

Carrefour infos

Résultats semestriels 2003

Zoom sur l'hypermarché

Actualités

Carnet de l'actionnaire

RÉSULTATS 1^{ER} SEMESTRE 2003

CHIFFRE D'AFFAIRES HT
33 588 m€

+ 6,3 %

à taux de change constants

RÉSULTAT D'EXPLOITATION
EBIT

1 162 m€

+ 7,1 %

RÉSULTAT NET COURANT
PART DU GROUPE
APRÈS AMORTISSEMENT
DES SURVALEURS
472 m€

+ 17,9 %



Daniel Bernard
Président-Directeur Général

Chère Madame, cher Monsieur, cher Actionnaire,

Au cours du semestre, nous avons dépassé les objectifs que nous nous étions fixés sur nos trois priorités : la croissance de notre chiffre d'affaires, la baisse de nos coûts de distribution et l'amélioration de la gestion de notre trésorerie. Notre Groupe a réalisé un bon premier semestre 2003 avec un chiffre d'affaires hors taxes de 33,6 milliards d'euros, en hausse de 6,3 % à taux de change constants par rapport à 2002. Depuis le début de l'année, nous avons ouvert 395 nouveaux magasins et notre résultat d'exploitation progresse de 7,1 %.

Les nouvelles initiatives commerciales mises en place dans tous les pays sur le premier semestre 2003 ont permis de dynamiser nos ventes. Nous avons retravaillé notre offre discount, favorisé le développement de nos produits contrôlés, en particulier avec le lancement de la gamme de produits "N° 1" en Europe et en Amérique latine, lancé l'opération Ticket Cash Carrefour en France et renforcé notre communication publicitaire. Nous avons également poursuivi sur le premier semestre l'adaptation de nos magasins et de nos assortiments à l'environnement de chaque pays pour mieux répondre aux besoins des consommateurs locaux. Nous avons réduit nos coûts de distribution. Nos efforts ont porté en particulier sur la poursuite de la simplification des structures et sur la massification des achats de frais généraux. Le ratio frais généraux, amortissements et provisions sur chiffre d'affaires s'est ainsi amélioré de 1 % entre juin 2001 et juin 2003.

Enfin, la meilleure gestion de notre fonds de roulement et la maîtrise de nos investissements ont permis la diminution de notre dette nette moyenne de 13,6 % par rapport à 2002.

Pour le deuxième semestre et au-delà, nos priorités resteront inchangées. Les initiatives commerciales porteront leurs fruits sur toutes les business units concernées et la progression du chiffre d'affaires à taux de change constants devrait confirmer les tendances du premier semestre. Les résultats sont déjà visibles en Espagne, en Grèce et en Italie.

Nous devrions accélérer le développement de l'ensemble de nos formats, et même au-delà des prévisions puisque nous pensons ouvrir cette année entre 830 et 900 points de vente. Nous passerons ainsi au cours de ce semestre le cap des 10 000 magasins. Nous tiendrons également notre engagement de réduire sur l'année 2003 les coûts d'exploitation ainsi que la dette.

Sur ces bases, et compte tenu de nos plans d'action, nous relevons notre objectif de progression de chiffre d'affaires 2003 à taux de change constants. Celle-ci sera supérieure à 6 % contre un objectif de plus de 5 % annoncé en début d'année. Nous confirmons également notre objectif de croissance à deux chiffres du résultat net par action, avant et après survaleurs.

Pour atteindre ces objectifs, nos équipes sont mobilisées sur une stratégie claire, sur nos priorités et sur une vision et des valeurs communes. Nous avons réuni cette année plus de 2 000 managers de tous les pays et formats, lors de notre Convention Mondiale des Directeurs. C'était une occasion unique d'échanger nos savoir-faire, montrer nos activités, nos fonctions et mettre en évidence nos gisements de croissance. La convention a permis de mobiliser chacun sur la stratégie, les priorités, les enjeux et de fixer le cap pour le futur. C'est un événement qui fera date dans l'histoire de Carrefour et qui renforce notre capacité à garantir la croissance de nos résultats pour les années à venir.

