



## S1 2024 : hausse de +6,2% du ROC

### Résultats solides portés par la France et le Brésil

### Confirmation des objectifs 2024

- **Chiffre d'affaires en hausse de +12,1% en comparable (LFL) au S1 et de +10,8% au T2**
  - Poursuite de la progression des produits à marque Carrefour (+2 pts à 37% des ventes alimentaires)
  - Hausse de +28% de la GMV e-commerce au T2 (+30% au S1)
- **EBITDA en croissance de +3,4% (+64 M€) à 1 916 M€**
- **Résultat Opérationnel Courant (ROC) en hausse de +6,2% à 743 M€, soit une marge opérationnelle en progression de +11 pbs à 1,8%**
  - **France** : ROC en hausse de +6,2% à 286 M€ et marge opérationnelle en hausse de +14 pbs à 1,6%. Stabilisation de la part de marché en volume au cours du T2 grâce à de forts investissements prix, financés par les plans d'économies de coûts et par la contribution des initiatives stratégiques
  - **Brésil** : forte progression de +45,7% du ROC à 366 M€, grâce à la bonne dynamique commerciale et à la montée en régime des magasins convertis, dans un environnement devenu plus porteur. Les synergies liées à Grupo BIG atteignent 2,3 Mds BRL en rythme annuel. L'objectif initial de 2,0 Mds BRL à horizon 2025 est ainsi dépassé et relevé à 3,0 Mds BRL
  - **Europe (hors France)** : ROC en recul à 84 M€ (vs 164 M€ au S1 2023), impacté par des conditions météorologiques défavorables ayant fortement pénalisé les ventes de produits saisonniers et le trafic en hypermarchés au T2, et marqué par des investissements prix
- **Cash-flow libre net de -1 704 M€ au S1 (en ligne avec le S1 2023) et de 1 602 M€ sur les 12 derniers mois**
- **Indice RSE et Transition Alimentaire de 107% ; avancées majeures dans la lutte contre le réchauffement climatique**
- **Finalisation de l'acquisition des enseignes Cora et Match en France, dont l'intégration a débuté le 1<sup>er</sup> juillet**

**Alexandre Bompard, Président Directeur-Général, a déclaré :** « Dans un contexte économique contrasté, Carrefour réalise une très bonne performance dans ses deux pays clés. En France, le Groupe a accéléré sa politique d'investissement prix tout en préservant sa rentabilité, rallié un nombre record de nouveaux franchisés, et étendu son empreinte grâce à l'intégration de Cora et Match. Carrefour France atteint une part de marché au plus haut depuis 2012. Au Brésil, la montée en puissance des magasins convertis, la dynamique commerciale d'Atacadão et les synergies de l'intégration de Grupo BIG, plus élevées qu'attendu, contribuent à une forte croissance du résultat. Dans le même temps, le Groupe accélère la mise en œuvre du plan Carrefour 2026, par la croissance du e-commerce, du retail média et de sa marque propre. Cette performance est le fruit de l'engagement sans faille des équipes et de nos partenaires franchisés. Fort de ces résultats, Carrefour aborde le second semestre avec confiance, et confirme ses objectifs financiers pour 2024. »

## CHIFFRES CLÉS DU S1 2024

(en M€)	S1 2023	S1 2024	Variation
<b>Chiffre d'affaires TTC</b>	<b>45 448</b>	<b>44 863</b>	<b>+12,1% en comparable (LFL)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1 852</b>	<b>1 916</b>	+3,4% ; +14,1% (+261 M€) à changes constants
<b>Résultat Opérationnel Courant (ROC)</b>	<b>700</b>	<b>743</b>	+6,2% ; +24,9% (+174 M€) à changes constants
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>1,7%</i>	<i>1,8%</i>	<i>+11 pbs</i>
<b>Résultat net ajusté, part du Groupe<sup>(1)</sup></b>	<b>306</b>	<b>313</b>	+2,2% (+7 M€)
<b>Résultat net ajusté, part du Groupe, par action<sup>(1)</sup></b>	<b>0,42</b>	<b>0,46</b>	+8,0% (+0,03€)
<b>Cash-flow libre net</b>	<b>-1 684</b>	<b>-1 704</b>	-21 M€
<b>Dette financière nette au 30 juin</b>	<b>5 040</b>	<b>5 418</b>	+378 M€

(1) Voir détail des ajustements en annexe p.19

## S1 2024 : Poursuite de la transformation dans des marchés contrastés

Carrefour affiche des résultats financiers solides dans des marchés contrastés et poursuit la mise en œuvre de sa feuille de route stratégique à un rythme rapide au cours du premier semestre.

La performance opérationnelle de la **France** est satisfaisante et ressort en ligne avec l'ambition affichée en début d'année. Carrefour a **investi massivement dans sa compétitivité au premier semestre**, se repositionnant fortement face à l'ensemble de ses concurrents avec un positionnement prix qui retrouve son niveau pré-pic inflationniste. Ceci a permis une forte amélioration de +6 points du NPS® et une stabilisation de la part de marché en volume depuis le mois de mai. Ces investissements ont été financés par une **grande discipline en matière de coûts** (580 M€ réalisés à l'échelle du Groupe au cours du premier semestre) et par la **montée en puissance des initiatives du plan Carrefour 2026** incluant la marque propre, le e-commerce, le retail media et les passages en location gérance ou en franchise. Le ROC progresse de +6,2% à 286 M€ et la marge opérationnelle s'améliore de +14 pbs.

Au cours du semestre, **Carrefour France a intégré 23 magasins ex-Casino et a finalisé, le 1<sup>er</sup> juillet dernier, l'acquisition des 60 hypermarchés Cora et 115 supermarchés Match**. Ces opérations viennent consolider la position de Carrefour en France, notamment dans le Nord et l'Est de la France, offrant une complémentarité géographique idéale avec le réseau de Carrefour sur le territoire. L'intégration de Cora/Match a débuté dès le jour de l'acquisition et se déroule de manière très satisfaisante. Pour mémoire, le Groupe a pour projet de convertir l'ensemble des magasins Cora sous enseigne Carrefour avant la fin de l'année. L'enseigne Match sera conservée et développée. Parallèlement, **166 nouveaux magasins de proximité ont rejoint les réseaux de franchise** en France au cours du semestre. Carrefour France anticipe au minimum 200 ouvertures additionnelles sur le format au second semestre, ce qui devrait permettre d'atteindre un nombre record d'ouvertures en franchise sur un an, confirmant la forte notoriété de ses enseignes et l'attractivité de la franchise Carrefour pour les entrepreneurs du secteur.

**En Europe**, le Groupe a dû faire face à un **environnement de marché difficile**, marqué par des conditions météorologiques très défavorables dans la plupart des pays au second trimestre, impactant les catégories saisonnières, en particulier non-alimentaires, et le trafic en hypermarché. Dans le même temps, Carrefour a investi dans sa compétitivité. Parallèlement, le Groupe a finalisé l'acquisition de 40 magasins SuperCor en Espagne et poursuivi l'intégration des magasins ex-Cora en Roumanie, ce qui altère également sa rentabilité à court terme. Le ROC de la région est en repli à 84 M€.

**Au Brésil, Carrefour confirme son accélération, avec un ROC en progression de +45,7% à 366 M€. Le Groupe tire les fruits de ses initiatives stratégiques** qui contribuent à la rentabilité du Groupe dans le pays : montée en régime rapide des magasins ex-Grupo BIG convertis, optimisation du parc dans le segment Retail (cession de supermarchés non rentables, conversions de magasins Carrefour en Atacadão et Sam's Club) et forte progression du e-commerce (GMV +46% au S1). Atacadão, leader prix sur le marché de la distribution alimentaire dans le pays, a poursuivi ses efforts de compétitivité, tout en améliorant sa marge opérationnelle. Dans le même temps, **le Groupe a généré plus de 2,3 Mds BRL de synergies de l'opération Grupo BIG en rythme annualisé à fin juin 2024**, dépassant donc l'objectif à horizon 2025 de 2,0 Mds BRL, qui est relevé à 3,0 Mds BRL.

Avec une performance solide en Argentine, **le ROC de l'Amérique Latine ressort en progression marquée de +37,3% à 417 M€**.

