

TRIBUNE GRANDE CONSO

N° 247 JUILLET 2023
TGC - Editions DAUVERS
12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 - olivier@olivierdauvers.fr

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

CASINO A PERDU 90 % DE SA VALEUR

Casino, le prix du déni

LES FAITS. Casino a publié hier soir le détail des deux offres de refinancement reçues. L'une du duo Kretinsky / Ladreit de La Charrière, l'autre du trio Niel / Pigasse / Zouari. Si elles diffèrent dans leurs montants, la conséquence est la même : en Bourse, Casino, ne vaut plus rien ou presque. Selon les offres, après dilution, la part des « anciens » actionnaires tombe à 0,03 ou 0,20 %.

LE COURS DE CASINO EN BOURSE

en € par action



Combien vaudra Casino à l'issue de l'extraordinaire succession de reculs en Bourse depuis plusieurs jours ? Par principe, nul ne le sait. Mais le niveau de dilution induit par les offres de refinancement déposées hier aura donc achevé de ruiner les actionnaires de la vieille maison stéphanoise. Au premier rang desquels Jean-Charles Naouri. Lui qui contrôlait indirectement (via une cascade de holdings) 25 % de Casino se retrouvera après coup avec moins de 0,1 % selon les offres rendues publiques.

Une communication financière « façon Bisounours ».

Casino paye donc cash le prix des erreurs mais, au-delà (et surtout) le prix de... ne pas les avoir reconnues. Et c'est bien ça, dans la situation, qui est le plus condamnable.

Depuis des lustres, la communication financière de Casino est un storytelling façon Bisounours. Toujours les deux mêmes rengaines, répétées à l'envi : 1/ La situation n'a pas la gravité des analyses qui en sont faites ; 2/ Ça ira mieux demain, d'ailleurs les signes d'amélioration sont déjà visibles. Si éloigné de la réalité qu'il serait surprenant que de nouveaux actionnaires rincés par la dilution en cours ne sollicitent pas un jour venu l'avis d'une juridiction quelconque sur la sincérité de la communication financière passée (Pierre-Henry Leroy/Proxinvest et Xavier Kemlin ont déjà engagé plusieurs procédures en ce sens depuis quelques années). Sur tous les sujets ou presque, Casino a cultivé le déni. Sur le niveau des prix en hypers et supers (comme si personne, en interne, n'avait idée

du bon prix d'une boîte de Vache qui Rit !), sur l'incroyable sous-investissement dans les actifs (comme si personne ne voyait la réalité de l'état de nombreux magasins), sur le niveau réel des parts de marché publiées mensuellement par Kantar, (jugées sous-estimées évidemment), etc. A chaque fois, le déni et son corollaire : la victimisation, dès qu'une analyse critique pointe.

Dernière illustration en date, en fin de semaine dernière. Alors que la maison brûle déjà de toutes parts, et comme un énième déni, Casino regarde ailleurs et annonce un « partenariat d'envergure » avec Prosol (Grand Frais) pour installer des corners « Fresh » en magasins. Parce que c'était la priorité du moment ? Sérieux...

Olivier Dauvers



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
l'analyse sans concession
du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr