



Carrefour



Carrefour

enavant!

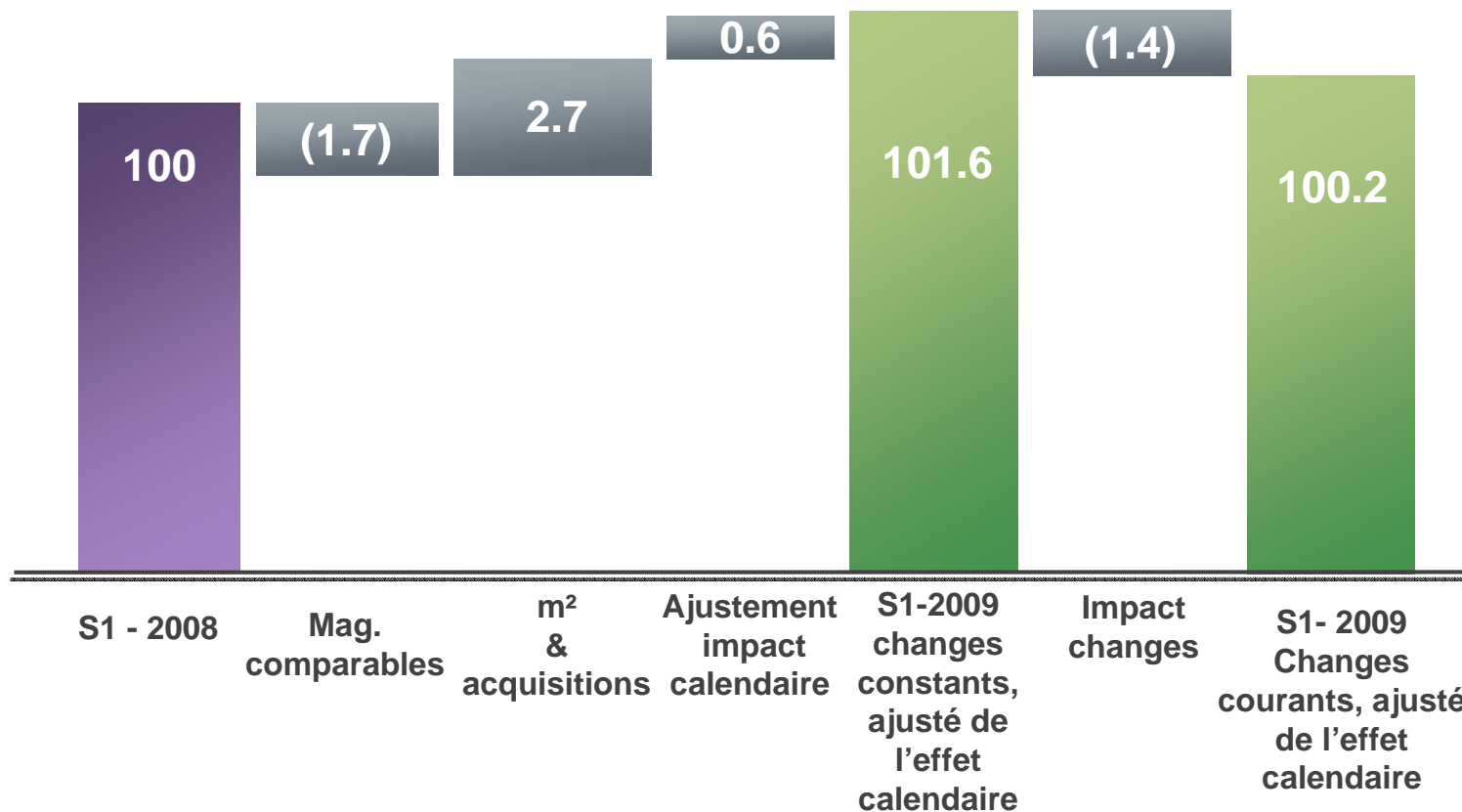
CULTURE CLIENT . TRANSFORMATION . INNOVATION



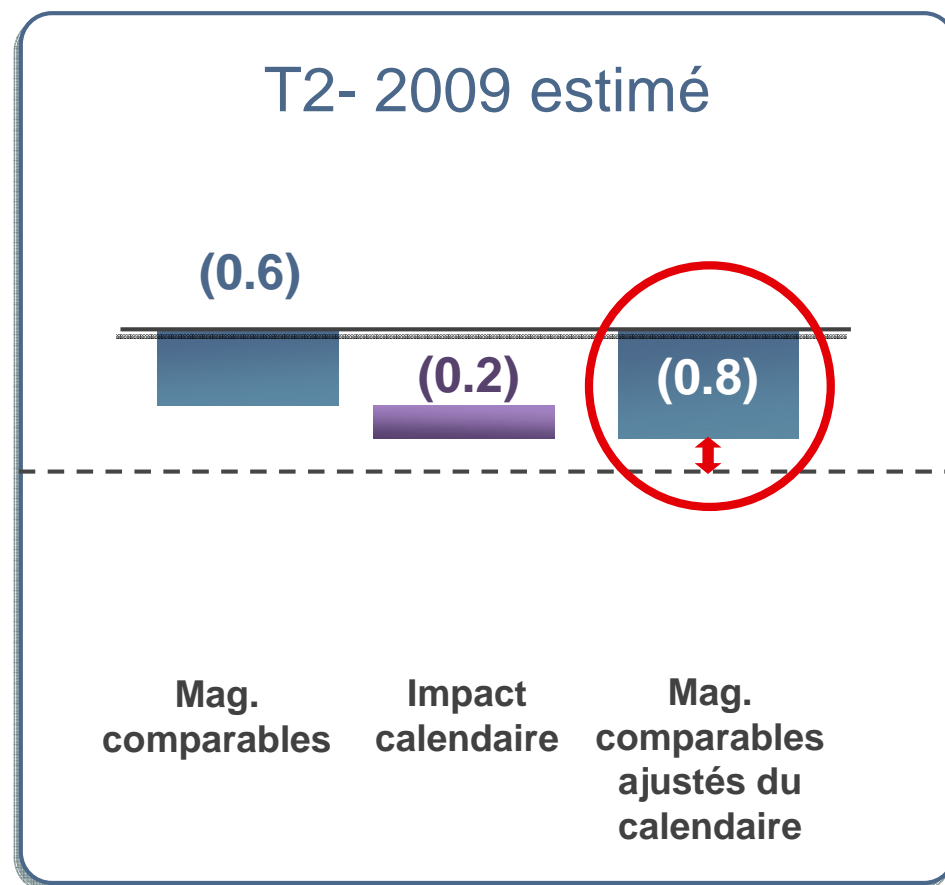
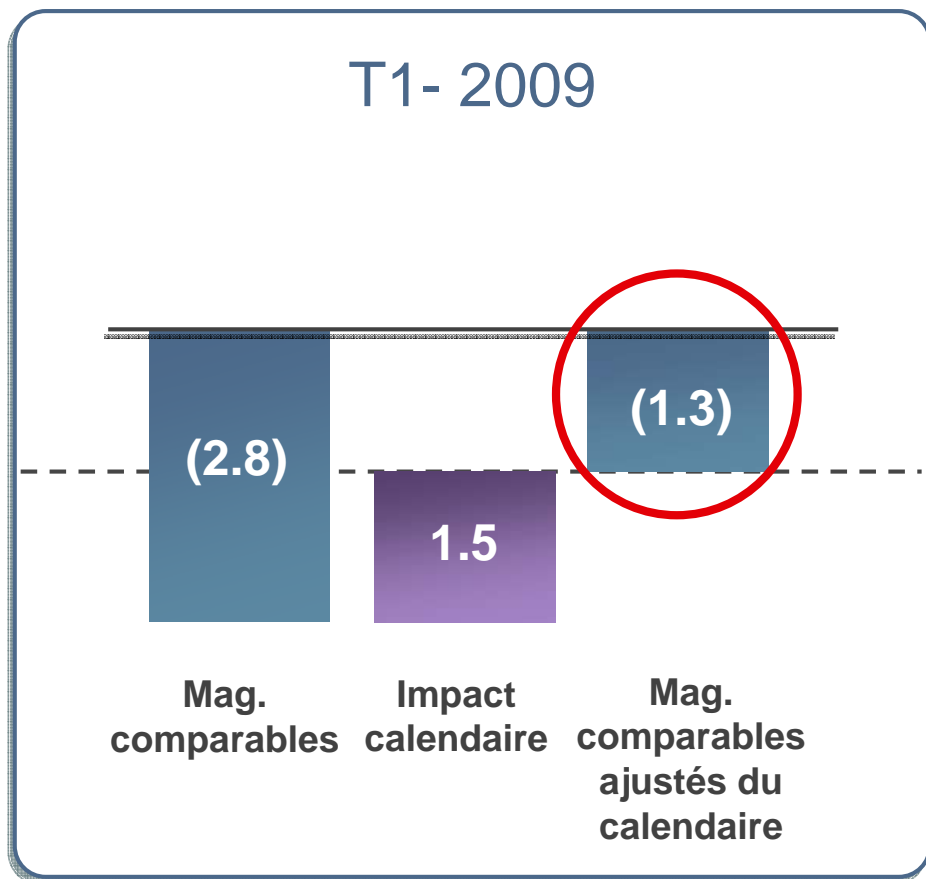
Point sur les performances à date

