

Carrefour infos

LA LETTRE AUX ACTIONNAIRES • avril 2003



2

RÉSULTATS ANNUELS 2002
DES RÉSULTATS
CONFORMES
AUX PRÉVISIONS

4

**L'ACTUALITÉ
PAR ZONE
GÉOGRAPHIQUE**

7

NOUVEAUTÉS
MARQUE : "J'AIME"
FILIÈRES QUALITÉ CARREFOUR
PRODUITS DIA

8

**LE CARNET DE
L'ACTIONNAIRE**

**Chère Madame, cher Monsieur,
cher Actionnaire,**

- En 2002 le Groupe Carrefour s'était fixé trois priorités : la croissance du chiffre d'affaires, la baisse des frais généraux et l'amélioration de la gestion de la trésorerie. La bonne exécution de ces trois priorités a permis au Groupe d'atteindre ou de dépasser l'ensemble des objectifs fixés en début d'année. Notre Groupe a réalisé, en 2002, un chiffre d'affaires consolidé de 86 milliards d'euros en progression à taux de change constants de 4,6 % par rapport à 2001. Le résultat d'exploitation progresse de 7,1 %, reflétant la bonne maîtrise des coûts dans l'ensemble du Groupe et le développement de synergies en Europe pour compenser l'impact des monnaies. La croissance du bénéfice net par action s'établit à 15,1 %. Nous avons donc tenu nos promesses, atteignant même la fourchette haute de notre estimation.
- Nous devons cette performance à la répartition équilibrée de nos implantations géographiques, au dynamisme de notre croissance organique et surtout à la pugnacité commerciale et à la créativité de nos différents formats, qui ont partout dans le monde gagné en parts de marché. Malgré la crise géopolitique actuelle, je suis convaincu que ces atouts vont permettre au Groupe de poursuivre sa dynamique de développement. Le positionnement de Carrefour lui permet aujourd'hui de progresser de façon continue sur tous les terrains : la consommation alimentaire, qui n'a jamais cessé de croître depuis 40 ans, représente 80 % de notre chiffre d'affaires. Nous sommes leader mondial sur ce segment. Solides sur le plan commercial, nous disposons d'une structure financière saine et d'un portefeuille de marques et d'implantations très complémentaires. Plus de 50 % de notre chiffre d'affaires est réalisé en France, notre marché domestique, et 87 % en Europe, zone stable par excellence.

Dans les pays dits "en développement", nous bénéficions d'un enracinement de longue date et notre taille mondiale nous permet de développer des offres à la portée de populations au pouvoir d'achat diminué. Ces pays constituent des relais de croissance stratégiques pour le Groupe, notamment en Asie où nous sommes en forte expansion, mais également en Amérique latine. Malgré les difficultés qui touchent ce continent, nous continuons à gagner des parts de marchés au Brésil et en Argentine.

- Par ailleurs, les grandes opérations structurelles entreprises, il y a trois ans, ont été digérées. Les premières synergies ont été réalisées, impactant de façon positive le résultat. Nous avons prouvé cette année encore l'excellence de nos fondamentaux. En Belgique, nous avons en deux ans, ramené GB, alors en grave difficulté, à l'équilibre d'exploitation. En Espagne, moins de dix-huit mois après les changements d'enseigne, Carrefour a une notoriété de plus de 90 % et les produits de marque Carrefour représentent déjà 18 % de nos ventes. Nous fêterons en 2003 nos quarante ans, l'âge de la maturité. Nous n'avons jamais été aussi en forme et c'est avec une grande sérénité et beaucoup de projets que nous envisageons les années à venir.

Daniel Bernard
Président-Directeur Général

RÉSULTATS ANNUELS 2002

✓ Résultat net par action : + 15,1 %

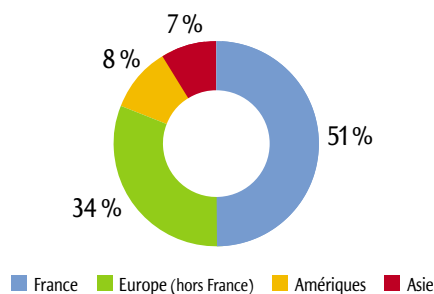
Dans un environnement marqué par de fortes évolutions monétaires, la bonne exécution de ces priorités en 2002 a permis au Groupe de dépasser son objectif de croissance du résultat net (+ 10 % à + 15 %).

