

LE GROUPE DELHAIZE PUBLIE SES REVENUS 2011 ET ANNONCE UNE OPTIMISATION DE SON RESEAU AFIN D'ACCELERER SA CROISSANCE RENTABLE

Revenus du quatrième trimestre 2011 (à taux de change identiques)

- » Croissance des revenus du Groupe de 7,0% (+1,5% sans Maxi)
- » Poursuite des bonnes tendances dans les 200 magasins Food Lion Phase One
- » Excellente croissance des revenus de Bottom Dollar Food à Philadelphie
- » Augmentation élevée des revenus dans le Sud-Est de l'Europe et l'Asie (+62,9%, +6,6% sans Maxi)

Revenus de l'exercice 2011 (à taux de change identiques)

- » Croissance des revenus du Groupe de 4,6% (+2,4% sans Maxi)
- » Croissance des revenus dans tous nos secteurs opérationnels
- » Croissance solide des revenus dans le Sud-Est de l'Europe et l'Asie (+32,1%, +7,5% sans Maxi)

Autres faits marquants

- » Optimisation du réseau de vente: 146 fermetures et 64 conversions de magasins sous-performants aux Etats-Unis et dans le Sud-Est de l'Europe
- » Programme d'investissements d'approximativement EUR 800-850 millions en 2012, dont 200 à 230 ouvertures de magasins et approximativement 200 rénovations de magasins
- » Accélération du déploiement du travail de repositionnement de l'enseigne Food Lion dans 600 à 700 magasins supplémentaires d'ici fin 2012

» Commentaires de l'Administrateur Délégué

Pierre-Olivier Beckers, Administrateur Délégué et Président du Comité Exécutif du Groupe Delhaize a déclaré: "Malgré la croissance de nos revenus pour l'année complète, nous sommes déçus des revenus enregistrés aux Etats-Unis et en Belgique au quatrième trimestre. Les consommateurs ont continué à se sentir sous pression en raison de l'environnement macro-économique et ont réduit leurs dépenses. Nous avons également dû faire face à une activité concurrentielle accrue. Nous sommes déterminés à poursuivre l'amélioration de notre compétitivité des prix en 2012, en particulier aux Etats-Unis et en Belgique".

"Suite à un examen approfondi de notre portefeuille de magasins, nous avons décidé de fermer ou de convertir un certain nombre de magasins aux Etats-Unis et dans le Sud-Est de l'Europe durant le premier trimestre 2012. Cette décision est en ligne avec notre New Game Plan visant à accélérer la croissance rentable. Pour un distributeur, il n'est jamais facile de prendre la décision de fermer des magasins car nous sommes pleinement conscients de l'impact sur nos collaborateurs, nos clients et les communautés que nous desservons. Ceci dit, nous pensons que ces décisions correspondent à notre responsabilité envers nos actionnaires de déployer les ressources là où elles atteindront le rendement le plus élevé. Nous sommes convaincus que ces actions créeront de la valeur en 2012".

"Nous mettons en œuvre notre stratégie New Game Plan de manière systématique et continuons à investir dans les nombreuses initiatives qui la constituent telles que le travail réussi de repositionnement de l'enseigne Food Lion, l'expansion de Bottom Dollar Food dans ses nouveaux marchés et nos plans de croissance pour le Sud-Est de l'Europe. Le financement de celles-ci continuera à provenir en majorité de notre objectif d'économies de coûts brutes annuelles de EUR 500 millions que nous prévoyons de dépasser d'ici fin 2012. Nous confirmons notre objectif d'atteindre 5 à 7% de croissance annuelle des revenus en 2014 et les plans ambitieux d'ouvrir 450 nouveaux magasins dans nos activités à croissance élevée durant les 3 prochaines années, qui ont été communiqués récemment durant la journée des analystes".

» Revenus du quatrième trimestre 2011

Au quatrième trimestre 2011, les revenus du Groupe Delhaize ont augmenté de 7,0% à taux de change identiques et de 7,6% à taux de change réels. La croissance organique des revenus a été de 1,5%.

