

CARREFOUR

Ventes TTC du 1^{er} semestre 2001 en hausse de + 8.7%

Les performances du 1^{er} semestre 2001 sont en ligne avec les prévisions du groupe en début d'année et permettent de confirmer l'objectif de 8% de croissance du chiffre d'affaires sur 2001, malgré un ralentissement prévisible de l'activité au Brésil.

Au 2^{ème} trimestre, le groupe a enregistré en France et en Europe une amélioration des progressions d'activité par rapport au 1^{er} trimestre, en Amérique latine une baisse du chiffre d'affaires compte tenu des premiers effets de la crise énergétique au Brésil, et en Asie une progression toujours sensible.

Le chiffre d'affaires TTC du 2^{ème} trimestre 2001 atteint 19.2 milliards d'euros, en hausse de 8.2%. Pour l'ensemble du premier semestre, le chiffre d'affaires TTC atteint 37.6 milliards d'euros, en hausse de 8.7% (*).

- Progression du CA par zone

A taux de changes constants, la progression du 2^{ème} trimestre atteint 9.0%, la progression du 1^{er} semestre atteint 9.2%. A périmètre constant, la progression du CA TTC du 2^{ème} trimestre 2001 est de 3.4%, la progression du CA TTC du 1^{er} semestre est de 3.8%. Les progressions par zone s'établissent comme suit :

	CA 2T 2001 (m€)	CA 2T 2000 (m€)	Var sur 2T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Pér. Ct (%) (2)
France	9 464	9 302	+ 1.7	+ 1.7	+ 4.5
Europe Hors France	5 968	4 587	+ 30.1	+ 30.0	+ 6.0
Amériques	2 604	2 813	- 7.4	- 3.5	- 7.4
Asie	1 128	1 009	+ 11.7	+ 15.3	+ 11.7
Groupe	19 163	17 711	+ 8.2	+ 9.0	+ 3.4

	CA 1S 2001 (m€)	CA 1S 2000* (m€)	Var. sur 1S 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Pér. Ct (%) (2)
France	18 482	18 190	+ 1.6	+ 1.6	+ 4.2
Europe Hors France	11 575	8 913	+ 29.9	+ 30.0	+ 5.7
Amériques	5 140	5 425	- 5.3	- 3.1	- 5.3
Asie	2 388	2 052	+ 16.4	+ 18.1	+ 16.4
Groupe	37 585	34 580	+ 8.7	+ 9.2	+ 3.8

Une synthèse des évolutions des taux de changes et de l'évolution du parc de magasins entre fin décembre 2000 et fin juin 2001 est donnée en page 6.

() Compte tenu d'un retraitement effectué sur le CA du 1^{er} T qui incluait par erreur l'activité de supermarchés et magasins de proximité à céder en Italie. Les progressions du 1^{er} T ont ainsi été corrigées à 9.2% en réel (vs 9.6% publié), 9.3% à taux de changes constants (vs 9.7%) et 4.3% à périmètre constant (vs 4.7%).*

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution de la période 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, de GB en Belgique et de Maus en Suisse.*
- *En Amériques, les activités des magasins cédés au Brésil.*

- **France : les hypermarchés sont en ligne avec les prévisions, les supermarchés et le maxi-discount continuent d'enregistrer de bonnes performances.**

	CA 2T 2001 (m€)	Var. sur 2T 2000 (%)	Var à Mag Cts (%) (2)
Hypermarchés France	5 063	- 0.7	+ 0.6
Supermarchés France	1 888	+ 4.1	+ 4.0
Maxidiscount France	439	+ 13.1	+ 11.4
Autres Formats France	2 074	+ 3.5	Ns
Total France	9 464	+ 1.7	Ns

	CA 1S 2001 (m€)	Var. sur 1S 2000 (%)	Var à Mag Cts (%) (2)
Hypermarchés France	9 970	- 0.8	+ 0.7
Supermarchés France	3 637	+ 3.4	+ 3.0
Maxidiscount France	849	+ 12.2	+ 10.5
Autres Formats France	4 025	+ 4.0	Ns
Total France	18 482	+ 1.6	Ns

L'effet calendaire est neutre dans les hypermarchés et estimé à +0.1% dans les supermarchés sur le 2^{ème} trimestre 2001.

A magasins constants, le CA en hypermarchés est en progression de + 0.6% sur le trimestre ou + 1.1% hors essence. Du fait des cessions de magasins en début d'année, le CA total est en recul de - 0.7% ou - 0.2% hors essence. Comme prévu, l'activité s'est progressivement améliorée sur le trimestre. Les investissements prix engagés depuis mars et surtout depuis mai ont atténué la performance des magasins mais permettent de retrouver une forte compétitivité qui devrait se traduire dans le chiffre d'affaires des mois à venir.

Les ruptures de stocks en magasins sont désormais résorbées en alimentaire et le seront complètement au troisième trimestre en non-alimentaire. Enfin, le groupe termine la mise en place des systèmes d'information de front office et de gestion commerciale dans les nouveaux Carrefour, et la mixité des équipes de direction (anciennes équipes de Carrefour et de Continent) dans les magasins.