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	68 729	69 486	- 1,1 % *
Résultat d'exploitation (EBIT)	3 025	2 826	+ 7,1 %
Résultat net courant part du Groupe après amortissement des survaleurs	1 389	1 207	+ 15,1 %
Résultat exceptionnel part du Groupe	(15)	59	ns
Résultat net part du Groupe	1 374	1 266	+ 8,6 %
Résultat net courant par action après survaleurs (en euros)	1,95	1,70	+ 15,1 %
Autofinancement	3 026	2 700	+ 12,1 %
Couverture des frais financiers (EBITDA/résultat financier)	8,9 x	7,0 x	

* La variation du chiffre d'affaires à taux de change constants est de + 4,6 %.

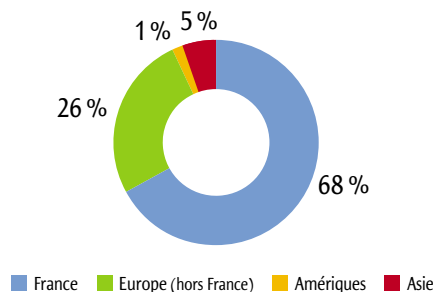
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES HT CONSOLIDÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

TOTAL = 68 729 M€



RÉPARTITION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

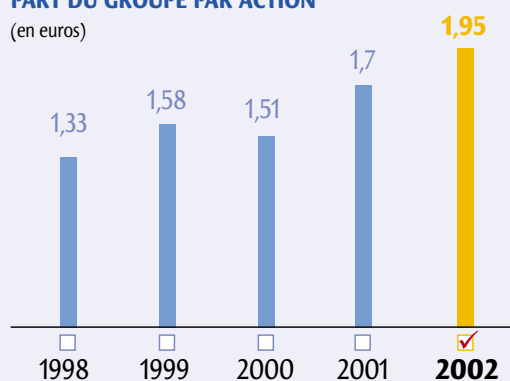
TOTAL = 68 729 M€



✓ Résultat net courant par action

RÉSULTAT NET COURANT, PART DU GROUPE PAR ACTION

(en euros)



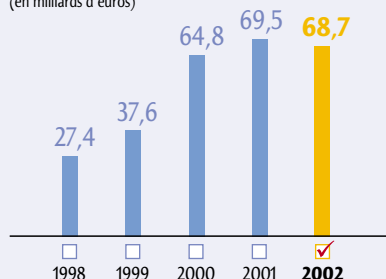
+ 15,1 %

Les bons résultats d'exploitation ainsi qu'une baisse de la charge financière de 19 % permettent de dépasser l'objectif initial du Groupe, une progression du résultat net courant par action de 10 à 15 %.

Des résultats conformes aux prévisions

✓ Chiffre d'affaires HT consolidé 2002

(en milliards d'euros)

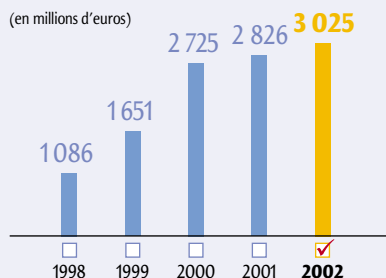


+ 4,6 % à taux de change constants

L'impact des changes a été particulièrement important en 2002, non seulement en Amérique latine mais aussi en Asie : après effet des monnaies, le chiffre d'affaires de Carrefour est en baisse de 1,1%. Le chiffre d'affaires commercial du Groupe, total des ventes sous nos enseignes, s'élève à 86 milliards d'euros en 2002.

✓ Résultat d'exploitation

(en millions d'euros)

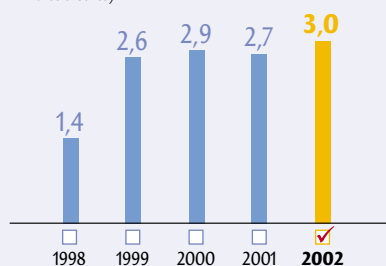


+ 7,1 %

La bonne maîtrise des coûts dans l'ensemble du Groupe et le développement des synergies en Europe ont permis de compenser l'impact des monnaies.

✓ Capacité d'autofinancement

(en milliards d'euros)