Des résultats semestriels en ligne avec les objectifs

Le Groupe relève son objectif de croissance du chiffre d'affaires 2003 à taux de change constants à plus de 6 % et confirme une croissance du résultat net par action 2003 à 2 chiffres.

Résultats semestriels 2003			
en millions d'euros	1 ^{er} semestre 2003	1 ^{er} semestre 2002	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	33 588	33 090	+ 1,5 %
Résultat d'exploitation	1 162	1 085	+ 7,1 %
Résultat net courant	662	604	+ 9,7 %
Résultat net courant part du Groupe :			
• avant survaleurs	630	558	+ 12,9 %
• après survaleurs	472	400	+ 17,9 %
Résultat exceptionnel	39	59	ns
Résultat net part du Groupe	510	459	+ 11,1 %
Dette nette moyenne	11 096	12 835	- 13,6 %
Dette nette juin 2003	10 694	11 541	- 7,3 %

FRANCE

17 173

millions d'euros de CA (1^{er} semestre 2003)

216

hypermarchés

1 002

supermarchés

503

maxidiscomptes

EUROPE

12 049

millions d'euros de CA (1^{er} semestre 2003)

11

pays d'implantation

305

hypermarchés

1 115

supermarchés

3 274

maxidiscomptes

CHIFFRE D'AFFAIRES :

+ 6,3 %

Le chiffre d'affaires hors taxes du premier semestre a atteint 33 588 millions d'euros, en progression de 6,3 % à taux de change constants. Après impact négatif des taux de change, le chiffre d'affaires progresse de

1,5 %. L'évolution du chiffre d'affaires au premier semestre reflète notamment :

- une amélioration de la performance de la France, tirée notamment par le maxidiscompte et la proximité ;
- la poursuite d'un bon niveau d'activité en Europe, en particulier en Espagne, en Italie et en Grèce ;
- de bonnes performances en monnaies locales en Amérique latine, avec la confir-

mation du redressement des supermarchés au Brésil ;

- et la croissance des opérations en Asie, malgré les effets du SRAS en début d'année.

Le chiffre d'affaires en Asie et en Amérique latine est encore affecté par les variations de taux de change, mais cet impact s'est réduit à la fin du semestre.

Chiffre d'affaires par zone

en millions d'euros	1 ^{er} semestre 2003	1 ^{er} semestre 2002	Variation	Variation à taux de change constants
France	17 173	16 661	+ 3,1 %	+ 3,1 %
Europe (hors France)	12 049	11 099	+ 8,6 %	+ 8,6 %
Amérique latine	2 198	3 016	- 27,1 %	+ 11,4 %
Asie	2 168	2 315	- 6,4 %	+ 11,8 %
Total	33 588	33 090	+ 1,5 %	+ 6,3 %

RÉSULTAT D'EXPLOITATION :**+7,1%**

Le taux de marge commerciale reste stable par rapport au 30 juin 2002, à 21,8 % du chiffre d'affaires. Cette stabilité traduit :

- d'une part, une politique de baisse de prix et de nouvelles initiatives ayant pour objectif un renforcement de la compétitivité et une amélioration de l'offre commerciale pour nos clients ;
- d'autre part, l'amélioration des conditions d'achat et le redressement de certaines

branches d'activité comme les supermarchés au Brésil et les hypermarchés en Belgique.

Les coûts de distribution ont été réduits de 0,3 % du chiffre d'affaires, passant de 19,6 % à 19,3 % du chiffre d'affaires, soit une baisse de 0,2 % des frais généraux et de 0,1 % des amortissements et provisions.

Le résultat d'exploitation progresse ainsi de 7,1 % à 1 162 millions d'euros.

RÉSULTAT NET COURANT PART DU GROUPE APRÈS AMORTISSEMENT DES SURVALEURS :**+17,9%**

Le Groupe a enregistré une baisse de 11,8 % des frais financiers, due notamment à la réduction de la dette nette moyenne.

