



## RESULTATS SEMESTRIELS 2018 POSITIFS

### Croissance du résultat opérationnel courant et forte génération de cash-flow

#### Mise en œuvre rapide du plan de transformation, objectifs confirmés

- **Chiffre d'affaires en croissance de 0,7% en comparable (LFL) au premier semestre 2018, reflétant :**
  - Des marchés globalement moins porteurs en Europe
  - Une croissance moins forte au Brésil, pénalisé par un environnement de déflation alimentaire jusqu'en mai
  - Une tendance commerciale mieux orientée au deuxième trimestre (LFL T2 : +0,9% vs. +0,4% au T1)
- **Résultat opérationnel courant (ROC) à 597 M€, en augmentation de 36 M€ (+6%) à taux de changes constants par rapport au ROC publié du S1 2017<sup>1</sup>**
- **Forte génération de cash :**
  - **Progression de +418 M€ du Cash-Flow libre retraité des exceptionnels**, grâce à une solide maîtrise des investissements et des stocks.
  - **Amélioration de la dette nette** de 1,5 Md€ à fin juin 2018 vs fin juin 2017
- **Premières avancées significatives du plan de transformation Carrefour 2022 :**
  - Signature de partenariats stratégiques, notamment avec Système U, Tesco, Google et Tencent ;
  - Déploiement rapide de l'offre omnicanale alimentaire dans tous les pays du Groupe ;
  - Solide dynamique du programme de réduction de coûts : 520 M€ de baisse de coûts au 1<sup>er</sup> semestre 2018 dans le cadre du programme de réduction de coûts de 2 Md€ à horizon 2020 ;
  - Mise en œuvre en cours de tous les plans de transformation organisationnelle annoncés en janvier (réduction d'effectifs siège en France, sortie des 273 magasins ex-Dia du réseau du Groupe<sup>2</sup>, plans de transformation en Belgique et en Argentine).
- **Poursuite du plan à un rythme soutenu au S2, objectifs confirmés**

Alexandre Bompard, Président-Directeur Général, a déclaré : « Après six mois d'une grande intensité, le plan Carrefour 2022 livre déjà des avancées significatives dans de très nombreux domaines, dont le développement de l'offre omnicanale, la refonte de la proposition commerciale, des projets importants dans le domaine de la transition alimentaire, la réduction des coûts, et des partenariats stratégiques qui témoignent de l'attractivité du Groupe. La performance du premier semestre marque une nette amélioration, avec une augmentation du résultat opérationnel courant à taux de change constants et une forte progression de la génération de cash, démontrant la maîtrise du modèle économique.

Le démarrage rapide du plan Carrefour 2022 renforce notre confiance dans la capacité de Carrefour à se transformer rapidement et en profondeur. Nous confirmons les objectifs que nous nous sommes fixés à horizon 2020 et 2022. »

(en M€)	S1 2017 publié	S1 2018	Variations à changes constants
<b>Chiffre d'affaires TTC</b>	<b>43 053</b>	<b>41 439</b>	<b>+0,7% LFL</b>
<b>Résultat opérationnel courant (ROC)</b>	<b>621</b>	<b>597</b>	<b>+36 M€</b>
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>1,6%</i>	<i>1,6%</i>	<i>0bp</i>
<b>Cash-flow libre retraité des exceptionnels</b>	<b>(2 587)</b>	<b>(2 169)</b>	<b>+418 M€</b>
<b>Dette nette</b>	<b>(7 720)</b>	<b>(6 255)</b>	<b>+1 465 M€<sup>3</sup></b>

<sup>1</sup> Pour une comparaison par rapport au ROC publié du S1 2017 à changes courants, se reporter au tableau en page 14 de ce communiqué. Pour une comparaison par rapport au ROC du S1 2017 IFRS 5 se reporter au tableau en page 13 de ce communiqué.

<sup>2</sup> Le périmètre des 273 magasins ex-Dia a été comptabilisé en activités abandonnées (IFRS 5) dans les états financiers du premier semestre 2018, voir les commentaires en page 10 de ce communiqué.

<sup>3</sup> Variation à changes courants

## Faits marquants du premier semestre 2018

### Déploiement rapide de l'offre omnicanale et accélération du chiffre d'affaires e-commerce

Le Groupe a enclenché une solide dynamique de transformation digitale et enregistre une nette accélération de la croissance de son chiffre d'affaires e-commerce alimentaire, à +30% sur le premier semestre.

La création d'un univers omnicanal de référence passe avant tout par la mise en place de points d'entrée unique dans chaque pays. Le concept de site marchand unique « One Carrefour » a ainsi été déployé au Brésil et en Pologne au premier trimestre. En Roumanie, le nombre de visiteurs uniques a doublé après le lancement du site unique *carrefour.ro* en mai.

L'implémentation d'outils de préparation de commande optimisés, garantissant un taux de service élevé des commandes en ligne, s'est déroulée sur plusieurs géographies au premier semestre. Ainsi en France, une deuxième Plateforme de Préparation de Commandes (PPC) a été ouverte en avril, en région parisienne. En Espagne et en Italie, des solutions hybrides pour la logistique sont progressivement déployées. En Chine, 3 dark stores ont été ouverts.

Enfin, le déploiement des services de livraisons s'est accéléré dans toutes les géographies du Groupe. La livraison à domicile est désormais déployée dans 9 pays sur 10, avec une stratégie d'expansion géographique sur les grandes villes des différents pays. En France, 17 nouvelles villes ont été ouvertes à la livraison à domicile, pour atteindre un total de 28 villes, déjà supérieur à l'objectif annuel de 26 villes. La Chine a ouvert 8 nouvelles villes, alors que le Brésil a lancé son site de e-commerce alimentaire servant Sao Paulo en février 2018. Le click & collect alimentaire est aujourd'hui proposé dans 8 pays et a été fortement développé au premier semestre. Ainsi, la France a ouvert 99 Drives et 13 Drives piéton, le Brésil a ouvert son premier Drive au deuxième trimestre à Sao Paulo, et la Pologne a mis en place 28 casiers « fresh food ».

Par ailleurs, en Chine, le segment « O2O » (mise à disposition de l'offre Carrefour sur différentes plateformes en ligne) accélère fortement.