+ 12,1 %

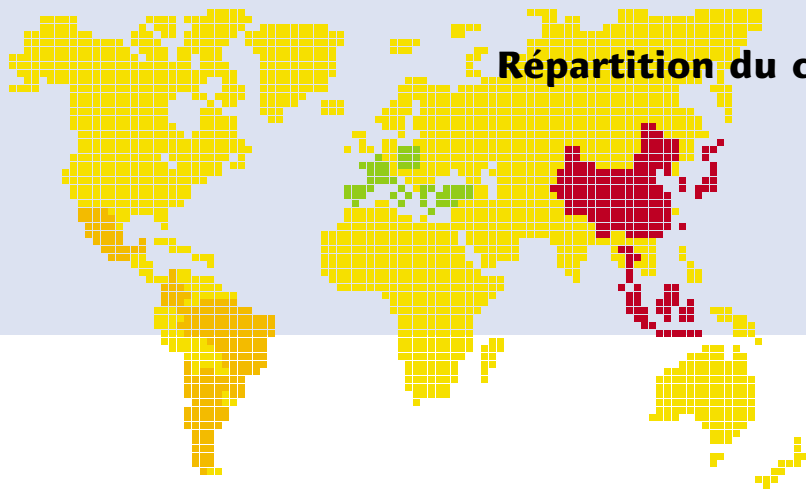
La capacité d'autofinancement du Groupe atteint 3 026 millions d'euros. Le total des investissements, y compris les investissements financiers, net des cessions, s'élève à 2 055 millions d'euros. Le cash-flow libre du Groupe atteint donc 971 millions d'euros en 2002.

✓ Perspectives

Comme en 2002, nous resterons en 2003 prudents sur l'environnement mais confiants sur l'exécution de notre stratégie. Notre Groupe poursuivra ses développements en se concentrant sur l'Europe où il dispose d'un fort potentiel de croissance. L'accent sera porté sur la croissance organique, le renforcement de la dynamique commerciale et le développement du multiformat. Nous disposons d'une assise financière forte, notre bilan est solide et notre cash-flow en croissance. Nous sommes leader sur notre premier marché, l'Europe et nos règles strictes d'allocation des investissements constituent un bouclier efficace contre les aléas conjoncturels.

Nous prévoyons ainsi pour 2003 une progression des ventes supérieure à 5 % à taux de change constants et une croissance à deux chiffres après amortissement des survaleurs du résultat net par action.

ACTUALITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



Répartition du chiffre d'affaires par zone

Europe	■ 87 %
Amérique latine	■ 7 %
Asie	■ 6 %

EUROPE

Premier distributeur en France, en Espagne, en Belgique et en Grèce, et premier intégré en Italie, notre Groupe dispose d'un fort potentiel de croissance dans 6 autres pays. En 2002, Carrefour a poursuivi la mise en œuvre de ses concepts en Belgique, Italie et Grèce et a privilégié deux axes de développement : l'expansion, par une politique d'ouvertures accélérée de l'ensemble des formats dans tous ses pays, et les synergies intragroupe. Les gains générés par notre stratégie confèrent au Groupe une puissance d'action exceptionnelle qui devrait donner toute sa mesure dans les années à venir.

✓ PARC EUROPE

- 74 373 millions d'euros de chiffre d'affaires.
- 11 pays d'implantation : Belgique, Espagne, France, Grèce, Italie, Pologne, Portugal, République tchèque, Slovaquie, Suisse, Turquie.
- 517 Hypermarchés ;
- 2 071 Supermarchés ;
- 3 688 Maxidiscomptes ;
- 2 520 Autres formats.

✓ France

La France contribue à plus de 50 % du chiffre d'affaires réalisé en 2002. Carrefour a densifié l'ensemble de ses réseaux en ouvrant 1 hypermarché, 6 supermarchés, 33 maxidiscomptes et 127 magasins de proximité. Les actions promotionnelles et la réussite des opérations de fidélisation ont permis au Groupe de gagner des parts de marché.

✓ Espagne

Les hypermarchés ont enregistré en 2002 une forte croissance du chiffre d'affaires, tendance suivie au second semestre par les supermarchés. Grâce à une nouvelle stratégie promotionnelle, l'enseigne a acquis une notoriété de plus de 90 % et les produits Carrefour représentent déjà 18 % des ventes.

✓ Italie

La stratégie multiformat est l'un des moteurs des bonnes performances du Groupe en Italie. L'enrichissement des assortiments et une politique de prix très attractive ont fait progresser les ventes de 6,2 %.

✓ Pologne

Carrefour poursuit en Pologne une stratégie d'expansion rapide, fondée sur des ouvertures dans des villes clés et sur l'optimisation des synergies logistiques avec le réseau de supermarchés Champion et Globi. En 2002, le chiffre d'affaires du pays a progressé de 31,6 % à taux de change constants.





AMÉRIQUE LATINE

En 2002, l'Amérique latine représente 7 % des ventes du Groupe avec 6 347 millions d'euros de chiffre d'affaires. Malgré la dévaluation générale des monnaies du secteur, notre Groupe a réalisé en 2002 une bonne performance sur ce continent et a démarré de nouvelles ouvertures dans tous ses pays d'implantation. Cette progression atteste la pertinence de notre stratégie qui consiste à adapter notre modèle commercial aux spécificités locales des pays.

