

2006 : Accélération du rythme de croissance

- CHIFFRE D'AFFAIRES : + 6,6%
- RESULTAT OPERATIONNEL AVANT AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS* : + 5,7%
- RESULTAT NET DES ACTIVITES POURSUIVIES PART DU GROUPE : + 3,3%
(avant impact des sociétés cédées)
- DIVIDENDE : fixé à 1,03 euros par action**

Le Conseil de Surveillance de Carrefour, réuni le 7 mars 2007 a examiné les comptes consolidés de l'exercice 2006, arrêtés par le Directoire lors de sa séance du 27 février 2007.

Le Directoire a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires un dividende de 1,03 euro par action au titre de l'exercice 2006, soit une croissance de 3% par rapport au montant versé au titre de l'exercice 2005. Ce dividende sera mis en paiement à partir du 4 mai 2007.

Compte de résultat consolidé			
<i>(en millions d'euros)</i>	2006	2005	Variation
Chiffre d'affaires hors taxes	77 901	73 060	+6,6%
Résultat Opérationnel avant amortissements*	4 845	4 582	+5,7%
Résultat Opérationnel*	3 258	3 152	+3,4%
<i>Marge opérationnelle*</i>	4,2%	4,3%	
Résultat net des Activités Poursuivies PdG	1 857	1 798	+3,3%
Résultat net Part du Groupe	2 268	1 436	+ 58%

* avant éléments non courants

** sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale

1 Nos objectifs principaux 2006 ont été atteints

Mobilisés autour des deux axes de notre stratégie, clients et croissance, nous avons atteint nos objectifs en 2006 :

- ▣ les ventes hors taxes sont en hausse de 6,6% à changes courants et 6,4% à changes constants, soit une croissance de plus de 2 points supérieure à celle enregistrée en 2005 et en 2004,
- ▣ une progression de nos parts de marché en alimentaire a été enregistrée pour la 2ème année consécutive en France (+0,5% selon TNS Worldpanel),
- ▣ la création de 1,4 million de m² correspondant à l'ouverture de près de 1000 points de ventes, dont 103 hypermarchés, soit plus du double des ouvertures réalisées en 2004.

Nous avons continué à mettre en œuvre les piliers de notre stratégie :

- ▣ nous renforçons notre politique promotionnelle et de prix bas, dans un environnement en Europe qui reste marqué par la faible croissance de la consommation alimentaire et par la déflation,
- ▣ nous enrichissons constamment nos assortiments et nos services,
- ▣ nous renforçons l'efficacité et la notoriété de notre marque dans tous les pays où nous sommes présents.

2 Toutes les zones géographiques contribuent à la croissance

Répartition géographique du chiffre d'affaires hors taxes			
En millions d'euros	2006	2005	Variation
France	37 212	35 577	+ 4,6%
Europe (hors France)	29 850	28 102	+ 6,2%
Amérique Latine	5 928	5 075	+ 16,8 %
Asie	4 911	4 306	+ 14,0%
Total Groupe	77 901	73 060	+ 6,6%



Toutes les zones géographiques contribuent à la croissance du chiffre d'affaires.

A noter : la croissance du Groupe à magasins comparables hors carburant s'accélère, et passe de 0% sur 2004 et 2005 à + 1,1% sur 2006.

③ Le résultat opérationnel avant amortissements, provisions et éléments non courants progresse de 5,7%

Le résultat opérationnel avant amortissements, provisions et éléments non courants progresse de 5,7%, une progression proche de celle des ventes.

L'accélération de notre programme d'expansion a entraîné mécaniquement une hausse des coûts d'actifs (loyers et amortissements). Le résultat opérationnel du Groupe avant éléments non courants s'inscrit à + 3,4%, à 3 258m€, contre une baisse de 2,9% en 2005.

Résultat opérationnel avant éléments non courants			
En millions d'euros	2006	2005	Var.
CA hors taxes	77 901	73 060	+6,6%
Marge des Activités Courantes	17 740	16 569	+7,1%
<i>Marge des Activités Courantes en % du CA</i>	22,8%	22,7%	
Frais généraux	12 895	11 986	+7,6%
Résultat opérationnel avant amortissements et éléments non courants	4 845	4 582	+5,7%
Amortissements et provisions	1 587	1 430	+ 11,0%
Résultat Opérationnel (avant éléments non courants)	3 258	3 152	+3,4%

→ La marge des activités courantes du Groupe est en hausse, résultat d'un meilleur mix de marge et d'une amélioration des coûts logistiques compensant les investissements prix. L'année 2006 est marquée une nouvelle fois par une maîtrise de nos coûts de distribution, alors même que nous avons renforcé nos moyens sur la surface de vente.

Répartition géographique du résultat opérationnel (avant éléments non courants)			
En millions d'euros	2006	2005	Variation
France	1 718	1 713	+ 0,3%
Europe (hors France)	1 208	1 145	+ 5,5%
Amérique Latine	161	133	+ 21,8%
Asie	171	162	+ 5,4%
Total Groupe	3 258	3 152	+ 3,4%

→ Toutes les zones géographiques contribuent à la croissance du résultat opérationnel (avant éléments non courants).

