



Croissance solide des ventes et du résultat opérationnel avant éléments non courants 2010 dans un environnement difficile

CA TTC 2010: 101,0 Mds d'€, + 5,8% à taux de changes courants

CA T4 2010 : 27,1 Mds d'€, + 5,1% à taux de changes courants

Résultat opérationnel avant éléments non courants 2010 estimé : + 9,4%

	T4 2010	courant	constant	LFL	2010	courant	constant	LFL
CA TTC (million €)	27 128	+5,1%	+2,2%	+1,0%	101 018	+5,8%	+2,5%	+0,9%
CA TTC hors essence (million €)	25 003	+4,7%	+1,6%	+0,3%	92 685	+4,9%	+1,6%	-0,1%

FRANCE – Ralentissement au T4 affectant la croissance des ventes en comparable sur l'année

- **Hypermarchés** : Ventes pénalisées par des problèmes de transport et livraison et un climat défavorable
- **Carrefour Market** : Poursuite de la croissance des ventes
- **Proximité** : Performance soutenue des magasins convertis en Carrefour City / Contact (409 magasins à fin d'année). Lancement de nouveaux concepts : Carrefour Express et Carrefour City Café
- **Gains de parts de marché** : + 50 pb en comparable* pour les enseignes Carrefour depuis le début de l'année

EUROPE – Amélioration des performances en Belgique et en Espagne au T4

- **Belgique** : Première croissance des ventes trimestrielles en comparable depuis six ans : +1,5%
- **Espagne** : Signes encourageants, amélioration des tendances de ventes alimentaires (-1,7%) au T4 (contre -7,6% sur les 9 premiers mois 2010)

MARCHES EMERGENTS – Croissance solide en Amérique latine et en Asie au T4

- **Brésil** : Forte croissance de +13,7% à taux de changes constants, encouragée par l'excellente performance d'Atacadao
- **Chine** : Croissance solide de +12,5% à taux de changes constants

HARD DISCOUNT – Amélioration des performances au T4, forte croissance dans les pays émergents

- **Espagne** : Poursuite des gains de parts de marché dans un environnement qui demeure difficile
- **France** : Croissance soutenue dans les 301 magasins convertis à l'enseigne Dia à la fin du T4 2010
- **Marchés émergents** : Croissance toujours solide

* Source Nielsen à date, du 4/01/2010 au 05/12/2010

FINALISATION DE L'AUDIT EXTERNE AU BRÉSIL

- **Confirmation du montant final de 550m€ de charges exceptionnelles et décision d'engager les procédures judiciaires appropriées**

RESULTAT OPERATIONNEL AVANT ELEMENTS NON COURANTS

- **Correction des comptes consolidés 2009 et incidence sur les comptes 2010.** Consécutivement à l'audit du Brésil, notre résultat opérationnel avant éléments non courants 2009 sera ajusté à la baisse de 52m€. Par ailleurs, le Groupe comptabilisera une charge de 30m€ dans son résultat opérationnel avant éléments non courants 2010. Ces deux montants sont compris dans l'ajustement exceptionnel de 550m€ au Brésil.
- **Croissance solide du résultat opérationnel avant éléments non courants**
- **Résultat opérationnel avant éléments non courants 2010 estimé hors éléments exceptionnels de 3 025 Mds€, en hausse de 11,0%** par rapport au résultat opérationnel avant éléments non courants 2009 hors éléments exceptionnels de 2 725 Mds€
- **Résultat opérationnel avant éléments non courants 2010 estimé publié et corrigé de 2 965 Mds€** (pénalisé par une charge non récurrente supplémentaire de 54m€ à la suite de la finalisation des audits externes), **en hausse de 9,4%** par rapport au résultat opérationnel avant éléments non courants 2009 retraité de 2 710Mds€

Lars Olofsson, Administrateur Directeur Général, a déclaré : « *Dans un environnement qui est resté difficile, particulièrement au second semestre, Carrefour a enregistré une solide croissance de ses ventes et de son résultat opérationnel courant sur l'année. 2010 a été une année contrastée pour Carrefour : si d'importantes charges exceptionnelles ont pesé sur nos résultats, nous avons également plusieurs raisons d'être satisfaits. Notre Plan de Transformation progresse comme prévu et continue de produire d'excellents résultats : image prix améliorée et gains de parts de marché en France, résultats très prometteurs des magasins pilotes Carrefour Planet et réductions de coûts significatives de plus de 500m€. De plus, les marchés émergents ont réalisé une croissance solide et nous avons amélioré nos performances notamment en Belgique, en Pologne, à Taïwan et chez Dia. Les équipes vont continuer à capitaliser sur ces réalisations en 2011 et rester concentrées sur la bonne exécution du Plan de Transformation* ».