Conformément aux attentes, l'environnement macro-économique global difficile a pesé sur la confiance des consommateurs et a influencé les ventes dans l'ensemble du Groupe. Les revenus aux Etats-Unis ont augmenté de 1,0% en devise locale. L'évolution du chiffre d'affaires comparable aux Etats-Unis a été de -0,4% en raison de la poursuite de la diminution des dépenses des clients. Les revenus chez Delhaize Belgique ont augmenté de 0,9% principalement en raison de nouvelles ouvertures de magasins partiellement compensées par l'évolution négative du chiffre d'affaires comparables de -1,5%. Les revenus du Sud-Est de l'Europe et l'Asie ont augmenté de 62,9% à taux de change identiques, principalement grâce à l'acquisition de Delta Maxi, de l'excellente croissance des revenus en Roumanie et de nouvelles ouvertures de magasins dans l'ensemble du secteur.

» Revenus de l'exercice 2011

En 2011, le Groupe Delhaize a réalisé EUR 21,1 milliards de revenus. Cela représente une augmentation de 4,6% à taux de change identiques ou 1,3% à taux de change réels en raison de l'affaiblissement du dollar américain de 4,8% par rapport à l'euro comparé à 2010. La croissance organique des revenus a été de 2,4%.

En 2011, la croissance des revenus est due à :

- une croissance solide des revenus de 32,1% à taux de change identiques dans le Sud-Est de l'Europe et l'Asie (+7,5% à taux de change identiques sans Maxi);
- une croissance des revenus de 2,2% aux Etats-Unis à taux de change identiques grâce à une croissance du chiffre d'affaires comparable de 0,7%;
- une croissance des revenus de 0,9% en Belgique principalement suite à la croissance du réseau partiellement compensée par l'évolution négative du chiffre d'affaires comparable de -0,6%.

Le Groupe Delhaize a terminé l'année 2011 avec un réseau de vente de 3 408 magasins, ce qui représente une augmentation de 608 magasins par rapport à 2010, dont 492 magasins Maxi (485 acquis et un ajout net de 7 magasins depuis le 1^{er} août 2011), l'ajout de 13 magasins Bottom Dollar Food aux Etats-Unis et de 33 magasins en Roumanie.

» Information sectorielle: revenus (non audité)

		Revenus					
(en millions)		4 ^{ème} T 2011	4 ^{ème} T 2010	2011 /2010	Exercice 2011	Exercice 2010	2011 /2010
Etats-Unis ⁽¹⁾	USD	4 770	4 720	+1,0%	19 230	18 807	+2,2%
Etats-Unis	EUR	3 534	3 470	+1,8%	13 815	14 187	-2,6%
Belgique	EUR	1 272	1 260	+0,9%	4 845	4 800	+0,9%
SEE & Asie ⁽²⁾	EUR	834	513	+62,9%	2 459	1 863	+32,0%
TOTAL	EUR	5 640	5 243	+7,6%	21 119	20 850	+1,3%

(1) Le cours moyen du dollar américain par rapport à l'euro a augmenté de 0,7% au quatrième trimestre 2011 (1 EUR = 1,3482 USD) par rapport au quatrième trimestre 2010. Le cours moyen du dollar américain par rapport à l'euro a diminué de 4,8% en 2011 (1 EUR = 1,3920 USD) par rapport à 2010.

(2) Le secteur "Sud-Est de l'Europe & Asie" comprend Maxi (Serbie, Bulgarie, Bosnie-Herzégovine, Monténégro et Albanie) depuis le 1^{er} août 2011, Alfa Beta (Grèce), Mega Image (Roumanie) et 51% de Super Indo (Indonésie).

Etats-Unis

En 2011, les activités **américaines** ont généré des revenus de USD 19,2 milliards (EUR 13,8 milliards) une augmentation de 2,2% par rapport à 2010 en devise locale. Le chiffre d'affaires comparable a augmenté de 0,7%.

Les conditions économiques ont été difficiles en 2011 en particulier dans le Sud-Est des Etats-Unis, avec une inflation alimentaire particulièrement élevée au deuxième semestre de l'année.

Au quatrième trimestre 2011, la contribution des revenus de Delhaize aux Etats-Unis a augmenté de 1,0% par rapport à 2010 en devise locale à USD 4,8 milliards (EUR 3,5 milliards). L'évolution du chiffre d'affaires comparable a été de -0,4%. Comme indiqué précédemment, nos activités américaines ont connu une détérioration de la tendance des volumes vers la fin du troisième trimestre qui s'est poursuivie au quatrième trimestre. L'inflation est restée à un niveau élevé et avec la baisse de confiance des consommateurs a résulté en une augmentation de l'activité concurrentielle et une diminution des dépenses des consommateurs.