Pierre Bouchut

Evolution estimée des ventes S1 2009, hors carburant et ajustée de l'effet calendaire (index S1 2008= 100 / % évolution)

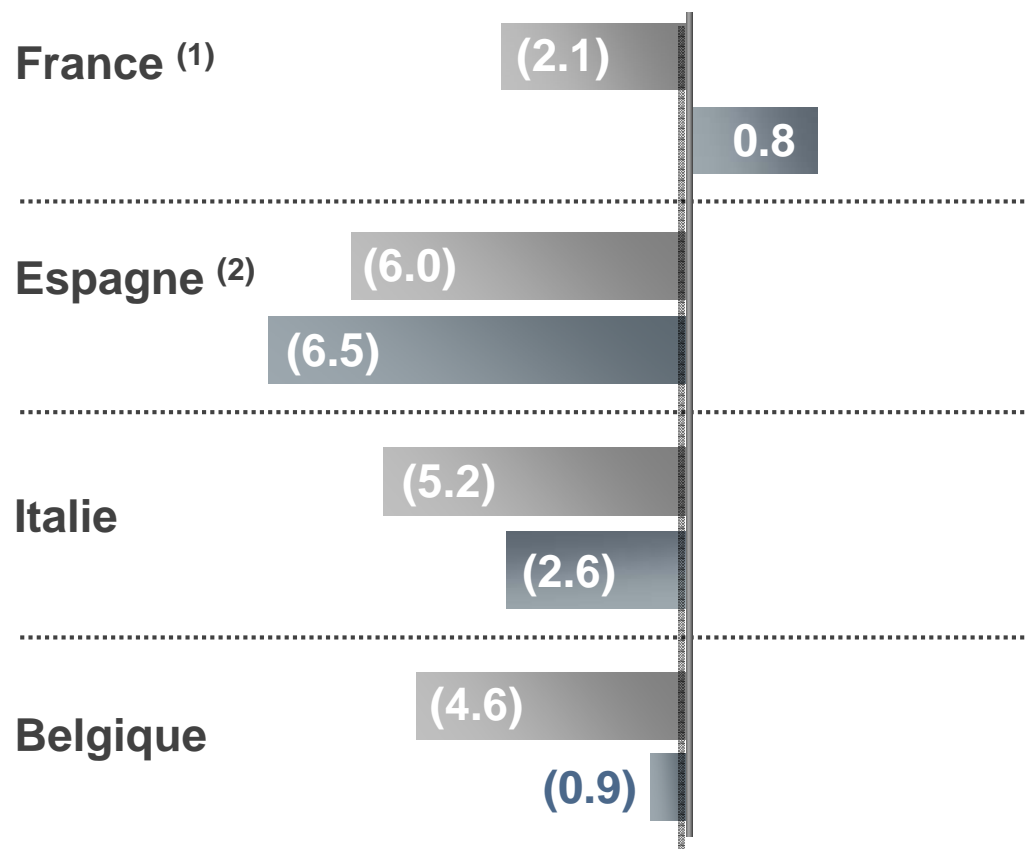


Evolution estimée des ventes à magasins comparables, hors carburant et ajustée de l'effet calendaire

