

CARREFOUR : Ventes TTC du 1^{er} trimestre 2001 en hausse de + 9.6%, en ligne avec les objectifs.

Le chiffre d'affaires TTC du 1^{er} trimestre 2001 atteint 18.5 milliards d'euros, en hausse de 9.6%. A périmètre constant, la progression est de 4.7%. Les variations les plus significatives de périmètre concernent l'intégration globale pour la première fois des activités de GB en Belgique et de Maus en Suisse et le retrait des activités de Picard Surgelés cédées en janvier 2001.

Le chiffre d'affaires du groupe est en ligne avec les prévisions données lors de la publication des résultats 2000 avec :

- une progression du chiffre d'affaires dans la plupart des pays d'Europe,
- une amélioration des tendances d'activité en hypermarchés en France et en Espagne,
- une activité encore difficile en Argentine et dans une moindre mesure au Brésil mais une progression sensible des autres pays d'Amérique latine,
- et enfin une bonne performance de l'Asie.

A taux de change constants, la progression du chiffre d'affaires au 1^{er}T. aurait atteint 9.7%.

- Progression du CA par zone

	CA 1T 2001 (m€)	CA 1T 2000* (m€)	Var. sur 1T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Pér. Ct (%) (2)
France	9 018	8 888	+ 1.5	+ 1.5	+ 3.9
Europe hors France	5 648	4 326	+ 30.5	+ 30.7	+ 6.6
Amériques	2 536	2 589	- 2.0	- 1.9	- 2.0
Asie	1 261	1 043	+ 20.9	+ 20.8	+20.9
Groupe	18 463	16 846	+ 9.6	+ 9.7	+4.7

* Le chiffre d'affaires du 1^{er} Trimestre 2000 diffère de la publication faite en avril 2000 (16 099.1 M€). Il intègre en effet Norte et les activités de Carrefour Grèce dont l'acquisition était intervenue au deuxième trimestre 2000 et qui avaient été consolidées rétroactivement au 1^{er} janvier 2000 et n'intègre pas les activités de Hong Kong dé-consolidées rétroactivement en juillet 2000.

Une synthèse des évolutions des taux de changes et de l'évolution du parc de magasins entre fin décembre 2000 et fin mars 2001 sont données en page 5.

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution du trimestre aux taux de changes de la période de l'année précédente.

(2) Les variations à périmètre constant (Pér.Ct) ne tiennent pas compte des évolutions de périmètre dues aux acquisitions ou cessions de la période de référence et de la même période de l'année précédente. Ainsi n'ont pas été retenus dans ce calcul :

- En France, les activités des magasins cédés ou encore à céder dans le cadre des demandes formulées par les autorités françaises et les activités de Picard Surgelés
- En Europe, les activités des magasins cédés ou encore à céder dans le cadre des demandes formulées par les autorités espagnoles, les activités de Picard en Italie, les activités de GB en Belgique, les activités de Maus en Suisse.
- En Amériques, les activités des magasins cédés au Brésil.

- **France : les hypermarchés améliorent leur performance par rapport au dernier trimestre 2000, les supermarchés enregistrent une progression satisfaisante et le maxi-discompte continue à réaliser de très bonnes progressions.**

	CA 1T 2001 (m€)	Var. sur 1T 2000 (%)	Var à Mag Cts (%) (2)
Hypermarchés France	4 907	- 0.9	+ 0.7
Supermarchés France	1 749	+ 2.7	+ 2.0
Maxidiscompte France	411	+ 11.2	+ 9.5
Autres formats France	1 951	+ 4.5	ns
Total France	9 018	+ 1.5	ns

L'effet
calendaire est
estimé à + 0.7%
dans les

hypermarchés et à + 0.5% dans les supermarchés sur le premier trimestre 2001.

Le CA en hypermarchés est en recul de - 0.9% sur le premier trimestre ou - 0.1% hors essence, compte tenu de la cession de 4 hypermarchés fin 2000. A magasins constants, le CA est en progression de + 0.7% sur le trimestre ou + 1.4% hors essence. Ces chiffres reflètent une amélioration des tendances enregistrées sur le dernier trimestre 2000. Le groupe a poursuivi l'adaptation des assortiments et des méthodes de gestion : sur la fin du trimestre, les ruptures de stock ont ainsi été sensiblement réduites en alimentaire et sont en amélioration sur la plupart des familles de produits en non-alimentaire.