### Refonte de la proposition commerciale bien engagée

La refonte de la proposition commerciale s'est rapidement enclenchée dans l'ensemble des pays grâce à la mise en place de nombreuses initiatives :

#### Optimisation des réseaux de magasins :

- Le chantier de redynamisation des hypermarchés est déjà bien engagé. En France, les premières réductions de m<sup>2</sup> ont été réalisées, au profit de l'ouverture de 5 outlets et de 2 dark stores, et les nouveaux concepts bio ont été déployés sur près de 100 magasins ;
- L'accélération de l'expansion dans les formats de cash & carry est en ligne avec les objectifs : le Brésil a ouvert 10 magasins Atacadão sur les 20 ouvertures prévues d'ici la fin de l'année et l'Argentine a transformé deux hypermarchés en cash & carry Maxi au mois de juillet ;
- Enfin, certains pays, comme l'Argentine, la Chine ou l'Italie, ont procédé à la fermeture de magasins déficitaires sur le premier semestre.

Des premiers investissements en compétitivité ont été enclenchés, comme par exemple en France en supermarchés ou au Brésil en hypermarchés.

La rationalisation des assortiments a déjà commencé : elle porte aussi bien sur la réduction des assortiments, notamment en France (-4% à fin juin) que sur la suppression des substances controversées ou la promotion des produits locaux et issus de l'agriculture biologique.

Enfin, la refonte de la proposition commerciale passe par la capacité du Groupe à offrir de nouveaux services pertinents, toujours plus orientés vers les clients : la mise en place de la solution de paiement « Carrefour Pay » en France, le déploiement rapide des services de livraison et la facilitation de l'accès aux crédits à la consommation (avec le déploiement rapide de la carte de crédit dans le réseau Atacadão) sont des exemples d'initiatives concrétisées sur le premier semestre.

## Signature de partenariats stratégiques

Au cours du premier semestre, le Groupe a mis en place un socle de partenariats stratégiques avec des acteurs de premier plan afin d'accélérer sa transformation, notamment:

- Dans le domaine du digital, le partenariat stratégique avec **Tencent** en Chine s'est concrétisé par l'ouverture du magasin *Le Marché* utilisant la technologie de la reconnaissance faciale et par l'intégration de WeBank à l'application *carrefour.cn*. D'autres initiatives sont à l'étude.
- En France, Carrefour devient le premier partenaire distributeur de **Google** pour la nouvelle expérience d'achat alimentaire, proposée début 2019, accessible via l'Assistant Google, les enceintes connectées telles que Google Home et une nouvelle interface du site Google Shopping en France. Ce partenariat concerne également l'ouverture d'un lab d'innovation à Paris.
- Les partenariats aux achats signés avec **Système U** pour la France et **Tesco** à l'international démontrent l'attractivité du Groupe Carrefour. Ces accords sont conçus pour être effectifs dès la rentrée avec des synergies attendues dès 2019.

## Progression rapide du plan de réduction de coûts et de maîtrise des investissements et des stocks

Une forte dynamique d'optimisation des coûts, des investissements et des stocks s'est mise en place sur le premier semestre :

- Gains d'efficacité et plus grande discipline sur les coûts de distribution ;
- Baisse des stocks grâce à une réduction des assortiments et une gestion plus efficace des stocks non-alimentaires
- Maîtrise des investissements grâce à plus de productivité et de sélectivité.

**Les économies de coûts ont atteint 520 M€** sur le premier semestre 2018 dans le cadre du programme de réduction de coûts de 2,0 Md€ en année pleine à horizon 2020.

## Plans de transformation organisationnelle : accords signés – mise en œuvre opérationnelle en cours

A fin juin, le Groupe a signé des accords avec les gouvernements et/ou partenaires sociaux sur tous les projets de transformation organisationnelle annoncés en janvier.

**La mise en œuvre opérationnelle est en cours :**

- En France, la sortie des 273 magasins ex-Dia du réseau est en cours et sera achevée fin juillet. Le plan de départ volontaire portant sur 2 400 postes sur les sièges est en cours et sera achevé en fin d'année.
- En Belgique, le plan de départ volontaire concernant 950 postes au siège et en magasins sera achevé au premier semestre 2019. Le passage de 5 hypermarchés en supermarchés aura lieu d'ici la fin 2018.
- En Argentine, le plan de départ volontaire qui concerne environ 750 postes au siège et en magasins est en cours et sera achevé en fin d'année. Un plan de fermeture de 11 magasins sera finalisé au cours du deuxième semestre.

Ces initiatives démontrent la capacité du Groupe de se transformer rapidement et en profondeur.

## Avancées dans l'ambition d'être le leader de la transition alimentaire pour tous

De nombreuses initiatives ont été lancées en cohérence avec l'ambition du Groupe d'être le leader de la transition alimentaire pour tous. La technologie Blockchain, permettant une meilleure traçabilité des produits, est en cours de déploiement sur neuf filières. En France, près de 100 contrats ont été signés avec des agriculteurs pour la conversion au bio sur le semestre. En Espagne, un plan ambitieux de suppression des composants controversés dans les produits frais et de développement des produits bio et à marque Carrefour a été lancé. En parallèle, un plan de formation est lancé à destination de 12 000 collaborateurs espagnols pour assurer la promotion du bio. Au Brésil, Carrefour vient de lancer sa marque « Sabor & Qualidade », une nouvelle ligne exclusive de produits naturels, traçables et à prix justes.

## Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2018

Le chiffre d'affaires TTC du Groupe au premier semestre s'établit à 41 439 M€, soit une hausse de +2,2% à changes constants. Après prise en compte d'un effet de change défavorable de -5,2%, principalement dû à la dépréciation du real brésilien et du peso argentin, la variation totale du chiffre d'affaires à changes courants s'élève à -3,0%.

En comparable (LFL), la variation du chiffre d'affaires s'élève à +0,7% sur le semestre, avec une amélioration au deuxième trimestre, à +0,9% vs +0,4% au premier trimestre. Cette tendance s'observe notamment en Amérique latine et en Europe du nord. La croissance totale à taux de changes constants intègre également un effet calendaire de +0,1%, une contribution des ventes d'essence pour +0,7%, ainsi que l'effet des ouvertures et acquisitions pour +0,7%.

La **marge commerciale** représente 22,2% du chiffre d'affaires, soit une baisse de 70 points de base, du fait d'un effet mix franchisés/intégrés, de marchés compétitifs et d'investissements commerciaux réalisés par le Groupe.

Les **coûts de distribution** baissent de 535 M€ à changes courants et de 138 M€ à changes constants, reflétant l'efficacité du programme de réduction de coûts. Les coûts de distribution baissent de 70pbs à 18,6% du chiffre d'affaires.