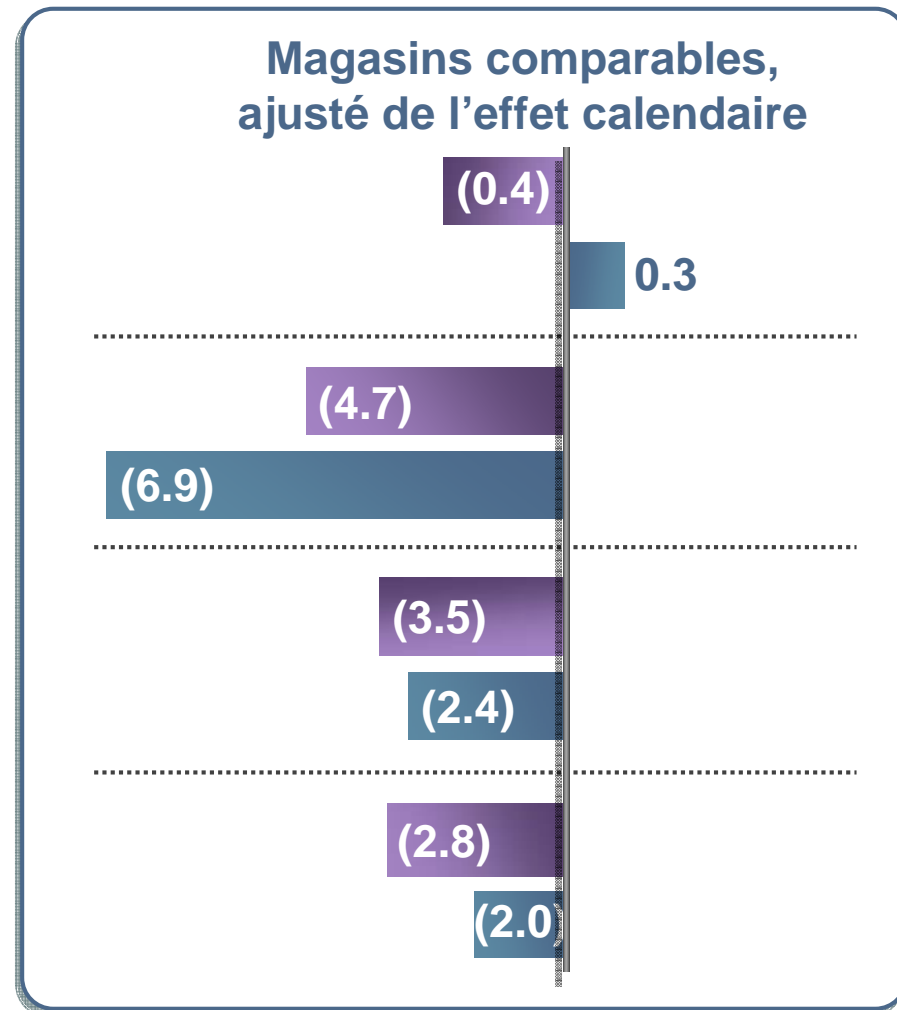


Evolution estimée des ventes à magasins comparables, hors carburant (%)