Ces résultats sont soutenus par le succès des initiatives du plan Carrefour 2026 :

- **La mutualisation à l'échelle européenne se poursuit.** La centrale d'achats Eureka poursuit son développement, avec désormais 21 partenaires actifs parmi ses principaux fournisseurs. A fin 2024, près de 30% des achats de marques nationales seront ainsi mutualisés à l'échelle européenne, en ligne avec l'objectif de 50% à horizon 2026
- **Les produits à marque Carrefour** rencontrent un succès toujours croissant ; ils représentent désormais 37% du chiffre d'affaires alimentaire, en progression de +2 points sur les 12 derniers mois
- **La stratégie digitale continue de porter ses fruits** : le e-commerce poursuit sa progression régulière, avec une GMV de 2,8 Mds€ au premier semestre, en progression de +30% par rapport au S1 2023. La performance du Brésil est particulièrement remarquable, avec une amélioration de +46% de la GMV, et un

poids total du commerce en ligne de près de 10% du chiffre d'affaires total

- Dans le même temps, l'activité de **retail media** se développe rapidement. "*Unlimitail*", la JV avec Publicis, compte désormais une trentaine de partenaires provenant de 13 pays différents, dont plusieurs acteurs de la distribution alimentaire et non-alimentaire
- En France, l'ensemble des 16 hypermarchés prévus et 10 des 21 supermarchés annoncés pour 2024 ont déjà été **passés en location-gérance**
- **Carrefour a de nouveau dépassé ses objectifs en matière de RSE**, avec un taux d'atteinte de l'Indice RSE et Transition Alimentaire de 107% au premier semestre. Le Groupe a été particulièrement actif dans la lutte contre le réchauffement climatique : un partenariat a notamment été conclu avec GreenYellow pour la production d'énergie photovoltaïque sur près de 350 parkings de Carrefour en France, et un nouvel Accord d'Achat d'Électricité majeur en Espagne, permettant de couvrir près de 30% de la consommation dans le pays avec des énergies renouvelables. Par ailleurs, 47 des 100 plus gros fournisseurs du Groupe disposent désormais d'une trajectoire 1,5°C (objectif de 100% en 2026, sous peine de déréférencement), et Carrefour s'est associé à l'ADEME en France pour engager ses fournisseurs de plus petite taille dans leur politique climat et les accompagner financièrement

Fort de cette dynamique, **le Groupe aborde le second semestre avec confiance et confirme ses objectifs financiers pour l'exercice 2024** : croissance de l'EBITDA et du Résultat Opérationnel Courant ; Cash-flow Libre Net en ligne avec la trajectoire du plan Carrefour 2026.

## Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, dont Carrefour est partenaire premium, démarrent le 26 juillet prochain. C'est la première fois qu'un leader de la distribution alimentaire se mobilise au service du plus grand événement sportif de la planète. Les Jeux constituent une vitrine exceptionnelle pour la promotion des valeurs de Carrefour, notamment sur les sujets de l'inclusion et du handicap, et pour sa raison d'être, la transition alimentaire pour tous. Le Groupe fournira l'ensemble des produits frais qui seront utilisés pour le repas des athlètes au village olympique et paralympique, au cœur duquel un magasin éphémère a également été installé.

## Résultats S1 2024 : croissance au Brésil et en France, pression en Europe

Le chiffre d'affaires TTC du Groupe au S1 2024 est en hausse de +12,1% en comparable (LFL). Il s'établit à 44 863 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +10,5% à changes constants.

Au T2 2024, le chiffre d'affaires du Groupe atteint 22 708 M€ pre-IAS 29, en hausse de +8,9% à changes constants. Cette évolution intègre un effet essence défavorable à hauteur de -0,8%, un effet calendaire de -1,0%, un effet de l'expansion nette de -0,6% et des acquisitions pour +0,5%. Après prise en compte d'un effet de change négatif de -11,7%, reflétant essentiellement la dépréciation du peso argentin et du réal brésilien, le chiffre d'affaires à changes courants est en repli de -2,9%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de +132 M€ sur le chiffre d'affaires total. Les ventes en comparable affichent une progression de +10,8% dans un contexte de ralentissement de l'inflation alimentaire au deuxième trimestre. L'alimentaire progresse de +11,1% LFL au T2 et le non-alimentaire de +8,4% LFL.

LFL	T1 2024	T2 2024	S1 2024
France	-0,4%	-3,5%	-2,0%
Europe	-0,2%	-2,7%	-1,5%
Amérique latine	+48,0%	+44,5%	+46,2%
<b>Groupe</b>	<b>+13,5%</b>	<b>+10,8%</b>	<b>+12,1%</b>

### France : hausse de la marge opérationnelle en parallèle des forts investissements prix

En France, le chiffre d'affaires en comparable recule de -2,0% au S1 et de -3,5% au T2 2024. Cette évolution reflète le fort ralentissement de l'inflation, accentué par la politique d'investissement prix offensive de Carrefour, dans un contexte de marché où les volumes restent légèrement négatifs. La dynamique de part de marché s'améliore progressivement, avec une part de marché en volume stabilisée au cours du deuxième trimestre et qui renoue avec la croissance en P07<sup>1</sup>. Au T2, le chiffre d'affaires de l'alimentaire est en recul de -2,7% LFL, et celui du non-alimentaire de -10,9% LFL. Les ventes du trimestre ont été pénalisées par les conditions météorologiques défavorables, qui ont pesé sur les ventes de produits saisonniers (boissons, textile, mobilier de jardin, etc.) et impacté négativement le trafic en hypermarchés.

LFL	T1 2024	T2 2024	S1 2024
Hypermarchés	-1,3%	-5,5%	-3,4%
Supermarchés	+0,1%	-2,4%	-1,2%
Proximité/autres formats	+0,8%	-0,9%	-0,1%
<i>dont Proximité</i>	+0,2%	-0,6%	-0,2%
<b>France</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-2,0%</b>

Le Résultat Opérationnel Courant en France progresse de +6,2% à 286 M€ au S1 2024. La forte dynamique de baisse de coûts a permis de compenser les investissements prix, et, en ligne avec l'objectif énoncé en début d'année, d'augmenter la marge opérationnelle, qui ressort en hausse de +14 pbs à 1,6% (contre 1,4% au S1 2023). Le résultat opérationnel courant a également bénéficié de la contribution des initiatives stratégiques du plan Carrefour 2026, incluant l'augmentation des ventes de produits à marque Carrefour, les transferts de magasins en location gérance et franchise et l'amélioration continue de la rentabilité des activités digitales.

### Europe : investissements prix et conditions météorologiques défavorables pénalisant le trafic en hypermarchés

Le chiffre d'affaires en Europe (hors France) est en recul de -1,5% en comparable au S1 2024, dans un contexte de ralentissement de l'inflation alimentaire. Il recule au T2 2024 de -2,7% en comparable. Les marchés d'Europe de l'Ouest ont été particulièrement pénalisés au T2 par des conditions météorologiques défavorables, impactant certaines catégories de produits, notamment le non-alimentaire et les produits saisonniers qui génèrent du trafic pour le format hypermarché.