GROUPE

4ème trimestre 2010

	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Croissance Organique (%)	Acquisi- tions (%)	Total à Tx Chge Const. (%)	Impact Monnaies (%)	Total (%)	Mag Comp (Hors essence) (%)	Total à Tx Chge Const. (Hors essence) (%)
France	11 184	0,1	0,3	0,4	0,0	0,4	0,0	0,4	-1,1	-0,8
Europe (hors Fr)	9 065	-1,1	-1,1	-2,2	0,1	-2,1	0,8	-1,3	-1,8	-2,8
Am. latine	4 981	8,0	6,2	14,2	0,7	14,9	12,0	26,9	8,4	15,6
Asie	1 898	1,8	9	10,8	1,1	11,9	26,1	38,0	1,8	11,9
TOTAL	27 128	1,0	0,9	1,9	0,3	2,2	3,0	5,1	0,3	1,6

Année 2010

	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Croissance Organique (%)	Acquisi- tions (%)	Total à Tx Chge Const. (%)	Impact Monnaies (%)	Total (%)	Mag Comp (Hors essence) (%)	Total à Tx Chge Const. (Hors essence) (%)
France	41 878	1,4	0,1	1,5	0,0	1,5	0,0	1,5	-0,5	-0,5
Europe (hors Fr)	33 647	-2,8	0,4	-2,4	0,1	-2,3	0,9	-1,4	-3,3	-2,8
Am. latine	17,588	7,9	6,0	13,9	0,7	14,6	16,4	31,0	7,9	15,0
Asia	7 905	2,4	12,2	14,6	0,3	14,9	15,8	30,7	2,4	14,9
TOTAL	101 018	0,9	1,5	2,4	0,1	2,5	3,3	5,8	-0,1	1,6

FRANCE

- Un quatrième trimestre difficile limitant la croissance des ventes en comparable
- Gains de parts de marché à surface comparable (source Nielsen*) : +50pb pour les enseignes Carrefour (hors ED/Dia)
- Des ventes en progression de +0,2% en comparable hors essence pour Carrefour Market
- Succès de la convergence d'enseigne : bonnes performances des 409 Carrefour City et Carrefour Contact et des 301 magasins Dia qui ont été convertis

	4ème TRIMESTRE 2010				ANNEE 2010			
	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total (%)	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total (%)
France	11 184	0,1	0,3	0,4	41 878	1,4	0,0	1,5
Hypermarchés	5 975	-1,6	0,2	-1,3	21 541	-0,6	0,1	-0,5
Supermarchés	2 439	0,6	0,6	1,1	9 517	3,6	0,6	4,2
Hard discount	580	-5,6	-5,2	-10,8	2 401	-8,4	-2,3	-10,6
Autres	2 189	6,1	2,1	8,2	8419	7,7	0,1	7,8

L'impact calendaire est estimé à 0,3% sur le trimestre. Hors essence, les ventes en France sont en baisse de -0,8% ce trimestre.

Hypermarchés

Au quatrième trimestre, les ventes à magasins comparables hors essence sont en baisse de -2,5% (-2,7% hors effet calendaire de 0,2%)

- Le chiffre d'affaires alimentaire baisse de -0,2% au T4
- Le chiffre d'affaires non-alimentaire baisse de -7,3% au T4
- La tendance de trafic s'améliore de manière séquentielle à -1,1% au T4, après une baisse de -1,2% au T3, -2,7% au T2 et de -4,6% au T1
- Le panier moyen est en baisse de -1,5%

L'environnement a été particulièrement difficile au quatrième trimestre. L'activité a été perturbée par des grèves et de mauvaises conditions climatiques.

Supermarchés

Les ventes de supermarchés hors essence, à magasins comparables sont en hausse de +0,2%. Avec 949 magasins passés à l'enseigne Carrefour Market, le programme de conversion est quasiment achevé et la majorité du parc a été transformé il y a plus d'un an. Le trafic est en baisse de -2,4% et le panier moyen augmente de +2,7%.