Chez Food Lion, les magasins dans nos deux marchés Phase One (Raleigh et Chattanooga) qui ont été impactés par l'important travail de repositionnement de l'enseigne ont continué à enregistrer de bons résultats depuis leur lancement début mai 2011, en particulier dans le marché de Raleigh, Caroline du Nord. La tendance du nombre de visites de clients et du nombre d'articles vendus continue de devancer le reste du réseau Food Lion, résultant en une croissance positive du chiffre d'affaires comparable alimentée par des investissements en prix supplémentaires dans ces magasins.

Nos magasins Bottom Dollar Food à Philadelphie ont enregistré une excellente croissance des revenus et une croissance élevée du chiffre d'affaires comparable, affichant une croissance positive du volume pour le trimestre, accélérant ainsi la performance des trimestres précédents. Cela renforce notre confiance en ce concept dans ce marché. Bottom Dollar Food fera son entrée dans le marché de Pittsburgh, Pennsylvanie au début de l'année 2012.

Le Groupe Delhaize a clôturé l'année 2011 avec 1 650 supermarchés aux Etats-Unis, suite à l'ouverture de 33 magasins (dont 13 magasins Bottom Dollar Food) et à la fermeture de 10 magasins, résultant en une augmentation nette de 23 magasins à notre réseau américain.

Belgique

Delhaize Belgique a réalisé des revenus de EUR 4,8 milliards en 2011, une augmentation de 0,9% par rapport à 2010, dont un total de EUR 15 millions de remboursements de TVA. L'évolution du chiffre d'affaires comparable a été de -0,6% dans un environnement avec une inflation interne très basse et une diminution de la confiance des consommateurs.

Au quatrième trimestre 2011, les revenus de Delhaize Belgique se sont élevés à EUR 1,3 milliard, une augmentation de 0,9% par rapport à 2010, dont un remboursement supplémentaire de TVA de EUR 5 millions. L'évolution du chiffre d'affaires comparable a été de -1,5%. Les consommateurs ont continué à viser les prix bas comme le montrent l'augmentation des revenus de notre gamme de produits à marque propre premiers prix 365 et la croissance élevée des revenus chez Red Market, et ont poursuivi la réduction du nombre moyen d'articles achetés par visite.

En 2011, le réseau de vente de Delhaize Belgique s'est étoffé de 16 magasins et a atteint 821 magasins en fin d'année.

Sud-Est de l'Europe & Asie

En 2011, les revenus du secteur **Sud-Est de l'Europe & Asie** ont augmenté de 32,0% à EUR 2,5 milliards (+32,1% à taux de change identiques), principalement suite à l'acquisition de Delta Maxi et dans une moindre mesure suite à la croissance des revenus en Grèce malgré un environnement économique difficile, à une excellente augmentation des revenus en Roumanie et à des ouvertures de magasins dans l'ensemble du secteur. En Grèce, la part de marché d'Alfa Beta a augmenté tout au long de l'année tandis que le marché global grec de la distribution alimentaire a été sous forte pression.

Au quatrième trimestre 2011, les revenus ont augmenté de 62,9% à taux de change identiques grâce à l'acquisition de Delta Maxi, à l'expansion générale du réseau de vente et à l'excellente croissance des revenus en Roumanie. En Grèce, nos revenus de fin d'année ont été moins élevés que prévu suite à

l'environnement économique très difficile, influencé par les mesures d'austérité et une augmentation des taxes qui ont davantage diminué les revenus disponibles. Cependant, Alfa Beta continue de surpasser le reste du marché en termes de ventes.

Nos résultats chez Maxi ont continué à évoluer positivement grâce aux premières étapes de l'implémentation du New Game Plan au niveau des prix et de l'assortiment.

Le réseau du secteur Sud-Est de l'Europe et Asie du Groupe Delhaize comprenait 937 supermarchés en fin d'année, 569 de plus qu'à fin 2010 dont 492 magasins Maxi (485 acquis et une augmentation nette de 7 magasins depuis le 1^{er} août 2011), 28 magasins supplémentaires en Grèce, 33 en Roumanie et 16 en Indonésie.