<sup>1</sup> Source : Kantar Worldpanel, part de marché P07 2024 (du 10 juin au 7 juillet 2024) Groupe Carrefour vs total enseignes généralistes

- En **Espagne** (-2,1% LFL), Carrefour investit dans sa compétitivité prix face à ses principaux concurrents dans un marché où le format hypermarché sous-performe, en raison de la baisse du trafic généré par les catégories non-alimentaires au deuxième trimestre
- En **Italie** (-5,4% LFL), le Groupe a également été pénalisé au deuxième trimestre par des conditions météorologiques défavorables, alors que le T2 2023 avait connu une météo favorable
- En **Belgique** (-3,8% LFL), le chiffre d'affaires recule sur une base de comparaison exceptionnelle (+12,5% LFL au T2 2023) liée à d'importantes perturbations chez un concurrent sur une grande partie du deuxième trimestre l'an dernier. Sur 2 ans, la dynamique est positive, reflétant les succès de la stratégie commerciale en place
- En **Roumanie** (+0,2% LFL), le chiffre d'affaires comparable progresse très légèrement au T2, avec un fort ralentissement de l'inflation compensé par une meilleure dynamique de volumes. Carrefour poursuit parallèlement l'intégration des magasins Cora repris au T4 2023
- En **Pologne** (-2,5% LFL), le chiffre d'affaires affiche une amélioration séquentielle (après -4,2% LFL au T1 2024). Il reste en décroissance, dans un environnement de marché marqué par une pression concurrentielle intense depuis le début d'année

LFL	T1 2024	T2 2024	S1 2024
Espagne	+0,7%	-2,1%	-0,8%
Italie	-1,4%	-5,4%	-3,5%
Belgique	-0,2%	-3,8%	-2,0%
Roumanie	+1,7%	+0,2%	+0,9%
Pologne	-4,2%	-2,5%	-3,3%
<b>Europe hors France</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-1,5%</b>

**Le Résultat Opérationnel Courant de l'Europe est en retrait, à 84 M€ au S1 2024 contre 164 M€ au S1 2023. Il est pénalisé par la dynamique d'activité, les investissements prix, et des situations spécifiques à chaque pays.** Le ROC s'améliore en Belgique, fruit de la bonne dynamique commerciale depuis plusieurs trimestres. Il est sous pression dans le reste des géographies. En Espagne, le ROC est pénalisé par l'activité du format hypermarché, liée aux conditions météorologiques et à l'exposition au non-alimentaire, par ses investissements commerciaux ainsi que par la baisse du résultat de l'activité des services financiers. La Pologne et l'Italie continuent de faire face à une pression concurrentielle intense, tandis que le ROC en Roumanie est temporairement impacté par les coûts d'intégration des magasins Cora récemment acquis.

### Amérique latine : confirmation de l'inflexion au Brésil

**Au S1 2024, le chiffre d'affaires de l'Amérique latine progresse de +46,2% LFL. Il est en croissance de +44,5% LFL au T2 2024 :**

- Au **Brésil**, le chiffre d'affaires affiche une croissance de +6,0% en comparable au T2 2024, avec une forte accélération sur les mois de mai et juin, dans un contexte d'augmentation des volumes et de l'inflation. La croissance à change constant atteint +4,9% au T2. L'effet change est défavorable de -3,9% sur le trimestre.
  - o Le chiffre d'affaires d'**Atacadão** connaît une forte progression de +7,4% LFL au T2, en amélioration sensible par rapport au T1 2024 (+1,8% LFL). Cette performance est liée tant à la clientèle B2C que B2B, dont l'activité revient à la normale. Le déploiement des comptoirs de services se poursuit, avec 80 magasins équipés à fin juin et des premiers résultats très encourageants, incitant Atacadão à relever son objectif de déploiement à plus de 150 magasins équipés d'ici la fin de l'année. Les ventes des magasins ex-Grupo BIG convertis en Atacadão, qui représentent 11,5% du segment, progressent de +21,4% LFL au T2
  - o **Carrefour Retail** affiche un chiffre d'affaires en hausse de +2,3% LFL au T2 après -1,4% LFL au T1 2024. Les ventes en non-alimentaire sont particulièrement dynamiques, avec une croissance

- de +7,5% LFL. La conversion d'hypermarchés aux formats Atacadão et Sam's Club se poursuit à bon rythme, avec 11 magasins convertis sur les 20 prévus en 2024
- o Les ventes de Sam's Club progressent de +2,5% LFL au T2, et de +16,0% à change constant incluant l'effet expansion avec 7 magasins ouverts depuis un an (dont 3 au T2 2024). Le nombre de membres actifs continue de croître fortement (+25,2% vs T2 2023). Sam's Club renforce sa singularité avec une forte croissance du poids des produits à marque propre et des produits d'importation. Le e-commerce progresse rapidement et représente 6% du chiffre d'affaires total
  - o La GMV e-commerce continue d'afficher une forte croissance, à +41% au T2 2024, et représente près de 10% du chiffre d'affaires total au Brésil
  - o L'activité de services financiers poursuit sa croissance au T2, avec une hausse de +19,0% du portefeuille de crédit et de +13,0% des facturations
- En **Argentine**, Carrefour démontre une nouvelle fois la force de son modèle dans un contexte de très forte inflation ce semestre. La croissance du chiffre d'affaires atteint +233,1% en comparable au T2 2024

LFL	T1 2024	T2 2024	S1 2024
Brésil	+1,3%	+6,0%	+3,8%
<i>Atacadão</i>	+1,8%	+7,4%	+4,7%
<i>Carrefour Retail</i>	-1,4%	+2,3%	+0,4%
<i>Sam's Club</i>	+6,9%	+2,5%	+4,6%
Argentine	+265,0%	+233,1%	+247,1%
<b>Amérique Latine</b>	<b>+48,0%</b>	<b>+44,5%</b>	<b>+46,2%</b>

**Le Résultat Opérationnel Courant de l'Amérique latine progresse de +37,3% au S1 2024, à 417 M€ contre 304 M€ au S1 2023.**

- Au **Brésil**, le résultat opérationnel courant est en progression de +45,7%, à 366 M€ contre 251 M€ au S1 2023. La marge opérationnelle s'améliore de +107 pbs à 3,8% (vs 2,7% au S1 2023). Cette progression reflète la solide performance du parc historique de magasins et de l'activité des services financiers, amplifiée par la très forte amélioration des magasins ex-Grupo BIG convertis, qui contribuent positivement aux résultats.  
**La conversion des magasins Grupo BIG** est achevée depuis maintenant un an, et les synergies dégagées atteignent à fin juin un montant de 2,3 Mds BRL en rythme annualisé, au-delà de l'objectif annoncé de 2,0 Mds BRL, dépassé avec 18 mois d'avance sur le calendrier initial. Ces synergies sont majoritairement liées à l'optimisation des coûts, tandis que les synergies commerciales sont positives pour la première fois au S1 2024. Le Groupe reste confiant dans la dynamique commerciale des magasins convertis et, sur cette base, **relève l'objectif total de synergies liées à Grupo BIG à 3,0 Mds BRL à fin 2025.**
- En **Argentine**, le résultat opérationnel ressort globalement stable, grâce à une forte discipline en matière de coûts. Il s'établit à 51 M€ contre 53 M€ au S1 2023, soit une marge de 3,3% (-11 pbs), incluant un impact de -5 M€ lié à l'application de la norme IAS 29

## COMPTE DE RÉSULTAT DU PREMIER SEMESTRE 2024

Le **chiffre d'affaires TTC du Groupe au S1 2024 progresse de +12,1% en comparable**. Il s'établit à 44 863 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +10,5% à taux de change constants. Cette progression intègre l'effet expansion et périmètre de -0,3%, l'effet calendaire de +0,1% et l'effet essence à hauteur de -1,5%. Après prise en compte d'un effet de change négatif de -11,7%, lié à la dépréciation du peso argentin, la variation publiée du chiffre d'affaires s'élève à -1,3%.

Le **chiffre d'affaires HT** s'élève à 40 619 M€.

La **marge commerciale** s'établit à 19,4% du chiffre d'affaires HT contre 19,8% au S1 2023. Cette baisse de -37 pbs reflète en premier lieu la stratégie d'investissements prix, ainsi que l'évolution du mix de magasins intégrés/franchisés.

Les **coûts de distribution** s'améliorent de 53 pbs à 15,1% du chiffre d'affaires HT, contre 15,6% au S1 2023, grâce à la forte discipline en matière de coûts.

Le **Résultat Opérationnel Courant (ROC)** du Groupe s'élève à 743 M€ contre 700 M€ au S1 2023, en hausse de +6,2% et de +24,9% à changes constants (l'effet de change est négatif de -130 M€, compte tenu notamment de la dépréciation du peso argentin). Dans un contexte de dynamiques commerciales contrastées, le Groupe a mis en œuvre son plan d'économies de coûts avec succès, avec 580 M€ réalisés au S1 2024.

La marge opérationnelle progresse de +11 pbs à 1,8%, contre 1,7% au S1 2023.

Le **résultat non courant** s'améliore à -126 M€, contre -186 M€ au S1 2023, essentiellement lié à la baisse des charges de réorganisation.