Le **Résultat Opérationnel Courant (ROC)** du Groupe s'élève à 597 M€, en augmentation de 36 M€ et de 5,8% à taux de changes constants par rapport au ROC publié du S1 2017. La marge opérationnelle est stable, à 1,6%. L'effet de change est négatif sur le ROC du semestre à hauteur de (60) M€ compte tenu notamment de la baisse du réal brésilien.

L'**EBITDA** représente 3,7% du chiffre d'affaires, soit une marge stable par rapport à l'EBITDA publié au S1 2017, et a augmenté de 30 M€ à changes constants.

Au premier semestre 2018, le résultat non courant est une charge de (785) M€, reflétant notamment les coûts liés aux plans de réorganisation dans les différents pays.

Le **résultat net, part du Groupe**, s'établit à (861) M€. Il comprend les éléments suivants :

- Des **charges financières nettes en amélioration** de 98 M€, suite à des opérations de refinancement réalisées dans des conditions plus favorables et au désendettement du Groupe ;
- Une charge d'impôt sur le résultat de (179) M€, en hausse de (90) M€, essentiellement du fait de l'activation d'impôts différés en 2017. Compte tenu du résultat avant impôt négatif, du fait des charges non courantes de la période, le taux effectif d'imposition n'est pas représentatif et est négatif (-52,2%). La charge d'impôt de la période reflète un **taux d'imposition normatif de 34,7%**<sup>1</sup>, hors résultat non courant et taxes non assises sur le résultat avant impôt. Ce taux d'imposition normatif, est en légère augmentation (+0,5 pts vs. H1 2017) du fait notamment d'une contribution plus importante du Brésil dans le résultat avant impôt du Groupe ;
- Le **résultat net des activités abandonnées** s'élève à (229) M€ et intègre principalement le résultat net des 273 magasins ex DIA, dont la sortie du périmètre est en cours et sera achevée fin juillet.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe**, s'établit à 131 M€.

---

<sup>1</sup> Le taux d'imposition normatif au 31 décembre 2017 s'élevait à 31,7%

## Performance opérationnelle par zone géographique

### France : activité commerciale toujours sous pression

Le chiffre d'affaires de la France sur le premier semestre est stable en comparable par rapport au S1 2017 dans un marché toujours très compétitif. La tendance du second trimestre est globalement identique à celle observée sur le premier trimestre, soit une évolution des ventes LFL de -0,1%, et ce malgré une base de comparaison plus difficile sur le second trimestre.

Le résultat opérationnel courant de la France s'établit à 110 M€, en baisse de 89 M€ vs. le ROC publié du S1 2017. Cette baisse de ROC reflète :

- D'une part, la poursuite d'une dynamique commerciale globalement en ligne à celle des semestres précédents et la pression sur les marges liée à un environnement de marché compétitif et aux investissements de compétitivité ;
- D'autre part, une dynamique positive de baisse des coûts et de transformation organisationnelle, dont les effets sont encore limités au premier semestre et seront croissants au second semestre et en 2019.

### Europe hors France : Légère croissance du résultat opérationnel courant

En Europe hors France, les ventes totales progressent de +0,7% à changes constants sur le semestre, reflétant des performances contrastées entre le Sud, à +0,2% (-2,5% en comparable) et le Nord, qui continue à afficher une bonne performance avec des ventes en progression de +1,5% (+0,2% en comparable).

L'Europe du Sud est toujours marquée par une pression concurrentielle forte et un environnement de consommation moins porteur, notamment en Italie. En Europe du Nord, la Belgique a été impactée au premier semestre par des perturbations opérationnelles. La forte dynamique de progression se poursuit en Roumanie et en Pologne.

La transformation du modèle de coûts est bien enclenchée dans tous les pays de la zone. Cette dynamique devrait se renforcer au second semestre, notamment en Italie grâce à la signature d'un partenariat à l'achat avec les acteurs locaux Vegé Group et Pam, constituant la seconde centrale d'achats du pays.

Le résultat opérationnel courant de la zone progresse sur le semestre de 3 M€ à changes constants, à 152 M€, soit une marge opérationnelle stable à 1,5% : la dynamique de réduction des coûts a plus que compensé les pressions commerciales de marché et les investissements.

### Amérique latine : Solide dynamique commerciale – résultats en croissance

En Amérique latine, les ventes sur le semestre sont en croissance de 9,3% à changes constants et de 6,4% en comparable, reflétant une nette amélioration de la tendance sur le deuxième trimestre.

Au Brésil, les ventes sont en hausse de 5,8%, dont une croissance en comparable plus soutenue à 1,9%, et un effet périmètre de 3,8%, provenant essentiellement de l'ouverture de 10 nouveaux magasins Atacadão sur le semestre. Les ventes alimentaires au Brésil sont toujours impactées par la déflation alimentaire depuis le 3ème trimestre 2017. Toutefois, le mois de juin est marqué par l'interruption de la déflation alimentaire.

La profitabilité des services financiers est encore en hausse substantielle, à +52,5% sur le semestre, grâce à une facturation en forte hausse et un coût du risque maîtrisé. La carte Atacadão poursuit sa progression avec 160 000 nouveaux porteurs sur le second trimestre.

En Argentine, le plan de retournement se met en place de manière très satisfaisante. Dans un contexte toujours très inflationniste, l'évolution des ventes reflète une bonne dynamique, avec des volumes en hausse.

Les réductions de coûts sont déjà bien engagées, avec notamment la signature d'un *plan de prévention de crise* en Argentine avec le gouvernement et les syndicats. Au Brésil, la mise en place rapide du plan de réduction de coûts a permis de compenser en partie l'effet défavorable de la déflation alimentaire.

A taux de changes constants, le résultat opérationnel courant de la zone progresse sur le semestre de 82 M€ à 375 M€, soit une marge opérationnelle en amélioration de 60 points de base, à 4,3%.

## Asie : Forte progression du résultat malgré des tendances commerciales toujours difficiles en Chine

La tendance en Asie reste globalement inchangée sur le semestre avec un chiffre d'affaires en diminution de 4,6% à taux de changes constants. La Chine est toujours impactée par la forte concurrence de l'e-commerce, tandis que Taïwan poursuit sa bonne dynamique.

Le premier semestre est marqué par une amélioration significative de la profitabilité, à 32 M€, et de la marge opérationnelle. Le Groupe récolte les fruits des plans d'actions mis en place en Chine, en termes de réductions de coûts et de fermeture de magasins déficitaires.

