



Premier semestre 2023

Forte hausse du ROC et de la marge opérationnelle en France Cash-flow libre net en progression de +196 M€ Premiers succès du plan Carrefour 2026

Confirmation des objectifs 2023

- **Chiffre d'affaires en hausse de +11,2% en comparable (LFL) au S1 et de +8,2% en données publiées**
 - Au T2, croissance de +10,3% LFL et +4,1% en données publiées
 - Hausse de +20% de la GMV e-commerce au S1 (+20% au T2)
- **EBITDA stable (-0,5%, -10 M€) à 1 852 M€, en progression de +4,0% (+75 M€) à changes constants**
- **Résultat Opérationnel Courant (ROC) de 700 M€ au S1 2023, en baisse de -2,2% (-17 M€) à changes constants, sous l'effet de l'intégration de Grupo BIG au Brésil. Marge du Groupe stable (+4 pbs) hors Grupo BIG**
 - **France** : ROC en progression de +39% à 270 M€, soit une marge opérationnelle de 1,4% (+36 pbs)
 - **Europe (hors France)** : ROC stable à 164 M€ (contre 163 M€ au S1 2022), soutenu notamment par l'Espagne
 - **Amérique latine** : ROC de 304 M€ (contre 444 M€ au S1 2022), pénalisé par l'intégration de Grupo BIG et un environnement de marché difficile au Brésil
- **Bénéfice Net ajusté Par Action (BNPA) en hausse de +9% à 0,45€**
- **Cash-flow libre net en progression de +196 M€ au S1 à -1 684 M€**
- **Poursuite du programme de rachat d'actions de 800 M€ en 2023 avec 400 M€ réalisés à date**
- **Atteinte des objectifs de l'indice RSE et Transition Alimentaire avec un score de 108% au S1 2023**
- **Réaffirmation du leadership en France avec la signature en juillet de l'acquisition des enseignes Cora et Match**

Alexandre Bompard, Président Directeur-Général, a déclaré : « *Le premier semestre a été marqué par la mise en œuvre rapide du plan Carrefour 2026, avec notamment la croissance très soutenue de nos ventes de produits à marque propre, le déploiement de la méthode « Maxi » dans nos magasins européens et le lancement de notre alliance de retail media Unlimitail. Cette transformation est le résultat de la mobilisation sans faille des équipes. En France, le Groupe a réalisé une performance remarquable, avec une forte progression de la marge opérationnelle. Avec la signature du rachat de Cora et Match, notre première acquisition majeure en France depuis plus de vingt ans, Carrefour réaffirme son leadership sur le marché français. La bonne performance de la France se retrouve dans la majorité de nos géographies européennes, où des signes de ralentissement de l'inflation sont apparus au cours du deuxième trimestre. En Amérique latine, la situation est plus contrastée. L'Argentine poursuit sa trajectoire de croissance exceptionnelle, tandis que la performance du Brésil a été affectée par l'achèvement de la conversion des magasins BIG et des conditions de marché difficiles. Dans ce contexte, Carrefour reste pleinement confiant dans la trajectoire du second semestre, et confirme ses objectifs annuels de croissance de l'EBITDA, du Résultat Opérationnel Courant et du cash-flow libre net.* »

CHIFFRES CLÉS DU S1 2023

(en M€)	S1 2022 ⁽¹⁾	S1 2023	Variation
Chiffre d'affaires TTC	42 001	45 448	+11,2% en comparable (LFL)
EBITDA	1 862	1 852	-0,5% ; +4,0% (+75 M€) à changes constants
Résultat Opérationnel Courant (ROC)	775	700	-9,6% ; -2,2% (-17 M€) à changes constants
Marge opérationnelle courante	2,0%	1,7%	-33pbs ; +4 pbs hors Grupo BIG
Résultat net ajusté, part du Groupe	310	326	+5,1% (+16 M€)
Résultat net ajusté, part du Groupe, par action	0,41	0,45	+9,0%
Cash-flow libre net	-1 880	-1 684	+196 M€
Dette financière nette au 30 juin ⁽²⁾	6 480	5 040	-1 440 M€

Note: (1) Retraité IFRS 5 pour refléter le classement en activité abandonnée de Carrefour Taïwan ; (2) Retraité conformément à la norme IFRS 3 (réduction du prix d'acquisition de Grupo BIG)

S1 2023 : Avancées rapides du plan Carrefour 2026

Les résultats de Carrefour pour le premier semestre 2023 reflètent **la bonne exécution de la stratégie du Groupe, dans un contexte d'inflation alimentaire record en Europe**, dont le pic semble avoir été atteint au cours du deuxième trimestre. Dans cet environnement, marqué par la baisse des volumes dans la plupart de ses marchés, les résultats du Groupe démontrent une nouvelle fois **la solidité de son modèle**, grâce à la **mobilisation de l'ensemble de ses équipes** et sa **grande discipline en matière de gestion des coûts**. **La performance de la France est particulièrement remarquable**, avec une progression de +39% du ROC et de +36 pbs de la marge opérationnelle. En Europe, le ROC est stable. Le repli des résultats en Amérique latine sur le semestre est essentiellement lié au périmètre Grupo BIG et un contexte de marché difficile.

Dans ce contexte, plusieurs axes clés du plan Carrefour 2026 délivrent déjà d'excellents résultats. **Les ventes de produits de marque Carrefour continuent de progresser rapidement**, atteignant plus de 35% du chiffre d'affaires alimentaire semestriel, en progression de +3 points par rapport au premier semestre 2022. **La GMV e-commerce poursuit sa progression**, au service du développement de l'omnicanalité, avec une hausse de +20% par rapport au premier semestre 2022.

D'autres initiatives de Carrefour 2026 ont également été mises en œuvre au cours du semestre :

- **La méthode « Maxi »**, dont le déploiement dans les hypermarchés et supermarchés européens a commencé en début d'année, génère des performances très encourageantes, avec des gains de parts de marché et une amélioration rapide de la productivité dans les magasins concernés
- Carrefour et Publicis ont annoncé le **lancement d'Unlimitail**, joint venture destinée à devenir le leader du retail media européen, avec 13 premiers clients
- Carrefour a accéléré la mise en œuvre de **solutions d'Intelligence Artificielle (IA) et de data**, avec un effet positif sur les opérations. Au S1, la nouvelle solution « *assortment builder* » a permis une réduction significative des assortiments grâce à l'IA tout en améliorant la rentabilité ; l'outil « *promo optimizer* » a été déployé en France, pour aider les équipes de vente à optimiser les promotions et leurs marges grâce à des algorithmes. Carrefour a également été pionnier dans l'utilisation de la **genAI** avec le lancement du chatbot « Hopla », première intégration de chatGPT sur le site internet d'un distributeur, et du « studio marketing » en partenariat avec Google AI pour automatiser la production de milliers de campagnes marketing
- La **mutualisation des opérations à l'échelle européenne** est engagée. La plateforme d'achats marchands Eureka est désormais active et produit ses premières optimisations ; la réorganisation et l'optimisation des équipes des sièges est amorcée
- Les projets de **valorisation des actifs immobiliers** du Groupe sont tous initiés. En France, Carrefour s'est associé à Nexity pour créer un véhicule foncier destiné à la reconversion de 76 sites, qui devrait permettre dans les années qui viennent de générer près de 70% de l'objectif de 500 M€ de création de valeur. Carrefour Brésil a cédé les murs de 5 magasins et 4 centres de distribution au

