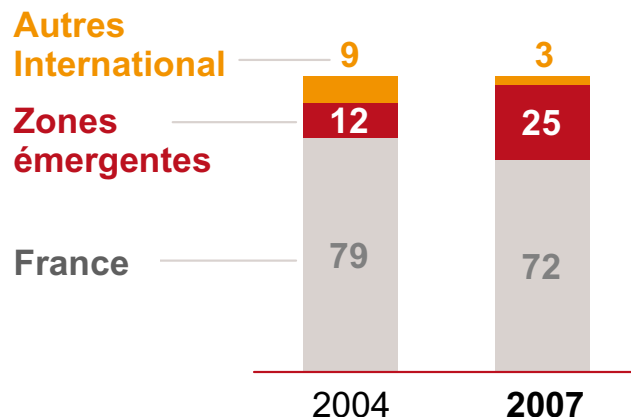
Des **résultats visibles**

Exemple: Casino supermarchés

	2005	2007	var
Panier moyen	16,8 €	19,5 €	+16,1%
Taux de nourriture*	11,9%	13,2%	+130 bp
Trafic en croissance régulière depuis 2 ans			

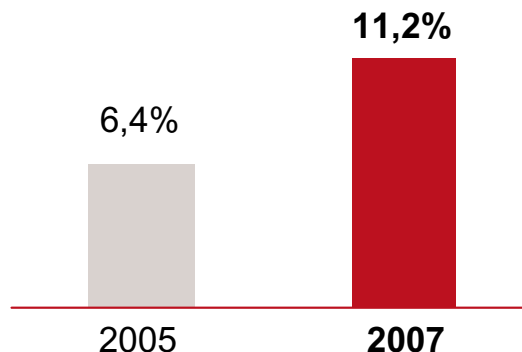
* Part de marché de Casino supermarchés dans les dépenses alimentaires de ses clients

Répartition du CA consolidé (%)



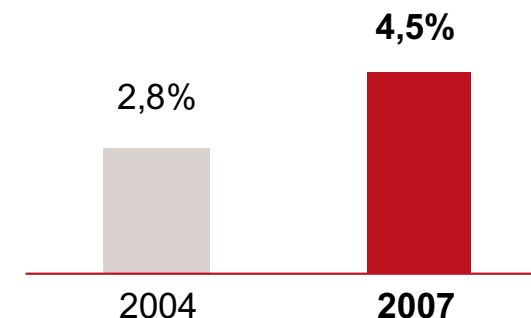
- ❶ **Exposition accrue aux zones à forte croissance**, permise par le remodelage du portefeuille d'actifs

Croissance organique International (vs n-1)



- ❷ **Accélération de la croissance organique** de l'International
 - qui a contribué à 63% de la croissance organique en 2007

Marge opérationnelle International



- ❸ **Profitabilité en forte amélioration**, se rapprochant de celle de la France (4,9% en 2007)

