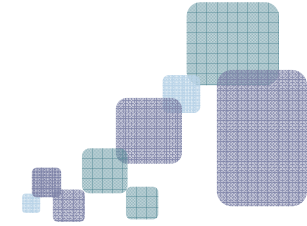




Chiffre d'affaires T2 2008 - 9 juillet 2008

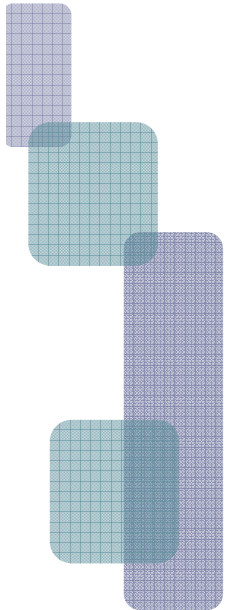
Une croissance solide dans un environnement de consommation difficile

- ▶ Croissance soutenue du CA au S1 et au T2 2008
- ▶ Résultat opérationnel en hausse d'au moins 5% au S1 2008
- ▶ Accélération de notre plan d'actions opérationnel au S2 2008



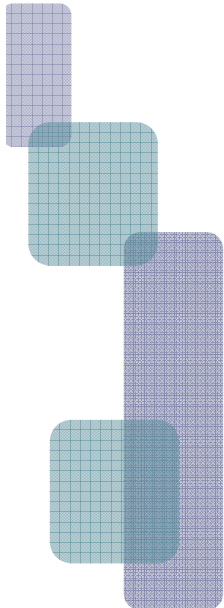
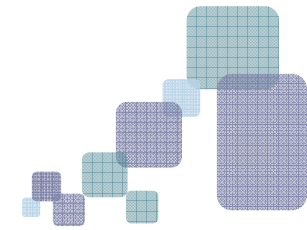
Chiffres-clefs

- ▶ CA en hausse de +8,6% à changes constants au S1 et +6,7% au T2 2008
- ▶ Fort dynamisme des formats de proximité en France
- ▶ Croissance soutenue en Espagne (+8,3%)
- ▶ Solides performances des marchés de croissance (+21,8%)
- ▶ Sous-performance des hypermarchés en France (-2,4% à magasins comparables)

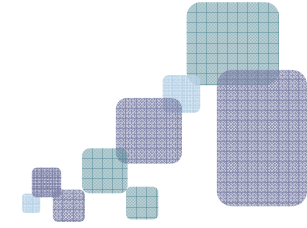


Un environnement de consommation en mutation

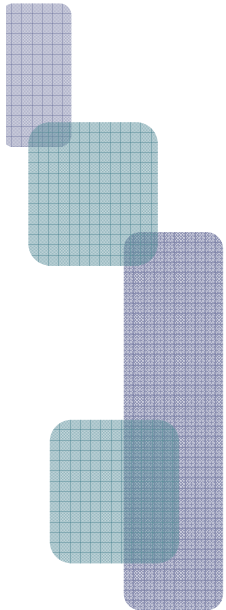
- ▶ Volatilité sans précédent de nos marchés, principalement en Europe de l'Ouest
- ▶ Changement des modes de consommation : des clients qui consomment moins en non-alimentaire et différemment en alimentaire
- ▶ Baisse des volumes de marques nationales, hausse des volumes de nos marques propres



De nouvelles opportunités dans l'environnement actuel

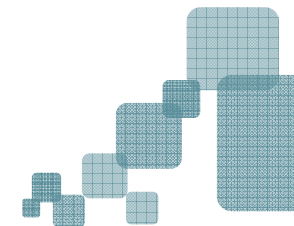


- ▶ Notre stratégie multi-format mono-enseigne porte ses fruits
- ▶ Une demande croissante de nos marques propres
- ▶ Une performance soutenue de nos marchés de croissance
- ▶ La puissance de nos marques, nos formats, nos parts de marché et l'immobilier