Mag. Comparés publié



Magasins comparables,
ajusté de l'effet calendaire



(1) Incluant ED

(2) Incluant Dia

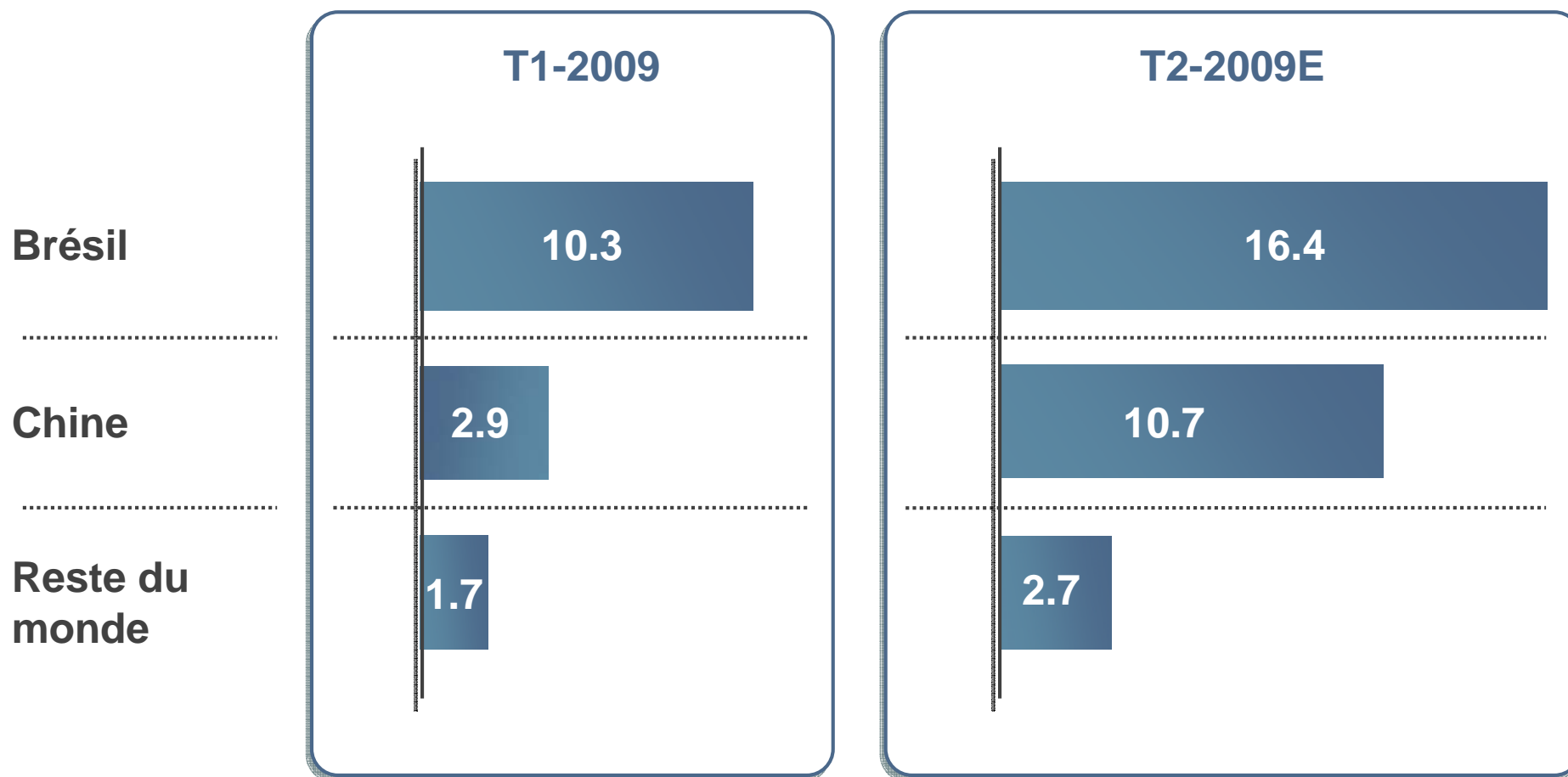
T1 2009

T2 2009

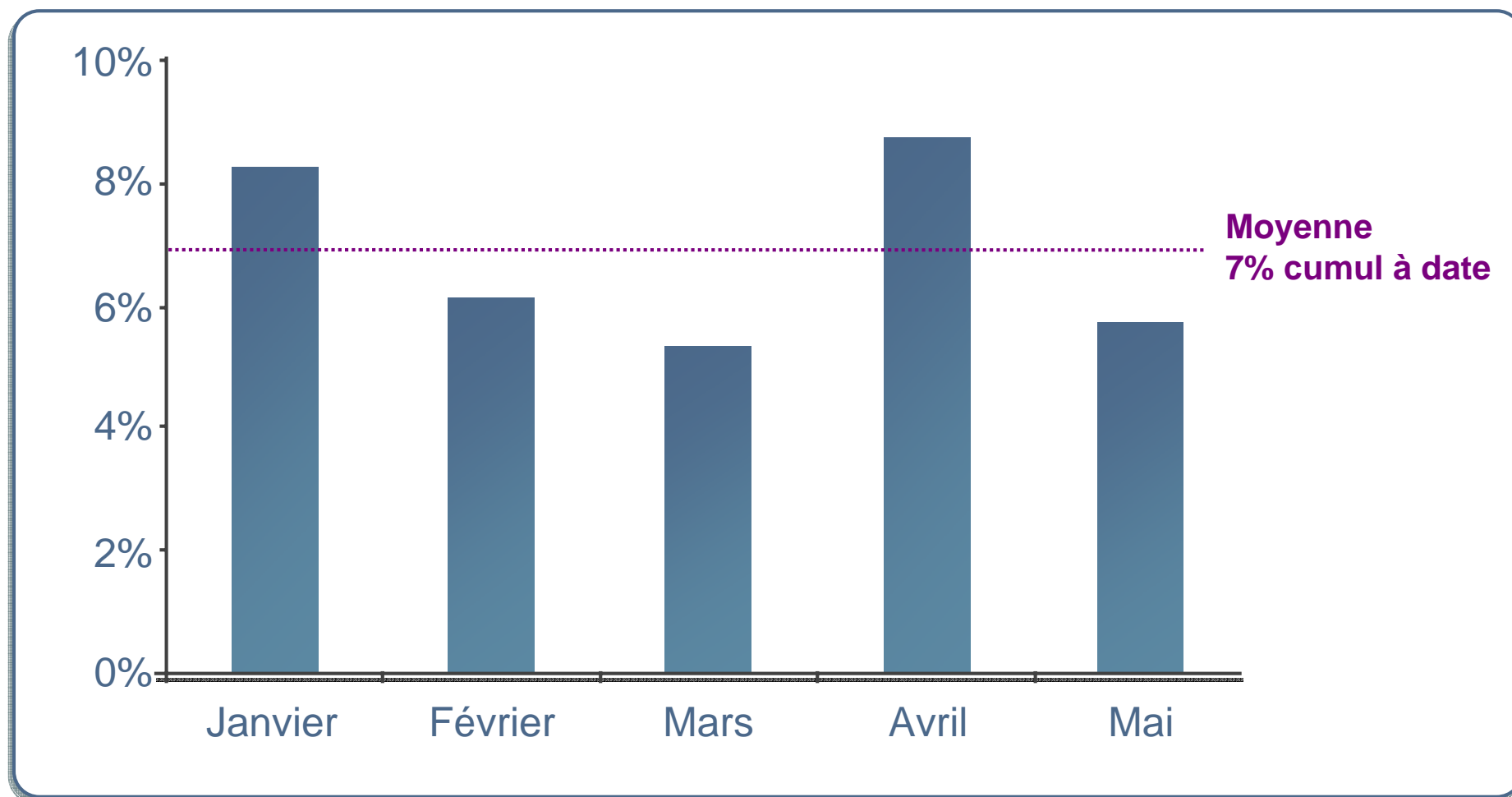
T1 2009

T2 2009

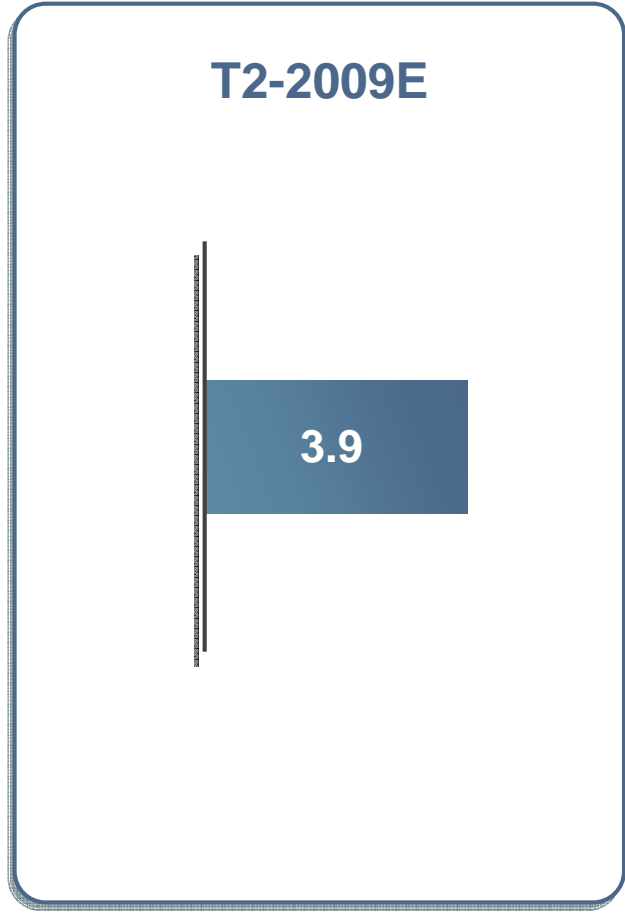
Evolution estimée des ventes à magasins comparables, hors carburant (%)



