



Sommaire

Résultats semestriels 2005

Zoom sur la stratégie
du groupe Carrefour

Actualité du groupe

Carnet de l'actionnaire

N° 1
en Europe

N° 2
mondial

896
hypermarchés

2 526
supermarchés

5 220
maxidiscomptes

3 011
magasins de proximité

180
cash & carry

soit **11 833**
magasins aux enseignes
du groupe à fin septembre 2005



José-Luis Duran
Président du Directoire

Cher Actionnaire,

En France, comme dans les principaux pays européens, le groupe Carrefour fait face à un marché tendu et à un environnement économique difficile.

La consommation alimentaire ralentit sous l'effet de la combinaison de plusieurs facteurs. Des facteurs conjoncturels d'abord : la hausse des prix du pétrole et de l'immobilier, qui pèse sur les autres postes de consommation des ménages. Des facteurs structurels aussi : depuis plusieurs années, les consommateurs privilégient certaines dépenses comme les loisirs, la téléphonie ou les nouvelles technologies.

Pour répondre à cette nouvelle donne, le groupe Carrefour adapte en permanence son offre. D'une part en mettant l'accent sur le développement de ses marques propres, plus compétitives et couvrant une plus large part des attentes des clients. D'autre part en proposant une offre et des services élargis autour des produits technologiques.

Au-delà de cette nécessaire adaptation, nous nous sommes fixé des axes stratégiques, et les moyens de les tenir. Nous voulons renforcer notre compétitivité sur les prix en France pour gagner des parts de marché. Nous voulons aussi améliorer nos ratios financiers à l'international pour établir les bases d'une croissance rentable. Nous voulons enfin réaliser des acquisitions tactiques pour renforcer notre croissance organique, tout en continuant à rationaliser notre portefeuille d'actifs. Sur chacun de ces axes, les progrès sont déjà là et les orientations choisies commencent à porter leurs fruits.

Bien sûr, 2005 est une année de transition pour le groupe Carrefour, et nous devons rester prudents. Cependant, forts de la détermination de notre management, de la qualité de nos équipes et des moyens mis à leur disposition, nous entendons passer d'un modèle économique fondé sur l'expansion des marges à un modèle de croissance rentable, tirée par la croissance du chiffre d'affaires.

Résultats du 1^{er} semestre 2005

- Premiers bénéficiaires de la politique commerciale en France et bonnes performances à l'international.
- Malgré un effort prix important sur le semestre, le bilan reste solide, avec une dette stable à principes comptables constants et avec toutefois les investissements et dividendes en hausse. Les ratios financiers se sont à nouveau améliorés.

En millions d'euros	S1 2005	S1 2004	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	35 440	34 549	+ 2,6 %
EBITDA	2 008	2 026	- 0,9 %
Résultat opérationnel	1 262	1 302	- 3,1 %
Résultat net courant part du groupe *	687	737	- 6,9 %
Résultat net courant part du groupe hors éléments non récurrents	688	687	+ 0,1 %
Dette nette moyenne	9 408	9 626	
Couverture des frais financiers	9,8 x	8,8 x	

* Résultat net hors résultat des activités cédées ou en cours de cession.

LES OBJECTIFS FIXÉS POUR 2005 SONT EN PASSE D'ÊTRE TENUS

TOUJOURS PLUS DE CLIENTS DANS LES HYPERMARCHÉS CARREFOUR EN FRANCE

La fréquentation des hypermarchés Carrefour en France augmente régulièrement : + 0,3 % au 1^{er} trimestre et + 1,4 % au 2^e trimestre 2005 (versus une baisse de 2 % sur l'ensemble de l'année 2004).

Cette augmentation de fréquentation est la preuve que l'offre commerciale proposée est de plus en plus attractive pour les clients.

UN GAIN SIGNIFICATIF DE PARTS DE MARCHÉ EN FRANCE SUR LE PREMIER SEMESTRE

Tous les formats du groupe ont gagné des parts de marché en alimentaire (+ 0,7 %) en France sur la période. C'est la première fois depuis 5 ans que le groupe Carrefour enregistre, sur un semestre, une augmentation de part de marché en France (source : Secodip).