Le taux d'impôt, comme attendu, s'établit à 32,2 % contre 30,2 % au 30 juin 2002.

Le résultat net courant part du Groupe progresse de 17,9 % après amortissement des survaleurs.

AMÉRIQUE LATINE**2 198**millions d'euros de CA (1^{er} semestre 2003)**5**

pays d'implantation

140

hypermarchés

250

supermarchés

365

maxidiscomptes

ASIE**2 168**millions d'euros de CA (1^{er} semestre 2003)**8**

pays d'implantation

132

hypermarchés

RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Le résultat exceptionnel s'élève à 39 millions d'euros et provient exclusivement de la plus-value réalisée sur la cession de l'activité Optique en France et en Espagne.

PERSPECTIVES DE FIN D'ANNÉE

Au deuxième semestre, le chiffre d'affaires à taux de change constants devrait progresser sur les mêmes tendances qu'au premier semestre. L'impact des taux de change sera moindre qu'au premier semestre.

Carrefour continuera de baisser ses coûts et de réduire sa dette.

Le Groupe relève son objectif de croissance du chiffre d'affaires à taux de change constants. Celle-ci sera supérieure à 6 % (au lieu d'un objectif de plus de 5 % annoncé au début de l'année).

Le Groupe confirme son objectif d'une croissance à deux chiffres du résultat net par action – avant et après survaleurs.

PRINCIPES COMPTABLES

Les principes comptables retenus pour l'élaboration des comptes au 30 juin 2003 sont comparables à ceux décrits dans l'annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2002.

Près de
10 000
magasins
à fin
juin 2003



Hypermarchés Carrefour, cap sur la croissance

Plus conquérants que jamais, les hypermarchés Carrefour relancent leur dynamique commerciale. L'offre et le positionnement prix ont été entièrement repensés de façon à confirmer notre leadership dans le domaine du discount et à renforcer notre compétitivité en matière d'innovation, de choix et de prime à la fidélité.

Un gros effort sur les prix à tous les niveaux, l'enrichissement de nos assortiments et toujours plus de place à l'innovation : le dispositif marketing mis en œuvre dans tous les hypermarchés Carrefour traduit bien la volonté offensive de notre enseigne.

LA GAMME N° 1: LA SIGNATURE DISCOUNT DE CARREFOUR

Nos magasins ont décidé d'affirmer leur positionnement sur les prix bas et d'utiliser les premiers prix pour doper leur croissance. De cette réflexion est née en juin 2003 la gamme "N° 1". Avec "N° 1", nous lançons aujourd'hui une nouvelle gamme de premiers prix facilement identifiables et ultracompetitifs sans sacrifier à notre exigence de qualité. D'ici 2004, notre ambition est de proposer 1 000 références "N° 1" en alimentaire et non alimentaire.



LES PRODUITS CARREFOUR ACCESSIBLES À TOUS

Parallèlement, nous renforçons notre marque de produits "Carrefour" en élargissant la gamme de plus de 200 produits basiques. Sans toucher aux exigences de qualité que nous nous sommes fixées, nous proposons des produits fabriqués selon un cahier des charges qualité intransigeant à des prix aussi compétitifs que les produits à marques propres du maxidiscounte.

Carrefour se positionne ainsi comme le distributeur le plus compétitif sur la plus large gamme de produits. C'est dans cet esprit que nous opérons un renforcement et un rééquilibrage des gammes de premiers prix et de marques propres. Mais ces mesures ne s'arrêtent pas là.

TICKET CASH CARREFOUR POUR LES CLIENTS FIDÈLES

Depuis le 27 mai 2003 le "Ticket Cash Carrefour" récompense la fidélité de nos clients avec un système de remise différée. Le "Ticket Cash Carrefour" permet d'offrir des réductions sur des produits ou des familles entières de produits qui donnent droit à un bon d'achat dont le montant en euros figure sur le ticket de caisse. Nos clients cumulent les euros à chaque passage en caisse et la somme obtenue est à valoir sur les achats suivants, dans le magasin (hors carburant).