NB: Exito non intégré à la croissance organique en 2007

CA sous enseigne

Amérique du Sud

Asie du Sud Est

8,9 Mds €

1,5 Md €

**Une population*
importante
et jeune** <15 ans

**Des taux de
croissance élevés
(PIB 2008e)**

**Une distribution
organisée encore
minoritaire
(en % conso. alim.)**

Brésil **Colombie** **Venezuela
Argentine
Uruguay**

190

25%

44

30%

69

27%

4%

4,8%

4% à 6%

58%

43%

30% à 43%

Thaïlande **Vietnam**

65

22%

85

26%

4,5%

8,2%

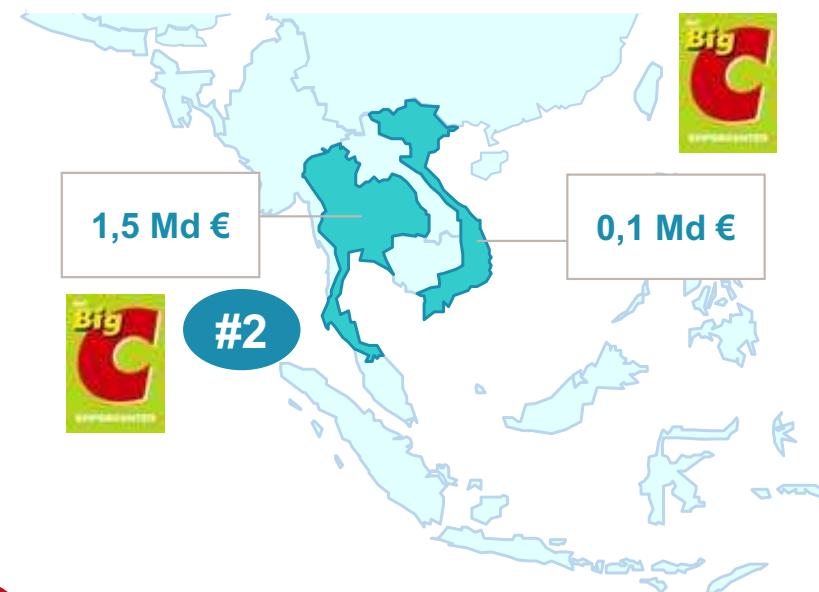
43%

18%

* millions d'habitants

CA

CA



#1 en Amérique du Sud

* à 100%

- **Poursuite d'une expansion soutenue** dans les pays clefs du Groupe (Brésil, Colombie et Thaïlande), sur les formats classiques et sur de nouveaux formats
- **Accélération de la rationalisation des enseignes** au Brésil et en Colombie
- **Acquisitions complémentaires**, si opportunité (ex : Assai au Brésil)
- Développement, à l'instar de la France, d'un **modèle dual : distribution et immobilier**