## Cash-flow et endettement

Au premier semestre 2018, le Groupe affiche une amélioration de son **cash-flow libre ajusté** des éléments exceptionnels de +418 M€, passant de (2 587) M€ à (2 169) M€.

- Le **besoin en fonds de roulement** s'améliore de 153 M€, en particulier grâce à une baisse des stocks de -175 M€ à taux de changes constants (-546 M€ à taux de changes courants) ;
- Les **investissements**<sup>1</sup> baissent de 349 M€ à 555 M€. Cette baisse reflète plus de sélectivité et de productivité dans la mise en œuvre des investissements du Groupe. Des enveloppes d'investissements significatives ont été allouées aux priorités stratégiques du Groupe et notamment la digitalisation, le déploiement d'une offre omnicanale de référence, l'expansion dans les formats de croissance, notamment le cash & carry avec l'ouverture de nouveaux magasins Atacadão au Brésil, et la refonte de la proposition commerciale en magasins.

Le cash-flow libre publié progresse de +517 M€.

La **dette nette financière** au 30 juin 2018 s'améliore de 1,5 Md€ par rapport au 30 juin 2017 et s'établit à 6,25 Md€.

## Dividende

Suite à la décision de l'Assemblée Générale du 15 juin 2018, les actionnaires ont eu la possibilité de percevoir le dividende de 0,46 € en numéraire ou en actions du Groupe. A l'issue de la période d'option clôturée le 4 juillet 2018, 57% des actionnaires ont opté pour le paiement du dividende en actions. Ainsi, sur les 352 M€ de dividendes, 152 M€ ont été versés en numéraire le 13 juillet 2018 et 200 M€ ont été versés sous la forme de 14 575 028 nouvelles actions.

## Financement

Le Groupe bénéficie d'un bilan solide, renforcé sur le semestre. Il est noté BBB+ perspective négative par Standard & Poor's et Baa1 perspective stable par Moody's.

Le 27 mars 2018, le Groupe a procédé à une émission obligataire convertible, pour un montant de 500 millions de dollars, convertis en euros, d'une maturité de 6 ans et avec un coupon zéro.

Le 5 juin 2018, le Groupe a procédé à l'émission d'une obligation senior de 500 millions d'euros à 5 ans avec un coupon annuel de 0,875%.

Le succès de ces opérations traduit la qualité de la signature du Groupe Carrefour. En complément, le Groupe dispose auprès de ses partenaires bancaires, de facilités de crédit non tirées pour 3,9 milliards d'euros à échéance 2022 et 2023.

---

<sup>1</sup> Hors Cargo

## Perspectives du second semestre

### Poursuite de la mise en œuvre du plan à un rythme soutenu au second semestre

- **Nouvelles avancées dans l'offre omnicanale** : accélération visible du déploiement du click and collect et de la livraison à domicile dans tous les pays, en particulier en France avec la poursuite de l'expansion des drives, la montée en puissance des plateformes de préparation de commande et le déploiement du service de livraison express à 6 nouvelles villes, soit 15 au total en fin d'année. Avec le lancement du site marchand unique « One Carrefour » en France, en Italie et en Belgique sur le second semestre, l'ensemble des pays aura déployé le concept « One Carrefour » pour leurs sites e-commerce et applications.
- **Accélération de la refonte de la proposition commerciale en magasins** :
  - La redynamisation des hypermarchés en France se poursuit : La réduction du nombre de m<sup>2</sup> devrait s'accélérer, avec notamment l'ouverture de 7 nouveaux outlets et la cession d'un premier bloc de surface de vente aux galeries commerciales attenantes. Le nouveau concept bio devrait être déployé sur plus de 80% du parc d'hypermarchés d'ici la fin de l'année.
  - L'expansion dans les formats de croissance restera par ailleurs soutenue avec l'ouverture de 10 nouveaux Atacadão au Brésil et plus de 200 magasins de proximité dans l'ensemble des pays.
  - En Argentine, la majeure partie de l'optimisation du réseau de magasins sera réalisée au deuxième semestre, avec le passage d'hypermarchés sous enseigne Maxi et également la finalisation du plan de fermetures de 11 magasins.
  - La rationalisation des assortiments, avec notamment l'extension de la gamme des marques propres va s'accélérer sur le second semestre dans tous les pays.
- **Poursuite de la dynamique de baisse des coûts** : le Groupe va poursuivre la dynamique de réduction des coûts au second semestre avec notamment les premiers gains liés à la mise en œuvre des mesures de réorganisation, dont le plan de départ volontaire des sièges en France, ou les synergies provenant du partenariat à l'achat signé en Italie avec les acteurs locaux Vegé Group et Pam. Les coûts relatifs aux mesures de transformation organisationnelle qui ont été comptabilisés sur le premier semestre 2018, devraient être décaissés principalement sur le second semestre 2018 et un reliquat début 2019.
- **Nouvelles étapes dans l'ambition d'être le leader de la transition alimentaire pour tous** : le Groupe met en œuvre dès le deuxième semestre l'engagement pris en mai dernier en faveur de solutions d'emballage plus respectueuses pour l'environnement, avec de premières mesures concrètes telles que l'arrêt de la vente de pailles en plastique. Par ailleurs, le consommateur sera d'avantage impliqué sur toutes les mesures effectives en matière de transition alimentaire, au travers notamment d'une visibilité renforcée en magasin.
- **Premières concrétisations du plan de cession de 500 M€ d'actifs immobiliers non stratégiques à horizon 2020** dès le second semestre, après que les premières négociations se soient amorcées au premier semestre. Le Groupe ambitionne la signature de la cession d'environ 100 M€ d'actifs immobiliers non stratégiques en 2018 avec une cession effective en 2019 compte tenu des délais de procédure.

## Confirmation des objectifs

Les avancées rapides de Carrefour 2022 sur le premier semestre ainsi que la poursuite de la dynamique de transformation attendue sur le second semestre renforcent la confiance du management dans la pertinence du plan de transformation « Carrefour 2022 » et dans la capacité du Groupe à le mettre en œuvre.