UNE RENTABILITÉ RENFORCÉE À L'INTERNATIONAL

Le résultat opérationnel hors de France a augmenté de 24 %, soit une hausse de la marge de 0,4 % qui s'établit à 2,6 %. L'amélioration de la qualité du portefeuille d'activité du groupe a été poursuivie, notamment par la cession des activités au Japon, du Mexique et de l'activité de restauration hors foyer en France tout en procédant à des acquisitions tactiques en France, en Italie, à Chypre, en Turquie et au Brésil.

VERS UNE CROISSANCE ACCÉLÉRÉE DÈS 2006 ET AU-DELÀ

Conformément aux prévisions, le groupe Carrefour entend créer environ 1,4 million de m² de surface supplémentaire en 2005 tant par des ouvertures de magasins et des agrandissements que par des acquisitions. D'ores et déjà, plus de 800 000 m² ont été ajoutés, grâce à la croissance organique et aux acquisitions réalisées.

DES RÉSULTATS QUI REFLÈTENT LA STRATÉGIE ENGAGÉE DU GROUPE

Comme prévu, le fort investissement prix a entraîné une baisse de la marge commerciale. La stricte maîtrise des coûts s'est traduite par une baisse des frais généraux en % du chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel hors de France est en hausse significative et a compensé une baisse du résultat opérationnel en France, due à l'impact des efforts faits sur les prix.

La dette nette de clôture est stable à normes comptables comparables malgré une accélération des investissements opérationnels et une augmentation des dividendes. Avec un taux de financement en baisse, les charges financières diminuent.

Au global, le bénéfice net courant part du groupe hors éléments non récurrents est stable par rapport au premier semestre 2004 et les ratios financiers continuent à s'améliorer.

NORMES IAS/IFRS : APPLICATION ET IMPACTS POUR CARREFOUR

À compter du 1^{er} janvier 2005, les normes comptables internationales IFRS sont applicables à l'ensemble des sociétés cotées sur un marché de l'Union européenne et publiant des comptes consolidés. D'une manière générale, les normes IFRS privilégient la vision économique à la vision juridique de l'entreprise.

De ce fait, les résultats du premier semestre 2005 du groupe Carrefour ont été publiés pour la première fois en normes IFRS.

Pour réconcilier les données historiques en normes comptables françaises et les chiffres IFRS, veuillez vous reporter aux documents d'explication disponibles sur notre site internet : www.carrefour.com

Un rythme d'expansion soutenu

Depuis le début de l'année, Carrefour a acquis 12 hypermarchés Ahold en Pologne, signé un accord avec Aligros en Italie et conclu un accord pour l'achat de Gima et Endi en Turquie. Parallèlement, Carrefour a cédé ses activités au Mexique et signé un accord de franchise avec Aeon au Japon. Par ces acquisitions et la croissance organique, Carrefour renforce sa position de leader sur ses marchés stratégiques. Voici les dernières opérations menées.

Mai 2005

Carrefour Marinopoulos signe un partenariat avec Andreas Andreou en vue de la prise de contrôle de Chris Cash & Carry à Chypre

Chris Cash & Carry est le deuxième distributeur alimentaire à Chypre avec un chiffre d'affaires 2004 de 55,3 M CYP (soit environ 94,5 M€). La société exploite actuellement 3 hypermarchés et 4 supermarchés. Carrefour SA est le premier distributeur alimentaire en Grèce. À fin 2004, Carrefour SA réalisait un chiffre d'affaires TTC de 2 044 M€ et exploitait 597 magasins sous enseignes.

Juin 2005

Carrefour consolide son leadership au Brésil

Carrefour a acheté au groupe Sonae 10 hypermarchés sous enseigne BIG situés à São Paulo pour un prix de 317 M de BRL (90 M€). Ces 10 hypermarchés ont réalisé un chiffre d'affaires HT de 455 M de BRL en 2004, soit environ 128 M€.

Grâce à cette transaction, Carrefour consolide sa position de leader dans la région de São Paulo. Le groupe Carrefour est le deuxième distributeur au Brésil et a réalisé un chiffre d'affaires HT de 2,7 Md€ en 2004. À fin 2004, Carrefour détenait 85 hypermarchés, 97 supermarchés et 208 magasins hard discount au Brésil.

Juillet 2005

ED renforce sa position dans le Nord de la France

Le 21 juillet 2005 à Paris, ont été signés les accords entre Carrefour, Rewe et Transgourmet pour l'acquisition par Carrefour de 101 magasins de discount Penny Market dans le Nord de la France (chiffre d'affaires HT de 262 M€ en 2004) et la cession de Prodirest. L'acquisition de Penny Market va renforcer la position d'ED en France.