Evolution des ventes à magasins comparables de janvier à mai 2009

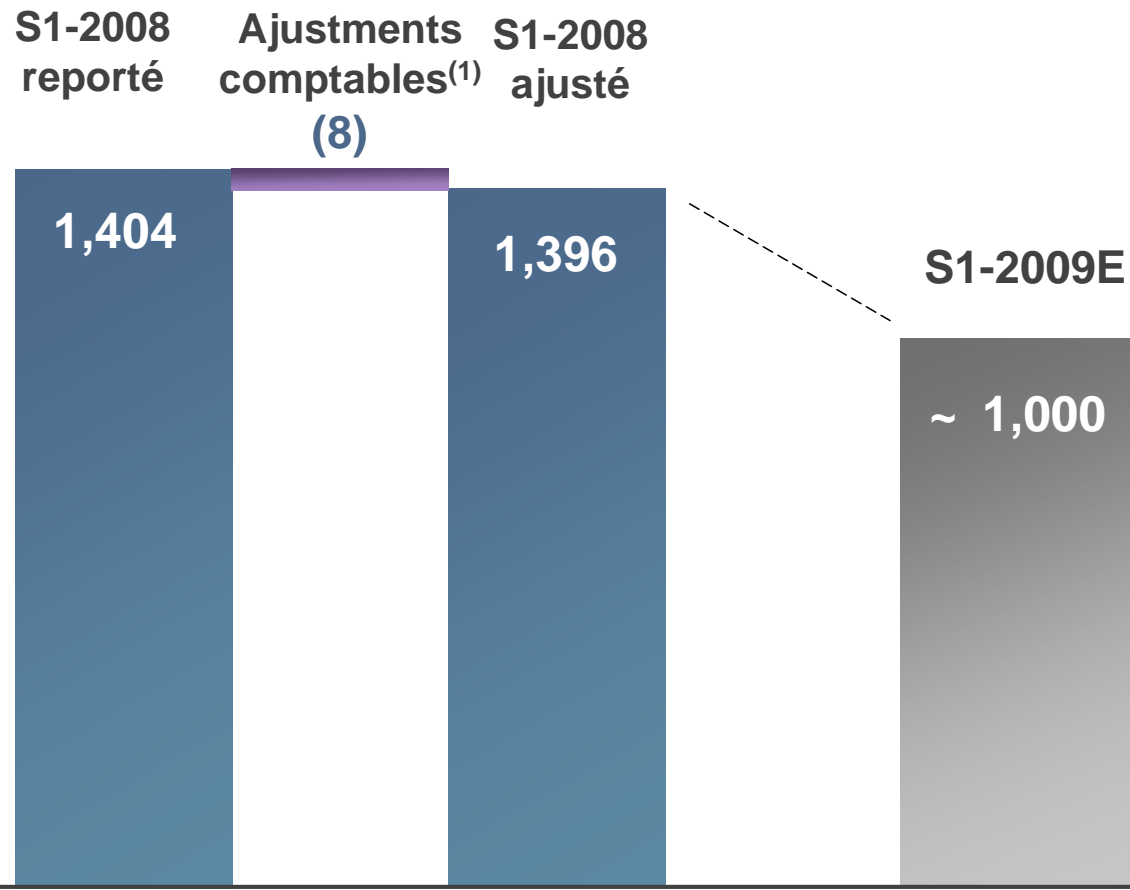


Evolution estimée des ventes à changes constants (%)



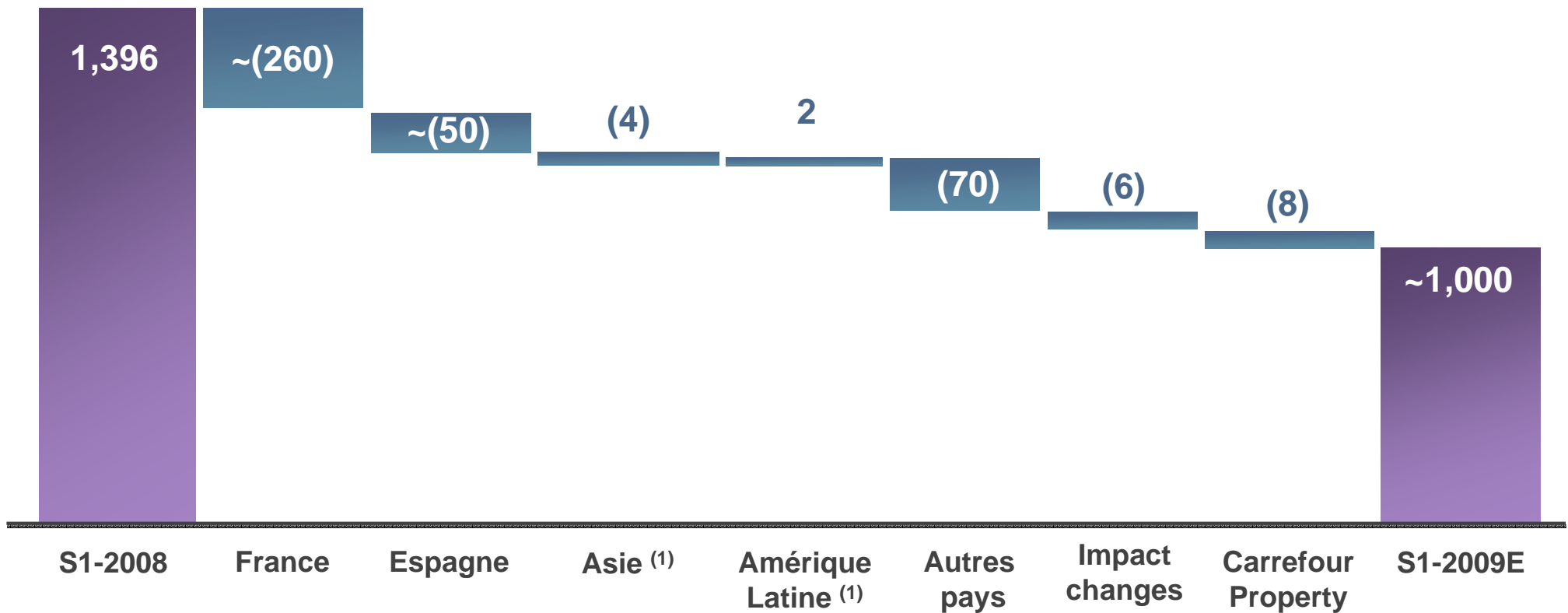
Cependant, le résultat opérationnel avant éléments non courants est estimé en baisse d'environ 28%

Résultat opérationnel avant éléments non courants (€m)



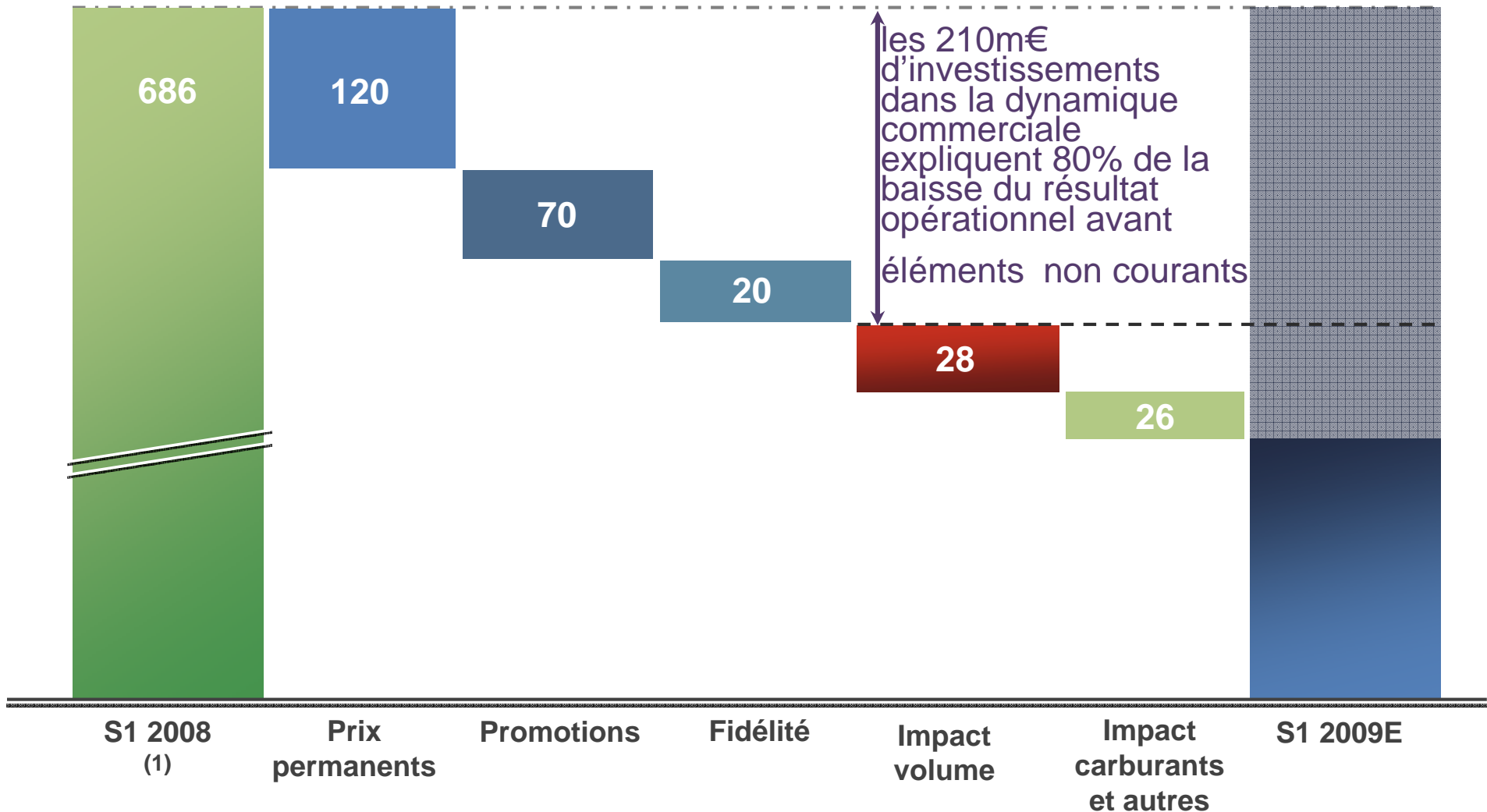
(1) Prise en compte de la première application de la norme IFRIC 13 et de l'actualisation de la norme IAS 38