» Optimisation du portefeuille

Conformément à la stratégie annoncée du New Game Plan visant une croissance rentable, le Groupe a réalisé un examen approfondi de son portefeuille et a décidé de fermer 146 magasins dans l'ensemble de son réseau aux Etats-Unis et dans le Sud-Est de l'Europe et de convertir 64 magasins Bloom et Bottom Dollar Food à l'enseigne Food Lion aux Etats-Unis.

Etats-Unis

Chez Food Lion, nous fermerons 113 magasins sous-performants, la plupart d'entre eux étant dans des marchés où la densité de magasins est la plus faible, et un centre de distribution. Cette optimisation du portefeuille nous permettra de concentrer nos efforts sur les marchés et magasins Food Lion les plus prometteurs et d'accélérer notre croissance rentable.

Cet examen de notre portefeuille nous a également menés à la décision de convertir 42 magasins Bloom en Food Lion car nous pensons qu'ils bénéficieront fortement du travail de repositionnement de l'enseigne Food Lion. Nous fermerons les 7 magasins Bloom restants et l'enseigne Bloom disparaîtra.

Enfin aux Etats-Unis, nous avons décidé de concentrer l'enseigne Bottom Dollar Food sur des marchés qui offrent une plus grande opportunité de croissance tels que Philadelphie, où nous avons connu un succès considérable, et Pittsburgh, où nous ouvrirons nos premiers magasins au premier trimestre 2012. Par conséquent, nous convertirons ou fermerons les magasins à l'enseigne Bottom Dollar Food en Caroline du Nord, Virginie et Maryland. Ceci résultera en la conversion de 22 magasins Bottom Dollar Food en Food Lion et en la fermeture de 6 magasins dans ces marchés. Nous confirmons nos plans d'ajouter des centaines de magasins Bottom Dollar Food durant les 5 prochaines années.

Sud-Est de l'Europe

Nous fermerons 20 magasins sous-performants dans le Sud-Est de l'Europe dont des petits magasins de proximité, des supermarchés et des hypermarchés en Serbie, Bulgarie et Bosnie-Herzégovine. Cette décision n'aura pas un impact significatif sur notre objectif de revenus publié précédemment pour les activités Maxi de EUR 1,3 milliard pour 2012.

Impact financier (non audité)

L'impact net de l'optimisation du portefeuille sur notre Groupe consistera en une réduction du nombre de nos magasins d'approximativement 4,3% et une réduction initiale des revenus du Groupe d'approximativement EUR 500 millions ou 2,4%, dont approximativement USD 650 millions de revenus provenant des activités américaines et EUR 35 millions de revenus provenant du Sud-Est de l'Europe. L'optimisation du portefeuille aura un impact annuel positif sur le bénéfice d'exploitation de EUR 35 à 40 millions dès que les conversions et fermetures auront été finalisées, que nous comptons réinvestir entièrement dans nos activités.

Le Groupe Delhaize prévoit d'enregistrer une perte de valeur d'approximativement EUR 120 millions (approximativement USD 165 millions) au quatrième trimestre 2011 (approximativement EUR 75 millions après impôt). Cette charge concerne uniquement les activités américaines étant donné que la sous-performance des magasins dans le Sud-Est de l'Europe a déjà été reflétée dans la juste valeur des actifs s'y rapportant comptabilisés dans le bilan d'ouverture. A partir du premier trimestre 2012, nous prévoyons que nos résultats seront impactés d'approximativement EUR 205 millions (approximativement USD 245 millions pour les Etats-Unis et EUR 30 millions pour le Sud-Est de l'Europe) afin de refléter les passifs liés à la fermeture de magasins dont une provision pour les contrats de location en cours, les indemnités de licenciement, l'accélération des amortissements liés aux

conversions de magasins, coûts de conversion et les réductions de prix sur la liquidation des stocks. Ceci devrait résulter en un impact après impôt d'approximativement EUR 135 millions. La grande majorité de cet impact aura lieu au premier trimestre 2012.

Approximativement 5 000 collaborateurs seront concernés par ces fermetures. Le Groupe Delhaize travaillera en concertation avec les agences gouvernementales locales pour les aider à travers une assistance outplacement.