Septembre 2005

Carrefour annonce son intention d'acquérir Tesco Taiwan et de céder ses activités à Tesco en République Tchèque et Slovaquie

Carrefour annonce qu'il a signé un accord avec Tesco, par lequel :

- PresiCarre, la joint-venture entre le groupe Carrefour et le groupe President à Taiwan, acquiert Tesco Taiwan pour 132 M€ (6 hypermarchés et 2 projets pour 2006).
- Carrefour vend à Tesco ses activités en République Tchèque et Slovaquie pour 189,4 M€ (15 hypermarchés). Par cette acquisition, Carrefour renforce sa position à Taiwan où seront gérés plus de 40 hypermarchés en 2006. La réalisation définitive de cette transaction est soumise à l'approbation des autorités réglementaires compétentes, dont les autorités de la concurrence.

Par ce rythme d'expansion, Carrefour entend établir les bases d'une croissance rentable et durable.

OUVERTURES DE MAGASINS SOUS ENSEIGNE DU 1^{ER} JANVIER AU 30 SEPTEMBRE 2005 (acquisitions incluses)

	HYPERMARCHÉS	SUPERMARCHÉS	MAXIDISCOMPTES	MAGASINS DE PROXIMITÉ	CASH & CARRY
Europe	24	186	286	374	11
Amérique latine	15		42		
Asie	19	2	49		
Total	58	188	377	374	11



Compétitivité prix et relation clients pour gagner des parts de marché

Le client est au cœur de notre stratégie. Il dicte la sélection des produits et guide la composition de nos assortiments. Pour répondre aux besoins spécifiques de millions de clients, les enseignes du groupe Carrefour s'adaptent à chaque zone de chalandise, aux exigences de chaque clientèle en proposant notamment de nouvelles gammes de produits, des prix attractifs, des campagnes promotionnelles fortes, de nouveaux services et des programmes de fidélité innovants.

UN MOIS MAGIQUE DANS LES HYPERMARCHÉS FRANCE : SOUS LE SIGNE DE LA CONVIVIALITÉ ET DE LA PROXIMITÉ

Partager dans le groupe les expériences réussies et faire circuler les bonnes idées : c'est cette volonté qui a permis aux hypermarchés Carrefour en France de lancer début septembre le Mois Magique Carrefour. En effet, l'opération avait déjà été testée en Espagne et en Turquie avec un succès retentissant. La France a donc adapté cette opération pour le 42^e anniversaire de ses hypermarchés. Le Mois Magique repose sur un concept simple : des prix très bas sur des produits très attendus par les clients autour d'une loterie géante et festive. Ainsi, 7 millions de clients possédant la carte de fidélité ont été prévenus par mailings, 18 millions de clients avertis par catalogue et plus de 43 millions de débits sont attendus en magasins.

Cette opération est un exemple concret de la stratégie de positionnement prix et de relation clients des hypermarchés en France. La compétitivité des enseignes demeure en effet une priorité. Au début de l'année 2004, seuls 30 % de nos hypermarchés français étaient n° 1 ou n° 2 en prix sur leur zone de chalandise.



Grâce aux efforts portés depuis plus d'un an sur la réduction des prix des produits de nos assortiments, près de l'ensemble de nos hypermarchés sont maintenant leaders en prix.

En 2005, nous poursuivons nos efforts dans la même direction. Cette stratégie de positionnement prix s'accompagne par ailleurs dans tous nos formats d'un puissant plan d'actions commerciales en magasin.

POUR ATTIRER ET FIDÉLISER SES CLIENTS, CHAMPION LANCE UNE OPÉRATION "ROLL BACK" À LA RENTRÉE



Proposer 20 % de réduction sur 200 produits de consommation courante différents chaque mois, voici ce que propose Champion à ses clients depuis le 1^{er} septembre dernier.

Le fonctionnement de cette promotion, également appelée "Roll Back", est très

simple : un balisage permet au client de repérer les produits concernés en rayons et de bénéficier immédiatement en caisse de 20 % de remise crédités sur la carte de fidélité. Cette réduction est appliquée pendant tout le mois sur cette sélection de 200 produits et ce, sans limite d'achat pour le client. Chaque mois, une nouvelle sélection de 200 produits est proposée aux clients.