Hard discount, proximité et autres activités

Les magasins ED intégrés enregistrent une baisse de leurs ventes de -10,8%, ou -5,6% en comparable. Le chiffre est toujours affecté par les fermetures temporaires de magasins pour passer à l'enseigne Dia, à hauteur de -0,5% mais également affecté par les conditions climatiques difficiles de décembre. Les magasins Dia nouvellement transformés continuent d'enregistrer de très bonnes performances, principalement du fait d'une amélioration du trafic.

A fin décembre, ce sont 301 magasins ED qui ont été transformés ou ouverts sous enseigne Dia.

La ligne « Autres » voit son chiffre d'affaires augmenter de +8,2%, ou +6,1% en comparable, ce qui reflète une hausse de nos ventes aux franchisés, dynamisées par Carrefour Market, Carrefour City et Carrefour Contact. Nos activités de proximité en franchise enregistrent une hausse de leur chiffre d'affaires en comparable de +4,4% ce trimestre.

* cumul à date (du 04/01/2010 au 05/12/2010)

EUROPE DE L'OUEST (hors France)

- Première croissance des ventes trimestrielles en comparable en Belgique : +1,5% malgré les mauvaises conditions climatiques
- Les ventes du trimestre reflètent la fermeture de 8 hypermarchés et 3 supermarchés et le transfert de 4 supermarchés et d'un hypermarché chez les franchisés à fin juillet. 16 supermarchés ont été transférés à Mestdagh à fin septembre, conformément à l'accord signé le 2 juillet
- Signes encourageants au T4 en Espagne dans un environnement toujours difficile

	4eme TRIMESTRE 2010				ANNEE 2010			
	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total (%)	CA TTC (m€)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total (%)
Europe de l'Ouest (G3)	6 675	-0,4	-2,3	-2,7	24 752	-2,6	-0,9	-3,5
Espagne	3 829	-1,1	0,8	-0,3	14 059	-2,6	1,0	-1,7
Hypermarchés	2 419	-1,3	0,1	-1,3	8 598	-3,4	0,4	-3,0
Supermarchés	190	-2,4	5,8	3,4	739	-5,2	2,9	-2,3
Hard discount	903	-1,4	-3,4	-4,8	3 580	-0,9	-2,1	-3,0
Autres	316	3,2	18,8	22,0	1 142	-0,1	15,8	15,7
Italie	1 703	0,1	-6,5	-6,4	6 440	-1,8	-3,7	-5,5
Hypermarchés	778	-1,2	-3,6	-4,8	2 769	-3,1	-4,8	-8,0
Supermarchés	478	-4,1	-2,6	-6,7	1 887	-0,6	-1,1	-1,6
Hard discount	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres	447	8,5	-17,3	-8,8	1 784	-0,9	-4,7	-5,6
Belgique	1 144	1,5	-6,2	-4,7	4 253	-3,7	-2,5	-6,2
Hypermarchés	551	-0,1	-8,9	-9,0	1 978	-6,0	-3,7	-9,8
Supermarchés	154	1,2	-31,0	-29,8	723	-6,0	-8,9	-14,9
Hard discount	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0
Autres	439	3,9	12,8	16,8	1 551	1,1	2,9	4,0

Espagne

Les ventes en Espagne reculent de -0,3% (-1,6% hors essence) dans un environnement difficile.

Les ventes en comparable des hypermarchés sont en baisse de -1,3% (-3,3% hors essence). Le non alimentaire a baissé de -5,6%, à peu près en ligne avec le T3 (-6,2%).

Les ventes alimentaires sont en baisse de -1,7% (vs -6,3% au T3 et -7,6% sur les 9 premiers mois de l'année), affectées par la déflation estimée à environ 1,5%.

Les ventes de Carrefour Express sont en baisse de -2,4% en comparable (vs -5,9% au T3), et en hausse de +3,4% au total, également affectées par l'environnement économique difficile et la déflation.

Les ventes de hard discount enregistrent une baisse de -1,4% en comparable pour une baisse de -4,8% au total. Dans ce format, les ventes restent affectées par une déflation des prix alimentaires qui est compensée par la progression des volumes. Ce trimestre a également été impacté par un effet calendaire négatif, estimé à -2% sur le trimestre.