En supermarchés, la progression des ventes au premier trimestre atteint + 2.7%; à magasins constants la progression est de + 2.0%. Hors essence les progressions respectives sont de + 3.7% et + 2.9%. Ces performances sont à mettre en perspective d'une forte progression au 1^{er} trimestre 2000 (+ 10.7% à magasins constants).

Le maxi discompte enregistre une croissance forte à + 9.5% à magasins constants sur les tendances de 2000. Les autres métiers (logistique et cash and carry principalement) voient leur activité progresser de + 4.5% au total sur le 1^{er} trimestre.

- **Europe : les hypermarchés en Espagne se redressent, les autres pays enregistrent des performances satisfaisantes.**

	CA 1T 2001 (m€)	Var. sur 1T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Espagne	1 569	- 0.7	- 0.7	- 3.0
Maxidiscompte Espagne	563	+ 10.0	+ 10.0	+ 5.4
Hypermarchés Italie	529	+ 1.9	+ 1.9	+ 1.5
Supermarchés Italie	438	+ 5.8	+ 5.8	+ 5.3
Hypermarchés Belgique	529	-	-	+ 3.8
Autres formats / pays	2 020	+ 55.3	+ 55.9	ns
Total Europe	5 648	+ 30.5	+ 30.7	ns

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution du trimestre aux taux de changes de la période de l'année précédente.

(2) Dans l'analyse des métiers par zone, par ex : Hypermarchés Espagne, Supermarchés Argentine, la variation à magasins constants compare le CA des magasins ouverts sur la période de référence au CA de ces magasins sur la même période de l'année précédente. Seuls les magasins ayant au moins treize mois d'activité entrent dans cette base de comparaison. Ces performances sont exprimées en monnaie locale et ne sont donc pas affectées par les variations de taux de change.

En Espagne, dans les hypermarchés, le groupe a lancé plusieurs opérations commerciales destinées à dynamiser le trafic : baisse du prix de l'essence depuis février, opération "3 pour 2" sur les marques propres, développement de la fidélisation. Après deux mois encore négatifs en janvier et février, le mois de mars marque une progression en comparable des ventes et permet de terminer le trimestre sur une baisse de - 3.0% à magasins constants, en nette amélioration par rapport au dernier trimestre 2000. Le maxi-discount enregistre une progression satisfaisante à + 5.4% à magasins constants et + 10.0% au total.

Dans les hypermarchés en Italie, les derniers changements d'enseigne ont eu lieu fin janvier 2001. Les ventes ont enregistré sur la période une progression de + 1.5% à magasins constants, tirée par l'augmentation du nombre de clients. Les supermarchés sont en progression de + 5.3% à magasins constants, grâce à une amélioration de la fréquentation des magasins.

En Belgique, les hypermarchés enregistrent une progression des ventes de + 3.8% à magasins constants malgré l'impact négatif de la fermeture des magasins un samedi en mars.

Dans les autres pays d'Europe la tendance est en progression sur le trimestre, avec notamment une amélioration des ventes en Pologne et malgré une dégradation des ventes en Turquie, pays dont la consommation est affectée par la crise financière du début d'année 2001.

- Amériques : des niveaux d'activité encore difficiles en Argentine et au Brésil.

	CA 1T 2001 (m€)	Var. sur 1T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Brésil	875	- 4.0	+ 2.3	- 4.3
Hypermarchés Argentine	448	- 13.7	- 19.2	- 19.2
Supermarchés Argentine	631	- 0.5	- 6.8	- 7.5
Autres formats / pays	582	+ 11.1	+ 14.0	ns
Total Amériques	2 536	-2.0	- 1.9	ns

Au Brésil, nos hypermarchés enregistrent une baisse de - 4.3% à magasins constants, soit une évolution en ligne avec la tendance observée au dernier trimestre 2000.

Comme attendu, les hypermarchés en Argentine ont connu une poursuite de leur baisse d'activité de - 19.2% à magasins constants, à un rythme comparable à celui de la fin de l'année 2000. Les supermarchés Norte en Argentine enregistrent une baisse de leur activité un peu moindre à - 7.5% à magasins constants.