Le Groupe confirme tous les objectifs fixés en début d'année, notamment :

- 5 Md€ de CA e-commerce alimentaire en 2022
- 5 Md€ de CA en produits bio en 2022
- Un plan d'économies de 2 Md€ en année pleine à horizon 2020
- La cession de 500 M€ d'actifs immobiliers non stratégiques d'ici 2020
- Une enveloppe d'investissements de 2 Md€ en 2018

## Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique se tiendra ce jour - jeudi 26 juillet - à 18h15 (heure de Paris), et sera accessible aux numéros suivants (aucun code n'est requis) :

- France : +33 1 72 72 74 51
- Royaume-Uni : +44 203 009 2476

Webcast : Une retransmission audio de la présentation sera disponible sur le site internet : [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)

## Agenda

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2018 : 17 octobre 2018

## Contacts

### Relations investisseurs

Mathilde Rodié, Anne-Sophie Lanaute

Tél : +33 (0)1 41 04 28 83

### Relations actionnaires

Tél : 0 805 902 902 (n° vert en France)

### Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 41 04 26 17

## ANNEXES

### Données 2017 historiques

- La mise en œuvre rapide de la cession ou fermeture des 273 magasins ex-DIA a permis la comptabilisation de ces magasins en activités non poursuivies, à compter du 1<sup>er</sup> janvier, conformément à la norme IFRS 5.
- Dans le cadre de la communication sur les comptes semestriels 2018, les variations sont présentées par rapport aux comptes semestriels publiés en 2017 (qui intègrent notamment les pertes des magasins ex-DIA dans le résultat net des activités poursuivies). Cette comparaison reflète la mise en œuvre rapide de la sortie des magasins comme partie intégrante du plan global de transformation du 1<sup>er</sup> semestre 2018.
- La norme IFRS 5 prévoit que le classement en activités non poursuivies soit également appliqué aux données historiques du premier semestre 2017. Ces données historiques retraitées sont présentées en annexe de ce communiqué de presse et dans la brochure « Rapport financier semestriel 2018 ».
- Compte tenu de l'arrêt de l'activité magasins de proximité intégrés en France, il convient de noter que le classement en activités non poursuivies a été appliqué à l'ensemble du parc de magasins de cette activité, soit 352 magasins, dont les 273 magasins cédés ou fermés à fin juillet et 79 magasins destinés à être transférés en franchise.

### Ventes TTC du premier semestre 2018

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 41 439 M€. L'effet de change au premier semestre a été défavorable à hauteur de -5,2%, largement dû à la dépréciation du peso argentin et du real brésilien. L'effet essence est favorable à hauteur de +0,7%. L'effet calendaire est quasi nul à +0,1%.

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes constants	à changes courants
<b>France</b>	<b>19 207</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>
Hypermarchés	9 845	-1,6%	-2,2%	-0,1%	-0,1%
Supermarchés	6 391	0,8%	-1,0%	0,9%	0,9%
Proximité /autres formats	2 971	2,6%	2,3%	4,6%	4,6%
<b>Autres pays</b>	<b>22 232</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,6%</b>	<b>3,2%</b>	<b>-6,2%</b>
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>11 226</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,6%</b>
Espagne	4 510	-1,8%	-1,0%	2,2%	2,2%
Italie	2 638	-3,6%	-3,5%	-3,0%	-3,0%
Belgique	2 080	-2,0%	-2,2%	-2,2%	-2,2%
Pologne	1 005	0,8%	2,9%	2,8%	4,0%
Roumanie	993	5,3%	8,1%	8,7%	6,0%
<b>Amérique latine</b>	<b>7 842</b>	<b>6,4%</b>	<b>9,5%</b>	<b>9,3%</b>	<b>-13,4%</b>
Brésil	6 418	1,9%	5,7%	5,8%	-12,1%
Argentine	1 425	24,7%	24,7%	24,6%	-18,7%
<b>Asie</b>	<b>3 163</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-9,3%</b>
Chine	2 195	-6,4%	-7,8%	-8,0%	-11,6%
Taiwan	968	2,2%	3,7%	3,7%	-3,5%
<b>Total Groupe</b>	<b>41 439</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,1%</b>	<b>2,2%</b>	<b>-3,0%</b>

## Ventes TTC du deuxième trimestre 2018

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 20 813 M€. L'effet de change est défavorable à hauteur de -5,4%, largement dû à la dépréciation du peso argentin et du real brésilien. L'effet essence est favorable à hauteur de +1,3%. L'effet calendaire est défavorable à hauteur de -1,1%.

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes constants	à changes courants
<b>France</b>	<b>9 869</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>
Hypermarchés	5 022	-1,0%	-1,4%	0,2%	0,2%
Supermarchés	3 293	0,1%	-1,5%	0,4%	0,4%
Proximité /autres formats	1 553	2,2%	2,0%	4,5%	4,5%
<b>Autres pays</b>	<b>10 944</b>	<b>1,7%</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-7,4%</b>
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>5 688</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-1,6%</b>
Espagne	2 307	-2,9%	-2,2%	0,2%	0,2%
Italie	1 322	-3,9%	-3,8%	-5,0%	-5,0%
Belgique	1 058	-2,3%	-3,2%	-3,9%	-3,9%
Pologne	494	2,3%	4,5%	0,1%	-0,9%
Roumanie	507	3,1%	6,0%	7,0%	4,6%
<b>Amérique latine</b>	<b>3 864</b>	<b>8,4%</b>	<b>11,5%</b>	<b>9,6%</b>	<b>-14,9%</b>
Brésil	3 156	3,4%	7,3%	5,5%	-13,3%
Argentine	708	28,0%	27,9%	26,8%	-21,5%
<b>Asie</b>	<b>1 392</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-7,1%</b>
Chine	947	-6,5%	-8,0%	-8,0%	-8,7%
Taiwan	446	1,0%	2,7%	2,8%	-3,6%
<b>Total Groupe</b>	<b>20 813</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,8%</b>	<b>-3,6%</b>

## Répartition géographique des ventes HT et du résultat opérationnel courant du premier semestre 2018

### S1 2018 vs. S1 2017 retraité IFRS 5

(en M€)	Ventes HT				Résultat opérationnel courant			
	S1 2017 retraité IFRS 5	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants	S1 2017 retraité IFRS 5	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants
France	17 017	17 150	+0,8%	+0,8%	273	110	-59,7%	-59,7%
Europe (hors France)	10 010	10 093	+1,0%	+0,8%	149	152	+2,2%	+1,9%
Amérique latine	8 075	6 976	+8,6%	-13,6%	293	319	+28,0%	+8,8%
Asie	3 135	2 851	-4,3%	-9,0%	12	32	+177,3%	+157,0%
<b>International</b>	<b>21 219</b>	<b>19 920</b>	<b>+3,1%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>455</b>	<b>503</b>	<b>+23,7%</b>	<b>+10,6%</b>
Fonctions globales					-33	-16	-54,1%	-52,4%
<b>TOTAL</b>	<b>38 236</b>	<b>37 071</b>	<b>+2,1%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>695</b>	<b>597</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-14,0%</b>