Groupe Barzel pour 1,2 Md de BRL (environ 230 M€), dans le cadre d'une opération de « *sale and leaseback* ». Par ailleurs, le Groupe a engagé son projet de production d'énergie photovoltaïque avec l'installation et l'exploitation de 450 000 m² de panneaux solaires, principalement en Espagne à ce stade, représentant environ 130 000 MWh d'électricité productible théorique par an

- Carrefour poursuit la **transformation du mode d'exploitation** de ses magasins en France, avec l'ensemble des 16 hypermarchés et 17 des 25 supermarchés prévus en 2023 déjà passés en location gérance
- Carrefour poursuit ses **avancées en matière de RSE**, notamment en termes d'agriculture durable, de lutte contre le changement climatique, de réduction des emballages et de lutte contre la déforestation au Brésil. L'Indice RSE et Transition Alimentaire ressort à 108% au premier semestre

Parallèlement, **la conversion des magasins Grupo BIG est désormais achevée, en avance sur le plan initial**. Les coûts exceptionnels d'intégration ont pesé à hauteur de 65 M€ sur le résultat opérationnel courant de Carrefour Brésil au premier semestre. Ils devraient être très limités au second semestre. Le management de Carrefour Brésil est désormais pleinement concentré sur la dynamique commerciale du Groupe. Au premier semestre, Carrefour a généré 530 M BRL de synergies de coûts, soit 1,2 Md BRL en rythme annualisé. Ces synergies ont été compensées par la performance négative des magasins convertis, qui sont en phase de montée en régime après leur réouverture récente sous leurs nouvelles enseignes. Ces magasins ont, à date, une performance comparable à celles des ouvertures passées du Groupe. **Le Groupe réitère son objectif d'au moins 2,0 Mds BRL de synergies à horizon 2025.**

Enfin, le Groupe a conclu le 12 juillet un accord avec le groupe Louis Delhaize en vue de l'acquisition des enseignes **Cora et Match** en France, réaffirmant son leadership sur le marché français de la distribution alimentaire. Le 30 juin dernier, Carrefour a finalisé la cession de sa participation dans **Carrefour Taiwan**.

Carrefour reste mobilisé pour consolider son modèle économique, grâce à un pilotage précis de sa stratégie commerciale et à sa politique de baisse de coûts, incluant les initiatives liées à l'objectif d'1 Md€ d'économies en 2023 (490 M€ réalisées au S1 2023) et des mesures spécifiques pour accompagner la baisse des volumes de ventes. Les Capex annuels sont attendus à un niveau proche de celui de 2022, entre 1,8 Md€ et 1,9 Md€. **Le Groupe avance avec confiance et confirme les objectifs communiqués au marché en février dernier pour l'exercice 2023 : croissance de l'EBITDA, du Résultat Opérationnel Courant et du cash-flow libre net.**

Solide performance commerciale et opérationnelle au S1 2023

Le chiffre d'affaires du Groupe au S1 2023 s'établit à 45 448 M€ pre-IAS 29, en hausse de +8,2%. La croissance en comparable (LFL) atteint +11,2%.

Au T2 2023, le chiffre d'affaires du Groupe atteint 23 377 M€ pre-IAS 29, en hausse de +4,1%. Cette évolution intègre un effet de change défavorable de -5,4%, lié notamment à la dépréciation du peso argentin, un effet essence défavorable à hauteur de -3,4%, un effet calendaire de -0,5%, un effet de l'expansion nette de +1,2% et des acquisitions pour +1,6%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de -20 M€. Les ventes en comparable affichent une forte progression de +10,3% dans un contexte de ralentissement de l'inflation alimentaire au deuxième trimestre. Cette hausse est tirée par l'alimentaire (+11,1% LFL), tandis que le non-alimentaire progresse de +4,5% LFL au T2.

LFL	T1 2023	T2 2023	S1 2023
France	+7,1%	+7,3%	+7,2%
Europe	+8,8%	+7,4%	+8,1%
Amérique latine	+26,0%	+17,3%	+21,0%
Groupe	+12,3%	+10,3%	+11,2%

France : excellente dynamique commerciale et hausse de la rentabilité

Au S1 2023, le chiffre d'affaires en France progresse de +7,2% en comparable, avec une croissance au T2 (+7,3% LFL) en ligne avec celle du T1 (+7,1% LFL). La croissance au T2 atteint +8,5% LFL en alimentaire, tandis que le non-alimentaire diminue de -3,1% LFL. Carrefour gagne à nouveau des parts de marché en volumes sur le semestre, se plaçant ainsi parmi les principaux gagnants dans le marché et reflétant un gain de 567 000 nouveaux clients par rapport au S1 2022¹. Le e-commerce en France est en croissance de +14% au premier semestre, avec une croissance de +14% au T2.

LFL	T1 2023	T2 2023	S1 2023
Hypermarchés	+6,0%	+6,6%	+6,3%
Supermarchés	+7,1%	+7,6%	+7,4%
Proximité/autres formats	+9,6%	+8,2%	+8,8%
<i>dont Proximité</i>	+9,1%	+8,8%	+9,0%
France	+7,1%	+7,3%	+7,2%

Le résultat opérationnel courant progresse de +39% (+75 M€) à 270 M€, contre 194 M€ au S1 2022. Dans un contexte de forte inflation, la bonne performance commerciale et la forte dynamique de baisse de coûts ont permis de faire progresser la marge opérationnelle de +36 pbs, à 1,4% contre 1,1% au S1 2022. Le groupe bénéficie ainsi des initiatives stratégiques du plan Carrefour 2026, incluant l'augmentation des ventes de produits à marque Carrefour, la transformation des modes d'exploitation et l'amélioration de la rentabilité des activités digitales.

Europe : Bonne performance de chiffre d'affaires et de marge dans la plupart des pays, compensée par une baisse des résultats en Pologne sur une base de comparaison élevée

Le chiffre d'affaires en Europe (hors France) progresse de +8,1% en comparable au S1 2023. Il progresse au T2 2023 de +7,4% en comparable :

- En **Espagne** (+7,7% LFL), Carrefour maintient sa solide dynamique. L'alimentaire progresse de +11,3% LFL, en ligne avec le T1 2023 (+11,7% LFL) malgré un ralentissement de l'inflation alimentaire. Le non-alimentaire (-3,1% LFL au T2 contre +2,3% au T1) est pénalisé en avril et mai par les catégories sensibles aux conditions météorologiques

¹ Source : Kantar MyWorldPanel (CAD P06)

- En **Italie** (+4,7% LFL), la bonne performance continue de refléter la hausse continue de la satisfaction client, en particulier grâce à l'amélioration du positionnement et de la perception prix
- En **Belgique** (+12,5% LFL), les initiatives commerciales portent leurs fruits et Carrefour est l'enseigne qui gagne le plus de parts de marché (à périmètre comparable) au deuxième trimestre. Les magasins Carrefour, en particulier les hypermarchés, affichent des volumes en croissance dans un contexte d'inflation toujours élevée
- En **Pologne** (+0,4% LFL), le chiffre d'affaires se normalise après un T2 2022 exceptionnellement fort (+15,0% LFL) dans le contexte de guerre en Ukraine
- En **Roumanie** (+7,5% LFL), la dynamique commerciale reste bonne, sur une base de comparaison élevée

LFL	T1 2023	T2 2023	S1 2023
Espagne	+9,3%	+7,7%	+8,5%
Italie	+5,6%	+4,7%	+5,1%
Belgique	+9,9%	+12,5%	+11,3%
Pologne	+6,1%	+0,4%	+3,1%
Roumanie	+12,5%	+7,5%	+9,8%
Autres pays d'Europe	+8,8%	+7,4%	+8,1%

Le résultat opérationnel courant de l'Europe est stable à 164 M€, contre 163 M€ au S1 2022. L'Europe de l'Ouest affiche une progression du résultat et de la marge opérationnelle, tirés par l'Espagne et l'Italie. La Pologne est impactée par une base de comparaison très élevée, dans le contexte d'éclatement de la guerre en Ukraine au S1 2022, tandis que la Roumanie améliore sa profitabilité.