Tout le monde est gagnant : nos clients font des économies et le bénéfice pour Carrefour est triple : avec "Ticket Cash Carrefour", notre enseigne fidélise plus systématiquement ses clients, accroît la fréquentation de ses magasins et consolide son image prix.

PLUS DE PLACE À L'INNOVATION

En partenariat avec nos fournisseurs, nous optimisons nos assortiments et leur implantation en magasin, de façon à libérer plus d'espace sur nos linéaires pour la mise en avant des nouveautés. Cette démarche renforce les liens de Carrefour avec les industriels qui comptent sur les innovations pour assurer la croissance de leurs résultats. Elle contribue également à accroître l'attractivité des hypermarchés Carrefour.

Cette stratégie s'appuie sur une nouvelle donne en matière de consommation. Nos consommateurs, plus exigeants et plus matures, souhaitent à la fois des produits de base comme des produits sophistiqués, des produits de terroirs comme des grands produits mondiaux, aux meilleurs prix et avec une qualité permanente et de haut niveau. Carrefour met ses 40 ans d'expérience à leur disposition en passant à l'offensive et en renforçant ses positions sur chacun des segments de marché.

Nos hypermarchés proposent aux clients en un seul lieu une offre diversifiée de produits alimentaires, non alimentaires et de services.

80 000

références en moyenne sont proposées sur une surface de magasin variant de 5 000 à 20 000 m² et disposant d'un parking gratuit.

Chiffre d'affaires annuel hors taxes moyen par hypermarché :

58 millions

d'euros, soit 6 213 euros par mètre carré.

Un développement international soutenu : 30 pays

De 1963 à 1989

France
Espagne
Brésil
Argentine
Taiwan

De 1990 à 1994

Grèce
Portugal
Italie
Turquie
Malaisie

De 1995 à 1999

Mexique
Chine
Corée du Sud
Thaïlande
Pologne
Singapour
Colombie
Chili
République tchèque
Indonésie

De 2000 à 2002

Belgique
Slovaquie
Japon
Émirats arabes unis
Qatar
République dominicaine
Tunisie
Roumanie
Suisse
Égypte



Convention Mondiale des Directeurs

Plus de 2 000 directeurs réunis pour préparer l'avenir

À l'occasion du 40^e anniversaire du Groupe Carrefour, nous avons réuni nos 2 200 dirigeants lors d'une convention mondiale organisée au Salon du Bourget. L'objectif de cette manifestation était de "faire connaître le Groupe à tout le Groupe". Sur 25 000 m², le Salon International Carrefour au Bourget constituait une vaste plate-forme de diffusion et d'échange de nos savoir-faire : plus de 100 stands ou ateliers animés par 400 représentants de nos pays et formats

présentaient leurs meilleures réalisations. Tables rondes et séances plénières ont également permis à chacun de mieux appréhender la vision du Groupe, ses objectifs à moyen et long termes ainsi que les différents axes d'une stratégie offensive visant résolument "la référence, l'exigence, la croissance".

Cette Convention a révélé un Groupe impressionnant, par sa diversité, sa puissance, par ses atouts, par sa cohérence. Et la fierté pour chacun d'avoir sa place dans cette aventure. Cette Convention a également démontré que nous mettons le client au cœur de nos ambitions, à travers une culture permanente de l'innovation. Elle a aussi montré combien, dans le respect de la diversité culturelle, Carrefour a su donner un visage humain à la mondialisation.

Fondation Internationale Carrefour

Après avoir été admise, dès juillet 2001, à entretenir des "relations officielles avec l'UNESCO", deux ans et demi après sa création, la Fondation Internationale Carrefour vient d'être accréditée auprès du Conseil Économique et Social des Nations unies (ECOSOC) en obtenant le Statut "Consultatif spécial". Ces reconnaissances distinguent notre fondation au travers de ses actions humanitaires conduites aux quatre coins du monde : près de 30 aides d'urgence lors de catastrophes de grande ampleur, plus de 30 programmes en faveur des populations défavorisées (enfants des rues, femmes en situation de



grande pauvreté, populations isolées...) mettant en œuvre des projets d'alphabétisation, de formation professionnelle, de microcrédit, etc.). La Fondation apporte également son soutien à la recherche médicale et scientifique. Elle soutient un important programme de recherche avec l'Institut Gustave Roussy près de Paris afin d'étudier la corrélation entre l'alimentation et l'apparition de certains cancers comme le cancer du sein. Ainsi, au travers de sa Fondation, Carrefour devient un acteur humanitaire international reconnu et ce, grâce à la pertinence et l'aspect concret de ses actions.