Le **résultat net, part du Groupe** s'établit à 25 M€ contre 867 M€ au S1 2023. Il comprend les éléments suivants :

- Des **charges financières nettes** en hausse de 155 M€ à -430 M€ (vs -276 M€ au S1 2023). Le coût de l'endettement financier net est relativement stable (-198 M€ contre -191 M€ au S1 2023) ainsi que les intérêts nets relatifs aux contrats de location (-111 M€ vs -100 M€ au S1 2023). En revanche, les "autres produits et charges financiers" diminuent fortement (-121 M€ vs un produit de 15 M€ au S1 2023), essentiellement dû à l'application de la norme IAS 29 relative à la comptabilité d'hyperinflation en Argentine
- Une **charge d'impôt** de -164 M€ contre -153 M€ au S1 2023. Le taux d'imposition normatif est relativement stable à 27,6%<sup>2</sup> contre 27,2% au S1 2023
- Un **résultat net des activités abandonnées, part du Groupe**, de -1 M€ contre 749 M€ au S1 2023 (qui était lié à la plus-value comptable enregistrée suite à la cession de la participation dans Carrefour Taiwan)

Le **résultat net ajusté, part du Groupe**<sup>3</sup>, s'élève à 313 M€ contre 306 M€ au S1 2023.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe, par action**<sup>3</sup> s'établit à 0,46€ contre 0,42€ au S1 2023.

<sup>2</sup> Hors résultat non courant et taxes non assises sur le résultat avant impôt

<sup>3</sup> Voir détail des ajustements en annexe p.19

## FLUX DE TRÉSORERIE ET ENDETTEMENT

Le Groupe affiche un **cash-flow libre net**<sup>4</sup> de -1 704 M€ au S1 2024, proche de celui du S1 2023 (-1 684 M€).

Cette relative stabilité (-21 M€) reflète principalement :

- Une progression de 64 M€ de l'**EBITDA** à 1 916 M€
- Une hausse de 63 M€ des décaissements liés à l'**impôt**
- Une hausse de 136 M€ des **charges financières (hors coût de l'endettement)** liée à l'impact de l'hyperinflation en Argentine, comme détaillé dans le paragraphe du compte de résultat
- Une **variation du besoin en fonds de roulement** qui s'améliore de 149 M€, avec une bonne gestion des stocks, en particulier en non-alimentaire, et une augmentation des dettes fournisseurs au Brésil liée à l'augmentation des volumes et de l'inflation
- Une légère baisse de 27 M€ des **investissements** (Capex), à 659 M€ au S1 2024 (contre 687 M€ au S1 2023)
- Une baisse de 50 M€ des **cessions d'actifs** à 239 M€

Au cours du premier semestre, Carrefour a réalisé des investissements dans l'immobilier pour un montant de 96 M€ (contre 101 M€ au S1 2023) ; dans le même temps, le Groupe a cédé pour 208 M€ d'actifs immobiliers (contre 242 M€ au S1 2023). Retraité de ces éléments, le **cash-flow libre net hors immobilier** est en légère amélioration à -1 816 M€ contre -1 825 M€ au S1 2023.

Sur les 12 derniers mois, le Groupe a généré un cash-flow libre net de 1 602 M€.

La **dette financière nette** s'établit à 5 418 M€ au 30 juin 2024, contre 5 040 M€ au 30 juin 2023. Cette hausse reflète les éléments suivants :

- Le versement des dividendes pour 636 M€, incluant 600 M€ de dividendes ordinaires aux actionnaires du Groupe, ainsi que les dividendes versés aux minoritaires
- Des acquisitions et cessions pour un total net de 145 M€, incluant notamment l'acquisition de SuperCor en Espagne
- Des rachats d'actions totalisant 915 M€ sur les 12 derniers mois

Ces éléments sont compensés par la génération de cash-flow libre net de 1 602 M€ sur les 12 derniers mois.

## BILAN SOLIDE

Carrefour bénéficie d'un bilan solide, ce qui constitue un atout important dans le contexte actuel, marqué par des mutations rapides de la distribution alimentaire et les incertitudes macro-économiques.

Au 30 juin 2024, le Groupe était noté BBB perspective stable par Standard & Poor's et Baa1 perspective stable par Moody's.

Le portefeuille d'obligations au 30 juin 2024 s'élève à 7,2 Mds€, dont 6,4 Mds€ d'Eurobonds avec une maturité moyenne de 3,9 années, et l'équivalent de 0,9 Md€ au Brésil (CRA).

## MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS 2024

Le 20 février 2024, le Groupe a annoncé le lancement d'un programme de rachat d'actions Carrefour de 700 M€ sur 2024.

**33 149 253 actions ont été rachetées entre le 4 mars et le 18 juillet 2024 pour un total de 485 M€.** Ces actions ont vocation à être annulées.

Le Conseil d'Administration a décidé l'annulation de 16 844 310 actions le 24 avril 2024 et de 13 977 318 actions le 3 juin 2024. À date, le nombre total d'actions composant le capital social atteint ainsi 677 969 188 actions, incluant 17 371 339 actions d'auto-contrôle, et **le nombre d'actions en circulation s'établit à 660 597 849 actions.**

<sup>4</sup> Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

## FINALISATION DE L'ACQUISITION DE CORA & MATCH EN FRANCE

Le 1er juillet 2024, Carrefour a finalisé l'acquisition des enseignes Cora et Match en France, auprès du groupe Louis Delhaize. Cette opération renforce la position du Groupe sur le marché français. Les 60 hypermarchés Cora seront convertis sous enseigne Carrefour d'ici la fin de l'année tandis que les 115 supermarchés Match conserveront leur enseigne. L'objectif de synergies a été revu à la hausse, à 130 M€ en rythme annualisé à horizon 2027 (contre 110 M€ précédemment). Les coûts d'intégration associés sont estimés à 250 M€ (contre 200 M€ précédemment), dont ~150 M€ de coûts d'exploitation et ~100 M€ d'investissements (Capex).

## TAUX D'ATTEINTE DE 107% DE L'INDICE RSE ET TRANSITION ALIMENTAIRE

Au S1 2024, Carrefour a de nouveau dépassé ses objectifs en matière de RSE, avec un taux d'atteinte de 107% de l'Indice RSE et Transition alimentaire. Cet indice évalue la performance de mise en œuvre des engagements RSE de Carrefour. Le Groupe confirme l'ensemble de ses objectifs RSE.

Au premier semestre, Carrefour a particulièrement progressé sur les engagements suivants, qui sont au cœur du Plan Carrefour 2026 :

- **Climat :**
  - **Scope 1&2 (144%)** : Réduction de -49% des émissions de gaz à effet de serre des magasins intégrés (scopes 1 et 2) au S1 2024 par rapport au S1 2019 (vs. -38% à fin 2023)
  - **Scope 3 (102%)** : 47 fournisseurs parmi notre Top 100 disposent d'une trajectoire 1,5°C d'ici 2026 (vs 44 à fin 2023)
- **Alternatives végétales (123%)** : 296 M€ de ventes d'alternatives végétales au S1 2024 (vs 200 M€ au S1 2023), en ligne avec l'objectif rehaussé fin 2023 d'atteindre 650 M€ de chiffre d'affaires en 2026
- **Vrac et réemploi (162%)** : 194 M€ de ventes de vrac et réemploi au S1 2024 (vs 79 M€ au S1 2023), en ligne avec l'objectif rehaussé fin 2023 d'atteindre 300 M€ de chiffre d'affaires en 2026. Carrefour est le leader en France du déploiement de la consigne pour réemploi des emballages, avec près de 250 magasins équipés
- **Producteurs partenaires (107%)** : 48 105 producteurs partenaires dans le monde, au sein des Filières Qualité Carrefour, des filières biologiques, partenaires locaux et autres démarches de qualité (vs 46 013 à fin 2023), en ligne avec l'objectif de 50 000 producteurs partenaires d'ici 2026
- **Pacte Transition Alimentaire (120%)** : 329 fournisseurs partenaires du Pacte Transition Alimentaire (vs 306 à fin 2023). La cérémonie de remise des prix des International Food Transition Awards a récompensé les fournisseurs les plus vertueux en matière de RSE aux yeux des clients (26 lauréats ont été récompensés parmi 150 participants) grâce aux votes de 250 000 clients