Amérique latine : fin de l'intégration de Grupo BIG au Brésil et bonne performance en Argentine

Au S1 2023, le chiffre d'affaires de l'Amérique latine progresse de +21,0% LFL. Au T2 2023, il est en croissance de +17,3% LFL :

- Au **Brésil** le chiffre d'affaires est en recul de -3,2% en comparable au T2 2023. Cela traduit un environnement de marché particulièrement difficile sur le trimestre, avec un fort ralentissement de l'inflation alimentaire à +2,9% en juin (en déflation séquentielle par rapport au T1) et la baisse des prix de nombreuses matières premières agricoles. Les volumes restent en retrait du fait de la pression sur le pouvoir d'achat, dans un contexte de taux d'intérêts élevés. La croissance à change constant atteint +9,7% au T2 grâce à une contribution de l'expansion et des acquisitions de +13,5%. Le change est défavorable de -3,3% au deuxième trimestre. Le Groupe a finalisé les conversions des magasins Grupo BIG six mois avant la date prévue et a converti un total de 129 magasins aux enseignes Carrefour, Atacadão et Sam's Club, soit 5 de plus que l'objectif initial
 - o Le chiffre d'affaires des magasins de cash & carry (**Atacadão**) est particulièrement impacté au T2 par la déflation des matières premières agricoles, qui représentent une part significative des ventes. Le format est également pénalisé par l'activité BtoB dont les clients reportent certains achats dans le contexte de baisse séquentielle des prix. Le chiffre d'affaires est en retrait de -4,3% LFL sur le trimestre, sur une base de comparaison particulièrement élevée (+22,4% LFL au T2 2022)
 - o **Carrefour Retail** affiche un chiffre d'affaires stable en comparable (+0,3% LFL), sur une base de comparaison élevée de +10,5% LFL au T2 2022. Les ventes non-alimentaires continuent de progresser fortement (+5,4% LFL). Le poids des produits à marque Carrefour dans le chiffre d'affaires atteint un niveau record, avec une progression de +120 pbs à fin juin
 - o Les ventes de **Sam's Club** progressent de +4,2% LFL au T2, grâce au succès des initiatives pour augmenter le nombre de membres actifs (+8,4% vs T2 2022). La pénétration des services financiers et du e-commerce chez Sam's Club progresse rapidement

- o La GMV e-commerce continue d'afficher une forte croissance de +30% au T2 2023
- o L'activité de services financiers poursuit sa croissance avec une hausse de +28,1% du portefeuille de crédit et de +13,4% des facturations au T2, grâce notamment au recrutement des clients des enseignes Grupo BIG
- En **Argentine**, Carrefour démontre une nouvelle fois la force de son modèle dans ce pays qui connaît une très forte inflation. La croissance du chiffre d'affaires atteint +127% en comparable au T2 2023, reflétant une progression des volumes et une hausse de la part de marché à des niveaux records, tirée par les gains de nouveaux clients

LFL	T1 2023	T2 2023	S1 2023
Brésil	+5,7%	-3,2%	+0,8%
<i>Atacadão</i>	+5,7%	-4,3%	+0,2%
<i>Carrefour Retail</i>	+5,7%	+0,3%	+2,9%
Argentine	+116,8%	+127,0%	+122,4%
Amérique Latine	+26,0%	+17,3%	+21,0%

Le résultat opérationnel courant de l'Amérique latine s'élève à 304 M€ au S1 2023 contre 444 M€ au S1 2022.

- Au **Brésil**, le résultat opérationnel courant est en baisse de -39%, à 251 M€ contre 414 M€ au S1 2022. Cette baisse reflète en premier lieu l'intégration accélérée de Grupo BIG, avec deux effets majeurs :
 - o **Les coûts d'intégration non récurrents, pour un total de -65 M€, incluant :**
 - Le pic des coûts liés aux conversions des magasins, incluant les coûts de fermeture et de liquidation des stocks. Ces coûts seront très faibles à partir du T3 2023
 - Dans l'activité des services financiers, le coût de recrutement des anciens clients de Grupo BIG, incluant les dépenses marketing ainsi que les provisions afférentes à la production de nouveaux crédits auprès de ces clients
 - o **La performance des magasins convertis** lors des premiers mois suivant leur réouverture, traditionnellement en perte d'exploitation en phase de montée en régime, **avec un impact sur le semestre de -85 M€**

La performance est également affectée par un environnement défavorable, avec une chute de l'inflation et des volumes sous pression, et l'ouverture depuis 12 mois de plus de 240 magasins dans le segment du cash & carry. Dans ce contexte, **la performance et la marge opérationnelle de l'activité historique restent très solides (-20 pbs à 5,2%)**. Parallèlement, Carrefour Brésil progresse rapidement dans la mise en œuvre des synergies de coûts, avec 530 M BRL comptabilisés sur le premier semestre 2023, équivalant à 1,2 Md BRL en rythme annualisé. Ces synergies de coûts ont été compensées par la performance négative des magasins convertis qui sont en phase de montée en régime, après leur réouverture récente sous leurs nouvelles enseignes. Ces magasins ont, à date, une performance comparable en termes de rentabilité en année 1 à l'historique des ouvertures passées du Groupe. **Le Groupe confirme son objectif de synergies de 2 Mds BRL à horizon 2025.**

- En **Argentine**, le résultat opérationnel courant continue de s'améliorer sensiblement, grâce à l'excellente dynamique commerciale et l'attention permanente aux coûts. Il s'établit à 53 M€ contre 30 M€ au S1 2022, soit une marge de 3,4% (+130 pbs), incluant un impact de -10 M€ lié à l'application de la norme IAS 29

COMPTE DE RÉSULTAT DU PREMIER SEMESTRE 2023

Le chiffre d'affaires TTC du S1 2023 progresse de +11,2% en comparable. Le chiffre d'affaires TTC du Groupe s'établit à 45 448 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +12,2% à taux de change constants. Cette progression intègre l'effet expansion et périmètre de +3,4%, l'effet calendaire de +0,1% et l'effet essence à hauteur de -2,7%. Après prise en compte d'un effet de change négatif de -4,0%, lié à la dépréciation du peso argentin, la variation totale du chiffre d'affaires s'élève à +8,2%.

Le **chiffre d'affaires HT** s'élève à 40 743 M€.

La **marge commerciale** s'établit à 19,8% du chiffre d'affaires HT contre 19,9% au S1 2022.

Les **coûts de distribution** augmentent de +34 pbs à 15,6% du chiffre d'affaires HT, contre 15,3% au S1 2022, sous l'effet de l'intégration de Grupo BIG et des coûts inhérents engagés au premier semestre, ainsi que de l'inflation.