» Perspectives 2012

En 2012, nous prévoyons d'ouvrir de 200 à 230 nouveaux magasins, par rapport à 158 nouveaux magasins bruts ouverts en 2011. Net des 146 magasins à fermer dans le cadre de l'optimisation du portefeuille décrite ci-dessus et net des magasins à fermer dans le cadre des activités courantes, cela résultera en une augmentation nette de 20 à 50 magasins d'ici la fin 2012. Nous prévoyons de réover approximativement 200 magasins en 2012.

Nous poursuivrons l'expansion du format Bottom Dollar Food aux Etats-Unis dans les marchés de Philadelphie et Pittsburgh. Bottom Dollar Food ouvrira 14 magasins à Pittsburgh, Pennsylvanie et Youngstown, Ohio, d'ici la fin du premier trimestre, et nous prévoyons d'ouvrir 10 à 15 magasins supplémentaires d'ici la fin de l'année dans ses nouveaux marchés. En outre, et conformément à notre New Game Plan, nous intensifierons le nombre d'ouvertures de magasins dans le secteur "Sud-Est de l'Europe & Asie".

Sur base des résultats positifs des 200 magasins Food Lion Phase One, nous allons accélérer le travail de repositionnement de l'enseigne dans 600 à 700 magasins Food Lion supplémentaires en 2012.

Les investissements s'élèveront à EUR 800-850 millions (hors contrats de location) à taux de change identiques, dont les investissements pour les conversions mentionnées ci-dessus des magasins Bloom et Bottom Dollar Food en Food Lion aux Etats-Unis.

» Réconciliation de la croissance organique et à taux de change identiques des revenus (non audité)

4 ^{ème} T 2011	4 ^{ème} T 2010	% Evolution	(en millions de EUR)	Cumulé 2011	Cumulé 2010	% Evolution
5 640	5 243	7,6%	Revenus	21 119	20 850	1,3%
(29)			Variation des taux de change	693		
5 611	5 243	7,0%	Revenus à taux de change identiques	21 812	20 850	4,6%
-			Désinvestissements	-		
(288)			Acquisitions	(459)		
5 323	5 243	1,5%	Croissance organique des revenus	21 353	20 850	2,4%

» Utilisation de mesures financières non définies par les normes comptables

Le Groupe Delhaize utilise certaines mesures non définies par les normes comptables dans sa communication financière. Le Groupe Delhaize ne considère pas ces mesures comme des mesures alternatives du bénéfice net ou d'autres mesures financières déterminées en application des normes IFRS. Ces mesures telles que rapportées par le Groupe Delhaize peuvent différer de mesures nommées de manière similaire par d'autres sociétés. Nous pensons que ces mesures sont des indicateurs importants de la performance de nos activités, et sont utilisées couramment par les investisseurs, les analystes et par d'autres parties intéressées. Dans le communiqué de presse, les mesures non définies par les normes comptables sont réconciliées vers des mesures financières préparées conformément aux normes IFRS.

» Nombre de magasins

	Fin 2010	Fin du 3 ^{ème} T 2011	Evolution 4 ^{ème} T 2011	Fin 2011	Fin 2012 estimé
Etats-Unis	1 627	1 640	+10	1 650	
Belgique	805	817	+4	821	
Grèce	223	243	+8	251	
Roumanie	72	94	+11	105	
Serbie	-	366	0	366	
Bulgarie	-	39	+3	42	
Bosnie- Herzégovine	-	42	+2	44	
Albanie	-	18	0	18	
Monténégro	-	22	0	22	
Indonésie	73	81	+8	89	
Total	2 800	3 362	+46	3 408	3 428-3 458

» Base de préparation

Les informations contenues dans ce communiqué de presse comprennent des informations financières non auditées préparées sur base des principes de comptabilisation et d'évaluation des normes International Financial Reporting Standards (IFRS), telles qu'é émises par l'International Accounting Standards Board, ou IASB, et telles qu'approuvées par l'Union européenne (UE).

» Groupe Delhaize

Le Groupe Delhaize est un distributeur alimentaire belge international actif dans onze pays et présent sur trois continents. A fin 2011, son réseau de vente était constitué de 3 408 magasins. En 2011, le Groupe Delhaize a réalisé des revenus de EUR 21,1 milliards. En 2010, le Groupe Delhaize a enregistré un bénéfice net (part du Groupe) de EUR 574 millions. A la fin du troisième trimestre 2011, le Groupe Delhaize employait approximativement 154 000 personnes. Le Groupe Delhaize est coté sur NYSE Euronext Bruxelles (DELB) et sur le New York Stock Exchange (DEG).