Evolution estimée du résultat opérationnel avant éléments non courants du Groupe (m d'€)



(1) A changes constants

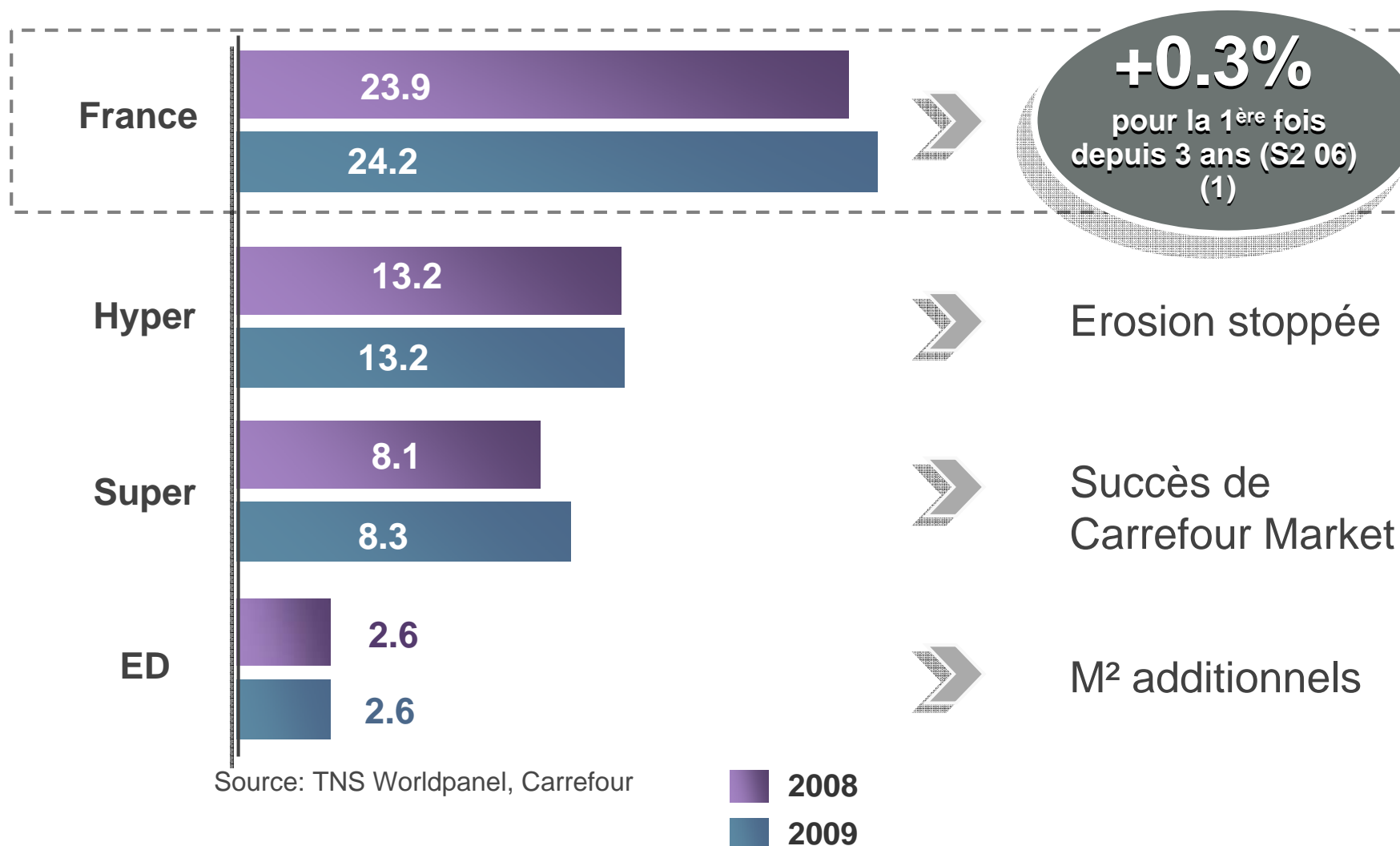
France: évolution estimée du résultat opérationnel avant éléments non courants (m d'€)



(1) Prise en compte de la première application de la norme IFRIC 13 et de l'actualisation de la norme IAS 38