Italie

Les ventes totales en Italie baissent de -6,4% ce trimestre. Le désengagement de 8 hypermarchés dans le sud du pays affecte le chiffre d'affaires à hauteur de 10 pb. Les ventes en comparable des hypermarchés sont en baisse de -1,2%, reflétant une amélioration dans un environnement difficile (-1,2% en comparable au T4 vs -2,8% au T3)

Les supermarchés enregistrent une baisse de leurs ventes en comparable de -4,1%, reflétant une détérioration du trafic.

Belgique

Les ventes en Belgique baissent de -4,7% au total. Elles ont été affectées par les fermetures de magasins à fin juillet, conformément à l'accord signé le 2 juillet (8 hypermarchés et 3 supermarchés fermés et 20 supermarchés et 1 hypermarché transférés aux franchisés).

Les ventes en comparable augmentent de +1,5% au quatrième trimestre, la première croissance des ventes trimestrielles en comparable depuis six ans, reflétant une bonne performance de l'alimentaire (+2,2%) et ceci malgré les mauvaises conditions climatiques.

Les ventes en comparable des hypermarchés sont stables (-0,1%). Les ventes en supermarchés augmentent de +1,2% à magasins comparables. Les activités de franchise (supermarchés et proximité, plus d'un tiers des ventes du pays) sont en hausse, avec une augmentation de +3,9% des ventes à magasins comparables.

MARCHES DE CROISSANCE

- Progression soutenue des ventes (+9,0% à taux de changes constants)
- Croissance solide au Brésil de +13,7% à taux de changes constants, dynamisée par les excellentes performances d'Atacadao
- Croissance solide en Chine de +12,5% à taux de changes constants
- Deuxième trimestre consécutif de croissance des ventes à magasins comparables à Taiwan

	4eme TRIMESTRE 2010					ANNEES 2010						
	CA TTC (€ m)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total à Tx Chge Const. (%)	Impact Monnaies (%)	Total (%)	CA TTC (€ m)	Mag Comp (%)	Expansion (%)	Total à Tx Chge Const. (%)	Impact Monnaies (%)	Total (%)
Total marché de croissance	9 269	3,4	5,6	9,0	9,8	18,8	34 389	3,3	6,1	9,4	10,9	20,3
Am Latine	4 981	8,0	6,9	14,9	12,1	26,9	17 588	7,9	6,7	14,6	16,4	31,0
Brésil	3 542	5,6	8,1	13,7	13,2	26,9	12 459	5,5	7,7	13,2	20,5	33,7
Argentine	955	22,6	3,5	26,1	5,8	31,9	3 426	20,3	3,5	23,8	0,4	24,2
Colombie	484	-2,5	5,9	3,4	15,3	18,7	1 704	-1,0	7,6	6,6	19,9	26,5
Asie	1 898	1,8	10,1	11,9	26,1	38,0	7 905	2,4	12,5	14,9	15,8	30,7
Chine	1 184	3,3	9,2	12,5	12,9	25,4	4 857	5,0	9,7	14,7	5,9	20,7
Taiwan	322	1,1	-1,9	-0,8	15,7	14,9	1 456	-1,7	0,2	-1,5	9,5	8,0
Indonesie	272	0,6	4,5	5,1	15,6	20,8	1 095	-1,8	4,6	2,8	20,6	23,4
Autres pays	121	-8,1	5,9	-2,2	17,9	15,7	497	-4,4	8,6	4,2	14,7	18,9
Europe	2 390	-3,3	2,9	-0,4	3,2	2,9	8 895	-3,2	4,5	1,3	3,7	4,9
Pologne	662	0,8	-0,1	0,7	5,2	5,8	2 278	2,7	0,4	3,1	8,2	11,4
Turquie	466	-3,2	8,3	5,1	11,3	16,4	1 785	-2,5	10,5	8,0	8,9	17,0
Roumanie	327	-4,3	5,2	0,9	-0,6	0,2	1 130	-5,0	4,1	-0,9	0,5	-0,4
Grèce	699	-8,1	2,4	-5,7	0,0	-5,7	2 719	-7,6	3,5	-4,1	0,0	-4,1
Portugal	232	1,7	1,6	3,2	0,0	3,2	917	-2,8	3,0	0,2	0,0	0,2
Autres pays	4	NA	NA	-22,5	0,0	-22,5	67	14,5	239,8	254,2	0,0	254,2

Amérique Latine

Les ventes en Amérique latine progressent de +14,9% à taux de changes constants (+26,9% à taux de changes courants), dynamisées par une performance solide en comparable (+8,0%). L'expansion sur la zone reste soutenue et contribue à la croissance des ventes à hauteur de +6,9%.