④ Le Résultat net des activités poursuivies part du Groupe augmente de 3,3%

La cession des activités insuffisamment rentables a conduit à un produit exceptionnel non récurrent de 412 m€, pour grande partie lié à la cession de nos activités en Corée. Ce produit, contre une perte de 362 m€ en 2005, entraîne une augmentation du résultat net part du Groupe de 58% à 2 268 m€.

Résultats consolidés			
En millions d'euros	2006	2005	Variation
Résultat opérationnel*	3 258	3 152	+ 3,4%
Produits et charges non courants	15,9	(20,8)	Na
EBIT (Résultat Opérationnel après éléments non courants)	3 274	3 132	+ 4,6%
Frais financiers	(480)	(450)	+ 6,6%
Impôts	(810)	(785)	+ 3,2%
Taux d'IS	29,0%	29,3%	
Intérêts Minoritaires	(163)	(150)	+ 9,2%
Mises en équivalence	36	51	(29,2%)
Résultat net des Activités poursuivies, PdG	1 857	1 797	+ 3,3%
Impacts sociétés cédées	412	(362)	
Résultat net Part du Groupe	2 268	1 436	+ 58%

➡ La hausse des taux d'intérêt et l'augmentation de la dette financière moyenne du Groupe expliquent en grande partie la hausse des charges financières cette année, qui progressent de 6,6%. Le taux d'imposition reste globalement stable par rapport à l'exercice 2005, à hauteur de 29%. Notre bilan et nos ratios financiers sont solides, avec une réduction de la dette nette fin d'année de 481 m€.

La solidité de nos cash flows nous a permis en 2006 d'autofinancer les 3,4 milliards d'euros d'investissements opérationnels, en hausse de 11% par rapport à 2005.

* avant éléments non courants

5 2007 – 2008 : les leviers de croissance

Sur les marchés matures de la distribution alimentaire en Europe, les taux de croissance sont faibles et l'environnement déflationniste. Dans ce contexte, nous nous appuyons sur les trois leviers de croissance suivants :

▣ **Convergence des enseignes et renforcement de la marque Carrefour :**

- Suite aux expériences réussies en Espagne et au Brésil en 2006 avec les nouveaux formats Carrefour Express et Carrefour Bairro, nous accélérons la convergence des enseignes et la refonte de la marque propre Carrefour.
- En 2007, nous comptons étendre cette convergence à la Turquie, à la Belgique, à la Pologne et à l'Argentine.

▣ **Evolution de notre modèle commercial alimentaire et non alimentaire**, afin de garantir à nos clients une offre élargie correspondant mieux à leurs attentes, une meilleure disponibilité des produits et un meilleur confort d'achat. Cette évolution commerciale doit permettre de dégager des moyens supplémentaires pour baisser nos prix et accroître le pouvoir d'achat de nos clients.

▣ **Accélération du développement sur les marchés de croissance :**

- Nous ouvrirons à nouveau au moins 1,5 million de m² cette année.
- La croissance de la surface de vente hors France, Italie, Belgique et Espagne représentera environ 1 million de m² en 2007.
- Nous nous attachons également à préparer des relais de croissance dans de nouveaux pays à fort potentiel comme la Russie et l'Inde.

Objectifs 2007 / 2008

▣ **Chiffre d'affaires 2007 - 2008 :**

- Dans le contexte concurrentiel actuel, nous prévoyons une croissance du chiffre d'affaires à changes constants supérieure ou égale en 2007 à celle de 2006.
- Pour 2008, nos réalisations 2006, comme nos prévisions 2007, nous permettent de maintenir une ambition de progression du chiffre d'affaires de l'ordre de 10%
- Pour 2007 et 2008, dans les deux cas, la réalisation de ces objectifs passe par un niveau nécessaire d'acquisitions tactiques.

▣ **Résultats 2007 - 2008 :**

- En 2007, la croissance du résultat opérationnel (avant éléments non courants) sera inférieure à celle des ventes, conséquence directe de notre détermination à consolider notre leadership par des prix bas, et de la poursuite de notre programme d'expansion
- Pour 2008, une progression du résultat opérationnel en ligne avec le chiffre d'affaires reste notre objectif. Toutefois, il dépendra du jeu concurrentiel et de la politique prix qu'il imposera, notamment en France. Nous privilégierons le chiffre d'affaires et les parts de marché au résultat.

Publication du Chiffre d'Affaires du 1^{er} trimestre 2007 : **11 avril 2007**

Assemblée Générale des Actionnaires :

L'assemblée générale ordinaire et extraordinaire sera convoquée pour le vendredi 20 avril 2007 à 14 heures au siège social. Dans l'hypothèse très probable où le quorum nécessaire ne sera pas atteint, l'assemblée sera convoquée une seconde fois pour le lundi 30 avril 2007 à 9 heures 30, au Carrousel du Louvre, 99 rue de Rivoli à Paris (75001).