Cette opération permet d'attirer les clients mais également de renforcer leur fidélité à l'enseigne. Chaque client peut ainsi utiliser ses euros accumulés à tout moment et sur simple demande en déduction de ses achats dans son magasin Champion. Les euros peuvent être cumulés dans tous les magasins Champion participant au programme de fidélité Iris.



Les ressources humaines en action

Intégrité



Liberté



Partage



Progrès



Respect



Responsabilité



Solidarité



LE GROUPE CARREFOUR, PREMIER RECRUTEUR DE FRANCE POUR LA DEUXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE

Le groupe Carrefour en France devrait recruter cette année 15 000 collaborateurs.

Ce chiffre conséquent est à rapprocher de la taille du groupe en France, soit 133 000 personnes travaillant dans les différentes entités (hyper-marchés Carrefour, supermarchés Champion, Hard Discount ED, et magasins de proximité Shopi, 8 à Huit ou Marché Plus).

Pour faire face à ces besoins de recrutements, le groupe Carrefour recourt à différents vecteurs, notamment son portail de recrutement www.carrefourmyjob.com, qui offre aux candidats toutes les propositions en termes de carrières, de stages, d'apprentissage ou de jobs étudiants. Beaucoup de candidatures sont également traitées directement sur les sites des différentes enseignes du groupe.

Une attention particulière est portée aux étudiants et aux jeunes diplômés. Le groupe Carrefour mène en effet une politique constante de relation avec les écoles. Cette ouverture se traduit notamment par des offres de stages, l'intervention de collaborateurs du groupe au sein de différents cursus ou encore l'association des étudiants à des grands événements de l'entreprise.

Le groupe Carrefour offre de nombreuses opportunités de carrière notamment grâce aux passerelles existantes entre les différentes enseignes. La politique de diversification des carrières est encouragée par la Direction des Ressources Humaines groupe.



www.recrute.carrefour.fr

LES HYPERMARCHÉS CARREFOUR LANCENT L'OPÉRATION "1 000 JOBS ÉTUDIANTS TOUTE L'ANNÉE"

Les hypermarchés Carrefour viennent de lancer une grande opération pour cette rentrée 2005 intitulée "1 000 jobs étudiants toute l'année".

Les hypermarchés Carrefour se sont engagés à proposer 1 000 contrats étudiants avec des horaires adaptés aux plannings de cours, laissant une disponibilité pour les examens et proposant des réductions sur les produits et les services Carrefour.

Ainsi, les étudiants pourront financer leurs études tout en découvrant les métiers de la distribution. Cette initiative peut représenter une véritable opportunité permettant aux jeunes ainsi recrutés de devenir manager junior à l'issue de leurs études.

Agir de manière responsable et solidaire



Europe

LE GROUPE CARREFOUR CONFIRME SON ENGAGEMENT POUR UNE GESTION DURABLE DES RESSOURCES MARINES ET LANCE 4 NOUVELLES RÉFÉRENCES DE POISSONS "PÊCHE RESPONSABLE"

À l'heure où la surexploitation des ressources marines devient alarmante, le groupe Carrefour poursuit le développement de sa gamme de produits issus de la pêche responsable. Après avoir lancé le Cabillaud Pêche Responsable en 2004, il lance en septembre 2005 quatre nouvelles références de poissons surgelés sous marque propre, issues de pêches respectueuses des écosystèmes (Flétan du Groenland, Dorade Sébaste, Limande et Loup de mer). Les stocks de chaque espèce sont estimés de façon scientifique et les quotas sont définis en fonction de l'état des ressources. Les techniques de pêche les plus respectueuses de l'environnement sont utilisées.

Le groupe Carrefour est aujourd'hui le premier distributeur de produits de la mer en France. La Pêche Responsable s'inscrit dans sa politique de développement durable. Carrefour tente, par cette démarche, de susciter l'intérêt des autres acteurs économiques et des consommateurs sur ce type de produits.



Amérique latine

CARREFOUR COLOMBIE REÇOIT LE PRIX "GRAN ORDEN MERITO A LA DEMOCRACIA**"

Le Congrès colombien a salué l'engagement et le travail de Carrefour Colombie dans le domaine de la responsabilité sociale.