Au Brésil, les ventes progressent de +13,7% à changes constants (+26,9% à changes courants), dont +5,6% à magasins comparables. Atacadao contribue particulièrement à la croissance des ventes, avec une progression à magasins comparables de +11,9% ce trimestre.

En Argentine, les ventes progressent de +26,1% à changes constants (+31,9% à changes courants). En comparable, les ventes augmentent de +22,6%, reflétant une inflation toujours soutenue et une augmentation des volumes. Tous les formats contribuent à la croissance des ventes en comparable et en particulier le hard discount (+26,9% en comparable).

En Colombie, les ventes progressent de +3,4% à changes constants (+18,7% à changes courants), dont -2,5% à magasins comparables.

Asie

Les ventes en Asie progressent de +11,9% à changes constants (+38,0% à changes courants). A magasins comparables, les ventes progressent de +1,8%.

En Chine, nos ventes progressent de +12,5% à changes constants (+25,4% à changes courants). En comparable, elles augmentent de +3,3%. L'expansion reste soutenue et contribue à hauteur de +9,2% à la croissance des ventes. A fin décembre 2010, Carrefour opère 182 hypermarchés en Chine.

A Taiwan, en comparable les ventes augmentent de +1,1% et sont en croissance pour le deuxième trimestre consécutif.

En Indonésie, les ventes progressent de +5,1% à changes constants, et sont en hausse de 0,6% en comparable.

Au total, les autres pays d'Asie enregistrent des ventes en baisse de -2,2% à changes constants, et en baisse de -8,1% en comparable.

La Malaisie voit ses ventes augmenter de +1,2% à changes constants.

Europe

Les ventes de nos autres marchés en Europe baissent de -3,3% en comparable et baissent de -0,4% à taux de changes constants.

Nos ventes sont affectées en Grèce par la détérioration de l'environnement économique. Elles baissent de -8,1% en comparable et de -5,7% au total.

Nos ventes au Portugal sont en hausse de +3,2%, tandis que nos ventes en Roumanie sont en hausse de 0,2% (+0,9% à changes constants).

Les ventes en Pologne sont en hausse de +0,7% à changes constants. En Turquie, les ventes progressent de +5,1% à changes constants, toujours dynamisées par l'expansion.

RESULTAT OPERATIONNEL AVANT ELEMENTS NON COURANTS

Au terme des audits interne et externe diligentés au Brésil à la demande de la Société, les charges exceptionnelles atteignent 550 m€.

Ces charges exceptionnelles se composent essentiellement de dépréciations et ajustements de stocks, de provisions pour litiges, risques fiscaux et prudhommaux, de ristournes fournisseurs non récupérables et de dépréciations d'actifs corporels.

En application des normes IFRS, les comptes consolidés seront corrigés. Cette correction impliquera l'enregistrement d'éléments estimés comme suit :

En m€	2010	2009
Résultat opérationnel avant éléments non courants	-30	-52
Éléments non courants	-240	-26
Capitaux propres d'ouverture	-50	-152
Total	-320	-230

La décision a également été prise au cours du quatrième trimestre de mener des audits internes et externes additionnels dans d'autres pays. Ces audits ont conduit à la comptabilisation en résultat opérationnel avant éléments non courants d'une charge additionnelle de 54 m€.

Notre résultat opérationnel estimé avant éléments non courants pour l'exercice 2010 s'établit à **2,965 Mds d'€**, soit une **progression de 9,4%** (vs résultat opérationnel avant éléments non courants 2009 corrigé de 2,710 Mds d'€), après la prise en compte :

- des charges au Brésil pour 30m€ désormais considérées comme opérationnelles et non plus comme non courantes comme annoncé précédemment,
- de 54 m€ de charges additionnelles pour ajustements comptables.

Notre résultat opérationnel estimé 2010 sous-jacent (avant éléments non courants et hors éléments exceptionnels) s'établit à **3,025 Mds d'€**, soit une **progression de 11,0%** (vs résultat opérationnel avant éléments non courants 2009 corrigé de 2,725Mds d'€), hors les éléments suivants:

- 54 m€ de charges additionnelles pour ajustements comptables,
- impact positif de la CVAE (90m€),
- impact négatif des perturbations sociales en Belgique (40m€),
- incidence négative de 56 m€ de retraitement de la Thaïlande en « activités abandonnées » suite à la cession de nos activités

Il est à noter que ce résultat opérationnel avant éléments non courant s'entend après prise en compte des charges au Brésil pour 30m€, désormais considérées comme opérationnelles et non plus comme non courantes, comme annoncé précédemment.