Ce communiqué de presse est disponible en français, en néerlandais et en anglais, et peut être lu sur le site internet du Groupe Delhaize <http://www.groupedelhaize.com>. Les questions peuvent être envoyées par e-mail à investor@delhaizegroup.com.

» Calendrier financier

- Communiqué de presse - résultats 4^{ème} trimestre et année complète 2011 8 mars 2012
- Communiqué de presse - résultats 1^{er} trimestre 2012 3 mai 2012
- Communiqué de presse - résultats 2^{ème} trimestre 2012 22 août 2012
- Communiqué de presse - résultats 3^{ème} trimestre 2012 7 novembre 2012

» Contacts

Chris Farrell: + 32 2 412 75 71
Aurélié Bultynck: + 32 2 412 83 61
Steven Vandenbroeke (media): +32 2 412 86 69

DEFINITIONS

- Chiffre d'affaires comparable: chiffre d'affaires des magasins identiques, y compris les relocalisations et agrandissements, et ajusté pour les différences de calendrier
- Croissance organique des revenus: croissance du chiffre d'affaires hors chiffre d'affaires en provenance des acquisitions et des désinvestissements à taux de change identiques
- Investissements: achats d'immobilisations corporelles et d'immobilisations incorporelles, hors actifs sous contrat de location-financement
- Revenus: ventes de produits aux clients de détail et de gros et services en magasin aux clients de détail, nets des taxes sur les ventes et des taxes sur la valeur ajoutée, et des ristournes, interventions et avantages accordés à ces clients

INFORMATIONS SUR LES DECLARATIONS PREVISIONNELLES

Certaines déclarations contenues ou incorporées par référence dans ce communiqué de presse, ainsi que certaines autres déclarations écrites et orales faites parfois par le Groupe Delhaize et ses représentants autres que celles relatives à un fait passé, qui ont trait aux activités, événements ou développements que le Groupe Delhaize prévoit ou anticipe qu'ils se produiront ou pourront se produire dans le futur, incluant, sans y être limitées, les économies de coûts escomptées dans le cadre du New Game Plan, la fermeture, la conversion et l'ouverture de magasins, l'effet escompté de l'optimisation du portefeuille, une croissance anticipée du bénéfice net et des revenus, des acquisitions stratégiques, les stratégies futures et les résultats attendus de ces stratégies, sont des prévisions au sens de la législation financière fédérale américaine qui sont sujettes à des risques et des incertitudes. Ces prévisions peuvent généralement être identifiées par l'emploi d'expressions telles que "perspectives", "prévisions", "projections", "croire", "s'attendre à", "anticiper", "avoir l'intention de", "planifier", "prévoir", "probable", "devra", "devrait", ou tout autre mot ou expression similaire. Bien que de telles déclarations soient basées sur des informations actuellement disponibles, les résultats réels peuvent varier significativement de ceux prévus, en fonction de divers facteurs incluant, sans y être limités, des changements du contexte économique général ou dans les marchés du Groupe Delhaize, de la stratégie, de comportement des consommateurs, des changements des taux d'inflation ou de change, les changements de législation ou règlement; la concurrence; les décisions défavorables dans un litige; l'impossibilité de construire, rénover, intégrer, ouvrir, convertir ou fermer des magasins aussi rapidement que prévu, et des problèmes d'approvisionnement et de qualité avec nos fournisseurs. Des risques et incertitudes supplémentaires, qui pourraient entraîner des différences importantes entre les résultats réels et les résultats indiqués ou implicites dans de telles déclarations prévisionnelles, sont décrits dans le rapport annuel le plus récent du Groupe Delhaize (document 20F) et dans les autres documents enregistrés par le Groupe Delhaize, auprès de la Securities and Exchange Commission américaine, ces facteurs de risque y étant incorporés par référence. Le Groupe Delhaize ne s'engage en aucun cas à actualiser les développements de ces facteurs de risque ou à annoncer publiquement la révision d'une de ces déclarations prévisionnelles mentionnées dans le présent communiqué, ou encore à apporter des corrections visant à refléter des événements ou développements futurs.