Le **Résultat Opérationnel Courant (ROC)** du Groupe s'élève à 700 M€ contre 775 M€ au S1 2022, en baisse de -9,6% et de -2,2% à changes constants (l'effet de change est négatif de -58 M€, compte tenu de la dépréciation du peso argentin). La dynamique commerciale de Carrefour reste solide ; la forte discipline du Groupe en matière de gestion des coûts se traduit par la bonne exécution du plan d'économies, avec 490 M€ réalisés au S1 2023. Par ailleurs, la mise en place du plan d'actionnariat salarié « *Carrefour Invest* » au cours du premier semestre, largement souscrit, a pesé pour 30 M€ sur le résultat opérationnel courant du Groupe au S1 (dont 12 M€ dans les fonctions globales et 18 M€ répartis par géographie).

La marge opérationnelle ressort à 1,7%, contre 2,0% au S1 2022 (-33 pbs). **Hors effets de Grupo BIG, la marge opérationnelle du Groupe s'établit à 2,1%, en ligne avec le S1 2022 (+4 pbs).**

Le **résultat non courant** s'établit à -186 M€, contre -82 M€ au S1 2022, du fait d'une hausse des provisions liées à des projets de réorganisation.

Le **résultat net, part du Groupe** s'établit à 867 M€ contre 255 M€ au S1 2022. Il comprend les éléments suivants :

- Des **charges financières nettes** en hausse, à -276 M€ contre -181 M€ au S1 2022, du fait de taux d'intérêts plus élevés et d'une hausse de la dette, notamment en BRL, suite à l'acquisition de Grupo BIG au Brésil, ainsi que de la hausse des intérêts nets relatifs aux contrats de location (IFRS 16)
- Une **charge d'impôt** de -153 M€ contre -193 M€ au S1 2022. Le taux d'imposition normatif baisse à 27,2%² contre 31,7% au S1 2022, reflétant l'évolution du mix géographique
- Un **résultat net des activités abandonnées, part du Groupe**, de 749 M€ contre 16 M€ au S1 2022, lié à la plus-value comptable enregistrée suite à la cession de la participation dans Carrefour Taiwan

Le **résultat net ajusté, part du Groupe**, s'améliore de +5,1% (+16 M€), à 326 M€ contre 310 M€ au S1 2022.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe, par action** augmente de +9,0% à 0,45€ contre 0,41€ au S1 2022.

² Hors résultat non courant et taxes non assises sur le résultat avant impôt

FLUX DE TRÉSORERIE ET ENDETTEMENT

Le Groupe affiche une amélioration du **cash-flow libre net**³ de +196 M€ à -1 684 M€ au S1 2023, après -1 880 M€ au S1 2022.

L'amélioration du cash-flow libre net au S1 2023 reflète principalement :

- La stabilité de l'**EBITDA** à 1 852 M€
- Une baisse de 52 M€ des décaissements liés à l'**impôt**
- Une baisse de 142 M€ des décaissements au titre des éléments **exceptionnels**
- Une **variation du besoin en fonds de roulement** qui s'améliore de 68 M€, grâce à une gestion optimisée des stocks, notamment en non-alimentaire, malgré un contexte de baisse des volumes. Le niveau de stocks s'améliore de 3 jours par rapport à fin juin 2022
- Une hausse de 135 M€ des **investissements** (Capex), à 687 M€ au S1 2023 (contre 551 M€ au S1 2022), dont environ 150 M€ liés à l'intégration de Grupo BIG
- Des **cessions d'actifs** pour 289 M€ (contre 68 M€ au S1 2022), incluant notamment l'opération de « *sale and leaseback* » au Brésil
- Une hausse de 84 M€ des **paiements locatifs**
- Une hausse du **coût de l'endettement financier net** de 39 M€, liée à la hausse des taux d'intérêts et de la dette libellée en réals brésiliens

La **dette financière nette**, incluant les activités abandonnées, s'établit à 5 040 M€ au 30 juin 2023, contre 6 480 M€ au 30 juin 2022. Cette baisse reflète les éléments suivants :

- La génération de cash-flow libre net de 1 459 M€ sur les douze derniers mois
- Le versement des dividendes pour -520 M€, incluant -405 M€ de dividendes ordinaires aux actionnaires du Groupe, ainsi que les dividendes versés aux minoritaires
- Des acquisitions et cessions pour un total net de +881 M€, incluant la cession de la participation de 60% dans Carrefour Taïwan
- Des rachats d'actions totalisant 336 M€ sur les 12 derniers mois

LIQUIDITÉ RENFORCÉE ET BILAN SOLIDE

Carrefour bénéficie d'un bilan solide, ce qui constitue un atout important dans le contexte actuel, marqué par des mutations rapides de la distribution alimentaire et les incertitudes macro-économiques.

Au 30 juin 2023, le Groupe était noté Baa1 perspective stable par Moody's et BBB perspective stable par Standard & Poor's.

En mai 2023, le Groupe a placé avec succès une nouvelle émission obligataire en Sustainability-Linked bond pour un montant de 500 M€, de maturité octobre 2030. Cette émission a permis de partiellement refinancer l'expiration en juin 2023 de deux obligations (une convertible de 500 M\$ et un Eurobond de 500 M€).

Le portefeuille d'obligations au 30 juin 2023 s'élève à 7,3 Md€, dont 6,8 Md€ d'Eurobonds avec une maturité moyenne de 3,8 années, et l'équivalent de 0,6 Md€ au Brésil (CRA).

MISE EN ŒUVRE DU RACHAT D' ACTIONS DE 800 M€

Le 14 février 2023, le Groupe a annoncé le lancement d'un programme de rachat d'actions Carrefour de 800 M€ sur 2023.

22 786 664 actions ont été rachetées entre le 27 février et le 21 juillet 2023, à un prix moyen de 17,64 euros, pour un montant total de 400 M€.

³ Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

Le 26 juillet 2023, le Conseil d'Administration de Carrefour a validé l'annulation de 26 887 362 actions. Selon les lois et la réglementation en vigueur, cette annulation est attendue le ou autour du 28 juillet 2023. Au terme de ces annulations, le nombre total d'actions composant le capital social atteindra 719 983 834 actions, incluant 5 391 363 actions d'auto-contrôle, et **le nombre d'actions en circulation sera ainsi de 714 592 471 actions.**

VARIATION DE PÉRIMÈTRE

Carrefour a annoncé le 30 juin 2023 la finalisation de la cession de sa participation de 60% dans Carrefour Taïwan à Uni-President. Le prix de cession de cette participation est d'environ 1 Md€.

Le 12 juillet 2023, Carrefour a conclu un accord avec le groupe Louis Delhaize en vue de l'acquisition des enseignes Cora et Match en France, réaffirmant son leadership sur le marché français de la distribution alimentaire. L'acquisition sera réalisée à 100% en numéraire, sur la base d'une valeur d'entreprise de 1,05 Md€, reflétant un multiple d'acquisition EV/EBITDA de l'ordre de 4,2x post synergies estimées à 110 M€ d'EBITDA en base annuelle, trois ans après la réalisation effective de la transaction.

CARREFOUR, ENTREPRISE ENGAGÉE – INDICE RSE : 108%

Au S1 2023, Carrefour a de nouveau dépassé ses objectifs en matière de RSE, avec un taux d'atteinte de 108%⁴ de **l'Indice RSE et Transition alimentaire**. Cet indice évalue la performance de mise en œuvre des engagements RSE de Carrefour.