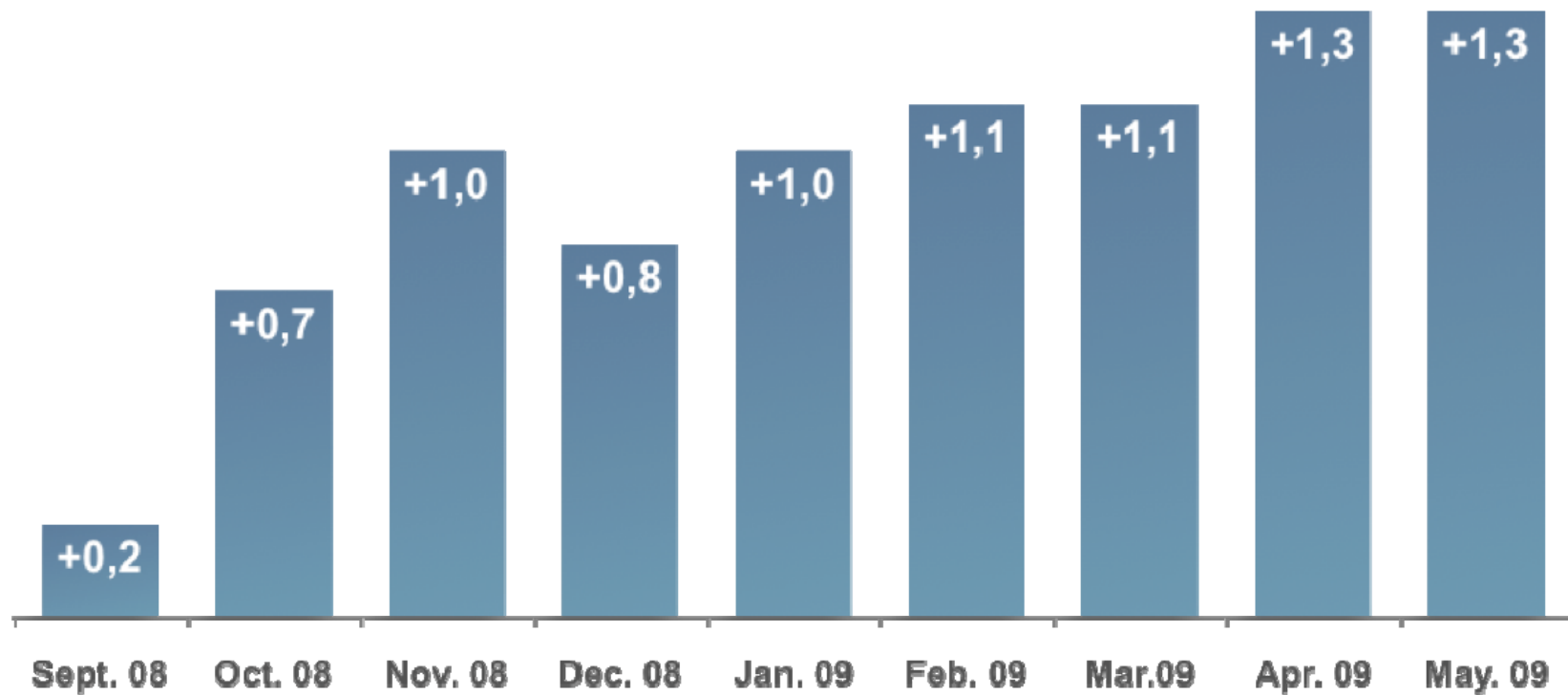
Evolution des parts de marché (Cumul 2009 au 17 mai)

source TNS WorldPanel



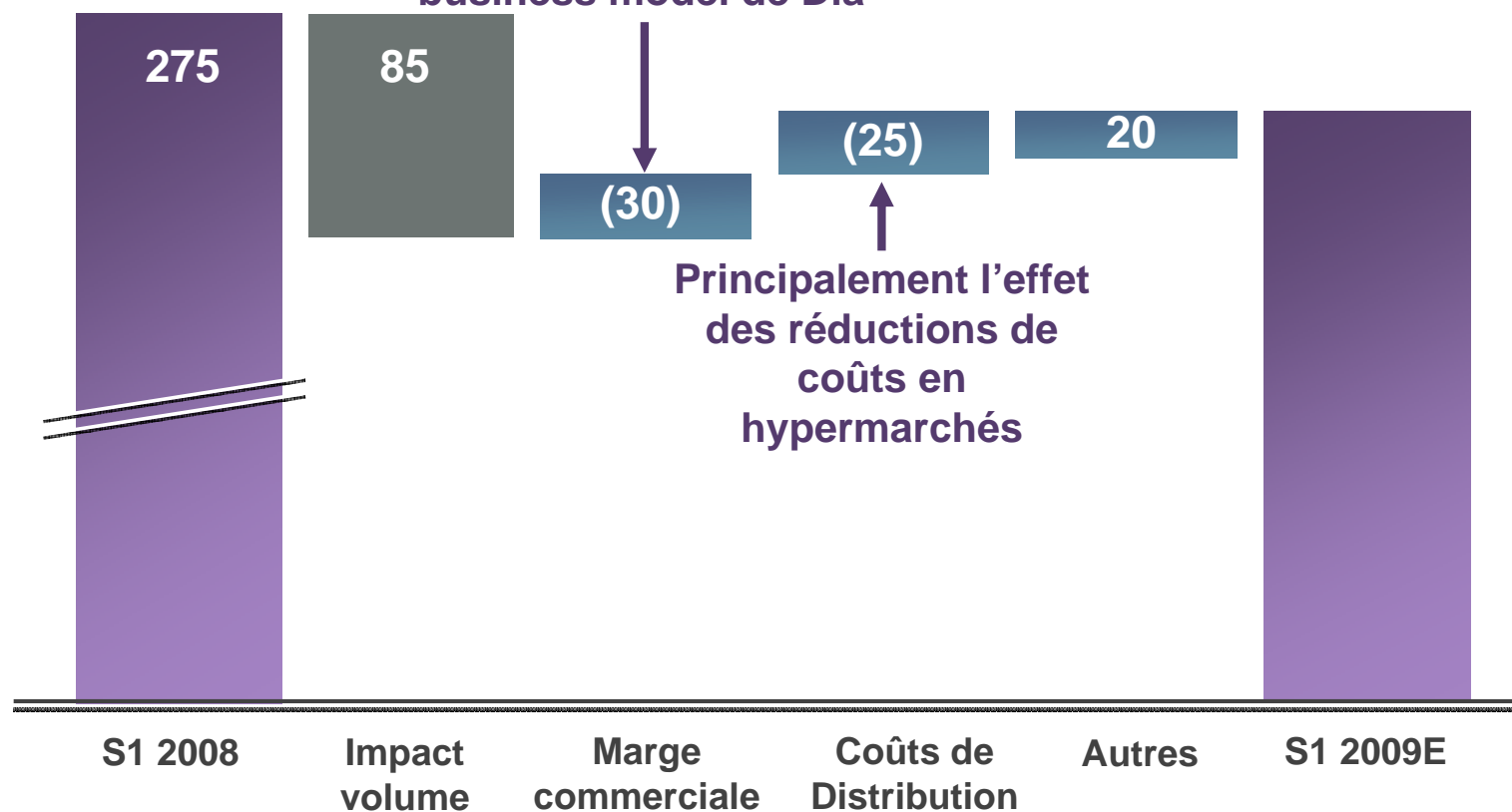
(1) + 0,4% ajustés des créations de m²

Carrefour Market : évolution des parts de marché dans les zones de chalandise locales (%)