Une contribution accrue à la croissance et au résultat opérationnel du Groupe

Immobilier
Banalisé

Bureaux
et Entrepôts

Immobilier
de rendement

Galeries
marchandes

Immobilier stratégique

Murs de magasins /
Réserves foncières

A maturité
immobilière
ou stratégique

Avec réserves
foncières et/ou
possibilités
d'extensions

2005

Cession
du siège



2006

Cession
entrepôts

Cession
immobilier
Pologne

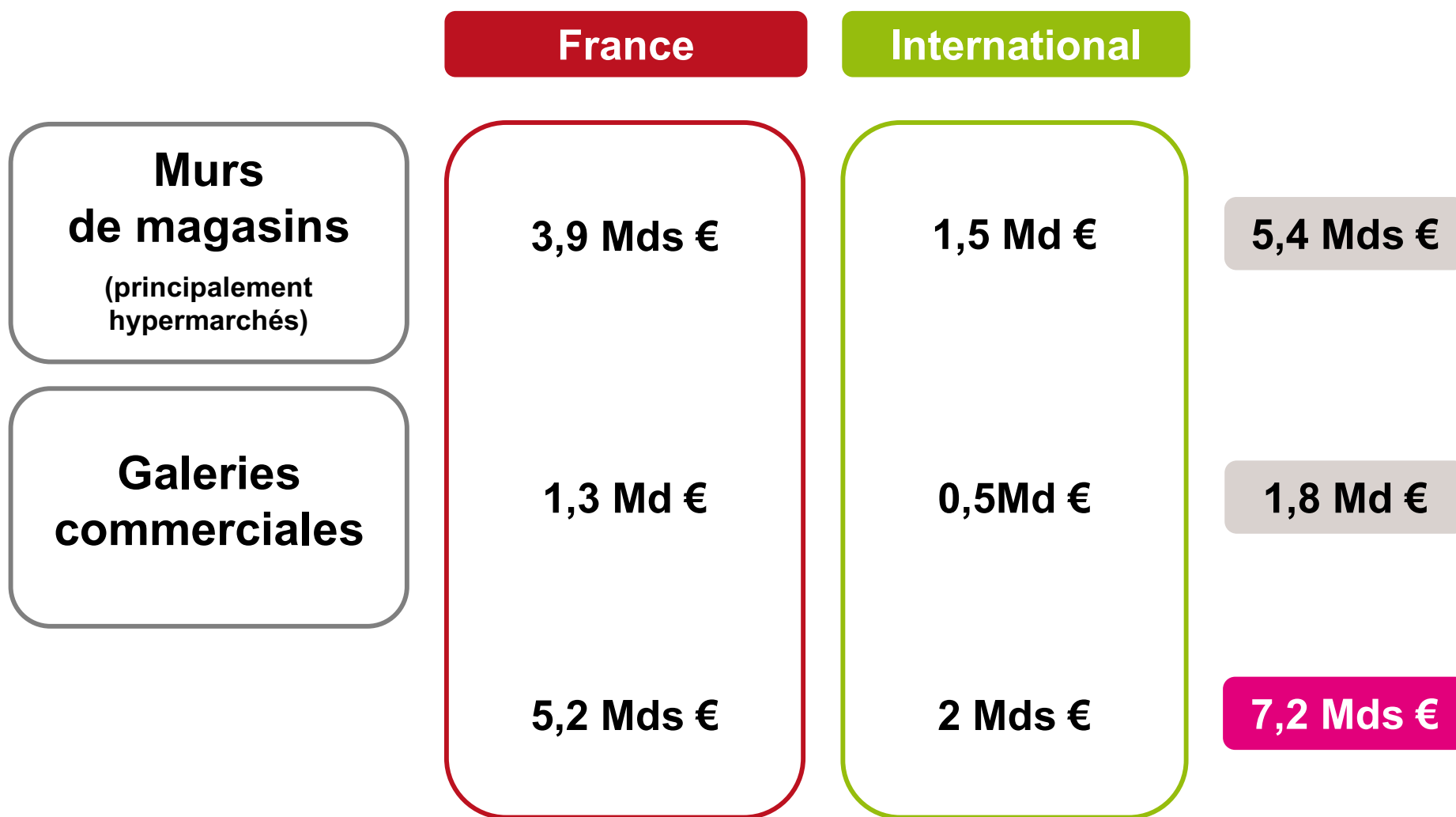
2007

OPCI*



Partenariat
Whitehall
Eur.Centrale

* Sur des murs de supermarchés & supérettes en France , et sur les murs des magasins à la Réunion



Une valorisation supérieure à celle établie au 31/12/06 malgré les cessions réalisées en octobre 2007 (pour 635 millions d'euros)

NB: ces estimations sont établies à partir des valeurs d'expertises (hors Mercialys = capitalisation boursière) et correspondent à la quote-part du capital détenue par Casino

Accroître le trafic et favoriser le développement de l'activité Distribution

- valorisation des sites marchands en France grâce au projet Alcudia
 - créer des lieux de vie, à forte personnalité et fort ancrage local
- accélérer le développement de galeries commerciales à l'International

Créer de la valeur patrimoniale

- en France : projet Alcudia qui vise un doublement des surfaces commerciales des galeries marchandes à l'horizon de 5 à 7 ans
- à l'International : partenariat avec les fonds d'immobilier Whitehall pour le développement de centres commerciaux en Europe de l'Est
- accroissement du patrimoine immobilier en France et à l'International



❖ **France** : expansion **soutenue** sur les formats porteurs

- poursuite d'une politique d'expansion dynamique pour Casino supermarchés et Monoprix
- développement du réseau Franprix
 - en région parisienne et dans les grandes villes de province
 - avec un objectif de 1 000 magasins d'ici 5 ans contre 652 à fin 2007
- accélération de l'expansion de Leader Price
 - objectif de doublement du nombre de magasins dans les 5 années à venir (489 magasins à fin 2007)
- déploiement du plan Alcudia pour les hypermarchés

❖ **International** : une **priorité claire** en matière d'expansion

- accélération de l'expansion tant sur les magasins que sur les galeries marchandes
- International : plus de la moitié des ouvertures du Groupe sur la période 2008-2010

- ❶ Un **portefeuille d'actifs bien positionné**
 - ▶ mix de formats favorable en France
 - ▶ fort potentiel de croissance des enseignes Franprix et Leader Price
 - ▶ plateforme géographique à l'International recentrée sur des pays à fort potentiel (Brésil, Colombie, Thaïlande)

- ❷ Des **leviers de croissance** efficaces
 - ▶ en France, mise en œuvre d'une stratégie commerciale ciblée pour chaque enseigne et montée en puissance des leviers de différenciation
 - ▶ à l'international, accélération de l'expansion et développement du modèle dual « Distribution et Immobilier »

- ❸ Un **profil** de rentabilité plus **homogène et plus équilibré**
 - ▶ convergence de la marge opérationnelle de l'international vers la marge de la France
 - ▶ 10 « business units » ayant, chacune, une contribution significative à l'EBITDA

Objectifs 2008

Accélération de la croissance organique du chiffre d'affaires

Nouvelle croissance du résultat opérationnel courant

Une nouvelle signature institutionnelle




Une nouvelle campagne institutionnelle à partir du 16 mars

PRESSE



TV



- France
 - International
 - Résultats
 - Stratégie et conclusion
 - **Annexes**
- 