✓ Brésil

Le Groupe a bénéficié de la dynamique commerciale de Carrefour et de Dia. Les hypermarchés ont notamment accru de 14,7 % leur chiffre d'affaires à périmètre constant. Comme prévu, les supermarchés Champion ont renoué avec la croissance au deuxième semestre.

✓ Argentine

Dans un contexte difficile, le Groupe a poursuivi l'intégration du réseau de supermarchés Norte et a regroupé les organisations de cette enseigne et de Carrefour. Dia a poursuivi son expansion avec l'ouverture de 23 magasins.

✓ Mexique

Les nouveaux développements de Carrefour privilégient la location de magasins et une taille d'hypermarchés plus petite. En 2002, la refonte des assortiments a permis une progression accélérée du chiffre d'affaires.

✓ Colombie

Carrefour a augmenté de 45,7 % son chiffre d'affaires à taux de change constants, grâce à la modernité de son concept, une politique de prix agressive et trois ouvertures réussies.

✓ Chili

Carrefour Chili a consolidé ses parts de marché en engageant des actions commerciales d'envergure. L'enseigne a ouvert en janvier 2003 un cinquième hypermarché dans la région de Santiago.

✓ PARC AMÉRIQUE LATINE

- 6 347 millions d'euros de chiffre d'affaires.
- 5 pays d'implantation : Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Mexique.
- 135 Hypermarchés.
- 249 Supermarchés.
- 326 Maxidiscomptes.





ASIE

Présent dans 8 pays d'Asie au travers de 126 hypermarchés, notre Groupe a réalisé dans cette zone 6 % de ses ventes en 2002. Le chiffre d'affaires de 5,2 milliards d'euros progresse de 6,2 % à taux de change constants par rapport à 2001. La Chine et les pays du Sud-Est ont le plus fortement contribué à cette croissance et nous attendons beaucoup de la prochaine implantation de Dia en Chine.

✓ Chine

En 2002, Carrefour a accéléré son expansion en Chine, s'implantant dans 5 nouvelles villes et inaugurant 8 hypermarchés. L'enseigne se développe aujourd'hui dans 19 villes et emploie plus de 16 000 salariés. Mi-2003, l'arrivée de Dia à Shanghai puis à Pékin ouvrira au Groupe une nouvelle voie d'accélération.

✓ Indonésie

Premier opérateur d'hypermarchés du pays avec 10 magasins, Carrefour entretient l'avance acquise sur ses concurrents par une expansion rapide dans la ville de Jakarta. L'enseigne privilégie une stratégie offensive axée sur les volumes et le discount, soutenue par des campagnes publicitaires originales ciblant toutes les couches de la population.

✓ Japon

Carrefour poursuit son apprentissage du marché japonais. En octobre, l'ouverture de Carrefour Sayama dans la banlieue de Tokyo a connu un grand succès. Intégrant d'autres innovations par rapport aux 3 premiers magasins, ce nouvel hypermarché est l'un des mieux adaptés aux exigences de la clientèle japonaise. Il servira de référence pour les prochaines ouvertures.

✓ PARC ASIE

- 5 192 millions d'euros de chiffre d'affaires.
- 8 pays d'implantation : Chine, Corée du Sud, Indonésie, Japon, Malaisie, Singapour, Taïwan et Thaïlande.
- 126 Hypermarchés.



NOUVEAUTÉS

Répondre aux attentes des consommateurs est une priorité constante de Carrefour.

Nous faisons preuve d'une vigilance toute particulière quant à la qualité et à la sécurité des produits portant les marques de nos enseignes. Dans cette optique, le Groupe est allé encore plus loin cette année en lançant une nouvelle gamme de produits "santé".

✓ **On aime "J'aime" !**

Se faire plaisir en se faisant du bien, voilà ce qu'attendent les consommateurs de leurs aliments, redécouvrant les bienfaits d'une alimentation équilibrée sur leur santé. Toujours en avance d'une tendance, Carrefour a donc lancé fin 2002 "J'aime", une gamme variée de produits pratiques, sains et savoureux, déclinée en cinq axes nutritionnels : transit, carences, tonus/vitalité, cardiologie et allégé. Ces produits sont élaborés avec des ingrédients validés par un comité de médecins et de nutritionnistes. Et bien entendu, ils s'intègrent dans la démarche éthique de Carrefour : pas question d'enlever des matières grasses au produit et de rajouter du sel pour que ce soit plus goûteux ! Entre 40 et 100 produits "J'aime" sont aujourd'hui disponibles dans les rayons des hypermarchés Carrefour. Œufs frais, risotto de légumes, dessert glacé au café, colin d'Alaska... Il y en a pour tous les goûts et pour toutes les envies !