Les plans d'actions se poursuivent afin de regagner au deuxième semestre une dynamique commerciale forte : développement des cartes de fidélité, mix marchandises, positionnements prix, catalogues, etc...

Dans les supermarchés, les deux derniers mois du trimestre ont connu une progression sensible des ventes, compte tenu d'une base déjà forte en 2000 et malgré des réinvestissements prix également importants dans le réseau de magasins intégré.

Enfin le hard-discount maintient une croissance forte, soutenue par l'augmentation du panier moyen.

Les autres métiers - logistique et cash and carry principalement - progressent de 3.5% sur le trimestre.

(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.

- **Europe : léger mieux en Espagne, bonnes performances de l'Italie et succès des changements d'enseignes en Belgique.**

	CA 2T 2001 (m€)	Var. sur 2T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Espagne	1 608	- 0.4	- 0.4	- 2.7
Maxidiscompte Espagne	594	+ 8.3	+ 8.3	+ 4.8
Hypermarchés Italie	571	+ 5.9	+ 5.9	+ 5.0
Supermarchés Italie	445	+ 1.8	+ 1.8	+ 5.9
Hypermarchés Belgique	545	-	-	+ 5.7
Autres formats / pays	2 205	+ 52.3	+ 52.1	Ns
Total Europe	5 968	+ 30.1	+ 30.0	Ns

	CA 1S 2001 (m€) (*)	Var. sur 1S 2000 (%) (*)	Var à Tx Chg Ct (%) (1) (*)	Var à Mag. Cts (%) (2) (*)
Hypermarchés Espagne	3 176	- 0.6	- 0.6	- 2.8
Maxidiscompte Espagne	1 158	+ 9.1	+ 9.1	+ 5.1
Hypermarchés Italie	1 100	+ 3.9	+ 3.9	+ 3.3
Supermarchés Italie	862	+ 1.3	+ 1.3	+ 5.6
Hypermarchés Belgique	1 074	-	-	+ 4.8
Autres formats / pays	4 205	+ 53.0	+ 53.5	Ns
Total Europe	11 575	+ 29.9	+ 30.0	Ns

La performance des hypermarchés en Espagne s'est progressivement redressée sur le trimestre après un mois d'avril difficile - mais se comparant à une forte progression en avril 2000. Les résultats par secteur montrent des signes encourageants sur la fin du trimestre avec une amélioration des performances en textile et en épicerie dans l'ancien périmètre Pryca et en Electronique/TV/Son dans l'ancien périmètre Continente. L'ensemble des magasins proposent désormais la carte de fidélité Club Carrefour. Les efforts se poursuivent dans la dynamique commerciale, en particulier dans le positionnement prix de la marque propre Carrefour.

Le maxi-discompte en Espagne maintient une forte progression, grâce en particulier à une augmentation du panier moyen.

Les hypermarchés en Italie réalisent une progression de chiffre d'affaires de 5.0% à surface comparable (vs +1.5% au 1^{er}T), reflétant une hausse sensible du nombre de clients et du panier moyen. Les supermarchés réalisent également une bonne performance à + 5.9% à magasins constants.

En Belgique, 17 hypermarchés sont passés sous l'enseigne Carrefour au 30 mai comme prévu et réalisent depuis les changements des progressions significatives en nombre de clients et en panier moyen; 25 autres hypermarchés sont actuellement en travaux. La carte Pass a été lancée au début du mois de mai : 16 stands financiers sont ouverts à ce jour.

Dans les autres pays d'Europe, les progressions de chiffre d'affaires restent élevées et à un niveau comparable à celles du premier trimestre.

(*) Compte tenu d'un retraitement effectué sur le CA du 1^{er} T qui incluait par erreur l'activité de supermarchés et magasins de proximité à céder en Italie. Les progressions du 1^{er} T en Europe ont ainsi été corrigées à 29.6% en réel (vs 30.5% publié), 30.0% à taux de changes constants (vs 30.7%) et 5.3% à périmètre constant (vs 6.6%).

(1) Les variations à taux de changes constants reprennent l'évolution de la période 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.

- **Amériques : ralentissement au Brésil, poursuite des tendances négatives en Argentine**

	CA 2T 2001 (m€)	Var. sur 2T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Brésil	837	- 16.4	- 0.9	- 4.0
Hypermarchés Argentine	469	- 10.4	-16.1	- 16.1
Supermarchés Argentine	677	+2.4	- 4.1	- 5.2
Autres formats / pays	622	-1.1	+3.4	Ns
Total Amériques	2 604	-7.4	- 3.5	Ns

	CA 1S 2001 (m€)	Var. sur 1S 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Brésil	1 711	- 11.5	- 0.6	- 4.0
Hypermarchés Argentine	916	- 12.0	-17.6	- 17.6
Supermarchés Argentine	1 308	+ 1.0	- 5.4	- 6.1
Autres formats / pays	1 204	+ 4.4	+ 8.2	Ns
Total Amériques	5 140	-5.3	- 3.1	Ns

Au Brésil, le chiffre d'affaires a été impacté par les économies d'énergie imposées à partir de fin mai aux particuliers et aux entreprises, destinées à économiser 20% à 25% de la consommation électrique du pays par rapport à 2000. Les secteurs des produits surgelés et Electronique/TV/Son ont été les plus touchés. La crise énergétique devrait entraîner une poursuite du ralentissement de la consommation sur le deuxième semestre. La crise a également un effet négatif sur la parité de change real/euro.