- Exito (Colombie), jusqu'à présent mise en équivalence, est consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} mai 2007
- Disco (Uruguay) est consolidée par intégration proportionnelle à hauteur de 55% (vs 50%) à compter du 1^{er} avril 2006, à hauteur de 58% à compter du 1^{er} octobre 2006, puis à hauteur de 62,5% à compter du 1^{er} août 2007
- Assai (Brésil) est consolidée par intégration globale au sein du groupe CBD à compter du 1^{er} novembre 2007
- En application de la norme IFRS 5 applicable aux sociétés intégrées proportionnellement, le résultat de FEG (Taiwan) n'est plus retenu dans le résultat consolidé du Groupe depuis le 14 septembre 2006, date du classement en « actifs détenus en vue de la vente »

<i>en millions d'euros</i>	31/12/06	31/12/07
Goodwill	5 578	6 177
Immobilisations	5 983	7 297
Participations entreprises associées	436	277
Actifs financiers non courants	375	446
Actifs financiers de couverture non courants*	78	55
Autres actifs non courants	137	171
Stocks	1 833	2 460
Clients et autres créances	2 468	2 874
Autres actifs financiers de couverture courants*	156	163
Trésorerie et équivalents de trésorerie*	2 009	2 534
Actifs détenus en vue d'être cédés	715	0
TOTAL ACTIF	19 767	22 455
Capitaux propres	5 972	7 124
Provisions à long terme	230	297
Passifs financiers*	4 620	4 662
Autres passifs non courants	376	467
Provisions court terme	167	224
Fournisseurs	3 651	4 432
Autres dettes	2 388	2 750
Autres passifs financiers*	2 014	2 499
Passifs détenus en vue d'être cédés	350	0
TOTAL PASSIF	19 767	22 455

* Éléments constitutifs de la DFN

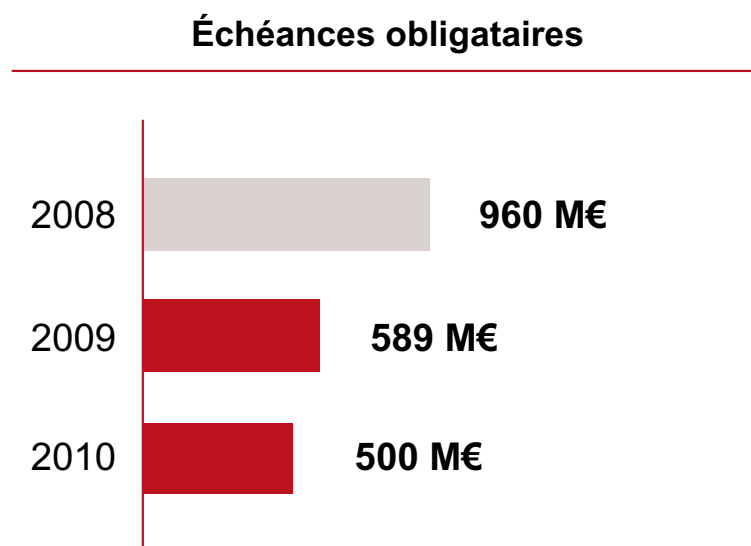
<i>en millions d'euros</i>	31/12/06	31/12/07
Dette financière nette à l'ouverture	(5 444)	(4 459)
Capacité d'autofinancement	1 069	1 221
Variation de BFR	(130)	42
Autres ⁽¹⁾	245	335
Cash-flow opérationnel net d'IS	1 184	1 597
Investissements courants	(969)	(1 085)
Acquisitions	(110)	(65)
Cessions	207	752
Variation de périmètre	965	(943)
Augmentation de capital	(1)	252
Variation de l'autocontrôle	94	(11)
Dividendes versés	(274)	(281)
Dividendes versés aux TSSDI	(45)	(45)
Intérêts financiers nets versés	(276)	(304)
Variation de dette non cash	193	187
Écarts de conversion	14	(5)
Dette financière nette au 31/12 de l'ensemble consolidé	(4 459)	(4 410)
<i>dont dette financière nette des activités en cours de cession</i>	69	0
Dette financière nette au 31/12 des activités poursuivies (présentée au bilan)	(4 390)	(4 410)

⁽¹⁾ Neutralisation du coût de l'endettement et de la charge d'impôt et prise en compte de l'impôt décaissé

- Au 31 décembre 2007, le Groupe dispose de 2 Mds€ de disponibilités et de plus de 2 Mds€ de lignes de crédit confirmées, non utilisées et disponibles...