✓ **Les Filières Qualité : dix ans après, elles sont toujours d'actualité**

En 1992, Carrefour crée en pionnier les Filières Qualité Carrefour. L'objectif est d'apporter aux consommateurs des produits d'origine vérifiée et garantie. Les produits Filières sont travaillés par des producteurs locaux qui s'engagent sur un cahier des charges très strict dont les principaux points sont la traçabilité des produits, de leur production jusqu'à leur mise en rayon. De son côté, Carrefour s'engage à accompagner pendant plusieurs années la reconversion des producteurs sélectionnés pour les aider à supporter économiquement la mutation de leur production. Dix ans après, la démarche est devenue mondiale : on compte aujourd'hui 250 Filières Qualité dont 118 en France. Treize pays développent leurs propres filières, en partenariat avec 40 000 producteurs locaux. Cet engagement est apprécié de la clientèle. En France, 65 % de la viande de bœuf, 95 % du porc, 70 % des pommes de terre vendus chez Carrefour proviennent d'une Filière Qualité Carrefour.



■ **DIA CHEZ ED : PLUS DE PRODUITS À PRIX PLUS BAS !**

En 2002, près de 400 références de marque Dia ont été introduites dans l'assortiment des magasins Ed. L'enseigne Maxidiscounte française a bénéficié à cette occasion de la puissance d'achat de Dia Espagne.



NOS ENSEIGNES

L'HYPERMARCHÉ

Carrefour

LE SUPERMARCHÉ

Champion **NORTE** **GS** **GB**

LE MAXIDISCOMPTE

Dia **Ed** **Minipreço**

LES AUTRES MÉTIERS

SHOPI **MARCHE PLUS** **8 A HUIT** **express** **Contact** **PROXI** **di per di**
5 **Promocash** **Puntocash** **GRASS** **Prodirest** **ooshop**

LE CARNET DE L'ACTIONNAIRE

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION EN 2002 COMPARÉ À L'INDICE CAC 40

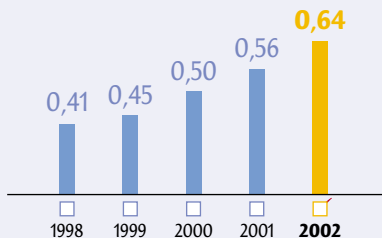
(en euros)



Dividende

ÉVOLUTION DU DIVIDENDE NET PAR ACTION *

(en euros)



Le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale du 15 avril le versement d'un dividende net de 0,64 euro par action, en croissance de 14,2 %. Le dividende sera mis en paiement le 17 avril 2003.

* Les dividendes sont prescrits après 5 ans au profit de l'État.

LES RENDEZ-VOUS DES ACTIONNAIRES

- **10 AVRIL 2003**
Chiffre d'affaires du premier trimestre
- **15 AVRIL 2003**
Assemblée Générale Mixte
- **17 AVRIL 2003**
Paiement du dividende
- **27 MAI 2003**
Réunion d'actionnaires à Bruxelles
- **3 JUIN 2003**
Réunion d'actionnaires à Bordeaux
- **10 JUILLET 2003**
Chiffre d'affaires du deuxième trimestre
- **28 AOÛT 2003**
Résultats semestriels 2003

Comment s'inscrire au nominatif pur ?

En inscrivant au nominatif pur vos actions Carrefour, vous bénéficiez des avantages suivants :

La gratuité de la gestion :

exonération des droits de garde et des frais inhérents à la gestion courante des titres détenus.

La garantie d'une information personnalisée :

envoi régulier de documents concernant la société et de la convocation aux Assemblées Générales.

La simplification des formalités pour assister aux Assemblées Générales :

les actionnaires au nominatif n'ont pas à immobiliser leurs actions.

Un droit de vote double par action détenue après deux années d'inscription au nominatif.

Pour plus d'information, un *guide de l'actionnaire* est disponible sur simple demande.

SERVICE ACTIONNAIRES CARREFOUR

RESPONSABLE : Véronique Kretz
6, avenue Raymond-Poincaré – 75016 Paris
Tél. : 0 805 902 902 (appel gratuit)/Fax : 01 53 70 19 59
e-mail : actionnaires@carrefour.com

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

Si vous souhaitez ne plus recevoir de lettre d'information ou si vos coordonnées ont changé, merci d'en informer le service Actionnaires.



6, avenue Raymond-Poincaré – 75016 Paris
Tél. : 01 53 70 19 00/Fax : 01 53 70 19 59/www.carrefour.com