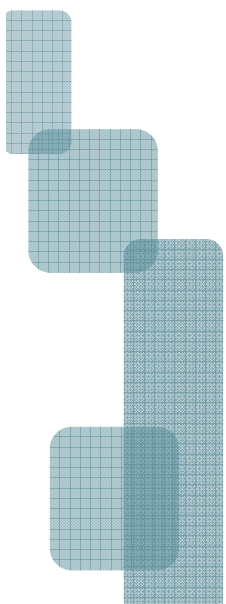
 **Chiffres détaillés**

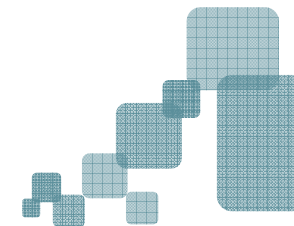


Répartition du chiffre d'affaires par zone

- Une croissance soutenue du CA à +6,7% au T2 2008 à changes constants

	CA TTC (m€)	Mag. comp (%)	Expansion (%)	Total à tx chge const (%)	Impact monnaies (%)	Total (%)
France	10 455	0,8	-0,3	0,5	0,0	0,5
Europe hors Fce	8 869	1,0	6,4	7,4	0,0	7,4
Am. latine	2 956	13,2	15,8	29,0	-1,6	27,4
Asie	1 441	1,0	11,3	12,3	-8,2	4,1
TOTAL	23 721	2,2	4,5	6,7	-0,7	6,0

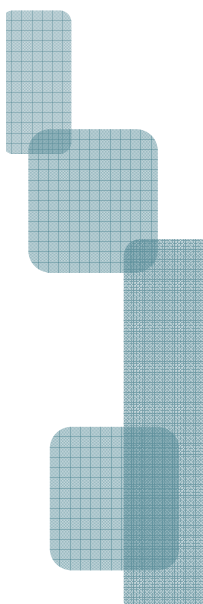




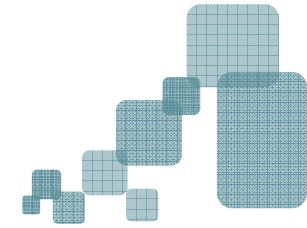
Répartition du chiffre d'affaires par zone

- Croissance soutenue du CA à + 8,6% au S1 2008 à changes constants

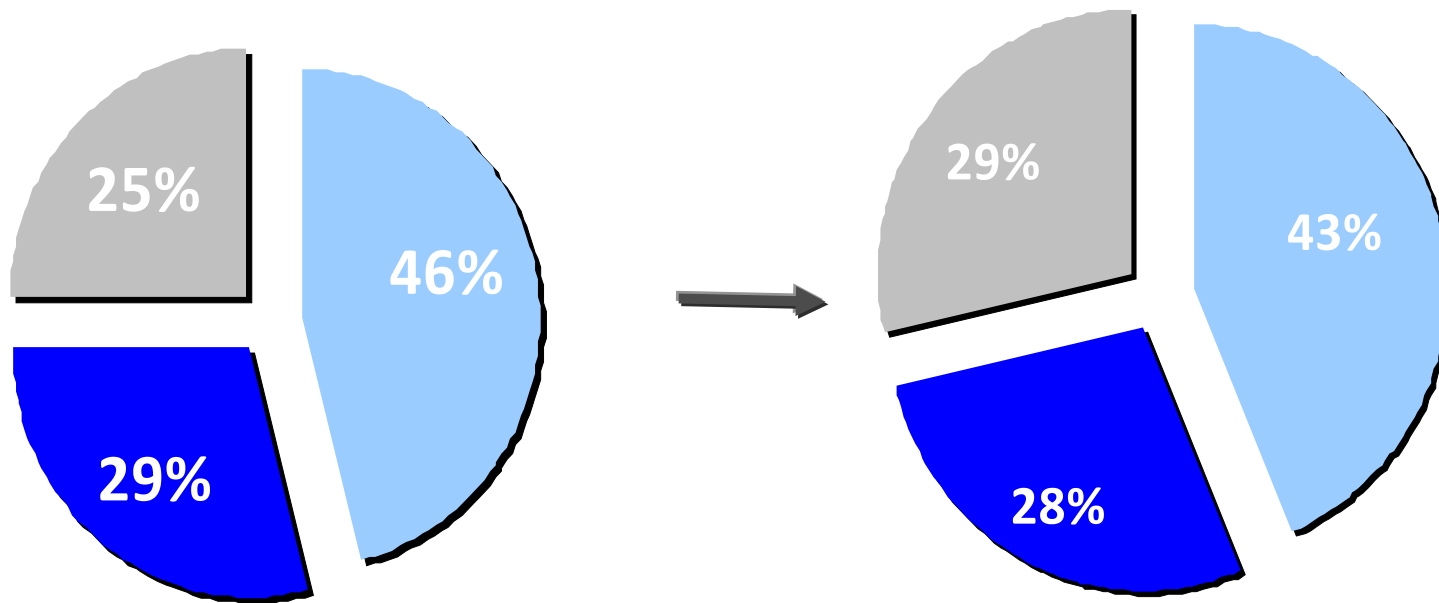
	CA TTC (m€)	Mag. comp (%)	Expansion (%)	Total à tx chge const (%)	Impact monnaies (%)	Total (%)
France	20 562	1,7	-0,2	1,5	0,0	1,5
Europe hors Fce	17 440	1,6	6,3	7,9	0,2	8,1
Am. latine	5 793	14,2	25,7	39,9	-0,3	39,6
Asie	3 301	5,2	11,2	16,4	-8,2	8,2
TOTAL	47 096	3,1	5,5	8,6	-0,6	8,0