Le Groupe a particulièrement progressé sur les engagements suivants, qui sont tous au cœur du Plan Carrefour 2026 :

- **Vente de produits certifiés (102%) :**
 - 3,1 Md€ de ventes de produit certifiés sur les six premiers mois de 2023, soit une hausse de +9% vs S1 2022 estimé. Ces produits incluent notamment les produits bio, Filières Qualité Carrefour, produits de la mer responsables et autres certifications environnementales (ex : Ecolabel Européen, FSC, PEFC). Le Groupe a pour objectif d'atteindre 8 Md€ de ventes de produits certifiés en 2026
- **Climat scopes 1 et 2 (115%) :** confirmation de l'avance en termes de réduction des émissions de gaz à effet de serre des magasins (scopes 1 et 2), avec une réduction de -40% en Europe et en Argentine⁵ au S1 2023 par rapport au S1 2019 (objectif -50% pour le Groupe en 2030)
- **Climat scope 3 (105%) :**
 - 36% du Top 100 fournisseurs possèdent des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre alignés avec une trajectoire 1,5°C, soit +2 pts par rapport à fin 2022 (objectif de 100% en 2026, sous peine de déréférencement)
 - 233 fournisseurs partenaires du Pacte Transition Alimentaire à fin juin 2023 (objectif de 500 en 2030) et réduction de 266 000 tonnes de CO₂, mesurée pour la première fois sur la plateforme « 20 mégatonnes » au S1 2023 (objectif 20 mégatonnes en 2030)
- **Diversité et engagement (124%) :**
 - 28% de femmes au sein du « Top 200 managers », en ligne avec notre objectif de 35% en 2025
 - 12 679 salariés en situation de handicap au sein du Groupe, soit une progression de plus de 1 000 salariés par rapport à fin 2022 (objectif de 15 000 en 2026)

⁴ Un score de 100% signifie que Carrefour est en ligne avec l'atteinte de ses objectifs moyen terme

⁵ Le changement de périmètre au Brésil (acquisition de Grupo BIG) requiert un recalcul de la base 2019. Les résultats du Brésil seront inclus dans l'indice annuel 2023

Depuis le début de l'année, Carrefour a par ailleurs lancé des initiatives innovantes en termes de RSE, notamment autour du climat, de la lutte contre tous les gaspillages et du renforcement de la politique de diversité et d'inclusion.

Sur le climat :

- Carrefour a signé en février 2023 avec le groupe Bel le premier accord commercial distributeur-fournisseur incluant des engagements climatiques, notamment sur le développement des alternatives végétales
- Carrefour a lancé en juillet 2023 l'affichage CO₂ des paniers sur son site e-commerce, afin de mieux sensibiliser ses clients à l'empreinte carbone de leur consommation

Sur la lutte contre tous les gaspillages :

- Dans la continuité de son engagement sur la sobriété énergétique en 2022, avec la signature des chartes Ecowatt et Ecogaz, Carrefour s'est engagé à réduire de 10% la consommation d'eau de ses magasins en France d'ici 2025
- Carrefour a lancé au printemps, en partenariat avec Terracycle, des kiosques à recyclage, permettant de valoriser et recycler des produits généralement « oubliés » du recyclage (poêles, collants, stylos, brosses à dents)
- Le déploiement de la consigne, qui permet d'éviter des emballages inutiles, a progressé en France avec 68 magasins proposant à leurs clients un système de consigne. L'ensemble des magasins en Pologne ont également mis en place un dispositif de consigne sur les produits liquides

Sur la diversité et l'inclusion :

- Carrefour s'est engagé pour la santé des femmes au travail en mettant en œuvre des mesures inédites en France pour prendre en compte l'endométriose, les fausses couches et la procréation médicalement assistée (PMA). Carrefour accorde notamment 12 jours d'absence rémunérée par an aux femmes souffrant d'endométriose
- Carrefour a renforcé ses engagements pour l'inclusion des personnes LGBT+, en signant un partenariat avec Le Refuge, qui vient en aide aux jeunes LGBT+ les plus vulnérables

AGENDA

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2023 : 25 octobre 2023

Le Conseil d'administration de Carrefour s'est réuni le 26 juillet 2023 sous la présidence de M. Alexandre Bompard et a arrêté les comptes consolidés semestriels résumés pour le premier semestre 2023. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité de la part des commissaires aux comptes avec une conclusion sans réserve.

CONTACTS

Relations investisseurs

Sébastien Valentin, Anthony Guglielmo, Louise Brun

Tél : +33 (0)1 64 50 79 81

Relations actionnaires

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

Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 58 47 88 80

ANNEXES

Application de la norme IFRS 5

Le 19 juillet 2022, le Groupe a signé un accord de cession portant sur la totalité de sa détention dans sa filiale à Taïwan (soit 60%) au groupe Uni-President (détenteur des 40% restants). Les clauses suspensives ayant été levées, en particulier l'approbation de l'autorité de la concurrence locale obtenue en mai 2023, cet accord a donné lieu à la perte de contrôle de la filiale le 30 juin 2023.

Les informations comparatives du compte de résultat et du tableau des flux de trésorerie consolidés présentées dans ce document ont été retraitées pour refléter le classement en activité abandonnée de Carrefour Taïwan conformément à la norme IFRS 5 – Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées.

Variations des ventes en comparable (LFL) historiques, hors Taïwan

Trimestres											
T1 2020	T2 2020	T3 2020	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	T1 2022	T2 2022	T3 2022	T4 2022
+7,9%	+6,5%	+8,7%	+8,9%	+4,6%	+3,8%	+1,0%	+0,7%	+3,5%	+7,8%	+11,3%	+10,9%

Semestres					
S1 2020	S2 2020	S1 2021	S2 2021	S1 2022	S2 2022
+7,2%	+8,8%	+4,2%	+0,8%	+5,7%	+11,1%

Années		
2020	2021	2022
+8,0%	+2,5%	+8,5%

Ventes TTC du 2^{ème} trimestre 2023

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	10 559	+7,3%	+6,5%	+2,0%	+2,0%
Hypermarchés	5 024	+6,6%	+5,3%	-0,2%	-0,2%
Supermarchés	3 571	+7,6%	+7,0%	+3,2%	+3,2%
Proximité /autres formats	1 964	+8,2%	+8,7%	+5,8%	+5,8%
Autres pays d'Europe	6 414	+7,4%	+7,0%	+4,3%	+4,1%
Espagne	2 868	+7,7%	+8,0%	+3,2%	+3,2%
Italie	1 118	+4,7%	+2,8%	+0,9%	+0,9%
Belgique	1 168	+12,5%	+11,0%	+10,5%	+10,5%
Pologne	572	+0,4%	+0,6%	-0,5%	-2,7%
Roumanie	688	+7,5%	+8,7%	+8,5%	+8,5%
Amérique latine (pre-IAS 29)	6 405	+17,3%	+23,5%	+7,5%	+28,0%
Brésil	5 381	-3,2%	+4,0%	+6,4%	+9,7%
Argentine (pre-IAS 29)	1 024	+127,0%	+127,9%	+14,0%	+128,8%
Total Groupe (pre-IAS 29)	23 377	+10,3%	+11,6%	+4,1%	+9,5%
IAS 29 ⁽¹⁾	(20)				
Total Groupe (post-IAS 29)	23 357				