Tableau de passage des comptes 2009 en m€

	2009
Résultat avant éléments non courants	2777
Brésil	-52
Résultat avant éléments non courants corrigé	2725
Thaïlande	-15
Résultat avant éléments non courants corrigé et retraité	2710

Tableau de passage des comptes 2010E en m€

	2010E
Résultat avant éléments non courants estimé	2965
Thaïlande	56
Résultat avant éléments non courants estimé retraité	3021
CVAE	-90
Belgique	40
Divers	54
Résultat avant éléments non courants estimé sous jacent	3025

EXPANSION

Depuis le début de l'année 2010, nous avons ouvert ou acquis 1 166 nouveaux magasins sous enseignes, ce qui représente une création brute de 902 000 m². Nette des réductions de surfaces opérées pendant cette période, la création est de **874 000 m²**.

Sur le quatrième trimestre 2010, nous avons ouvert ou acquis 383 nouveaux magasins sous enseignes, ce qui représente une création brute de 353 000 m². Nette des réductions de surfaces opérées pendant le trimestre, la création est de **338 000 m²**.

En France, nous avons ouvert et procédé à des agrandissements pour 33 000 m², dont 8 000 m² pour les supermarchés, 9 000 m² pour le hard discount, 6 000 m² pour les magasins de proximité et 11 000 m² pour les magasins cash and carry. 2 supermarchés, 9 magasins hard discount, 48 magasins de proximité et 8 magasins cash and carry ont été ouverts ou acquis sur la période.

En Europe (hors France), nous avons ouvert ou acquis 3 nouveaux hypermarchés, 43 supermarchés, 123 magasins hard discount et 57 magasins de proximité. Au total, nous avons ouvert et acquis pour 107 000 m² additionnels. Nette des réductions de surfaces opérées pendant le trimestre, la création est de 100 000 m².

En Amérique latine, 2 hypermarchés, 1 supermarché, 45 magasins hard discount et 9 magasins de proximité ont été ouverts ou acquis dans le trimestre, totalisant 33 000 m². Nette des réductions de surfaces opérées pendant le trimestre, la création est de 23 000 m².

En Asie, 24 hypermarchés, 8 magasins hard discount et 1 magasin cash and carry ont été ouverts ou acquis, pour un total de 182 000 m².

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – T4 2010

Nb de magasins	Sept. 2010	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures	Transferts	Cessions	Dec. 2010
Hypermarchés	1 419	22	7	4	-1	42	1 401
France	231	0	0	0	0	0	231
Europe (hors France)	506	3	0	2	-1	0	506
Amérique Latine	326	2	0	0	0	0	328
Asie	356	17	7	2	0	42	336
Supermarchés	2 948	46	0	40	-2	0	2 952
France	973	2	0	1	-1	0	973
Europe (hors France)	1 801	43	0	39	-1	0	1 804
Amérique Latine	155	1	0	0	0	0	156
Asie	19	0	0	0	0	0	19
Hard discount	6 647	185	0	111	348	0	6 373
France	932	9	0	5	0	0	936
Europe (hors France)	4 493	123	0	73	-348	0	4 195
Amérique Latine	836	45	0	25	0	0	856
Asie	386	8	0	8	0	0	386
Magasins de proximité	4 671	114	0	76	351	1	5 059
France	3 195	48	0	27	1	0	3 217
Europe (hors France)	1 424	57	0	48	350	0	1 783
Amérique Latine	36	9	0	0	0	0	45
Asie	16	0	0	1	0	1	14
Cash & carry	143	9	0	0	0	0	152
France	129	8	0	0	0	0	137
Europe (hors France)	14	0	0	0	0	0	14
Asie	0	1	0	0	0	0	1
Total	15 828	376	7	231	0	43	15 937
France	5 460	67	0	33	0	0	5 494
Europe (hors France)	8 238	226	0	162	0	0	8 302
Amérique Latine	1 353	57	0	25	0	0	1 385
Asie	777	26	7	11	0	43	756

