

Le 9 janvier 2003

Ventes TTC 4^e T 2002 : +6.3% à taux de changes constants

Ventes TTC 2002 : +4.5% à taux de changes constants

Résultats 2002 dans le haut de la fourchette des prévisions

- En 2002, dans un environnement marqué par une faible consommation et des effets monétaires particulièrement négatifs, Carrefour a poursuivi sa stratégie de dynamique commerciale forte et de gains de parts de marché.
- Le 4^{ème} trimestre 2002 avec 6.3% de progression des ventes TTC à *taux de changes constants* enregistre la meilleure performance de l'année, compte tenu des progressions à surface comparable et des ouvertures réalisées. Après impact des taux de change de -8.0%, les ventes du trimestre régressent de -1.7%.
- Les ventes TTC de Carrefour ont atteint 76 777 millions d'euros sur l'année 2002, soit une progression de 4.5% à taux de changes constants. Après le fort impact des taux de changes (-6.1% en rythme annuel), la variation est de -1.6%.
- Le Groupe a ouvert 41 hypermarchés, 43 supermarchés et 228 maxi-discomptes intégrés sur l'année. A fin 2002, le parc *sous enseignes* atteint 9 633 magasins, après ouverture de 43 hypermarchés, 77 supermarchés, 338 maxi-discomptes, 195 magasins de proximité et 4 cash and carry. Le chiffre d'affaires commercial atteint 86 milliards d'euros.

Variations 2002 (%) par zone

	T1 à tx chg cts	T2 à tx chg cts	T3 à tx chg cts	T4 à tx chg cts	2002 à tx chg cts	2002 à tx chg courants
France	1.6	0.3	2.4	2.8	1.8	1.8
Europe hors France	6.2	5.4	8.6	7.3	6.9	6.9
Amériques	0.5	4.8	11.0	16.9	7.8	-37.0
Asie	3.7	7.9	5.0	8.2	6.2	1.8
Groupe	3.0	3.0	5.6	6.3	4.5	-1.6

- Les résultats 2002 seront publiés le 5 mars 2003. Par rapport aux objectifs initiaux : marge d'exploitation/CA de 4.3% à 4.4% et résultat par action en hausse de 10% à 15%, ces deux indicateurs devraient se situer dans le haut de la fourchette des prévisions.
- Centros Comerciales Carrefour Espagne (CCC) : Carrefour détient directement ou indirectement 97.2% du capital.

Le nombre de titres CCC apportés à l'offre d'échange de CARREFOUR s'élève à 58 895 701 soit 86,01% du flottant de CCC. Compte tenu de la parité d'échange proposée, de 3 actions CARREFOUR pour 10 actions CCC et de l'utilisation de 12 691 866 titres d'autocontrôle CARREFOUR, il a été émis 4 976 845 actions nouvelles CARREFOUR, au prix unitaire de 42,35 euros. Les nouvelles actions sont négociables depuis le 8 janvier. Le capital de Carrefour s'élève désormais à 1 790 354 427,50 euros, divisé en 716 141 771 actions de 2,5 euros de nominal. Les titres CCC non apportés à l'offre continueront à être cotés sur le marché de Madrid.

Relations Investisseurs : Vincent Barucq, Patrice Moulin
 Relations Actionnaires : Véronique Kretz
 Contact Presse : Christian Doléon

Tel : (33) 01 53 70 19 00
 N° vert : 0805 902 902
 Tel : (33) 01 40 70 11 89

CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 4EME TRIMESTRE ET ANNEE 2002 PAR ZONE

	T4 2002 (m€)	T4 2001 (m€)	Var (%)	Var à Tx Chg Ctts (%) (1)	2002 (m€)	2001 (m€)	Var (%)	Var à Tx Chg Ctts (%) (1)
France	10 706	10 416	2.8	2.8	39 147	38 449	1.8	1.8
Europe hors France	7 475	6 984	7.0	7.3	26 267	24 581	6.9	6.9
Amériques	1 460	2 596	-43.8	16.9	6 346	10 078	-37.0	7.8
Asie	1 255	1 266	-0.8	8.2	5 017	4 929	1.8	6.2
Groupe	20 897	21 262	-1.7	6.3	76 777	78 037	-1.6	4.5