Note : (1) hyperinflation et changes

Base de comparaison – 2^{ème} trimestre

Variation hors essence hors calendaire en comparable	T2 2021	T2 2022	T2 2023
France	+4,7%	+1,4%	+7,3%
Hypermarchés	+4,3%	-0,5%	+6,6%
Supermarchés	+7,0%	-0,7%	+7,6%
Proximité /autres formats	+1,3%	+10,1%	+8,2%
Autres pays d'Europe	-1,9%	+3,8%	+7,4%
Espagne	-2,8%	+4,8%	+7,7%
Italie	-3,2%	+4,7%	+4,7%
Belgique	-6,7%	-4,8%	+12,5%
Pologne	+7,1%	+15,0%	+0,4%
Roumanie	+8,4%	+6,4%	+7,5%
Amérique latine	+10,5%	+27,7%	+17,3%
Brésil	+3,4%	+19,4%	-3,2%
Argentine	+45,1%	+71,2%	+127,0%
Total Groupe	+3,8%	+7,8%	+10,3%

Effets techniques – 2^{ème} trimestre 2023

	Calendaire	Essence	Change
France	-0,8%	-3,8%	-
Hypermarchés	-0,9%	-4,7%	-
Supermarchés	-0,7%	-3,2%	-
Proximité /autres formats	-0,7%	-2,2%	-
Autres pays d'Europe	-0,3%	-2,7%	+0,2%
Espagne	+0,1%	-4,8%	-
Italie	-0,1%	-1,8%	-
Belgique	-0,5%	-	-
Pologne	-1,9%	-1,4%	+2,2%
Roumanie	-0,1%	-0,1%	-0,1%
Amérique latine	-0,2%	-1,3%	-20,5%
Brésil	-0,4%	-0,9%	-3,3%
Argentine	+0,9%	-	-114,8%
Total Groupe	-0,5%	-3,4%	-5,4%

Ventes TTC du 1^{er} semestre 2023

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	20 775	+7,2%	+6,3%	+4,1%	+4,1%
Hypermarchés	10 022	+6,3%	+4,8%	+2,2%	+2,2%
Supermarchés	6 964	+7,4%	+6,7%	+4,5%	+4,5%
Proximité /autres formats	3 789	+8,8%	+9,6%	+8,2%	+8,2%
Autres pays d'Europe	12 425	+8,1%	+7,5%	+5,7%	+5,6%
Espagne	5 579	+8,5%	+8,8%	+5,4%	+5,4%
Italie	2 166	+5,1%	+2,3%	+1,4%	+1,4%
Belgique	2 255	+11,3%	+9,8%	+9,9%	+9,9%
Pologne	1 098	+3,1%	+3,5%	+1,7%	+1,4%
Roumanie	1 326	+9,8%	+11,3%	+11,5%	+11,2%
Amérique latine (pre-IAS 29)	12 248	+21,0%	+28,0%	+19,1%	+35,6%
Brésil	10 249	+0,8%	+9,1%	+19,0%	+18,9%
Argentine (pre-IAS 29)	1 999	+122,4%	+123,3%	+19,6%	+123,8%
Total Groupe (pre-IAS 29)	45 448	+11,2%	+12,4%	+8,2%	+12,2%
IAS 29 ⁽¹⁾	(50)				
Total Groupe (post-IAS 29)	45 398				

Note : (1) hyperinflation et changes

Base de comparaison – 1^{er} semestre

Variation hors essence hors calendaire en comparable	S1 2021	S1 2022	S1 2023
France	+4,1%	+0,7%	+7,2%
Hypermarchés	+3,8%	-0,8%	+6,3%
Supermarchés	+7,0%	-1,8%	+7,4%
Proximité /autres formats	-0,6%	+9,5%	+8,8%
Autres pays d'Europe	-1,7%	+2,3%	+8,1%
Espagne	-0,6%	+4,1%	+8,5%
Italie	-7,4%	+2,6%	+5,1%
Belgique	-2,2%	-5,9%	+11,3%
Pologne	+2,3%	+10,3%	+3,1%
Roumanie	+3,2%	+4,1%	+9,8%
Amérique latine	+13,2%	+22,4%	+21,0%
Brésil	+7,2%	+13,7%	+0,8%
Argentine	+39,1%	+67,0%	+122,4%
Total Groupe	+4,2%	+5,7%	+11,2%

Effets techniques – 1^{er} semestre

	Calendaire	Essence	Change
France	+0,2%	-2,5%	-
Hypermarchés	+0,1%	-2,7%	-
Supermarchés	+0,3%	-2,4%	-
Proximité /autres formats	+0,3%	-1,8%	-
Autres pays d'Europe	+0,0%	-1,9%	+0,1%
Espagne	+0,0%	-3,4%	-
Italie	+0,2%	-1,2%	-
Belgique	+0,1%	-	-
Pologne	-0,1%	-2,0%	+0,3%
Roumanie	+0,0%	-0,1%	+0,3%
Amérique latine	+0,1%	-1,5%	-16,5%
Brésil	+0,1%	-1,2%	+0,1%
Argentine	+0,6%	-	-104,3%
Total Groupe	+0,1%	-2,7%	-4,0%

Répartition géographique des ventes HT et du résultat opérationnel courant S1 2023

(en M€)	Ventes HT				Résultat opérationnel courant			
	S1 2022 IFRS 5	S1 2023	Variation changes constants	Variation changes courants	S1 2022 IFRS 5	S1 2023	Variation changes constants	Variation changes courants
France	17 910	18 694	+4,4%	+4,4%	194	270	+38,6%	+38,6%
Europe (hors France)	10 636	11 301	+6,2%	+6,3%	163	164	+1,0%	+1,0%
Amérique latine	9 244	10 748	+35,1%	+16,3%	444	304	-18,6%	-31,5%
Fonctions globales	-	-	-	-	-26	-38	+44,4%	+44,5%
TOTAL	37 790	40 743	+12,4%	+7,8%	775	700	-2,2%	-9,6%

Compte de résultat consolidé S1 2023 vs S1 2022

(en M€)	S1 2022 IFRS 5	S1 2023	Variation à changes constants	Variation à changes courants
Chiffre d'affaires hors taxes	37 790	40 743	+12,4%	+7,8%
Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation	37 391	40 302	+12,4%	+7,8%
Autres revenus	1 168	1 287	+12,1%	+10,2%
Revenus totaux	38 558	41 589	+12,4%	+7,9%
Prix de revient des ventes	(31 055)	(33 515)	+12,1%	+7,9%
Marge commerciale	7 504	8 074	+13,8%	+7,6%
<i>En % du CA</i>	<i>19,9%</i>	<i>19,8%</i>	<i>+25pbs</i>	<i>-4pbs</i>
Frais généraux	(5 769)	(6 356)	+16,9%	+10,2%
<i>En % du CA</i>	<i>15,3%</i>	<i>15,6%</i>	<i>+61pbs</i>	<i>+34pbs</i>
Résultat opérationnel courant avant amortissement (EBITDA) ⁽¹⁾	1 862	1 852	+4,0%	-0,5%
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>4,9%</i>	<i>4,5%</i>	<i>-37pbs</i>	<i>-38pbs</i>
Amortissements	(961)	(1 018)	+8,2%	+6,0%
Résultat opérationnel courant (ROC)	775	700	-2,2%	-9,6%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,7%</i>	<i>-27pbs</i>	<i>-33pbs</i>
Quote-part des mises en équivalence	12	24		
Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence	786	724		
Produits et charges non courants	(82)	(186)		
Résultat opérationnel	704	538		
Résultat financier	(181)	(276)		
Coût de l'endettement financier net	(151)	(191)		
Intérêts nets relatifs aux contrats de location	(68)	(100)		
Autres produits et charges financiers	38	15		
Résultat avant impôts	522	262		
Impôts sur les résultats	(193)	(153)		
Résultat net des activités poursuivies	329	109		
Résultat net des activités abandonnées	29	761		
Résultat net total	358	871		
Dont Résultat net, Part du Groupe	255	867		
dont activités poursuivies	239	118		
dont activités abandonnées	16	749		
Dont Résultat net, Part des minoritaires	103	4		
dont activités poursuivies	90	(9)		
dont activités abandonnées	13	13		
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels	310	326		
Amortissements logistiques (en prix de revient des ventes)	(127)	(134)		
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels, par action	0,41	0,45		
Nombre d'actions moyen pondéré avant dilution (en millions)	752	726		