Format par format

LES NOUVELLES DU GROUPE

Hypermarché



EUROPE

ITALIE

Les hypermarchés Hyparlo rachetés par Carrefour

Carrefour et Hyparlo ont signé en juin 2003 un accord prévoyant la cession à Carrefour des 2 hypermarchés exploités par Hyparlo en Italie, ainsi que d'un 3^e magasin actuellement en

construction. Pour Carrefour, cette acquisition renforce sa position de 1^{er} distributeur intégré en Italie et confirme la volonté du Groupe de s'y développer rapidement sur 3 métiers principaux. 5 hypermarchés sont actuellement en construction pour des ouvertures prévues en 2003 et 2004.

Carrefour exploite en Italie, directement ou en franchise, 37 hypermarchés Carrefour, 321 supermarchés Gs, 636 magasins de proximité Di per Di et 13 cash and carry sous les enseignes Gross Iper et Docks Market.

Supermarché

EUROPE

BELGIQUE

Relance de l'expansion de GB

Un accord signé en août avec Laurus prévoit le passage sous enseigne Super GB Partner ou Contact GB de 20 supermarchés du groupe Laurus. Signe d'une expansion florissante, 42 magasins GB seront ouverts durant l'année 2003.

Courant septembre, les 20 magasins connaîtront des transformations afin de répondre aux concepts de GB. 50 000 euros seront ainsi investis dans chaque point de vente pour, notamment, permettre les modifications d'enseigne et de la signalétique, le changement des systèmes informatiques, de prise de commandes et des caisses.

D'autre part, la dynamisation de l'offre commerciale, l'introduction des marques propres telles que GB, la politique de prix GB et le système de points liés à la carte de fidélité devraient contribuer à renforcer l'activité commerciale de ces magasins franchisés.



Maxidiscompte

AMÉRIQUE LATINE

BRÉSIL

Entre janvier et juillet 2003, Dia a étoffé son réseau de 23 points de vente essentiellement concentrés dans la région métropolitaine de São Paulo et dans quelques villes de l'État du même nom. De

petite taille (400 m²) et proposant un assortiment de produits alimentaires à des prix imbattables, les 67 magasins Dia sont des ressorts essentiels de la stratégie multiformat du Groupe dans ce pays, qui s'appuie également sur 78 hypermarchés Carrefour et 124 supermarchés Champion.

ASIE

CHINE

Le 17 juillet 2003, Dia a inauguré avec succès ses 4 premiers magasins à Shanghai en présence des autorités municipales, de personnalités espagnoles et de nombreux médias. La Chine constitue le 8^e pays d'implantation de Dia et celui où le potentiel de croissance est le plus prometteur.

EUROPE

En juillet, Carrefour a signé un protocole d'accord avec la société de distribution allemande EDEKA Sud-Ouest en vue de l'acquisition de 44 magasins à l'enseigne "TREFF MARCHÉ".

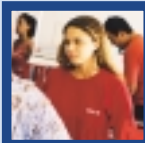
Autres métiers

EUROPE

Optique

Carrefour a cédé en juin son activité Carrefour Optique en France et en Espagne à Alain Afflelou et Apax Partners. Cette activité concerne 68 magasins dans chacun de ces 2 pays, qui

réalisent un chiffre d'affaires total de 76 millions d'euros TTC. Cette opération aura un impact positif sur le résultat net courant part du Groupe de Carrefour en 2003.