Au 4e trimestre 2002, Carrefour a ouvert :

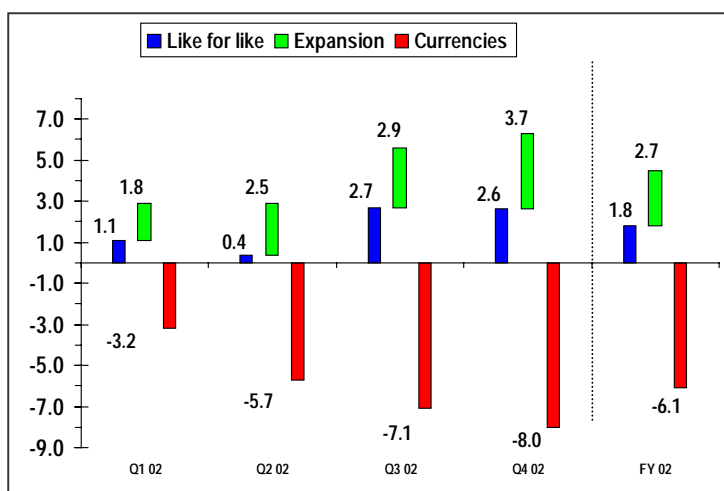
15 hypermarchés intégrés:

- 3 en Espagne (Puerta de Alicante, Pedrosa et Lucena), 1 en Pologne (Torun),
- 1 en Colombie (Medellin) et 1 au Brésil (Sao Paulo),
- 4 en Chine (Suzhou, Harbin, Kunming, Qingdao), 1 à Taiwan (Tayuan), 2 en Corée (Daejon et Cheongju), 1 en Indonésie (Jakarta) et 1 au Japon (Sayama);

20 supermarchés intégrés : 2 en France, 9 en Espagne, 7 en Grèce et 2 en Italie;

et 85 maxi-discomptes intégrés: 11 en France, 23 en Espagne, 8 en Grèce, 4 au Portugal, 13 en Turquie, 18 au Brésil et 8 en Argentine.

PROGRESSION A MAGASINS CONSTANTS, EXPANSION ET EFFETS CHANGES PAR TRIMESTRE



REPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 2002

	2002	2001
Hypermarchés	59.6%	59.2%
Supermarchés	18.4%	19.8%
Maxidiscompte	6.8%	6.4%
Autres	15.2%	14.6%
Groupe	100.0%	100.0%

	2002	2001
France	51.0%	49.3%
Europe (Hors Fce)	34.2%	31.5%
Amériques	8.3%	12.9%
Asie	6.5%	6.3%
Groupe	100.0%	100.0%

La répartition du CA TTC pour l'ensemble des pays est donnée page 7.

Une synthèse des évolutions des taux de change et du parc de magasins sur l'année 2001 est donnée en pages 5.

(1) Les variations à taux de change constants reprennent l'évolution de la période aux taux de change de la période de l'année précédente

- FRANCE**

CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 4EME TRIMESTRE ET ANNEE 2002

	T4 2002 (m€)	Var (%)	Var(%) à Mag. Cts (1)	Var(%) à Mag. Cts hors ess.	2002 (m€)	Var (%)	Var (%) à Mag. Cts (1)	Var (%) à Mag. Cts hors ess.
Hypermarchés France	6 094	1.7	0.9	1.0	21 321	1.2	0.9	1.9
Supermarchés France	1 983	4.5	1.7	2.1	7 707	4.4	1.6	3.3
Hard discount France	478	8.3	3.2	-	1 796	6.0	1.8	-
Autres formats France	2 151	3.2	-	-	8 323	0.1	-	-
Total France	10 706	2.8	-	-	39 147	1.8	-	-