Les hypermarchés en Argentine, comme les supermarchés, enregistrent une moindre baisse d'activité sur le 2^{ème} trimestre que sur le 1^{er} trimestre, mais la situation devrait demeurer difficile à court terme pour la consommation dans le pays.

Les autres pays/formats enregistrent une moindre croissance qu'au premier trimestre, le Chili et les supermarchés au Brésil enregistrant un ralentissement de leurs ventes alors que le Mexique et la Colombie restent bien orientés.

(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 : malgré le ralentissement à Taiwan et l'impact des taux de changes, la performance de la zone reste élevée**

	CA 2T 2001 (m€)	Var. sur 2T 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Taiwan	335	-4.6	-2.8	-1.6
Autres pays	793	+ 20.4	+ 24.9	Ns
Total	1 128	+ 11.7	+ 15.3	Ns

	CA 1S 2001 (m€)	Var. sur 1S 2000 (%)	Var à Tx Chg Ct (%) (1)	Var à Mag. Cts (%) (2)
Hypermarchés Taiwan	709	- 1.6	- 1.4	-1.7
Autres pays	1 679	+ 26.2	+28.7	Ns
Total	2 388	+ 16.4	+ 18.1	Ns

Globalement, la performance de la zone est affectée par la baisse des taux de change sur le trimestre.

Comme attendu, le ralentissement se poursuit à Taiwan, la baisse du panier moyen n'étant pas compensée par une hausse du nombre de clients. Les hypermarchés en Corée ont amélioré leur performance au cours du trimestre et l'activité reste soutenue en Chine.

Les autres pays de la zone enregistrent de bonnes performances, notamment en gain de clients en Thaïlande et en Indonésie sur la fin du 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.

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

	Taux 1T2001	Var/1T2000	Taux 2T2001	Var/2T2000	Taux 1S 2001	Var/1S2000
Argentine	1.0829	6.8%	1.1458	6.8%	1.1144	6.8%
Bésil	0.5370	-6.1%	0.5011	-15.7%	0.5190	-11.0%
Chine	0.1309	6.9%	0.1384	6.9%	0.1346	6.9%
Corée	0.0009	-5.5%	0.0009	-8.6%	0.0009	-7.1%
Taiwan	0.0333	1.1%	0.0342	-1.9%	0.0338	-0.4%

Variation du parc de magasins intégrés

	2000	03/2001	Ouvertures	Entrée de périmètre	Sorties / Cessions	Fin Juin 2001
France	179	176				176
Belgique	-	60			(1)	59
Suisse	-	7	1			8
République Tchèque	8	8	1			9
Espagne	116	117	1			118
Grèce	11	11				11
Italie	31	31	1			32
Pologne	8	8				8
Portugal	5	5				5
Turquie	8	8				8
Europe	187	255	4		(1)	258
Argentine	22	22				22
Bésil	74	74				74
Chili	3	3				3
Colombie	3	3				3
Mexique	18	19				19
Amériques	120	121				121
Chine	24	24				24
Indonésie	7	7				7
Japon	1	3				3
Corée	20	21				21
Malaisie	6	6				6
Singapour	1	1				1
Thaïlande	11	11	2			13
Taiwan	24	24				24
Asie	94	97	2			99
Total Hypermarchés	580	649	6		(1)	654
France	539	538			(7)	531
Belgique	-	71			(1)	70
Espagne	190	191	10			201
Grèce	131	130				130
Italie	192	191	1		(19)	173
Pologne	15	46	1			47
Turquie	1	1	1			2
Europe	529	630	13		(20)	623
Argentine	138	139				139
Bésil	115	115	10			125
Amériques	253	254	10			264
Total Supermarchés	1 321	1 422	23		(27)	1 418
France	424	428	8		(3)	433
Espagne	1609	1 618	11		(10)	1 619
Grèce	181	188	3			191
Portugal	272	272	1			273
Turquie	37	46	14			60
Argentine	201	209	7			216
Total Maxidiscompte	2724	2 761	44		(13)	2 792
Italie	118	117			(24)	93
Europe	118	117			(24)	93
Total Proximité	118	117			(24)	93
France	126	126				126
Espagne	27	27	1			28
Italie	10	10				10
Europe	37	37	1			38
Total Cash and Carry	163	163	1			164
Total Picard Surgelés	503	0				0
Total France	1 709	1 268	8		(10)	1 266
Total Europe	3 032	3 163	47		(55)	3 155
Total Amériques	574	584	17			601
Total Asie	94	97	2			99
Total Zones	5 409	5 112	74		(65)	5 121