Ce prix remis par le Président du Congrès colombien, en présence de nombreuses personnalités, dont le Président de la République colombienne, récompense les actions menées par Carrefour Colombie et la Fondation Internationale Carrefour dans les domaines de l'éducation, de l'alimentation, de l'environnement, du développement durable, de l'exclusion et du partenariat en Colombie. Parmi ces actions, les sénateurs ont particulièrement été sensibles au fait que Carrefour soit le premier employeur de personnes handicapées dans le pays et que les actions menées soient à la fois pérennes et concrètes.

* *Ordre du mérite à la démocratie.*

Asie

LA RECONSTRUCTION A COMMENCÉ



Après le raz-de-marée qui a frappé la Thaïlande, la Fondation Internationale Carrefour a cofinancé un projet de reconstruction d'une école à Baan Nam Kem. 1 500 familles vivaient dans ce village, le plus touché de la province de Pang-Nga. Jean-Luc Dayot, Directeur Exécutif de Carrefour Thaïlande, a lui-même pris en main les opérations. Accompagné d'une équipe d'experts, il a identifié les besoins et s'est rapproché du gouvernement mais aussi des Fondations Bouygues et EDF afin de construire au plus vite de nouvelles infrastructures. Chacune des fondations des trois entreprises a financé à part égale le projet. L'école a ouvert ses portes aux 500 élèves, le 26 octobre 2005.



L'action Carrefour

Code ISIN :

FR0000120172

Valeur nominale :

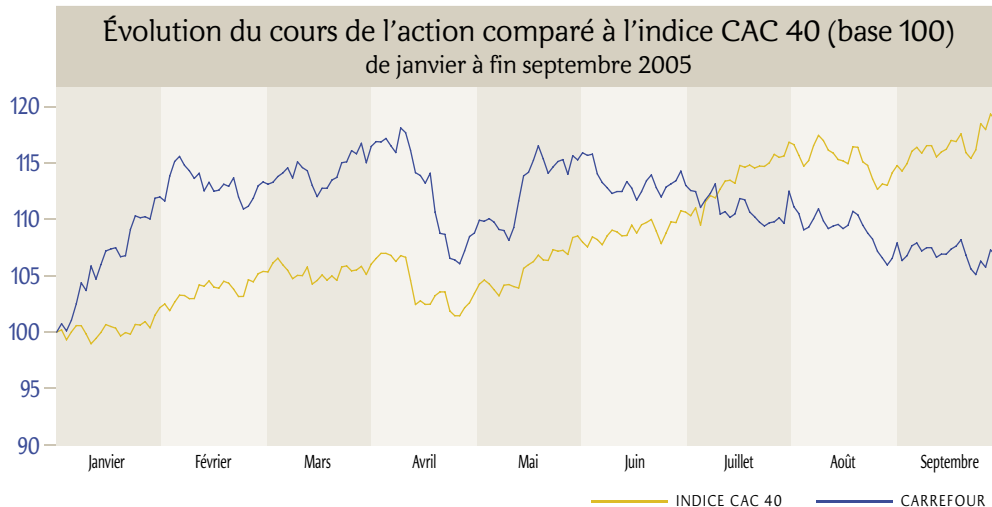
2,50 euros

Lieu de cotation :

SRD eurolist

Introduite à la Bourse
de Paris le 16 juin 1970

Membre des indices :

CAC 40, DJ Eurostoxx 50
et DJ Stoxx 50

Vendredi 18 et Samedi 19
Novembre 2005
Palais des Congrès de Paris

CARREFOUR PRÉSENT AU SALON ACTIONARIA

Carrefour participera pour la 5^e année consécutive au Salon Actionaria de Paris, le plus important salon financier européen exclusivement dédié à la Bourse.

Les équipes Carrefour seront heureuses de vous accueillir pour répondre à vos questions, vous donner une information directe sur l'activité de l'entreprise et ses perspectives de développement.

Pour recevoir une invitation au Salon Actionaria qui se tiendra au Palais des Congrès de la Porte Maillot de Paris les 18 & 19 novembre 2005, merci de contacter le Service actionnaires au 0 805 902 902.

calendrier

8 novembre 2005

Réunion d'actionnaires à Bordeaux

18 & 19 novembre 2005

Salon Actionaria de Paris

30 novembre 2005

Réunion d'actionnaires à Lyon

11 janvier 2006

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2005

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 Corporate Trust SNC

Service aux émetteurs

14, rue Rouget-de-Lisle

92862 Issy-les-Moulineaux Cedex 9

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