Au premier semestre, Carrefour a par ailleurs continué à lancer des initiatives innovantes en termes de RSE, notamment concernant le climat, la diversité et l'inclusion, et le renforcement de la RSE au Brésil :

### Climat :

- Carrefour renforce son **approvisionnement en électricité d'origine renouvelable**, en ligne avec son objectif de 100% d'électricité renouvelable d'ici 2030. Le Groupe a conclu le 15 juillet dernier un partenariat avec GreenYellow pour l'installation et l'exploitation d'ombrières équipées de panneaux photovoltaïques sur près de 350 de ses parkings en France, avec une production annuelle d'environ 450 GWh à horizon 3 ans, soit près de la moitié de l'objectif d'1 TWh du plan Carrefour 2026. Par ailleurs, le Groupe a signé un nouvel Accord d'Achat d'Électricité majeur en Espagne, débutant en 2026, qui couvrira près de 30% de la consommation de Carrefour dans le pays grâce à des actifs solaires et éoliens
- Pour intensifier ses efforts de **décarbonation de sa chaîne de valeur**, Carrefour s'est associé à l'ADEME pour engager ses fournisseurs de plus petite taille en France dans leur politique climat via la démarche Act. 150 PME fournisseurs pourront ainsi bénéficier d'un accompagnement financier de l'ADEME sur leur stratégie climat

- Carrefour et Danone s'associent pour relancer le **fret ferroviaire en France** avec le déploiement du premier flux de livraison par train vers un site logistique qui approvisionne chaque jour plus de 130 magasins dans la région d'Aix-en-Provence
- Ouverture avec le partenaire HyssetCo de 3 **stations hydrogène** en Ile de France, disposant chacune d'une capacité de distribution de 500 kg/jour, soit l'équivalent de 100 à 200 remplissages pour des véhicules légers. Ces stations marquent un coup d'accélérateur pour décarboner la mobilité et améliorer la qualité de l'air en lien avec l'objectif du Groupe de réduire de 27,5% ses émissions de GES liées à l'utilisation des produits vendus d'ici 2030 (vs 2019)

#### Diversité et inclusion :

- Carrefour a lancé un plan d'action inédit en France afin de **renforcer la diversité d'origine** parmi ses managers. Fondé sur une vaste étude menée en interne auprès des collaborateurs du Groupe en France, et à laquelle près de 20 000 d'entre eux ont répondu, ce plan d'action repose sur quatre piliers d'action complémentaires : formation à la non-discrimination et à la prise en compte de la diversité, création d'une communauté de "role models", recrutement et promotion de candidats issus de la diversité, notamment en lien avec des associations spécialisées
- **Carrefour a fait du mois de juin 2024 le mois du Handicap**, dans le cadre de son partenariat avec les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Les actions ont porté sur l'équipement de 10 nouveaux hypermarchés dans les villes hôtes des Jeux et de 50 magasins de proximité dans les quartiers à accessibilité augmentée de Paris, afin de proposer nos solutions inclusives pour les clients en situation de handicap

#### RSE au Brésil :

- **Carrefour Brésil a fait son entrée en mai 2024 dans l'indice RSE de la bourse brésilienne (ISE B3)**, qui regroupe 79 entreprises reconnues pour leur engagement en matière de durabilité des entreprises
- Carrefour Brésil, par son **Fonds forêts Brésil**, a investi 28 MBRL dans différents projets de préservation des forêts. Ces fonds financeront 6 projets d'organisations telles que The Nature Conservancy ou Imaflora, qui bénéficieront à 230 000 exploitations et couvriront 1,2 million d'hectares au sein de l'Amazonie

## AGENDA

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2024 : 23 octobre 2024

*Le Conseil d'administration de Carrefour s'est réuni le 24 juillet 2024 sous la présidence de M. Alexandre Bompard et a arrêté les comptes consolidés semestriels résumés pour le premier semestre 2024. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité de la part des commissaires aux comptes avec une conclusion sans réserve.*

## CONTACTS

#### Relations investisseurs

Sébastien Valentin, Anthony Guglielmo et Mathilde Novick

Tél : +33 (0)1 64 50 79 81

#### Relations actionnaires

Tél : 0 805 902 902 (n° vert en France)

#### Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 58 47 88 80

## ANNEXES

Ventes TTC du 2<sup>ème</sup> trimestre 2024

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
<b>France</b>	<b>10 112</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-4,8%</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-4,2%</b>
Hypermarchés	4 702	-5,5%	-7,1%	-6,4%	-6,4%
Supermarchés	3 456	-2,4%	-3,4%	-3,2%	-3,2%
Proximité /autres formats	1 953	-0,9%	-1,7%	-0,6%	-0,6%
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>6 242</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-2,8%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-3,1%</b>
Espagne	2 776	-2,1%	-2,2%	-3,2%	-3,2%
Italie	1 022	-5,4%	-7,3%	-8,6%	-8,6%
Belgique	1 112	-3,8%	-3,7%	-4,8%	-4,8%
Roumanie	761	+0,2%	+2,8%	+10,6%	+11,3%
Pologne	572	-2,5%	-2,4%	+0,0%	-5,4%
<b>Amérique latine (pre-IAS 29)</b>	<b>6 354</b>	<b>+44,5%</b>	<b>+44,4%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>+42,4%</b>
Brésil	5 436	+6,0%	+5,9%	+1,0%	+4,9%
Argentine (pre-IAS 29)	918	+233,1%	+240,7%	-10,3%	+239,8%
<b>Total Groupe (pre-IAS 29)</b>	<b>22 708</b>	<b>+10,8%</b>	<b>+10,2%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>+8,9%</b>
IAS 29 <sup>(1)</sup>	132				
<b>Total Groupe (post-IAS 29)</b>	<b>22 840</b>				

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 2<sup>ème</sup> trimestre 2024

	Calendaire	Essence	Change
<b>France</b>	<b>-0,9%</b>	<b>+1,2%</b>	<b>-</b>
Hypermarchés	-0,7%	+0,9%	-
Supermarchés	-1,6%	+1,5%	-
Proximité /autres formats	-0,1%	+1,3%	-
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>+0,4%</b>
Espagne	-0,7%	-0,6%	-
Italie	-1,5%	+0,2%	-
Belgique	-1,1%	-	-
Roumanie	-0,3%	-0,1%	-0,6%
Pologne	-4,5%	+1,5%	+5,4%
<b>Amérique latine</b>	<b>-0,9%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-43,2%</b>
Brésil	-0,9%	-0,2%	-3,9%
Argentine	-1,0%	-	-250,0%
<b>Total Groupe</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-11,7%</b>

Ventes TTC du 1<sup>er</sup> semestre 2024

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
<b>France</b>	<b>20 112</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-3,3%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>-3,2%</b>
Hypermarchés	9 509	-3,4%	-5,1%	-5,1%	-5,1%
Supermarchés	6 848	-1,2%	-2,0%	-1,7%	-1,7%
Proximité /autres formats	3 755	-0,1%	-1,2%	-0,9%	-0,9%
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>12 397</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-0,7%</b>
Espagne	5 492	-0,8%	-0,8%	-1,6%	-1,6%
Italie	2 057	-3,5%	-5,2%	-5,0%	-5,0%
Belgique	2 214	-2,0%	-2,0%	-1,8%	-1,8%
Roumanie	1 486	+0,9%	+3,2%	+12,1%	+13,0%
Pologne	1 148	-3,3%	-3,5%	+4,5%	-2,5%
<b>Amérique latine (pre-IAS 29)</b>	<b>12 355</b>	<b>+46,2%</b>	<b>+46,0%</b>	<b>+0,9%</b>	<b>+45,0%</b>
Brésil	10 604	+3,8%	+3,8%	+3,5%	+3,7%
Argentine (pre-IAS 29)	1 751	+247,1%	+254,6%	-12,4%	+255,0%
<b>Total Groupe (pre-IAS 29)</b>	<b>44 863</b>	<b>+12,1%</b>	<b>+11,4%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>+10,5%</b>
IAS 29 <sup>(1)</sup>	207				
<b>Total Groupe (post-IAS 29)</b>	<b>45 070</b>				

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 1<sup>er</sup> semestre 2024