La France a augmenté ses ventes de 1.8% sur l'année. Sur le 4^{ème} trimestre, les ventes des hypermarchés ont progressé de 1.7% (0.9% à magasins constants), reflétant une activité soutenue en octobre (anniversaire) et novembre (meilleur mois de l'année avec 2 week-ends de trois jours et une forte anticipation des ventes de jouets). La consommation a été plus faible en décembre, en raison de ces anticipations et de l'effet calendaire. Les supermarchés et le hard discount réalisent une performance satisfaisante sur le trimestre. Les magasins de proximité confirment leur leadership en France, avec 35 000 m² créés en 2002 et une progression de 4.4% à surface comparable sur l'ensemble de l'année.

- EUROPE**

CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 4EME TRIMESTRE ET ANNEE 2002

	CA T4 02 (m€)	Var (%)	Var (%) à Tx Chg Ct (2)	Var (%) à Mag. Cts (1)	CA 12M 2002 (m€)	Var (%)	Var(%) à Tx Chg Ct (2)	Var(%) à Mag. Cts (1)
Hypermarchés Espagne	2 028	6.1	6.1	2.9	6 864	1.8	1.8	3.6
Supermarchés Espagne	250	2.5	2.5	1.3	960	-1.2	-1.2	0.9
Hard discount Espagne	655	4.7	4.7	1.6	2 481	5.4	5.4	2.5
Hypermarchés Italie	757	3.0	3.0	2.6	2 545	5.0	5.0	2.7
Supermarchés Italie	539	13.3	13.3	3.2	1 955	12.1	12.1	3.8
Hypermarchés Belgique	689	2.7	2.7	2.7	2 388	4.6	4.6	6.2
Autres formats / pays	2 557	10.1	11.0	-	9 074	12.6	12.7	-
Total Europe	7 475	7.0	7.3	-	26 267	6.9	6.9	-

L'année se termine bien en Europe, avec une progression des ventes de 6.9% sur les douze mois. Le dernier trimestre a notamment vu la confirmation du redressement des hypermarchés en Espagne, la poursuite d'une bonne performance des hypermarchés et supermarchés en Italie et une progression en ligne avec les prévisions en Belgique. En Grèce le groupe enregistre toujours de bonnes tendances sur l'ensemble des formats hypermarché, supermarché et hard discount.

(1) Dans l'analyse des métiers par zone, par ex : Hypermarchés France, Supermarchés France, 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.

(2) Les variations à taux de change constants reprennent l'évolution de la période aux taux de change de la période de l'année précédente.

- AMERIQUES**

CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 4EME TRIMESTRE ET ANNEE 2002

	CA T4 02 (m€)	Var (%)	Var (%) à Tx Chg Ct (2)	Var (%) à Mag. Cts (1)	CA 12M 2002 (m€)	Var (%)	Var (%) à Tx Chg Ct (2)	Var (%) à Mag. Cts (1)
Hypermarchés Brésil	634	-27.9	17.2	11.5	2 970	-10.8	14.7	10.5
Supermarchés Brésil	140	-40.3	-3.1	15.4	671	-31.7	-12.5	-7.8
Hypermarchés Argentine	133	-71.0	18.7	14.9	642	-64.9	11.7	8.8
Supermarchés Argentine	153	-74.3	4.9	4.8	718	-71.2	-8.6	-7.8
Autres formats / pays	400	-6.8	41.6	-	1 345	-6.9	28.9	-
Total Amériques	1 460	-43.8	16.9	-	6 346	-37.0	7.8	-

Dans un contexte marqué pour la zone par la crise en Argentine, le Groupe aura enregistré en 2002 une progression très satisfaisante dans les hypermarchés, en Argentine comme au Brésil ; la Colombie, le Chili et le Mexique réalisent également une bonne fin d'année. On retiendra surtout du dernier trimestre le redressement comme prévu des supermarchés au Brésil et en Argentine. En 2002, l'ensemble de la zone progresse de 7.8% à taux de changes constants, mais l'impact des baisses des devises (notamment en Argentine -68% et au Brésil -21% en moyenne sur l'année) réduit le CA de la zone de 37%. En 2002, la zone Amériques représente 8.3% du CA TTC consolidé du groupe, contre 12.9% en 2001.