Une contribution accrue des marchés de croissance



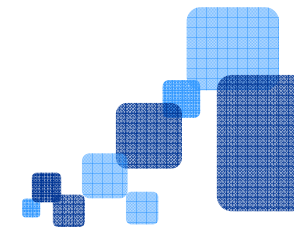
Répartition du CA S1 2008 vs. S1 2007



■ France ■ Europe hors France ■ Marchés de croissance

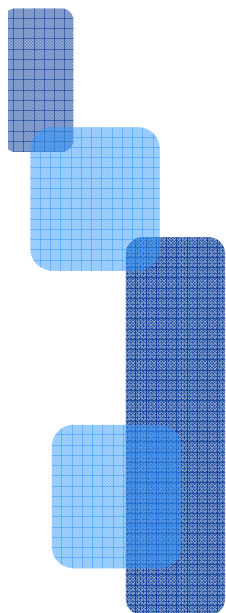


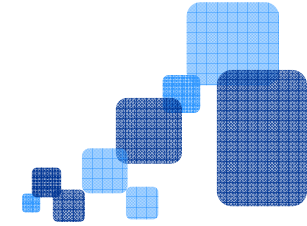
 **Notre plan d'actions**



➤ Nos priorités

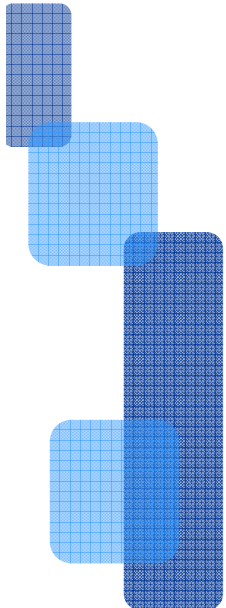
- Maintien de la stratégie, adaptation à l'environnement
- Une accélération de notre plan d'actions opérationnel
- Des priorités claires pour nous permettre d'atteindre nos objectifs
- Création de valeur pour nos actionnaires

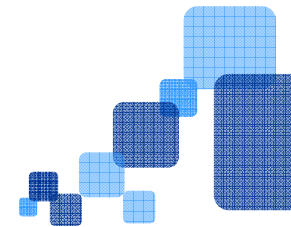




Notre plan d'actions

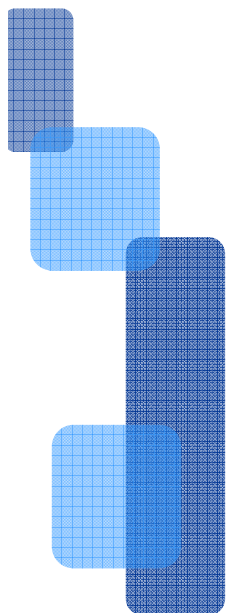
- Intensification du plan commercial et de l'activité promotionnelle dans les hypermarchés en France
- Accélération du déploiement de notre nouvelle enseigne Carrefour Market
- Accélération des ouvertures sur les marchés de croissance
- Accélération du programme de réduction des coûts et sélectivité accrue dans l'allocation des capitaux
- Utilisation de Carrefour Property comme un outil opérationnel de gestion de notre patrimoine

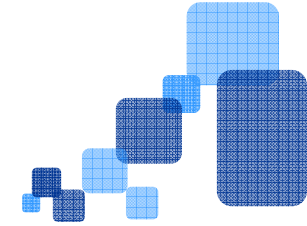




➤ Hypermarchés France : notre plan d'actions

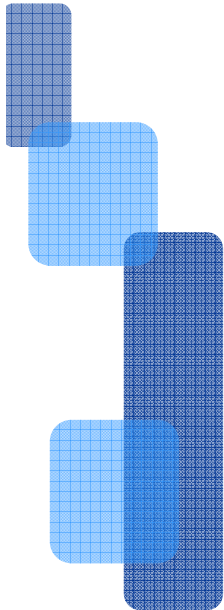
- Pour répondre à une demande croissante de promotions de la part de nos clients
- Intensifier l'activité commerciale et l'activité promotionnelle des hypermarchés en France de manière à :
 - Regagner des clients en zone de chalandise « tertiaire »
 - Capitaliser sur nos leviers commerciaux (marque propre, prix, promotions)
 - Regagner les parts de marché perdues en France
- En s'appuyant sur le succès de nos campagnes commerciales en Espagne