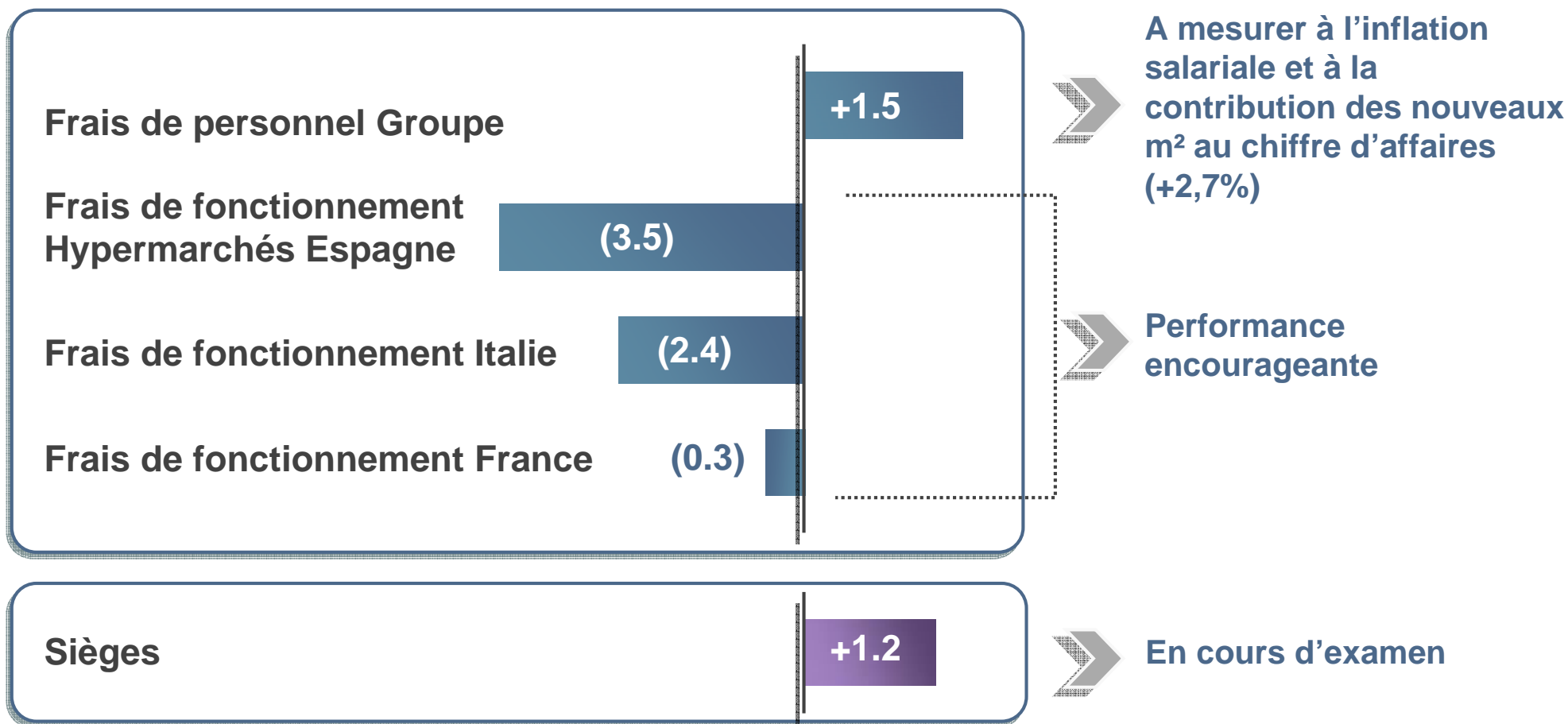
Espagne: évolution estimée du résultat opérationnel avant éléments non courants (m d'€)

Principalement lié à l'effet positif du changement de business model de Dia



Principalement l'effet des réductions de coûts en hypermarchés

Analyse de l'évolution des coûts de fonctionnement au S1 2009 (évolution estimée en variation annuelle- % à changes constants)



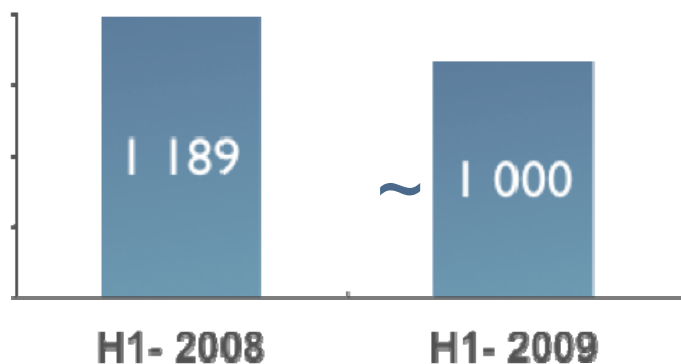
| Réductions estimées de coûts par fonction à fin juin (M€) | | S1 2009 E |
|---|--|------------|
| Magasins | | 110 |
| Magasins supports | | 20 |
| Frais généraux et autres | | 55 |
| Total | | 185 |

Environ 37% des réductions de coûts anticipées pour 2009

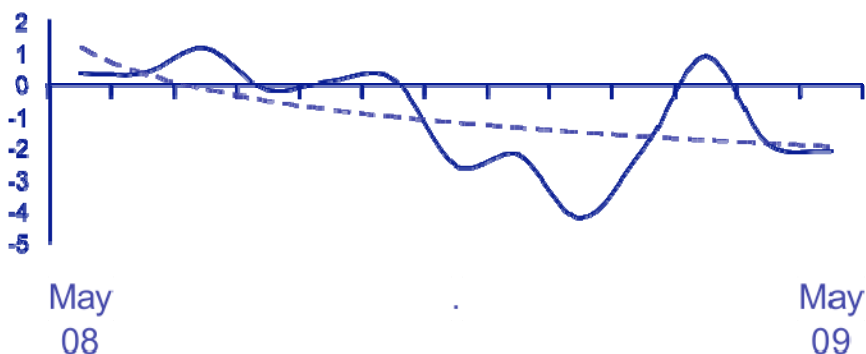
| Estimation des investissements dans la dynamique commerciale à fin juin €m | S1 2009 E |
|---|------------|
| Prix | 195 |
| Promotion | 126 |
| Fidélité | 18 |
| Total | 339 |

Environ 57% des investissements prévus pour 2009

Capex S1 estimé (€m):
-20% vs. 2008



Réduction de 2 jours de stocks
(évolution des jours par rapport à 2008)



En ligne avec les objectifs 2009:

**2,5 Md d'€ de capex
Réduction de 2 jours de stocks**

Absorption de l'impact de la LME sur les délais de paiement

- ▶ Total de 550m d'€ avant impôt

- ▶ Dont:
 - Impairment en Italie de 400m d'€
 - Coûts de restructuration de 70m d'€

- ▶ Pas d'impact cash au S1 2009

- ▶ Impact cash limité à environ €100m au S2 2009 et au-delà



Carrefour