- ASIE**

CHIFFRE D'AFFAIRES TTC 4EME TRIMESTRE ET ANNEE 2002

	CA T4 02 (m€)	Var (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (2)	Var à Mag. Cts (%) (1)	CA 12M 2002 (m€)	Var (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (2)	Var à Mag. Cts (%) (1)
Hypermarchés Taiwan	310	-11.0	0.0	-4.9	1 381	-5.4	1.6	-3.1
Hypermarchés Chine	308	8.4	21.1	3.4	1 194	0.9	6.1	-1.0
Hypermarchés Corée	300	-8.8	-3.9	-13.1	1 243	-0.1	1.7	-6.5
Autres pays	337	10.9	18.5	-	1 199	15.1	17.8	-
Total	1 255	-0.8	8.2	-	5 017	1.8	6.2	-

La consommation reste difficile en Asie comme en témoignent les progressions à surface comparable, notamment à Taiwan et en Corée : dans ce dernier pays, l'intensification de la concurrence au travers de nombreuses ouvertures, mais aussi les restrictions sur le crédit à la consommation décidées par de nombreuses banques en novembre pèsent sur l'évolution des ventes. En Chine, le léger recul du CA en comparable sur l'année est dû à l'impact sur le 1^{er} trimestre de l'abandon des bons d'achats, distribués par les collectivités locales et interdits par les autorités chinoises; le CA à magasins constants a progressé de 4.8% en moyenne sur les 9 derniers mois. Toutefois, les ouvertures sur la zone, en particulier la reprise de l'expansion en Chine (8 hypermarchés ouverts en 2002) permettent au groupe d'enregistrer une progression de 6.2% à taux de changes constants.

(1) Dans l'analyse des métiers par zone (ex : Hypermarchés Taiwan) 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.

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

Taux de change moyens sur la période (1 unité de ML=X euros)

	Taux moyen 1T 2002	Taux moyen 2T 2002	Taux moyen 3T 2002	Taux moyen 4T 2002	Var T4 2002 / T4 2001	Taux moyen 2002	Var 2002 / 2001
Argentine	0.5496	0.3303	0.2793	0.2806	-75.5%	0.3618	-67.8%
Brésil	0.4793	0.4351	0.3265	0.2720	-38.1%	0.3781	-21.2%
Chine	0.1391	0.1394	0.1227	0.1209	-10.5%	0.1282	-5.0%
Corée	0.8656	0.8625	0.8524	0.8225	-5.0%	0.8508	-1.8%
Taiwan	0.0326	0.0316	0.0300	0.0287	-11.1%	0.0307	-7.1%