- ... à comparer aux prochaines échéances de remboursement obligatoire



<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
Géant Casino	6 294	6 299
Proximité	6 326	6 569
<i>Casino supermarchés</i>	3 047	3 224
<i>Monoprix</i>	1 715	1 780
<i>Supérettes</i>	1 564	1 565
Franprix / Leader Price	4 021	3 915
Autres Activités	958	1 131
FRANCE	17 599	17 915
Amérique du Sud	2 637	4 686
Asie	1 445	1 536
Océan Indien	823	834
Autres (Pologne)	1	1
INTERNATIONAL	4 906	7 057
GROUPE	22 505	24 972

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
Géant Casino	172	171
Proximité	317	373
Franprix / Leader Price	296	271
Autres Activités	67	65
FRANCE	852	880
Amérique du Sud	87	192
Asie	56	82
Océan Indien	51	47
Autres (Pologne)	-4	-6
INTERNATIONAL	191	316
GROUPE	1 043	1 196

	2006	2007	Var.
ARS / EUR	0,259	0,234	- 9,6%
UYU / EUR	0,033	0,031	- 5,8%
VEB / EUR (x 1 000)	0,371	0,340	- 8,4%
THB / EUR	0,021	0,023	7,6%
TWD / EUR	0,024	0,022	- 9,2%
VND / EUR (x 1000)	0,050	0,045	- 9,3%
COP / EUR (x 1 000)	0,337	0,353	+ 4,5%
BRL / EUR	0,366	0,375	+ 2,6%
PLN / EUR	0,257	0,264	+ 2,7%

<i>en millions d'euros</i>	2007
Résultats sur cessions d'actifs	265
dont OPCl	255
Autres produits et charges opérationnels	(126)
Dépréciations d'actifs (nettes de reprises)	(25)
Provisions pour litiges	(18)
Provisions pour risques	(24)
Restructurations	(28)
Autres	(22)
TOTAL	139

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
Produits de trésorerie	53	61
Intérêts et charges financiers après couverture	(250)	(335)
Variation de dérivés sur emprunt obligataire*	36	0
Gains et pertes de change sur dette	(23)	(13)
Charges financières de crédit-bail	(10)	(7)
TOTAL	(193)	(295)

* *Éléments retraités dans le calcul du résultat normalisé*

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
Variation de valeur des options et dépréciations de titres*	(3)	10
Variation de dérivés hors couverture	(2)	(0)
Gains et pertes de change	(6)	5
Actualisation / Désactualisation	(11)	(21)
Escomptes financiers	26	0
Divers	6	8
TOTAL	10	2

* *Éléments retraités dans le calcul du résultat normalisé*

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
Mercialys	22	28
FP/LP	60	36
Big C	18	22
Vindemia	11	2
Exito ⁽¹⁾	0	21
Autres	4	(7)
TOTAL	115	102

⁽¹⁾ Consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} mai 2007

<i>en millions d'euros</i>	2006	2007
FP/LP	11	9
Feu Vert	1	0
CBD	(9)	(4)
Exito ⁽¹⁾	24	7
Super de Boer	(20)	4
TOTAL	7	17