### S1 2018 vs. S1 2017 publié

(en M€)	Ventes HT				Résultat opérationnel courant			
	S1 2017 publié	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants	S1 2017 publié	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants
France	17 307	17 150	-0,9%	-0,9%	199	110	-44,8%	-44,8%
Europe (hors France)	10 010	10 093	+1,0%	+0,8%	149	152	+2,2%	+1,9%
Amérique latine	8 075	6 976	+8,6%	-13,6%	293	319	+28,0%	+8,8%
Asie	3 135	2 851	-4,3%	-9,0%	12	32	+177,3%	+157,0%
<b>International</b>	<b>21 219</b>	<b>19 920</b>	<b>+3,1%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>455</b>	<b>503</b>	<b>+23,7%</b>	<b>+10,6%</b>
Fonctions globales					-33	-16	-54,1%	-52,4%
<b>TOTAL</b>	<b>38 526</b>	<b>37 071</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-3,8%</b>	<b>621</b>	<b>597</b>	<b>+5,8%</b>	<b>-3,8%</b>

## Compte de résultat consolidé du S1 2018 vs. S1 2017 retraité IFRS 5

(en M€)	S1 2017 retraité IFRS 5	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants
<b>Chiffre d'affaires hors taxes</b>	<b>38 236</b>	<b>37 071</b>	<b>+2,1%</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation</b>	<b>37 939</b>	<b>36 728</b>	<b>+2,0%</b>	<b>-3,2%</b>
Autres revenus	1 353	1 309	+4,0%	-3,2%
<b>Revenus totaux</b>	<b>39 292</b>	<b>38 037</b>	<b>+2,0%</b>	<b>-3,2%</b>
Prix de revient des ventes	(30 536)	(29 816)	+2,8%	-2,4%
<b>Marge commerciale</b>	<b>8 756</b>	<b>8 221</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-6,1%</b>
<i>En % du CA</i>	<i>22,9%</i>	<i>22,2%</i>	<i>(72pbs)</i>	<i>(72pbs)</i>
Frais généraux	(7 297)	(6 884)	-0,2%	-5,7%
<i>En % du CA</i>	<i>(19,1%)</i>	<i>(18,6%)</i>	<i>+51pbs</i>	<i>+51pbs</i>
<b>Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)</b>	<b>1 489</b>	<b>1 373</b>	<b>-1,9%</b>	<b>-7,8%</b>
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>3,9%</i>	<i>3,7%</i>	<i>(19pbs)</i>	<i>(19pbs)</i>
Dépréciation et amortissements	(765)	(740)	0,3%	-3,2%
<b>Résultat opérationnel courant (ROC)</b>	<b>695</b>	<b>597</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-14,0%</b>
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>1,8%</i>	<i>1,6%</i>	<i>(21pbs)</i>	<i>(21pbs)</i>
<b>Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence</b>	<b>707</b>	<b>591</b>	<b>-8,4%</b>	<b>-16,5%</b>
Produits et charges non courants	(148)	(785)		
Résultat opérationnel	<b>559</b>	<b>(194)</b>		
Résultat financier	(247)	(149)		
Résultat avant impôts	<b>312</b>	<b>(342)</b>		
Impôts sur les résultats	(115)	(179)		
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>197</b>	<b>(521)</b>		
Résultat net des activités non poursuivies	(50)	(229)		
<b>Résultat net total</b>	<b>147</b>	<b>(750)</b>		
<b>Dont Résultat net, Part du Groupe</b>	<b>78</b>	<b>(861)</b>		
Dont Résultat net des activités poursuivies, Part du Groupe	128	(633)		
Dont Résultat net des activités non poursuivies, Part du Groupe	(50)	(229)		
<b>Dont Résultat net, Part des minoritaires</b>	<b>69</b>	<b>112</b>		
Dont Résultat net des activités poursuivies, Part des minoritaires	69	112		
Dont Résultat net des activités non poursuivies, Part des minoritaires	-	-		
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels</b>	<b>202</b>	<b>131</b>		

## Compte de résultat consolidé du S1 2018 vs. S1 2017 publié

(en M€)	S1 2017 publié	S1 2018	Variation changes constants	Variation changes courants
<b>Chiffre d'affaires hors taxes</b>	<b>38 526</b>	<b>37 071</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-3,8%</b>
<b>Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation</b>	<b>38 228</b>	<b>36 728</b>	<b>+1,2%</b>	<b>-3,9%</b>
Autres revenus	1 354	1 309	+3,9%	-3,3%
<b>Revenus totaux</b>	<b>39 582</b>	<b>38 037</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-3,9%</b>
Prix de revient des ventes	(30 762)	(29 816)	+2,0%	-3,1%
<b>Marge commerciale</b>	<b>8 821</b>	<b>8 221</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-6,8%</b>
<i>En % du CA</i>	<i>22,9%</i>	<i>22,2%</i>	<i>-72pbs</i>	<i>-72pbs</i>
Frais généraux	(7 419)	(6 884)	-1,9%	-7,2%
<i>En % du CA</i>	<i>(19,3%)</i>	<i>(18,6%)</i>	<i>-69pbs</i>	<i>-69pbs</i>
<b>Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)</b>	<b>1 431</b>	<b>1 373</b>	<b>+2,1%</b>	<b>-4,0%</b>
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>3,7%</i>	<i>3,7%</i>	<i>-1pbs</i>	<i>-1pbs</i>
Dépréciation et amortissements	(781)	(740)	-1,7%	-5,2%
<b>Résultat opérationnel courant (ROC)</b>	<b>621</b>	<b>597</b>	<b>+5,8%</b>	<b>-3,8%</b>
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>1,6%</i>	<i>1,6%</i>	<i>0pbs</i>	<i>0pbs</i>
<b>Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence</b>	<b>633</b>	<b>591</b>	<b>+2,3%</b>	<b>-6,7%</b>
Produits et charges non courants	(150)	(785)		
Résultat opérationnel	<b>484</b>	<b>(194)</b>		
Résultat financier	(247)	(149)		
Résultat avant impôts	<b>236</b>	<b>(342)</b>		
Impôts sur les résultats	(89)	(179)		
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>148</b>	<b>(521)</b>		
Résultat net des activités non poursuivies	(1)	(229)		
<b>Résultat net total</b>	<b>147</b>	<b>(750)</b>		
<b>Dont Résultat net, Part du Groupe</b>	<b>78</b>	<b>(861)</b>		
Dont Résultat net des activités poursuivies, Part du Groupe	79	(633)		
Dont Résultat net des activités non poursuivies, Part du Groupe	(1)	(229)		
<b>Dont Résultat net, Part des minoritaires</b>	<b>69</b>	<b>112</b>		
Dont Résultat net des activités poursuivies, Part des minoritaires	69	112		
Dont Résultat net des activités non poursuivies, Part des minoritaires	-	-		
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels</b>	<b>154</b>	<b>131</b>		