Notes : (1) Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes

Bilan consolidé

<i>(en M€)</i>	30 juin 2022 publié	30 juin 2023
ACTIF		
Immobilisations incorporelles	9 980	10 243
Immobilisations corporelles	12 521	12 603
Immobilisations financières	2 488	2 312
Impôts différés actifs	667	450
Immeubles de placement	313	292
Droits d'utilisation de l'actif	4 654	4 190
Encours des sociétés financières – Part à plus d'un an	1 866	1 970
Autres actifs non courants	679	641
Actifs non courants	33 169	32 702
Stocks	7 227	7 047
Créances commerciales	3 402	3 349
Encours des sociétés financières – Part à moins d'un an	3 708	4 358
Créances fiscales	800	927
Autres actifs courants	1 127	1 222
Autres actifs financiers courants	687	631
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 539	3 859
Actifs courants	19 490	21 392
Actifs détenus en vue de leur vente	96	52
TOTAL	52 755	54 146
PASSIF		
Capitaux propres, part du Groupe	10 019	11 367
Intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées	2 103	1 910
Capitaux propres	12 122	13 276
Impôts différés passifs	425	373
Provisions pour risques et charges	3 652	4 228
Dettes financières – Part à plus d'un an	5 915	6 479
Engagements locatifs – Part à plus d'un an	3 900	3 626
Refinancement des encours clients – Part à plus d'un an	2 115	1 678
Dettes fiscales – Part à plus d'un an	210	62
Passifs non courants	16 216	16 446
Dettes financières – Part à moins d'un an	3 809	3 004
Engagements locatifs – Part à moins d'un an	1 047	936
Fournisseurs et autres créditeurs	13 283	12 831
Refinancement des encours clients – Part à moins d'un an	2 497	3 791
Dettes fiscales – Part à moins d'un an	1 121	1 129
Autres passifs courants	2 659	2 733
Passifs courants	24 417	24 423
Passifs liés aux actifs détenus en vue de leur vente	-	-
TOTAL	52 755	54 146

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en M€)	S1 2022 IFRS 5	S1 2023	Variation
DETTE NETTE D'OUVERTURE	(2 633)	(3 378)	(745)
EBITDA	1 862	1 852	(10)
Impôts payés	(198)	(146)	52
Résultat financier (hors coût de l'endettement financier net et intérêts nets relatifs aux contrats de location)	38	15	(23)
Décassement des coûts de restructuration et autres	(168)	(26)	142
Autofinancement (activités poursuivies)	1 533	1 696	162
Variation du besoin en fonds de roulement (dont variation des encours sur crédits à la consommation)	(2 012)	(1 944)	68
Activités abandonnées	63	35	(28)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	(416)	(213)	203
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ⁽¹⁾	(551)	(687)	(135)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles (liées à l'activité)	68	289	221
Variation des créances et dettes sur acquisitions et cessions d'immobilisations	(262)	(246)	17
Activités abandonnées	(16)	(11)	5
Cash-flow libre	(1 177)	(867)	310
Cash-flow libre retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées	(1 105)	(781)	324
Paiements locatifs (dont intérêts) nets des paiements reçus de la sous-location financière	(497)	(581)	(84)
Coût de l'endettement financier net	(151)	(191)	(39)
Activités abandonnées	(55)	(45)	10
Cash-flow libre net	(1 880)	(1 684)	196
Cash-flow libre net retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées	(1 753)	(1 553)	200
<i>Éléments exceptionnels et activités abandonnées⁽²⁾</i>	<i>(127)</i>	<i>(131)</i>	<i>(4)</i>
Investissements financiers	(936)	(9)	927
Cessions de titres	25	1 075	1 050
Augmentation / (Diminution) de capital de Carrefour SA et rachat d'actions propres	(753)	(261) ⁽³⁾	492
Dividendes versés	(424)	(462)	(39)
Autres ⁽⁴⁾	117	(105)	(222)
Activités abandonnées	3	(216)	(219)
DETTE NETTE DE CLÔTURE	(6 480)	(5 040)	1 440

Notes : (1) Retraité de Makro ; (2) Activités abandonnées, restructurations (110 M€ au S1 2023 contre 125 M€ au S1 2022) et autres ; (3) Dont 336 M€ de rachats d'actions propres ; (4) Dont augmentation de capital en numéraire souscrite par des participations ne donnant pas le contrôle

Variation des capitaux propres

(en M€)	Total capitaux propres	Capitaux propres, part du Groupe	Intérêts minoritaires
Situation au 31 décembre 2022	13 186	11 144	2 042
Résultat net total S1 2023	871	867	4
Autres éléments du résultat global, après impôt	142	62	80
Dividendes	(450)	(405)	(45)
Effet de variations de périmètre et autres ⁽¹⁾	(473)	(302)	(172)
Situation au 30 juin 2023	13 276	11 367	1 910

Note : (1) principalement le rachat d'actions propres

Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels

(en M€)	S1 2022 IFRS 5	S1 2023
Résultat net, part du Groupe	255	867
Retraitement des produits et charges non courants (avant impôt)	82	186
Retraitement d'éléments exceptionnels dans le résultat financier	(4)	41
Effet d'impôts ⁽¹⁾	(13)	3
Retraitement sur la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	-
Retraitement sur la quote-part de résultat des minoritaires	6	(22)
Retraitement du résultat net des activités abandonnées, part du Groupe	(16)	(749)
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels	310	326

Note : (1) effet sur l'impôt des éléments retraités (produits et charges non-courants et résultat financier) ainsi que produits et charges d'impôts exceptionnels

CARREFOUR 2026 : OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET FINANCIERS

	Fin 2022	S1 2023	Objectif 2026
Objectifs opérationnels			
Chiffre d'affaires réalisé via des produits à marque Carrefour	33% du CA alimentaire	35% du CA alimentaire (+3 points vs S1 2022)	40% du CA alimentaire
Ouvertures de magasins de proximité	-	+295	+2 400 vs. 2022
Ouvertures de magasins Atacadão	-	+14	>+200 vs. 2022
Objectifs ESG			
Chiffre d'affaires en produits certifiés durables	5,4 Md€	3,1 Md€	8 Md€
Top 100 fournisseurs avec une trajectoire à 1,5°C	27%	36%	100%
Employés en situation de handicap	11 281	12 679	15 000
Objectifs financiers			
GMV e-commerce	4,2 Md€	2,4 Md€ au S1 (+20%)	10 Md€
Plan d'économies de coûts	1,0 Md€ en 2022	490 M€ au S1	4 Md€ (cumul 2023-26)
Cash-flow libre net ⁽¹⁾	1 262 M€	+196 M€ vs. n-1	>1,7 Md€
Investissements (capex)	1 861 M€	687 M€ au S1	2,0 Md€/an
Croissance du dividende numéraire	+8% (0,56€/action)	-	>+5%/an

Note : (1) le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

Indice RSE et Transition Alimentaire de 108% au S1 2023

L'indice RSE et Transition Alimentaire de Carrefour évalue les résultats extra-financiers du Groupe. Conçu pour mesurer la capacité de Carrefour à respecter la trajectoire définie pour ses principaux engagements sociétaux sur plusieurs années, l'Indice fixe un objectif annuel sur différents indicateurs pour chaque pays et pour le Groupe. L'indice RSE évolue en 2023 pour prendre en compte de nouveaux objectifs et adapter les ambitions du Groupe dans le cadre du plan Carrefour 2026.