⁽¹⁾ Consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} mai 2007

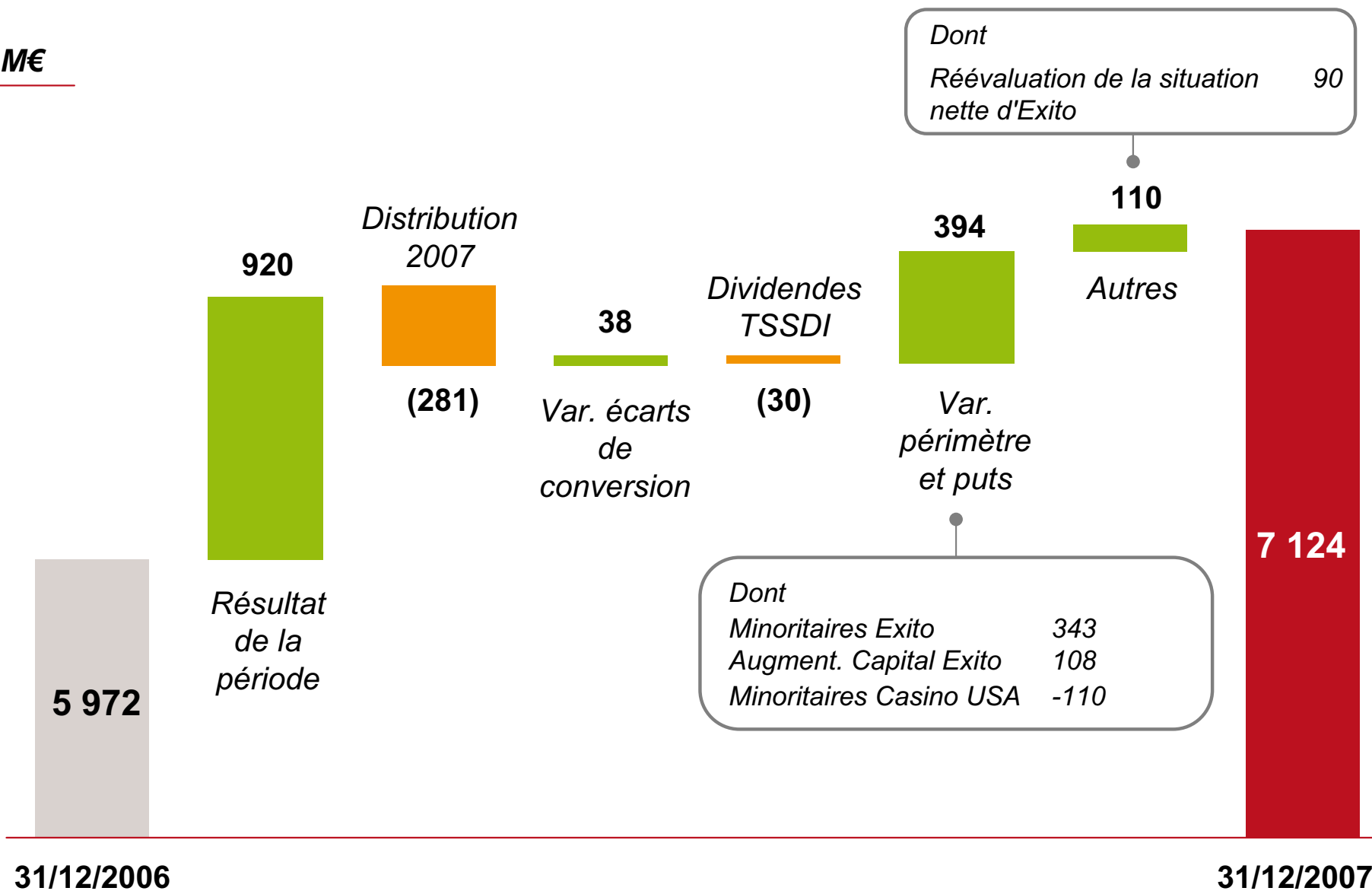
en M€

Société	% capital	Valorisation au 31/12/07
PUTS intégrés dans la DFN		706
Franprix- Leader Price	Franprix Holding 95% → 100% & Leader Price Holding 75% → 100%	420
	Magasins franchisés détenus majoritairement	98
Exito	Put Carulla Vivero (77,5% à 100%)	148
Uruguay (Devoto)		11
Assai (CBD)	60% → 100%	29
PUTS - hors bilan		1 320
Monoprix ⁽¹⁾	50% → 100%	850
Franprix- Leader Price	Magasins franchisés détenus minoritairement	335
Uruguay (Disco)		44
Sendas (CBD) ⁽²⁾	42,6% → 100%	91

⁽¹⁾ Valorisation estimée sur la base du prix minimum indexé. Le prix réellement payé pourrait être supérieur

⁽²⁾ Put sur CBD, pris en compte à hauteur de 34,0%

en M€



Société	Cours au 11 mars 2008	Capitalisation 100%	% de détention	Quote-part Casino
Mercialys	27,05 €	2 033 M€	61,5%	1 250 M€
CBD (Brésil)	35,50 R\$	3 110 M€	34,0%	1 057 M€
Exito (Colombie)	14 040 COP	1 389 M€	59,8%	831 M€
Big C (Thaïlande)	48,00 THB	797 M€	63,2%	503 M€
Super de Boer (Pays-Bas)	4,16 €	477 M€	51,1%	244 M€
TOTAL				3 885 M€

<i>France</i>	31 Dec 2006	31 Dec 2007
Géant Casino	128	129
Casino supermarchés	367	379
Franprix	637	652
Monoprix	310	330
Leader Price	471	489
Supérettes	5 721	6 040
Autres	397	378
TOTAL France	8 031	8 397
<i>International</i>		
Argentine	62	62
Uruguay	48	52
Venezuela	65	62
Brésil	551	575
Thaïlande	55	58
Vietnam	5	7
Océan Indien	45	49
Colombie	111	257
Pays-Bas	380	331
TOTAL International	1 322	1 453