Dans les autres pays de la zone, les ventes sont en progression sensible sur le 1^{er} trimestre.

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution du trimestre aux taux de changes de la période de l'année précédente.

(2) Dans l'analyse des métiers par zone, par ex : Hypermarchés Espagne, Supermarchés Argentine, la variation à magasins constants compare le CA des magasins ouverts sur la période de référence au CA de ces magasins sur la même période de l'année précédente. Seuls les magasins ayant au moins treize mois d'activité entrent dans cette base de comparaison. Ces performances sont exprimées en monnaie locale et ne sont donc pas affectées par les variations de taux de change.

- Asie : ralentissement prévu à Taiwan et en Corée, bonne tenue des autres pays.

	CA 1T 2001 (m€)	Var. sur 1T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Taiwan	375	+ 1.2	+ 0.0	- 1.7
Autres pays	886	+ 31.7	+ 32.3	ns
Total	1 261	+ 20.9	+ 20.8	Ns

A Taiwan, les hypermarchés enregistrent une légère baisse d'activité déjà observée sur la fin de l'année, à - 1.7% à magasins constants.

Les hypermarchés en Corée connaissent un ralentissement des ventes déjà perçu au deuxième semestre 2000. En Chine les magasins enregistrent un bon niveau de croissance. Les autres pays de la zone ont réalisé globalement de bonnes performances.

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution du trimestre aux taux de changes de la période de l'année précédente.

(2) Dans l'analyse des métiers par zone, par ex : Hypermarchés Espagne, Supermarchés Argentine, la variation à magasins constants compare le CA des magasins ouverts sur la période de référence au CA de ces magasins sur la même période de l'année précédente. Seuls les magasins ayant au moins treize mois d'activité entrent dans cette base de comparaison. Ces performances sont exprimées en monnaie locale et ne sont donc pas affectées par les variations de taux de change.

Variation des principaux taux de changes sur la période (1 unité de ML = X euros)

	Taux 1 ^{er} T.2001	Taux 1 ^{er} T.2000	Var
Argentine	1.0829	1.0142	6.8%
Bésil	0.5370	0.5718	-6.1%
Chine	0.1309	0.1224	6.9%
Corée	0.0009	0.0009	-5.5%
Taiwan	0.0333	0.0329	1.1%

Variation du parc de magasins intégrés

	Fin 2000	Ouvertures	Entrées de périmètre	Sorties de périmètre / Cessions	Fin Mars 2001
France	179		1	4	176
Belgique	0		60		60
Suisse	0		7		7
Republique Tchèque	8				8
Espagne	116	1			117
Grèce	11	1		1	11
Italie	31				31
Pologne	8				8
Portugal	5				5
Turquie	8				8
Europe	187	2	67	1	255
Argentine	22				22
Bresil	74				74
Chile	3				3
Colombie	3				3
Mexique	18	1			19
Ameriques	120	1			121
Chine	24				24
Indonésie	7				7
Japon	1	2			3
Corée	20	1			21
Malaisie	6				6
Singapour	1				1
Thaïlande	11				11
Taiwan	24				24
Asie	94	3			97
Total Hypermarchés	580	6	68	5	649
France	539		11	12	538
Belgique	0		71		71
Espagne	190	2		1	191
Grèce	131			1	130
Italie	192	1		2	191
Pologne	15	2	29		46
Turquie	1				1
Europe	529	5	100	4	630
Argentine	138	1			139
Bésil	115				115
Amériques	253	1			254
Total Supermarchés	1 321	6	111	16	1 422
France	424	4			428
Espagne	1 609	12		3	1 618
Grèce	181	7			188
Portugal	272				272
Turquie	37	10		1	46
Argentine	201	8			209
Total Maxidiscompte	2 724	41	0	4	2 761
Italie	118			1	117
Europe	118			1	117
Total Proximité	118			1	117
France	126				126
Espagne	27				27
Italie	10				10
Europe	37				37
Total Cash and Carry	163				163
Picard France	441			441	0
Picard Italie	62			62	0
Total Picard Surgelés	503			503	0
Total France	1 709	4	12	457	1 268
Total Europe	3 032	36	167	72	3 163
Total Amériques	574	10			584
Total Asie	94	3			97
Total Zones	5 409	53	179	529	5 112