Variation du parc de magasins intégrés sur le trimestre

	Fin 2001	Fin sept 2002	Ouvertures	Entrée de périmètre	Sorties / Cessions	Fin déc. 2002
France	175	178				178
Belgique	57	57				57
Suisse	8	8				8
République Tchèque	11	12				12
Espagne	108	110	3	2		115
Grèce	11	13				13
Italie	34	34				34
Pologne	9	12	1			13
Portugal	5	6				6
Turquie	10	10				10
Europe	253	262	4	2		268
Argentine	22	23				23
Brésil	74	78	1			79
Chili	4	4				4
Colombie	5	7	1			8
Mexique	19	22				22
Amériques	124	134	2			136
Chine	24	28	4			32
Indonésie	8	9	1			10
Japon	3	3	1			4
Corée	22	23	2			25
Malaisie	6	6				6
Singapour	1	1				1
Thaïlande	15	17				17
Taiwan	26	27	1			28
Asie	105	114	9			123
Total Hypermarchés	657	688	15	2		705
France	534	549	2		4	547
Belgique	72	73				73
Espagne	167	167	9		2	174
Grèce	128	135	7			142
Italie	173	196	2	6	1	203
Pologne	51	55				55
Turquie	3	3				3
Europe	594	629	18	6	3	650
Argentine	132	129		12		141
Brésil	131	124			16	108
Amériques	263	253		12	16	249
Total Supermarchés	1 391	1 431	20	18	23	1446
France	459	477	11		1	487
Espagne	1 649	1 680	23		3	1700
Grèce	199	204	8			212
Portugal	276	278	4		1	281
Turquie	86	119	13			132
Argentine	246	238	8			246
Brésil	17	49	18			67
Total Maxidiscompte	2 932	3 045	85		5	3125
Belgique	1	1				1
Italie	87	86				86
Europe	88	87				87
Total Proximité	88	87				87
France	127	126				126
Espagne	28	30	1			31
Italie	11	11	1			12
Europe	39	41	2			43
Total Cash and Carry	166	167	2			169
Total France	1 295	1 330	13		5	1338
Total Europe	3 183	3 300	72	8	7	3373
Total Amériques	650	674	28	12	16	698
Total Asie	105	114	9			123
Total Zones	5 233	5 418	122	20	28	5532

- Rappel des progressions de l'année

Progression du CA TTC en euro (%)

	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	12 mois
Hypermarchés France	1.0	-0.4	2.5	1.7	1.2
Supermarchés France	5.2	3.2	4.8	4.5	4.4
Hard discount France	6.5	2.6	6.8	8.3	6.0
Hypermarchés Espagne	-4.8	-1.7	6.6	6.1	1.8
Hard discount Espagne	4.6	7.2	4.8	4.7	5.4
Supermarchés Espagne	0.9	-4.0	-3.5	2.5	-1.2
Hypermarchés Italie	7.9	4.0	5.6	3.0	5.0
Supermarchés Italie	12.5	9.1	13.5	13.3	12.1
Hypermarchés Belgique	6.9	4.4	4.9	2.7	4.6
Hypermarchés Brésil	-0.7	-1.0	-13.3	-27.9	-10.8
Hypermarchés Argentine	-48.5	-68.5	-71.1	-71.0	-64.9
Supermarchés Argentine	-58.6	-75.6	-76.3	-74.3	-71.2
Supermarchés Brésil	-19.0	-20.3	-31.4	-40.3	-31.7
Hypermarchés Taiwan	0.4	-2.3	-8.7	-11.0	-5.4
Hypermarchés Chine	-7.1	3.1	2.8	8.4	0.9
Hypermarchés Corée	20.0	-2.7	-5.9	-8.8	-0.1
FRANCE	1.6	0.3	2.4	2.8	1.8
EUROPE HORS FRANCE	6.6	5.2	8.5	7.0	6.9
AMERIQUES	-24.4	-35.9	-42.3	-43.8	-37.0
ASIE	5.6	4.2	-1.4	-0.8	1.8
GROUPE	-0.2	-2.8	-1.5	-1.7	-1.6

Progression du CA TTC à taux de change constants (%)

	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	12 mois
Hypermarchés France	1.0	-0.4	2.5	1.7	1.2
Supermarchés France	5.2	3.2	4.8	4.5	4.4
Hard discount France	6.5	2.6	6.8	8.3	6.0
Hypermarchés Espagne	-4.8	-1.7	6.6	6.1	1.8
Hard discount Espagne	4.6	7.2	4.8	4.7	5.4
Supermarchés Espagne	0.9	-4.0	-3.5	2.5	-1.2
Hypermarchés Italie	7.9	4.0	5.6	3.0	5.0
Supermarchés Italie	12.5	9.1	13.5	13.3	12.1
Hypermarchés Belgique	6.9	4.4	4.9	2.7	4.6
Hypermarchés Brésil	11.1	13.7	17.0	17.2	14.7
Hypermarchés Argentine	1.9	10.0	16.3	18.7	11.7
Supermarchés Argentine	-18.5	-15.1	-4.6	4.9	-8.6
Supermarchés Brésil	-9.4	-8.1	-7.4	-3.1	-12.5
Hypermarchés Taiwan	2.6	6.0	-1.4	0.0	1.6
Hypermarchés Chine	-12.7	8.7	13.5	21.1	6.1
Hypermarchés Corée	18.1	-1.0	-4.1	-3.9	1.7
FRANCE	1.6	0.3	2.4	2.8	1.8
EUROPE HORS FRANCE	6.2	5.4	8.6	7.3	6.9
AMERIQUES	0.5	4.8	11.0	16.9	7.8
ASIE	3.7	7.9	5.0	8.2	6.2
GROUPE	3.0	3.0	5.6	6.3	4.5