## Bilan consolidé du premier semestre 2018

<i>(en M€)</i>	30 juin 2017	30 juin 2018
<b>ACTIF</b>		
Immobilisations incorporelles	9 985	9 365
Immobilisations corporelles	13 236	12 376
Immobilisations financières	2 744	2 670
Impôts différés actifs	841	737
Immeubles de placement	332	383
Encours des sociétés financières – Part à plus d'un an	2 477	2 468
Autres actifs non courants	276	328
<b>Actifs non courants</b>	<b>29 892</b>	<b>28 327</b>
Stocks	6 863	6 301
Créances commerciales	2 636	2 756
Encours des sociétés financières – Part à moins d'un an	3 655	3 434
Actifs d'impôts exigibles	886	859
Autres actifs	995	939
Actifs financiers courants	252	202
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 615	1 993
<b>Actifs courants</b>	<b>16 902</b>	<b>16 484</b>
<b>Actifs détenus en vue de la vente</b>	<b>20</b>	<b>61</b>
<b>TOTAL</b>	<b>46 814</b>	<b>44 872</b>
<b>PASSIF</b>		
Capitaux propres, part du Groupe	9 753	8 439
Intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées	1 526	1 954
<b>Capitaux propres</b>	<b>11 279</b>	<b>10 393</b>
Impôts différés passifs	549	474
Provisions pour risques et charges	2 937	3 747
Dettes financières – Part à plus d'un an	6 586	6 350
Refinancement des encours clients – Part à plus d'un an	2 574	2 347
<b>Passifs non courants</b>	<b>12 646</b>	<b>12 918</b>
Dettes financières – Part à moins d'un an	3 001	2 100
Fournisseurs et autres créditeurs	12 784	12 373
Refinancement des encours clients – Part à moins d'un an	2 774	3 046
Passifs d'impôts exigibles	1 084	1 161
Autres passifs	3 233	2 872
<b>Passifs courants</b>	<b>22 876</b>	<b>21 552</b>
<b>Passifs liés aux actifs détenus en vue de la vente</b>	<b>14</b>	<b>9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>46 814</b>	<b>44 872</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidé du premier semestre 2018

<i>(en M€)</i>	S1 2017 retraité IFRS 5	S1 2017 publié	<b>S1 2018</b>	<i>Var vs. S1 2017 publié (M€)</i>
<b>DETTE NETTE D'OUVERTURE</b>	<b>(4 531)</b>	<b>(4 531)</b>	<b>(3 728)</b>	<b>803</b>
Autofinancement (activités poursuivies)	1 037	979	948	(31)
Variation du besoin en fonds de roulement	(2 518)	(2 518)	(2 365)	153
Activités non poursuivies	(60)	(3)	(6)	(4)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>(1 541)</b>	<b>(1 541)</b>	<b>(1 423)</b>	<b>118</b>
Investissements opérationnels ( <i>hors Cargo</i> )	(899)	(904)	(555)	349
Investissements opérationnels Cargo ( <i>nets</i> )	(85)	(85)	(38)	47
Variation nette des fournisseurs d'immobilisations	(249)	(262)	(273)	(12)
Cessions d'immobilisations	57	56	74	18
Activités non poursuivies	(18)	-	(3)	(3)
<b>Cash-Flow libre</b>	<b>(2 736)</b>	<b>(2 736)</b>	<b>(2 219)</b>	<b>517</b>
Cash-Flow libre retraité des éléments exceptionnels et des activités non poursuivies	(2 529)	(2 587)	(2 169)	418
Investissements financiers	(142)	(142)	(154)	(12)
Cessions de titres	11	11	14	2
Autres	(63)	(63)	(22)	41
Activités non poursuivies	1	1	2	1
<b>Cash-Flow après investissements</b>	<b>(2 929)</b>	<b>(2 929)</b>	<b>(2 380)</b>	<b>550</b>
Augmentation de capital	90	90	36	(54)
Dividendes versés aux minoritaires	(84)	(84)	(31)	53
Acquisitions/ cessions de participation sans changement de contrôle	(57)	(57)	0	57
Actions propres	(2)	(2)	42	44
Coût de l'endettement net financier	(191)	(191)	(121)	71
Autres	(15)	(15)	(75)	(62)
<b>DETTE NETTE DE CLOTURE</b>	<b>(7 720)</b>	<b>(7 720)</b>	<b>(6 255)</b>	<b>1 465</b>

## Variation des capitaux propres

(en M€)	Total capitaux propres	Capitaux propres, part du Groupe	Intérêts minoritaires
<b>Situation au 31 décembre 2017</b>	<b>12 159</b>	<b>10 059</b>	<b>2 099</b>
Ajustements liés à la première application d'IFRS 9 <sup>1</sup>	(259)	(141)	(119)
<b>Situation au 1<sup>er</sup> janvier 2018</b>	<b>11 899</b>	<b>9 919</b>	<b>1 980</b>
Résultat global sur la période	(1 182)	(1 160)	(22)
Dividendes	(375)	(352)	(23)
Effet de variations de périmètre et autres	51	32	19
<b>Situation au 30 juin 2018</b>	<b>10 393</b>	<b>8 439</b>	<b>1 954</b>

## Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels, premier semestre 2018

(en M€)	S1 2017 Publié	S1 2018
<b>Résultat net des activités poursuivies, part du Groupe</b>	<b>78</b>	<b>(861)</b>
Retraitement des produits et charges non courants (avant impôt)	150	785
Retraitement d'éléments exceptionnels dans le résultat financier	17	6
Effet impôts <sup>2</sup>	(84)	(19)
Retraitement sur la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence et la part des minoritaires des éléments retraités	(7)	(8)
Retraitement du résultat net des activités abandonnées	1	229
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels</b>	<b>154</b>	<b>131</b>

<sup>1</sup> Le Groupe a appliqué la norme IFRS9 – Instruments Financiers pour la première fois au 1<sup>er</sup> janvier 2018

<sup>2</sup> Effet sur l'impôt des éléments retraités (produits et charges non courants et résultat financier) ainsi que produits et charges d'impôts non courants.