	Calendaire	Essence	Change
<b>France</b>	<b>+0,2%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-</b>
Hypermarchés	+0,4%	-0,7%	-
Supermarchés	-0,1%	+0,3%	-
Proximité /autres formats	+0,3%	+0,1%	-
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>+0,1%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>+0,5%</b>
Espagne	-0,1%	-0,8%	-
Italie	+0,3%	-0,2%	-
Belgique	+0,1%	-	-
Roumanie	+0,6%	-0,1%	-0,9%
Pologne	-0,2%	+1,2%	+7,0%
<b>Amérique latine</b>	<b>+0,1%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-44,1%</b>
Brésil	+0,0%	-0,1%	-0,2%
Argentine	+0,4%	-	-267,4%
<b>Total Groupe</b>	<b>+0,1%</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-11,7%</b>

## Répartition géographique des ventes HT et du résultat opérationnel courant S1 2024

(en M€)	Ventes HT				Résultat opérationnel courant			
	S1 2023	<b>S1 2024</b>	Variation changes constants	Variation changes courants	S1 2023	<b>S1 2024</b>	Variation changes constants	Variation changes courants
France	18 694	18 146	-2,9%	-2,9%	270	286	+6,2%	+6,2%
Europe (hors France)	11 301	11 289	-0,6%	-0,1%	164	84	-48,2%	-49,0%
Amérique latine	10 748	11 183	+40,4%	+4,1%	304	417	+79,8%	+37,3%
Fonctions globales	-	-	-	-	-38	-44	+15,8%	+15,9%
<b>TOTAL</b>	<b>40 743</b>	<b>40 619</b>	<b>+9,2%</b>	<b>-0,3%</b>	<b>700</b>	<b>743</b>	<b>+24,9%</b>	<b>+6,2%</b>

## Compte de résultat consolidé S1 2024 vs S1 2023

(en M€)	S1 2023	S1 2024	Variation à changes constants	Variation à changes courants
<b>Chiffre d'affaires hors taxes</b>	<b>40 743</b>	<b>40 619</b>	<b>+9,2%</b>	<b>-0,3%</b>
<b>Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation</b>	<b>40 302</b>	<b>40 159</b>	<b>+9,2%</b>	<b>-0,4%</b>
Autres revenus	1 287	1 343	+9,5%	+4,4%
<b>Revenus totaux</b>	<b>41 589</b>	<b>41 502</b>	<b>+9,2%</b>	<b>-0,2%</b>
Prix de revient des ventes	(33 515)	(33 604)	+8,7%	+0,3%
<b>Marge commerciale</b>	<b>8 074</b>	<b>7 898</b>	<b>+11,4%</b>	<b>-2,2%</b>
<i>En % du CA</i>	<i>19,8%</i>	<i>19,4%</i>	<i>+41pbs</i>	<i>-37pbs</i>
Frais généraux	(6 356)	(6 122)	+10,7%	-3,7%
<i>En % du CA</i>	<i>15,6%</i>	<i>15,1%</i>	<i>+23pbs</i>	<i>-53pbs</i>
<b>Résultat opérationnel courant avant amortissement (EBITDA) <sup>(1)</sup></b>	<b>1 852</b>	<b>1 916</b>	<b>+14,1%</b>	<b>+3,4%</b>
<i>Marge d'EBITDA</i>	<i>4,5%</i>	<i>4,7%</i>	<i>+21pbs</i>	<i>+17pbs</i>
Amortissements	(1 018)	(1 032)	+6,5%	+1,3%
<b>Résultat opérationnel courant (ROC)</b>	<b>700</b>	<b>743</b>	<b>+24,9%</b>	<b>+6,2%</b>
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>1,7%</i>	<i>1,8%</i>	<i>+25pbs</i>	<i>+11pbs</i>
Quote-part des mises en équivalence	24	14		
<b>Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence</b>	<b>724</b>	<b>757</b>		
Produits et charges non courants	(186)	(126)		
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>538</b>	<b>632</b>		
Résultat financier	(276)	(430)		
Coût de l'endettement financier net	(191)	(198)		
Intérêts nets relatifs aux contrats de location	(100)	(111)		
Autres produits et charges financiers	15	(121)		
Résultat avant impôts	262	201		
Impôts sur les résultats	(153)	(164)		
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>109</b>	<b>37</b>		
Résultat net des activités abandonnées	761	(1)		
<b>Résultat net total</b>	<b>871</b>	<b>36</b>		
<b>Dont Résultat net, Part du Groupe</b>	<b>867</b>	<b>25</b>		
dont activités poursuivies	118	26		
dont activités abandonnées	749	(1)		
<b>Dont Résultat net, Part des minoritaires</b>	<b>4</b>	<b>11</b>		
dont activités poursuivies	(9)	11		
dont activités abandonnées	13	-		
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels<sup>(2)</sup></b>	<b>306</b>	<b>313</b>		
Amortissements logistiques (en prix de revient des ventes)	(134)	(140)		
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels, par action<sup>(2)</sup></b>	<b>0,42</b>	<b>0,46</b>		
Nombre d'actions moyen pondéré avant dilution (en millions)	726	686		

Note : (1) Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes ; (2) Voir détail des ajustements en annexe p.19

## Bilan consolidé

(en M€)	30 juin 2023	30 juin 2024
<b>ACTIF</b>		
Immobilisations incorporelles	10 243	10 264
Immobilisations corporelles	12 603	12 018
Immobilisations financières	2 312	2 379
Impôts différés actifs	450	348
Immeubles de placement	292	254
Droits d'utilisation de l'actif	4 190	4 329
Encours des sociétés financières – Part à plus d'un an	1 970	1 847
Autres actifs non courants	641	651
<b>Actifs non courants</b>	<b>32 702</b>	<b>32 090</b>
Stocks	7 047	6 705
Créances commerciales	3 349	3 806
Encours des sociétés financières – Part à moins d'un an	4 358	4 372
Créances fiscales	927	812
Autres actifs courants	1 222	1 315
Autres actifs financiers courants	631	494
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 859	4 734
<b>Actifs courants</b>	<b>21 392</b>	<b>22 237</b>
<b>Actifs détenus en vue de leur vente</b>	<b>52</b>	<b>74</b>
<b>TOTAL</b>	<b>54 146</b>	<b>54 402</b>
<b>PASSIF</b>		
Capitaux propres, part du Groupe	11 367	10 427
Intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées	1 910	1 730
<b>Capitaux propres</b>	<b>13 276</b>	<b>12 158</b>
Impôts différés passifs	373	276
Provisions pour risques et charges	4 228	3 680
Dettes financières – Part à plus d'un an	6 479	6 609
Engagements locatifs – Part à plus d'un an	3 626	3 801
Refinancement des encours clients – Part à plus d'un an	1 678	1 690
Dettes fiscales – Part à plus d'un an	62	55
<b>Passifs non courants</b>	<b>16 446</b>	<b>16 111</b>
Dettes financières – Part à moins d'un an	3 004	3 986
Engagements locatifs – Part à moins d'un an	936	1 028
Fournisseurs et autres créditeurs	12 831	13 313
Refinancement des encours clients – Part à moins d'un an	3 791	3 803
Dettes fiscales – Part à moins d'un an	1 129	1 195
Autres passifs courants	2 733	2 808
<b>Passifs courants</b>	<b>24 423</b>	<b>26 134</b>
<b>TOTAL</b>	<b>54 146</b>	<b>54 402</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en M€)	S1 2023	S1 2024	Variation
<b>DETTE NETTE D'OUVERTURE</b>	<b>(3 378)</b>	<b>(2 560)</b>	<b>818</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1 852</b>	<b>1 916</b>	<b>64</b>
Impôts payés	(146)	(209)	(63)
Résultat financier (hors coût de l'endettement financier net et intérêts nets relatifs aux contrats de location)	15	(121)	(136)
Décassement des coûts de restructuration et autres	(26)	(82)	(56)
<b>Autofinancement (activités poursuivies)</b>	<b>1 696</b>	<b>1 504</b>	<b>(192)</b>
Variation du besoin en fonds de roulement (dont variation des encours sur crédits à la consommation)	(1 944)	(1 795)	149
Activités abandonnées	35	(0)	(36)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>(213)</b>	<b>(291)</b>	<b>(78)</b>
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(687)	(659)	27
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles (liées à l'activité)	289	239	(50)
Variation des créances et dettes sur acquisitions et cessions d'immobilisations	(246)	(189)	57
Activités abandonnées	(11)	-	11
<b>Cash-flow libre</b>	<b>(867)</b>	<b>(900)</b>	<b>(33)</b>
<b>Cash-flow libre retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées</b>	<b>(781)</b>	<b>(776)</b>	<b>5</b>
Paiements locatifs (dont intérêts) nets des paiements reçus de la sous-location financière	(581)	(606)	(25)
Coût de l'endettement financier net	(191)	(198)	(7)
Activités abandonnées	(45)	-	45
<b>Cash-flow libre net</b>	<b>(1 684)</b>	<b>(1 704)</b>	<b>(21)</b>
<b>Cash-flow libre net retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées</b>	<b>(1 553)</b>	<b>(1 580)</b>	<b>(27)</b>
<i>Éléments exceptionnels et activités abandonnées<sup>(1)</sup></i>	<i>(131)</i>	<i>(124)</i>	<i>7</i>
Investissements financiers	(9)	(158)	(149)
Cessions de titres	1 075	7	(1 068)
Augmentation / (Diminution) de capital de Carrefour SA et rachat d'actions propres	(261)	(448)	(187)
Dividendes versés	(462)	(617)	(155)
Autres <sup>(2)</sup>	(105)	63	168
Activités abandonnées	(216)	-	216
<b>DETTE NETTE DE CLÔTURE</b>	<b>(5 040)</b>	<b>(5 418)</b>	<b>(378)</b>