L'action Carrefour

Code ISIN :

FR0000120172

Valeur nominale :

2,50 euros

Nombre d'actions :

716 141 771

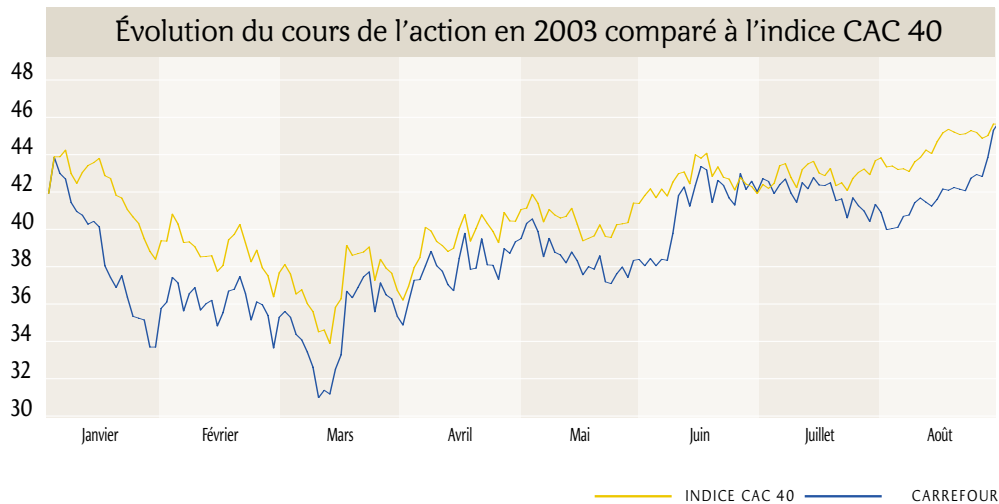
Lieu de cotation :

Paris

Membre des indices :

CAC 40, DJ Eurostoxx 50

et DJ Stoxx 50



POINT DE VUE D'UN ACTIONNAIRE

Nous souhaitons vous donner la parole. Pour la première fois dans notre lettre, un actionnaire vous parle de Carrefour :

"Actionnaire et client fidèle de Carrefour, je suis activement l'actualité du Groupe, j'analyse les rapports d'activité, je lis les lettres aux actionnaires, les informations disponibles dans la presse et depuis 5 ans je n'ai pas manqué une seule Assemblée Générale de Carrefour.

En tant que petit actionnaire, je suis convaincu que pour réussir ses investissements en Bourse il est primordial de s'informer sur la vie de l'entreprise, de comprendre sa stratégie et de connaître la valeur de son management.

La volatilité actuelle des marchés fait que comme tout un chacun, je subis depuis 3 ans la baisse de la valeur de mon portefeuille d'actions. Cependant, je ne suis pas inquiet pour Carrefour. Ce Groupe a une forte capacité de rebond, ses fondamentaux sont solides et les ratios financiers publiés pour 2002 laissent

entendre que la fusion avec le Groupe Promodès est totalement réussie. Les résultats sont en ligne avec les prévisions, la dynamique commerciale des hypermarchés est forte mais le cours de Carrefour est encore sous valorisé. Sans préjuger de l'avenir, c'est peut-être une bonne période pour réinvestir. Un cours dans la zone des quarante euros me paraît attractif..."

Louis Bulidon

calendrier

9 octobre 2003

Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2003

21 octobre 2003

Réunion d'actionnaires à Toulouse

21 & 22 novembre 2003

Salon Actionaria à Paris

24 novembre 2003

Réunion d'actionnaires à Lyon

2 décembre 2003

Réunion d'actionnaires à Rouen

8 janvier 2004

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2003

Service Actionnaires

0 805 902 902 (appel gratuit)

ou

actionnaires@carrefour.com

Responsable : Véronique Kretz

6, av. Raymond Poincaré – 75016 Paris

Fax : 01 53 70 19 59

Actionnaires nominatifs

Crédit Agricole Indosuez – Service aux émetteurs

CT 128-130, boulevard Raspail

75288 Paris Cedex 06

Tél. : 01 43 23 84 24 – Fax. : 01 43 23 89 03