Progression du CA TTC à magasins constants en monnaie locale (%)

	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	12 mois
Hypermarchés France	1.0	-0.6	1.9	0.9	0.9
Supermarchés France	3.3	0.5	1.3	1.7	1.6
Hard discount France	3.4	-1.3	1.9	3.2	1.8
Hypermarchés Espagne	0.5	3.6	7.2	2.9	3.6
Hard discount Espagne	2.3	4.2	1.9	1.6	2.5
Supermarchés Espagne	2.9	-0.2	-0.2	1.3	0.9
Hypermarchés Italie	4.0	0.8	3.4	2.6	2.7
Supermarchés Italie	5.4	2.1	4.8	3.2	3.8
Hypermarchés Belgique	9.8	6.8	6.4	2.7	6.2
Hypermarchés Brésil	8.9	11.2	10.4	11.5	10.5
Hypermarchés Argentine	0.7	6.8	12.9	14.9	8.8
Supermarchés Argentine	-18.7	-13.6	-3.0	4.8	-7.8
Supermarchés Brésil	-24.3	-18.2	-4.2	15.4	-7.8
Hypermarchés Taiwan	-0.2	-2.6	-4.7	-4.9	-3.1
Hypermarchés Chine	-12.9	7.3	3.8	3.4	-1.0
Hypermarchés Corée	4.8	-5.9	-10.0	-13.1	-6.5

- VENTES TTC DE L'ANNEE 2002 PAR PAYS

	Ventes 2002 (m€)	Ventes 2001 (m€)	Var. (%)	Var. à taux de change constants (%)
France	39 147.2	38 449.0	1.8	1.8
Espagne	11 108.1	10 794.8	2.9	2.9
Italie	5 900.7	5 452.9	8.2	8.2
Belgique	4 446.0	4 215.4	5.5	5.5
Grèce	1 612.5	1 396.5	15.5	15.5
Portugal	957.3	872.2	9.8	9.8
Pologne	827.1	663.1	24.7	31.6
Suisse	505.0	454.1	11.2	8.2
Turquie	497.0	415.3	19.7	23.9
Rép. Tchèque / Slovaquie	413.3	316.6	30.6	18.6
Europe	26 267.0	24 580.9	6.9	6.9
Brésil	3 666.0	4 316.9	-15.1	9.2
Argentine	1 519.7	4 606.1	-67.0	5.3
Mexique	729.9	786.8	-7.2	2.6
Colombie	295.2	228.5	29.2	45.7
Chili	135.2	139.3	-3.0	11.1
Amériques	6 346.0	10 077.8	-37.0	7.8
Taiwan	1 381.0	1 460.3	-5.4	1.6
Corée	1 242.9	1 243.7	-0.1	1.7
Chine	1 194.3	1 184.2	0.9	6.1
Thaïlande	416.4	349.5	19.1	21.8
Malaisie	225.9	242.5	-6.8	-1.7
Indonésie	313.2	202.7	54.5	48.6
Japon	156.9	161.0	-2.5	6.1
Singapour	86.0	85.6	0.5	6.0
Asie	5 016.6	4 929.4	1.8	6.2
Groupe	76 776.7	78 037.1	-1.6	4.5