## EXPANSION SOUS ENSEIGNES – 2<sup>ème</sup> trimestre 2018

Milliers de m <sup>2</sup>	31 déc. 2017	31 mars. 2018	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Mouvements T2 2018	30 juin 2018
France	5 764	5 762	20	-	-229	-208	5 553
Europe (hors Fr)	5 599	5 577	32	8	-35	5	5 581
Amérique latine	2 408	2 432	34	-	-16	18	2 450
Asie	2 736	2 684	27	-	-51	-24	2 660
Autres <sup>2</sup>	1 111	1 104	28	-	-	27	1 132
<b>Groupe</b>	<b>17 618</b>	<b>17 558</b>	<b>141</b>	<b>8</b>	<b>-331</b>	<b>182</b>	<b>17 376</b>

## PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – 2<sup>ème</sup> trimestre 2018

Nb de magasins	31 déc. 2017	31 mars 2018	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T2 2018	30 juin 2018
<b>Hypermarchés</b>	<b>1 376</b>	<b>1 379</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>-8</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>1 377</b>
France	247	247	1	-	-	-	1	248
Europe (hors Fr)	460	457	-	1	-2	-1	-2	455
Amérique latine	193	193	-	-	-2	-	-2	191
Asie	365	373	2	-	-4	-	-2	371
Autres <sup>1</sup>	111	109	3	-	-	-	3	112
<b>Supermarchés</b>	<b>3 243</b>	<b>3 233</b>	<b>44</b>	<b>-</b>	<b>-28</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>3 255</b>
France	1 060	1 060	2	-	-4	1	-1	1 059
Europe (hors Fr)	1 756	1 749	18	-	-20	2	-	1 749
Amérique latine	147	147	2	-	-2	-	-	147
Asie	58	53	13	-	-2	-	11	64
Autres <sup>2</sup>	222	224	9	-	-	3	12	236
<b>Magasins de proximité</b>	<b>7 327</b>	<b>7 221</b>	<b>104</b>	<b>-</b>	<b>-372</b>	<b>-2</b>	<b>-270</b>	<b>6 951</b>
France	4 267	4 215	39	-	-314	-1	-276	3 939
Europe (hors Fr)	2 446	2 398	61	-	-50	-1	10	2 408
Amérique latine	521	518	2	-	-	-	2	520
Asie	41	38	-	-	-7	-	-7	31
Autres <sup>2</sup>	52	52	2	-	-1	-	1	53
<b>Cash &amp; carry</b>	<b>354</b>	<b>356</b>	<b>11</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-3</b>	<b>8</b>	<b>364</b>
France	144	144	-	-	-	-	-	144
Europe (hors Fr)	42	42	2	-	-	-	2	44
Amérique latine	153	157	6	-	-	-	6	163
Asie	2	0	-	-	-	-	-	-
Autres <sup>2</sup>	13	13	3	-	-	-3	-	13
<b>Groupe</b>	<b>12 300</b>	<b>12 189</b>	<b>165</b>	<b>1</b>	<b>-408</b>	<b>-</b>	<b>-242</b>	<b>11 947</b>
France	5 718	5 666	42	-	-318	-	-276	5 390
Europe (hors Fr)	4 704	4 646	81	1	-72	-	10	4 656
Amérique latine	1 014	1 015	10	-	-4	-	6	1 021
Asie	466	464	15	-	-13	-	2	466
Autres <sup>2</sup>	398	398	17	-	-1	-	16	414

<sup>1</sup> Afrique, Maghreb, Moyen-Orient et République dominicaine.

## Définitions

### Croissance à magasins comparables

La croissance à magasins comparables est composée des ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues. Elle s'entend à changes constants, hors essence et hors effet calendaire.

### Croissance organique

La croissance organique est composée de la croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses. Elle s'entend à changes constants.

### Marge commerciale

La marge commerciale correspond à la somme du chiffre d'affaires hors taxes et des autres revenus, diminuée du coût des programmes de fidélisation et du prix de revient des ventes. Le prix de revient des ventes intègre outre les achats et variations de stock, d'autres coûts essentiellement composés des coûts des produits vendus par les sociétés financières, des produits liés à l'escompte ainsi que des écarts de change générés par les achats de marchandises.

### Résultat opérationnel courant (ROC)

Le résultat opérationnel courant (ROC) correspond à la marge des activités courantes diminuée des frais généraux, des amortissements et provisions.

### Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)

Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes, ainsi que les produits et charges non courants tels que définis ci-dessous.

### Résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel correspond au résultat opérationnel courant après quote part des mises en équivalence diminué des produits et charges non courants.

Sont comptabilisés en produits et charges non courants certains éléments significatifs à caractère inhabituel de par leur nature et leur fréquence tels que des dépréciations d'actifs, des coûts de restructuration et des charges liées à des réestimations de risques d'origine ancienne, sur la base d'informations ou d'éléments dont le Groupe a eu connaissance au cours de l'exercice.

### Cash-flow libre

Le cash-flow libre est le solde net de l'autofinancement avant coût de l'endettement financier net, de la variation du besoin en fonds de roulement et des investissements opérationnels.

## Disclaimer

*Ce communiqué contient à la fois des informations historiques et des déclarations et informations prospectives. Les déclarations et informations de nature prospective ont été établies sur la base des hypothèses actuellement retenues par la Direction du Groupe. Elles ne constituent pas des garanties quant aux performances futures du Groupe. Les résultats ou les performances qui seront réalisés sont susceptibles d'être substantiellement différents des déclarations et informations prospectives présentées en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, notamment les facteurs de risques exposés dans les différents documents déposés auprès de l'Autorité des marchés financiers au titre de l'information réglementée disponibles sur le site de Carrefour ([www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)) et notamment le document de référence. Les investisseurs peuvent obtenir gratuitement une copie de ces documents auprès de Carrefour. Carrefour ne prend aucun engagement de mettre à jour et/ou réviser ces déclarations et informations prospectives dans le futur.*