T4 2010 – VENTES CONSOLIDEES TTC

	Ventes T4 10 (m€)	Ventes T4 09 (m€)	Variation à tx Changes courants (%)	Variation à tx changes constants (%)
France	11 184	11 142	0,4	0,4
Espagne	3 829	3 841	-0,3	-0,3
Italie	1 703	1 820	-6,4	-6,4
Belgique	1 144	1 200	-4,7	-4,7
Grèce	699	742	-5,7	-5,7
Portugal	232	225	3,2	3,2
Pologne	662	625	5,8	0,7
Turquie	466	400	16,4	5,1
Romanie	327	326	0,2	0,9
Autres	4	6	-22,5	-22,5
Europe	9 065	9 185	-1,3	-2,1
Brésil	3 542	2 792	26,9	13,7
Argentine	955	724	31,9	26,1
Colombie	484	408	18,7	3,4
Amérique Latine	4 981	3 924	26,9	14,9
Taiwan	1 184	944	25,4	12,5
Chine	322	280	14,9	-0,8
Malaysie	98	82	20,2	1,2
Indonesie	272	225	20,8	5,1
Singapour	22	22	-0,6	-14,6
Asie	1 898	1 554	38,0	11,9
Groupe	27 128	25 804	5,1	2,2

ANNEES 2010 – VENTES CONSOLIDEES TTC

	Ventes 2010 (m€)	Ventes 2009 (m€)	Variation à tx Changes courants (%)	Variation à tx Changes constants (%)
France	41 878	41 276	1,5	1,5
Espagne	14 059	14 296	-1,7	-1,7
Italie	6 440	6 816	-5,5	-5,5
Belgique	4 253	4 534	-6,2	-6,2
Grèce	2 719	2 836	-4,1	-4,1
Portugal	917	915	0,2	0,2
Pologne	2 278	2 045	11,4	3,1
Turquie	1 785	1 526	17,0	8,0
Roumanie	1 130	1 135	-0,4	-0,9
Autres	67	19	254,2	254,2
Europe	33 647	34 122	-1,4	-2,3
Brésil	12 459	9 322	33,7	13,2
Argentine	3 426	2 758	24,2	23,8
Colombie	1 704	1 347	26,5	6,6
Amérique Latine	17 588	13 427	31,0	14,6
Taiwan	4 857	4 025	20,7	14,7
Chine	1 456	1 349	8,0	-1,5
Malaysia	405	328	23,5	7,6
Indonesie	1 095	887	23,4	2,8
Singapour	92	90	2,2	-8,7
Asie	7 905	6 679	30,7	14,9
Groupe	101 018	95 503	5,8	2,5

VENTES TTC HORS ESSENCE G4

	4eme Trimestre 2010		ANNEES 2010	
	Mag Comp (Hors essence) (%)	Total à Tx Chge const. (Hors essence) (%)	Mag Comp (Hors essence) (%)	Total à Tx Chge const. (Hors essence) (%)
France	-1,1	-0,8	-0,5	-0,5
Hypermarchés	-2,5	-2,3	-2,1	-2,1
Supermarchés	0,2	0,7	1,6	2,1
Hard discount	-5,6	-10,8	-8,4	-10,6
Autres	3,8	6,1	4,9	5,0
Europe de l'Ouest (G3)	-1,1	-3,5	-3,3	-4,1
Espagne	-2,4	-1,6	-3,8	-2,8
Hypermarchés	-3,3	-3,2	-5,2	-4,8
Supermarchés	-3,8	2,3	-6,4	-3,4
Hard discount	-1,4	-4,8	-0,9	-3,0
Autres	3,2	22,0	-0,1	15,7
Italie	0,0	-6,6	-1,8	-5,5
Hypermarchés	-1,5	-5,1	-3,1	-8,0
Supermarchés	-4,1	-6,7	-0,6	-1,6
Autres	0,0	0,0	0,0	0,0
	8,5	-8,8	-0,9	-5,6
Belgique				
Hypermarchés	1,5	-4,7	-3,7	-6,2
Supermarchés	-0,1	-9,0	-6,0	-9,8
Autres	1,2	-29,9	-6,0	-15,0
	0,0	0,0	0,0	0,0
	3,9	16,8	1,1	4,0

Investor relations: Alessandra Girolami, Sandra Livinec, Patrice Lambert de Diesbach

Tel: +33 (1) 41 04 26 00

Shareholder relations: Céline Blandineau

Freephone: 0805 902 902

Media relations: PUBLICIS Consultants

Tel: +33 (1) 57 32 89 99