



COMITE DE GROUPE

Présidé par

Jean-Charles NAOURI

Le comité de groupe s'est réuni le 20 juin 2006, sous la présidence de Jean-Charles NAOURI, PDG du Groupe, en présence de Thierry BOURGERON - DRH du Groupe, Gérard MASSUS - Directeur des Relations Sociales, Nathalie LAFONT- Directrice des Ressources Humaines et Jean-Michel BLOCH, expert-comptable.

Renouvellement du Comité de Groupe :

le SNTA-FO Casino présente la candidature de Marius PONDY qui, après le vote des membres du Comité, est élu Secrétaire du Comité de Groupe

Monsieur Jean-Michel BLOCH, expert comptable, nous expose les faits marquants de l'année 2005 : Dans un contexte difficile pour tous les distributeurs français, le chiffre d'affaires a progressé en grande partie grâce à l'International. Les résultats du groupe ont enregistré un léger recul ; toutefois deux éléments majeurs sont positifs : le Résultat net part de groupe est quasi stable et l'engagement de diminuer l'endettement a été tenu. Malgré la pression concurrentielle des prix en France et la prise de contrôle sur CBD (Brésil) et Vindémia (Océan Indien), le panorama financier du groupe s'est légèrement amélioré.

SITUATION DU GROUPE et PERSPECTIVES

Exposé de Jean-Charles NAOURI

SUR LE BILAN OPERATIONNEL 2005

MARQUE CASINO

C'est l'une des forces historiques du Groupe CASINO. Son développement est un axe important chez DCF. Le projet de refonte du packaging a débuté en 2005. Il va se poursuivre en 2006 et 2007. Les premiers résultats démontrent une évolution à 2 chiffres en terme d'accroissement de volume. L'objectif étant d'être le meilleur en marque propre à fin 2007.

SUPPLY CHAIN (du fournisseur au magasin en passant par les entrepôts)

Le programme « l'excellence en Supply Chain » se poursuit. **Etre au même niveau que les meilleurs opérateurs européens, c'est faisable !** L'objectif de ce programme vise à améliorer les stocks en magasins (les stocks coûtent très chers et c'est de l'argent qui dort) sans dégrader le service client, et à réduire les taux de rupture.

EXPANSION

Le programme d'expansion lancé par le groupe a permis d'ouvrir 360 magasins de proximité (en 2005 - la proximité regroupant les supérettes Petit Casino / Spar / Vival). Le groupe compte à ce jour 5700 magasins de proximité et il est de loin le leader en France. L'expansion se poursuit également avec le Discount (Leader Price...)

CESSION D'ACTIFS

La Direction a annoncé, en mars 2006, un programme de cession d'actifs de 2 milliards d'Euros d'ici à fin 2007 dans le double objectif de renforcer le profil de croissance et de rentabilité et d'améliorer la structure financière. Mr NAOURI confirme que CASINO prendra son temps. Il n'est pas question de brader ! Une analyse multi critères est menée afin de se concentrer sur les actifs les plus porteurs en terme de croissance de marché, de synergie avec le reste du groupe et de générateur de cash flow.

ACTIVITE GROUPE France : LE COEUR DU GROUPE

HYPERMARCHES GEANT et SUPERMARCHES CASINO

C'est l'essentiel du Groupe en France en terme de chiffre d'affaires.

2005 a été une année difficile et de transition. Des actions tarifaires ont été menées de manière importante sur les marques nationales, ce qui a pesé lourdement sur les marges et sur les résultats. La politique très volontariste du groupe sur la baisse des prix en MDD a permis un effet volume très positif et un gain de parts de marché encourageant.

GEANT est la branche qui a connu le plus de difficultés en 2005. Une bonne gestion du « mix produit » est importante. **GEANT** a une culture alimentaire et est dans le peloton. En non alimentaire, des efforts restent à faire. Les concepts des magasins doivent être différenciés en fonction des sites et des tailles. L'uniformité est impossible !

Les **SUPERMARCHES** ont connu une assez bonne année avec une évolution du CA généralement au dessus de notre principal concurrent. Indépendamment des baisses de prix, des investissements ont été menés en 2005 qui vont se poursuivre en 2006.

LA PROXIMITE se porte bien. C'est le cœur historique du Groupe !

« EXCELLENCE » et « ETRE LEADER » : DEUX MOTS CLES POUR LES ANNEES A VENIR

L'**excellence** est un terme souvent utilisé dans le Groupe : projet « excellence Caisses » en hypers, projet « excellence » en Supers. « Excellence opérationnelle ». Le groupe a le souci de l'excellence. Il faut que les magasins respirent cette vision et que l'on aboutisse à l'excellence dans le service et la qualité des produits.

EN France

3 domaines dans lesquels le Groupe vise à être le meilleur :

MARQUE CASINO

Assortiments, qualité des produits, évolution volumes, quote-part CA

FIDELITE

Avoir une parfaite connaissance du client et lui proposer ce qui l'intéresse.

Acquérir des clients, les satisfaire, les conserver.

SUPPLY CHAIN

Améliorer encore plus les paramètres des flux d'approvisionnements pour in fine améliorer l'offre client.

A L'INTERNATIONAL

L'objectif est d'être leader dans des pays très peuplés et à forte croissance tels que le Brésil, la Colombie, la Thaïlande, le Vietnam. En 2005, le chiffre d'affaires à l'international a représenté 25 % chiffre d'affaires total groupe. Le groupe prévoit en 2006 que plus de 30% du CA sera réalisé à l'international.