➤ Convergence : notre plan d'actions

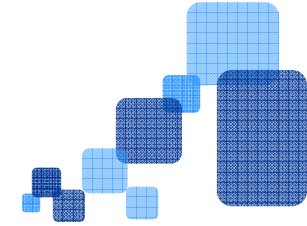
- Accélération du déploiement de notre nouvelle enseigne Carrefour Market
- Environ 150 magasins transformés entre septembre et décembre 2008
- Bonne performance à l'issue de la seconde vague de tests
- Bénéfices estimés à 200M€ à minima
- Déploiement de nos MDD Carrefour dans nos magasins Champion avant la fin du processus de transformation : 80% des MDD Champion remplacées par des MDD Carrefour d'ici la fin de l'année 2008





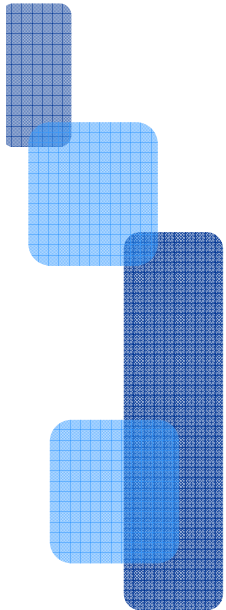
Marchés de croissance : notre plan d'actions

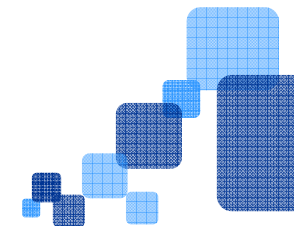
- ▶ Accélération des ouvertures sur les marchés de croissance
 - ▶ Brésil : 12 nouveaux magasins Atacadao en 2008, et déjà 20 nouveaux sites programmés pour 2009 - 2010
 - ▶ Taïwan : 11 nouveaux hypermarchés
 - ▶ Colombie : 16 nouveaux hypermarchés
 - ▶ Chine : 20 nouveaux hypermarchés



Capex et coûts : notre plan d'actions

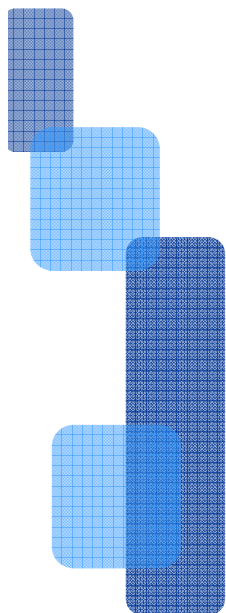
- Accélération du programme de réduction des coûts et sélectivité accrue dans l'allocation des capitaux
 - Gel de certains élargissements et de grands remodellings
 - Réallocation des capitaux au profit des formats et des marchés de croissance
 - Réévaluation de tous les coûts non directement liés à l'accroissement des ventes ou à l'expansion





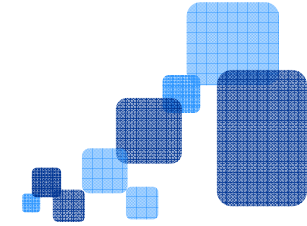
Carrefour Property : notre plan d'actions

- › Capitaliser sur le levier de l'immobilier
 - › Carrefour Property : 4,1 millions de m² dont 1,5 million pour les hypermarchés France
 - › Analyser systématiquement les opportunités de réallocation d'une partie des surfaces des hypermarchés
 - › Identifier toutes les opportunités d'ouvrir davantage de petits formats
 - › Externaliser de la valeur, en fonction des conditions de marché





Conclusion



Conclusion

▶ Nos objectifs

- ▶ Croissance du CA 2008 de 7% à changes constants
- ▶ Croissance du résultat opérationnel avant éléments non courants globalement en ligne avec celle des ventes
- ▶ Génération de 1,5 Md d'euros de cash flow libre opérationnel en 2008

- ▶ Priorité à l'atteinte de ces objectifs, même dans un environnement difficile, et à la création de valeur pour nos actionnaires