Catégorie	Objectif	S1 2023	Statut
Produits			97%
Transition Alimentaire	8 Mds€ de CA de produits certifiés durables d'ici 2026	3,1 Mds€	102%
	500 M€ de CA de protéines végétales d'ici 2026	200 M€	91%
Matières premières	100% des productions sensibles pour la forêt, le bien-être animal, les sols, les ressources marines et les droits de l'Homme font l'objet d'un plan de mitigation des risques d'ici 2030	28%	104%
Emballages	3 objectifs de Carrefour pour la réduction des emballages, le vrac et le réemploi, et la recyclabilité des emballages mis en œuvre d'ici 2026		99%
	1. 20 000 tonnes d'emballages économisés d'ici 2025 (en cumulé depuis 2017)	19 241	111%
	2. 150 M€ de ventes en vrac et réemploi en 2026 (multipliées par 5 vs. 2022)	79	94%
	3. 100% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025 ¹	69%	93%
Producteurs partenaires	50 000 producteurs partenaires d'ici 2026	35 618	90%
Magasins			104%
Gaspillage alimentaire	50% de réduction du gaspillage alimentaire (par rapport à 2016)	n.a. ²	n.a.
Déchets	100% des déchets valorisés d'ici 2025	71%	93%
Climat scope 1-2	50% de réduction des émissions de GES liées au scope 1 et 2 d'ici 2030, et -70% d'ici 2040 (vs 2019) ³	-40%	115%
Climat scope 3	TOP 100 fournisseurs disposant d'une trajectoire 1,5°C d'ici 2026 et 20 mégatonnes économisées d'ici 2030	36%	103%
		266 000	106%
Clients			105%
Nutrition et santé	Retrait de 2 600 tonnes de sucre et 250 tonnes de sel pour les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022)	n.a. ²	n.a.
Communauté de clients	Une communauté active de consommateurs de produits sains et durables dans chaque pays	2	100%
Engagements fournisseurs	500 fournisseurs engagés au sein du Pacte pour la Transition Alimentaire d'ici 2030	233	111%
Transition alimentaire en magasin	Score minimum de 75/100 à la question "Carrefour vous aide-t-il à mieux manger?"	n.a. ²	n.a.
Collaborateurs			124%
Engagement collaborateur	Score minimum de 75/100 de recommandation employeur attribué tous les ans à Carrefour par ses collaborateurs ⁴	83	132%
Egalité femmes - hommes	35% de femmes dirigeantes (Top 200) d'ici 2025	28%	105%
Formation	50% de salariés, au minimum, ayant accès à une formation tous les ans	77%	154%
Handicap	15 000 collaborateurs en situation de handicap en 2026	12 679	107%

Note : (1) Périmètre de consolidation en cours l'élargissement. Hors Espagne et Argentine au S1 2023, objectif de 100% de couverture à fin 2023 ; (2) Les résultats ne sont pas disponibles au semestre ; (3) Données hors Brésil. Le changement de périmètre au Brésil (acquisition de Grupo BIG) requiert un recalcul de la base 2019. Les résultats du Brésil seront inclus dans l'indice annuel 2023 ; (4) Ipsos, juin 2023 - 22 238 répondants sur un échantillon représentatif de 265 000 salariés interrogés

Expansion sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2023

Milliers de m ²	31 déc. 2022	31 mars 2023	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions/ Cessions	Mouvements T2 2023	30 juin 2023
France	5 629	5 625	17	1	-9	9	5 633
Europe (hors Fr)	5 965	5 813	25	-	-28	-3	5 810
Amérique latine	4 010	3 989	42	-	-114	-72	3 917
Autres ⁽¹⁾	1 638	1 505	67	-	-11	56	1 561
Groupe	17 241	16 931	151	1	-162	-10	16 921

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

Parc de magasins sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2023

Nb de magasins	31 déc. 2022	31 mars 2023	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures / Cessions	Transferts	Mouvements T2 2023	30 juin 2023
Hypermarchés	1 128	1 110	6	-	-9	-3	-6	1 104
France	253	253	-	-	-	-	-	253
Europe (hors Fr)	455	454	1	-	-1	-	-	454
Amérique latine	252	234	-	-	-8	-3	-11	223
Autres ⁽¹⁾	168	169	5	-	-	-	5	174
Supermarchés	3 842	3 762	60	-	-27	-1	32	3 794
France	1 039	1 038	-	-	-1	-	-1	1 037
Europe (hors Fr)	2 088	2 011	44	-	-11	-	33	2 044
Amérique latine	246	245	-	-	-11	-1	-12	233
Autres ⁽¹⁾	469	468	16	-	-4	-	12	480
Magasins de proximité	8 573	8 518	172	17	-150	-	39	8 557
France	4 472	4 450	72	17	-46	-	43	4 493
Europe (hors Fr)	3 471	3 437	47	-	-103	-	-56	3 381
Amérique latine	581	582	13	-	-1	-	12	594
Autres ⁽¹⁾	49	49	40	-	-	-	40	89
Cash & carry	541	564	7	-	-10	6	3	567
France	148	150	-	-	-	-	-	150
Europe (hors Fr)	12	12	-	-	-	-	-	12
Amérique latine	356	372	6	-	-10	6	2	374
Autres ⁽¹⁾	25	30	1	-	-	-	1	31
Soft discount	221	218	5	-	-1	-2	2	220
France	33	30	3	-	-	-	3	33
Europe (hors Fr)	91	92	2	-	-1	-	1	93
Amérique latine	97	96	-	-	-	-2	-2	94
Autres ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Sam's Club	43	44	-	-	-	3	3	47
France	-	-	-	-	-	-	-	-
Europe (hors Fr)	-	-	-	-	-	-	-	-
Amérique latine	43	44	-	-	-	3	3	47
Autres ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe	14 348	14 216	250	17	-197	3	73	14 289
France	5 945	5 921	75	17	-47	-	45	5 966
Europe (hors Fr)	6 117	6 006	94	-	-116	-	-22	5 984
Amérique latine	1 575	1 573	19	-	-30	3	-8	1 565
Autres ⁽¹⁾	711	716	62	-	-4	-	58	774

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

DÉFINITIONS

Cash-flow libre

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

Cash-flow libre net

Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiement locatifs nets.

Croissance à magasins comparables (LFL)

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, et hors impact IAS 29.

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 et des amortissements.

Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)

Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes.

Résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel correspond au résultat opérationnel courant après quote part des mises en équivalence et inclut les 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 non courants, les résultats de cession d'actifs non courants, 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.

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 règlementée disponibles sur le site de Carrefour (www.carrefour.com) et notamment le document d'enregistrement universel. 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.