EN CONCLUSION

Malgré une année 2005 difficile, son MULTIFORMAT a permis à CASINO de bien résister. Des activités comme le Discount, la Proximité, Monoprix, ont été des points forts. Le Groupe croit beaucoup en GEANT et aux Supermarchés. C'est le Cœur du groupe et l'essentiel du chiffre d'affaires. **Monsieur NAOURI rappelle que GEANT n'est pas à vendre et que son seul cap est l'intérêt supérieur du groupe sur le long terme.**

Des objectifs très simples ont été fixés pour 2006 : taux d'accroissement du chiffre d'affaires organique plus élevé qu'en 2005 ; un bilan substantiellement amélioré, solide et incontestable pour ne plus être critiqué et observé.

INTERVENTIONS FO

FO INTERROGE LA DIRECTION SUR LE PLAN STRATEGIQUE 2005-2007 dans lequel l'accent a été mis sur la cession d'actifs de 2 milliards d'euros et sur les axes de concentration du développement sur : le discount et la proximité ; à l'international : sur l'Amérique Latine et le Sud-Est asiatique ; et enfin sur les activités connexes (immobilier, crédit commercial, @commerce).

Faut-il comprendre que tout le reste peut-être cédé ? FO demande quelles sont les perspectives d'avenir pour les filiales représentées au Comité de Groupe, quels sont les projets pour les hypers et les supers et quelles mesures structurantes Casino va-t'il prendre pour revenir dans la course ?

En réponse à FO : Le marché boursier a une gestion très complexe. Casino doit se montrer très prudent sur sa stratégie en terme de cession des actifs. En effet, il est pris entre 2 feux : celui du délit d'initiés et le marché boursier. Rien ne peut être dit.

Concernant l'avenir des hypers et des supers, Monsieur NAOURI se dit très confiant. Il croit en les hypers et les supers qui prennent des parts de marché. Des investissements encore plus élevés en 2006 que lors des années précédentes seront réalisés. Quant à l'avenir des filiales : EASYDIS n'est pas à vendre et à ce jour, les CAFETERIAS ont un développement normal qui n'est pas stoppé.

LE PARTAGE DE LA VALEUR AJOUTEE, c'est la question permanente de FO. Il ne faut pas oublier que la Croissance de CASINO, c'est aussi le fruit du travail des femmes et des hommes de l'entreprise, salariés et gérants mandataires. Casino ne pourra se défendre efficacement et se développer qu'en s'appuyant sur un personnel compétent et motivé.

En réponse à FO : La valeur ajoutée de DCF s'est réduite considérablement ces deux dernières années. Le contexte 2006 devrait se stabiliser par rapport à 2005 mais ne connaîtra pas une évolution.

LE COMMERCE PAR INTERNET est en pleine croissance. Ainsi C'DISCOUNT s'est allié à OTTO le véadiste allemand en vue de co-exploiter son site Discount 24. Le pari est osé sur le plan commercial mais qu'en est-il en terme de responsabilité opérationnelle ?

En réponse à FO : Cette opération, qui n'a pas nécessité d'investissement financier de la part de C Discount représente un enjeu très important avec un risque très limité. Le @commerce est un métier très porteur. C DISCOUNT a une très bonne image prix.

PUBLICITE A LA TELEVISION ? CASINO est-il prêt compte tenu de son caractère très onéreux ?

En réponse à FO : C'est un point majeur ! Le handicap du groupe est qu'il ne fait pas partie des plus gros ; les moyens seront limités. La différenciation devra se faire par un message de communication innovant.

SUR LE STATUT DES GERANTS, Monsieur NAOURI répond que CASINO y est extrêmement attaché. C'est un pilier important des petits Casino. Il est très favorable au maintien de ce statut dans 10, 20 ou 50 ans.

LE MARCHE DE CASINO et GEANT DISCOUNT : des concepts différents qui pour l'un, permet de sortir du marasme commercial par le haut, avec la mise en avant enfin (!) du savoir-faire CASINO et qui pour l'autre, permet d'améliorer les choses sur des sites en très grande difficulté. Mais au-delà de ces constats, quels sont les enseignements, les perspectives par rapport à ces tests ?

En réponse à FO : CASINO a la culture du test. Des enseignements sont tirés pour voir ce qui sera gardé et dupliqué. A ce jour, on peut déjà dire que Hyper Casino (branche super) est un test qui sera gardé. Super Discount ne sera pas dupliqué. Quant à GEANT Discount, sera-t-il dupliqué ? peut être, mais pas à grande échelle.

PAR AILLEURS, FO SOULIGNE QUE LA FIDELISATION CLIENT est un point majeur et Casino en fait un de ses axes prioritaires.

Toutefois, la population française vieillit. Les conditions d'achat sont différentes en fonction de l'âge et la composition de famille. Les seniors recherchent la proximité, le service, la fraîcheur, des quantités adaptées à leur situation. Les enfants, adolescents ne sont pas encore approchés ce jour, or, il s'agit des clients de demain !

D'AUTRE PART, lors du dernier comité de groupe, Monsieur NAOURI, en réponse à une question FO, a fait le point sur la Fondation Euris qui permet à 50 étudiants démunis financièrement d'obtenir des bourses qui leur permettent de poursuivre leur cursus scolaire après le bac. FO demande à quand une FONDATION CASINO ?

ET PUIS, NOUS ATTIRONS L'ATTENTION sur notre rôle de représentant du personnel qui nous amène à endosser régulièrement et de plus en plus souvent le costume « d'assistante sociale », rôle auquel nous ne sommes ni formés, ni préparés et qui requiert une aide active du Groupe soit par le recrutement d'un ou plusieurs assistants sociaux et pourquoi pas, par la création d'un FONDS SOCIAL DE SOLIDARITE !

Le 28 juin 2006
Le rapporteur, Marie-claude ASSENAT