Notes : (1) Activités abandonnées, restructurations (124 M€ au S1 2024 contre 110 M€ au S1 2023) et autres ; (2) Dont augmentation de capital en numéraire souscrite par des participations ne donnant pas le contrôle

## Variation des capitaux propres

(en M€)	Total capitaux propres	Capitaux propres, part du Groupe	Intérêts minoritaires
<b>Situation au 31 décembre 2023</b>	<b>13 387</b>	<b>11 539</b>	<b>1 848</b>
Résultat net total S1 2024	36	25	11
Autres éléments du résultat global, après impôt	(176)	(26)	(151)
Dividendes	(617)	(600)	(18)
Effet de variations de périmètre et autres <sup>(1)</sup>	(472)	(512)	40
<b>Situation au 30 juin 2024</b>	<b>12 158</b>	<b>10 427</b>	<b>1 730</b>

Note : (1) principalement le rachat d'actions propres

## Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels

Compte tenu de la forte volatilité liée à l'hyperinflation en Argentine et aux taux de change du Peso argentin, l'application de la norme IAS 29 a des impacts significatifs et peu prévisibles sur le résultat financier en Argentine (essentiellement non-cash), et représente la majeure partie de ce résultat financier. Par conséquent, le résultat financier de l'Argentine est traité en élément exceptionnel.

Le résultat net ajusté du S1 2023 a été retraité en conséquence, par souci de comparaison, comme présenté ci-dessous.

(en M€)	S1 2023 publié	S1 2023 retraité <sup>(1)</sup>	S1 2024
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>867</b>	<b>867</b>	<b>25</b>
Retraitement des produits et charges non courants (avant impôt)	186	186	126
Retraitement d'éléments exceptionnels dans le résultat financier	41	11	173
Effet d'impôts <sup>(2)</sup>	3	14	12
Retraitement sur la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	-	-
Retraitement sur la quote-part de résultat des minoritaires	(22)	(22)	(24)
Retraitement du résultat net des activités abandonnées, part du Groupe	(749)	(749)	1
<b>Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels</b>	<b>326</b>	<b>306</b>	<b>313</b>

Note : (1) Retraité du résultat financier en Argentine ; (2) Effet sur l'impôt des éléments retraités (produits et charges non-courants et résultat financier) ainsi que produits et charges d'impôts exceptionnels

## CARREFOUR 2026 : OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET FINANCIERS

	Fin 2023	S1 2024	Objectif 2026
<b>Objectifs opérationnels</b>			
Chiffre d'affaires réalisé via des produits à marque Carrefour	36% du CA alimentaire	37% du CA alimentaire (+2 points vs S1 2023)	40% du CA alimentaire
Ouvertures de magasins de proximité	+653 vs. 2022	+1 001 vs. 2022	+2 400 vs. 2022
Ouvertures de magasins Atacadão	+92 vs. 2022	+102 vs. 2022	>+200 vs. 2022
<b>Objectifs ESG</b>			
Chiffre d'affaires en produits certifiés durables	5,3 Mds€ <sup>(1)</sup>	2,8 Mds€ <sup>(2)</sup>	8 Mds€
Top 100 fournisseurs avec une trajectoire à 1,5°C	44	47	100
Employés en situation de handicap	13 358	13 050	15 000
<b>Objectifs financiers</b>			
GMV e-commerce	5,3 Mds€	2,8 Mds€ au S1 (+30%)	10 Mds€
Plan d'économies de coûts	1 060 M€ en 2023	580 M€ au S1	4,2 Mds€ <sup>(3)</sup> (cumul 2023-26)
Cash-flow libre net <sup>(4)</sup>	1 622 M€	-21 M€ vs. n-1	>1,7 Md€
Investissements (capex)	1 850 M€	659 M€ au S1	2,0 Mds€/an
Croissance du dividende numéraire	+55% (0,87€/action)	-	>+5%/an

Note : (1) Les ventes de produits de marque nationale certifiés "pêche durable" et "forêt durable" ne sont pas prises en compte en 2023 ; (2) Les ventes de produits de marque nationale "forêt durable" en France ne sont pas prises en compte à date ; (3) Objectif de l'année 2024 revu à 1,2 Md€ (contre 1,0 Md€ initialement) ; (4) Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coût de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

## Indice RSE et Transition Alimentaire de 107% au S1 2024

L'indice RSE et Transition Alimentaire de Carrefour évalue les résultats extra-financiers du Groupe. Conçu pour mesurer les performances des politiques RSE sur plusieurs années, l'indice fixe un objectif annuel pour les indicateurs stratégiques de la RSE. Le score global de l'indice est une moyenne simple des scores de ces indicateurs.

Catégorie	Objectif	S1 2024	Statut
<b>Produits</b>			<b>107%</b>
Produits certifiés durables	8 Mds€ de CA de produits certifiés durables d'ici 2026	2,8 Mds€ <sup>(1)</sup>	95%
Alternatives végétales	650 M€ de CA d'alternatives végétales <sup>(2)</sup> d'ici 2026	296 M€	123%
Matières premières	Score de déploiement des plans d'action pour la forêt, le bien-être animal, les sols, les ressources marines et les droits de l'Homme	93%	93%
Emballages	2 objectifs de Carrefour pour la réduction des emballages, le vrac et le réemploi, et la recyclabilité des emballages mis en œuvre d'ici 2026		119%
	1. 300 M€ de ventes en vrac et réemploi d'ici 2026 <sup>(3)</sup>	194 M€	162%
	2. 100% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025	60% <sup>(4)</sup>	76%
Producteurs partenaires	50 000 producteurs partenaires d'ici 2026	48 105	107%
<b>Magasins</b>			<b>106%</b>
Gaspillage alimentaire	50% de réduction du gaspillage alimentaire (par rapport à 2016) <sup>(5)</sup>	-43%	94%
Déchets	100% des déchets valorisés d'ici 2025	73%	85%
Climat scope 1-2	50% de réduction des émissions de GES liées au scope 1 et 2 d'ici 2030, et -70% d'ici 2040 (vs 2019)	-49%	144%
Climat scope 3	TOP 100 fournisseurs disposant d'une trajectoire 1,5°C d'ici 2026	47	102%
<b>Clients</b>			<b>99%</b>
Nutrition et santé	Retrait de 2 600 tonnes de sucre pour les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022)	368	75%
	Retrait de 250 tonnes de sel pour les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022)	120	
Communauté de clients	Une communauté active de consommateurs de produits sains et durables dans chacun des 8 pays	4 <sup>(6)</sup>	100%
Engagements fournisseurs	500 fournisseurs engagés au sein du Pacte Transition Alimentaire d'ici 2030	329	120%
Act For Food	Score minimum de 75/100 à la question « Carrefour vous aide-t-il à mieux manger ? » d'ici 2026 <sup>(7)</sup>	63	101%
<b>Collaborateurs</b>			<b>114%</b>
Engagement collaborateurs	Score minimum de 75/100 de recommandation employeur attribué tous les ans à Carrefour par ses collaborateurs <sup>(8)</sup>	81	124%
Egalité femmes - hommes	35% de femmes dirigeantes (Top 200) d'ici 2025	27%	87%
Formation	50% de salariés, au minimum, ayant accès à une formation tous les ans	70%	140%
Handicap	15 000 collaborateurs en situation de handicap en 2026	13 050	105%

Notes : (1) les ventes de produits de marque nationale "forêt durable" en France ne sont pas pris en compte à date, ils étaient estimés à environ 300 M€ au S1 2023 ; (2) cet indicateur mesure les ventes de produits alternatifs à des produits d'origine animale (ex : simili carnés, laits et yaourts végétaux). Les ventes de légumineuses ont été ajoutées à cet indicateur en 2023 (ex : pois chiches, lentilles) ; (3) l'objectif a été réévalué à 300 M€ de ventes contre 150 M€ initialement pour prendre en compte à partir du FY 2023 les ventes en réemploi en plus des ventes de vrac ; (4) La baisse par rapport au S1 2023 s'explique par la prise en compte d'un périmètre élargi de produits (les outils de reporting progressent pour permettre à terme de couvrir l'ensemble du périmètre) ; (5) La Belgique, Atacadão et Sam's Club au Brésil seront intégrées au reporting au FY 2024 ; (6) France, Espagne, Pologne, Argentine ; (7) L'objectif Act For Food a été revu pour définir une trajectoire progressive permettant d'atteindre la cible fixée d'ici 2026 ; (8) Ipsos, juin 2024 - 20 468 répondants sur un échantillon de 26 000 salariés représentatif de l'ensemble des effectifs consolidés

Expansion sous enseignes – 2<sup>ème</sup> trimestre 2024

Milliers de m <sup>2</sup>	31 déc. 2023	31 mars 2024	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions/ Cessions	Mouvements T2 2024	30 juin 2024
France	5 697	5 697	27	101	-26	102	5 799
Europe (hors Fr)	5 937	5 955	31	18	-31	19	5 974
Amérique latine	3 951	3 807	19	-	-28	-9	3 797
Autres <sup>(1)</sup>	2 113	2 178	31	-	-14	16	2 195
<b>Groupe</b>	<b>17 698</b>	<b>17 638</b>	<b>108</b>	<b>119</b>	<b>-100</b>	<b>127</b>	<b>17 765</b>

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

Parc de magasins sous enseignes – 2<sup>ème</sup> trimestre 2024

Nb de magasins	31 déc. 2023	31 mars 2024	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures / Cessions	Transferts	Mouvements T2 2024	30 juin 2024
<b>Hypermarchés</b>	<b>1 182</b>	<b>1 161</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>8</b>	<b>1 169</b>
France	253	253	1	9	-1	-	9	262
Europe (hors Fr)	469	469	1	-	-	-	1	470
Amérique latine	223	203	-	-	-	-2	-2	201
Autres <sup>(1)</sup>	237	236	2	-	-2	-	-	236
<b>Supermarchés</b>	<b>4 146</b>	<b>4 166</b>	<b>59</b>	<b>16</b>	<b>-24</b>	<b>-4</b>	<b>47</b>	<b>4 213</b>
France	1 037	1 037	-	12	-	-	12	1 049
Europe (hors Fr)	2 139	2 176	44	4	-5	-	43	2 219
Amérique latine	212	193	-	-	-16	-4	-20	173
Autres <sup>(1)</sup>	758	760	15	-	-3	-	12	772
<b>Magasins de proximité</b>	<b>8 754</b>	<b>8 771</b>	<b>186</b>	<b>47</b>	<b>-130</b>	<b>-</b>	<b>103</b>	<b>8 874</b>
France	4 561	4 591	90	27	-33	-	84	4 675
Europe (hors Fr)	3 445	3 423	71	20	-89	-	2	3 425
Amérique latine	631	635	12	-	-5	-	7	642
Autres <sup>(1)</sup>	117	122	13	-	-3	-	10	132
<b>Cash &amp; carry</b>	<b>584</b>	<b>595</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>-1</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>606</b>
France	151	152	1	-	-	-	1	153
Europe (hors Fr)	12	12	-	-	-	-	-	12
Amérique latine	387	395	1	-	-1	5	5	400
Autres <sup>(1)</sup>	34	36	5	-	-	-	5	41
<b>Soft discount</b>	<b>213</b>	<b>130</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>-2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>132</b>
France	33	33	1	-	-1	-	-	33
Europe (hors Fr)	97	97	-	3	-1	-	2	99
Amérique latine	83	-	-	-	-	-	-	-
Autres <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Sam's Club</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>54</b>
France	-	-	-	-	-	-	-	-
Europe (hors Fr)	-	-	-	-	-	-	-	-
Amérique latine	51	51	2	-	-	1	3	54
Autres <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Groupe</b>	<b>14 930</b>	<b>14 874</b>	<b>259</b>	<b>75</b>	<b>-160</b>	<b>-</b>	<b>174</b>	<b>15 048</b>
France	6 035	6 066	93	48	-35	-	106	6 172
Europe (hors Fr)	6 162	6 177	116	27	-95	-	48	6 225
Amérique latine	1 587	1 477	15	-	-22	-	-7	1 470
Autres <sup>(1)</sup>	1 146	1 154	35	-	-8	-	27	1 181

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

## DÉFINITIONS

### Cash-flow libre

Le cash-flow libre est le solde net de l'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et intérêts nets relatifs aux contrats de location, de la variation du besoin en fonds de roulement et des investissements opérationnels.

### Cash-flow libre net

Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiement locatifs nets.

### Croissance à magasins comparables (LFL)

La croissance à magasins comparables est composée des ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues. Elle s'entend à changes constants, hors essence et hors effet calendaire, et hors impact IAS 29.

### Croissance organique

La croissance organique est composée de la croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses. Elle s'entend à changes constants.

### Marge commerciale

La marge commerciale correspond à la somme du chiffre d'affaires hors taxes et des autres revenus, diminuée du coût des programmes de fidélisation et du prix de revient des ventes. Le prix de revient des ventes intègre outre les achats et variations de stock, d'autres coûts essentiellement composés des coûts des produits vendus par les sociétés financières, des produits liés à l'escompte ainsi que des écarts de change générés par les achats de marchandises.

### Résultat opérationnel courant (ROC)

Le résultat opérationnel courant (ROC) correspond à la marge des activités courantes diminuée des frais généraux et des amortissements.

### Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)

Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes.

### Résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel correspond au résultat opérationnel courant après quote part des mises en équivalence et inclut les produits et charges non courants. Sont comptabilisés en produits et charges non courants certains éléments significatifs à caractère inhabituel de par leur nature et leur fréquence tels que des dépréciations d'actifs non courants, les résultats de cession d'actifs non courants, des coûts de restructuration et des charges liées à des réestimations de risques d'origine ancienne, sur la base d'informations ou d'éléments dont le Groupe a eu connaissance au cours de l'exercice.

## DISCLAIMER

*Ce communiqué contient à la fois des informations historiques et des déclarations et informations prospectives. Les déclarations et informations de nature prospective ont été établies sur la base des hypothèses actuellement retenues par la Direction du Groupe. Elles ne constituent pas des garanties quant aux performances futures du Groupe. Les résultats ou les performances qui seront réalisés sont susceptibles d'être substantiellement différents des déclarations et informations prospectives présentées en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, notamment les facteurs de risques exposés dans les différents documents déposés auprès de l'Autorité des marchés financiers au titre de l'information réglementée disponibles sur le site de Carrefour ([www.carrefour.com](http://www.carrefour.com)) et notamment le document d'enregistrement universel. Les investisseurs peuvent obtenir gratuitement une copie de ces documents auprès de Carrefour. Carrefour ne prend aucun engagement de mettre à jour et/ou réviser ces déclarations et informations prospectives dans le futur.*