



**Au 2<sup>ème</sup> trimestre, croissance des ventes de 1,3% à changes constants**  
**Ventes en hausse en France hors effet calendaire**  
**Croissance en Amérique latine et en Chine**

- **Ventes TTC consolidées T2 2013** : 20,5 Md€, en hausse de 1,3% à changes constants. Hors impact calendaire, le chiffre d'affaires organique hors essence est en hausse de 2,2%. La poursuite de la dépréciation des monnaies brésilienne et argentine a eu un impact négatif de 1,9% sur le trimestre.
  - **France** : hors effet calendaire, ventes en hausse de 1,3%, quasi stables à -0,2% en publié. Dans un environnement économique difficile et en dépit de conditions météorologiques défavorables, les hypermarchés poursuivent leur redressement. Les autres formats évoluent bien.
  - **International** : ventes en hausse de 2,6% à taux de changes constants et de +2,3% en organique. Les ventes en Europe du Sud restent difficiles. La croissance se poursuit en Amérique latine et redémarre en Chine.
- **Ventes TTC consolidées S1 2013** : 41,0 Md€, en hausse de 1,3% à changes constants. Hors impact calendaire, le chiffre d'affaires organique hors essence est en hausse de 2,1%.

**Ventes TTC 2<sup>ème</sup> trimestre 2013<sup>1</sup>**

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp.	Croissance organique <sup>2</sup>	Total	Mag. Comp.	Croissance organique <sup>2</sup>	Total	Total	Croissance organique <sup>2</sup>
France	9 654	-0,6%	-0,2%	-0,2%	-1,1%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	+1,3%
International	10 806	+0,9%	+2,3%	+2,6%	+0,8%	+2,2%	+2,6%	-1,0%	+2,7%
<b>Total Groupe</b>	<b>20 460</b>	<b>+0,2%</b>	<b>+1,1%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+1,4%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>+2,2%</b>

**Ventes TTC 1<sup>er</sup> semestre 2013<sup>1</sup>**

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp.	Croissance organique <sup>2</sup>	Total	Mag. Comp.	Croissance organique <sup>2</sup>	Total	Total	Croissance organique <sup>2</sup>
France	18 968	-0,6%	-0,4%	-0,4%	-1,3%	-0,6%	-0,6%	-0,4%	+0,7%
International	22 048	+1,1%	+2,6%	+2,8%	+1,0%	+2,5%	+2,8%	-1,4%	+2,9%
<b>Total Groupe</b>	<b>41 016</b>	<b>+0,3%</b>	<b>+1,2%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+1,4%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>+2,1%</b>

**Volume d'affaires**

Le volume d'affaires<sup>3</sup> avec essence du deuxième trimestre 2013 s'est élevé à 24,3 Md€ en hausse de 0,6% à taux de changes constants (-1,1% à changes courants). Au premier semestre 2013, le volume d'affaires s'est élevé à 48,6 Md€, en hausse de 0,6% à taux de changes constants (-1,3% à changes courants).

<sup>1</sup> Les variations sont pro forma après la reclassification des activités en Grèce, à Singapour, en Colombie, en Malaisie, en Indonésie et en Turquie en activités non poursuivies à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

<sup>2</sup> Ventes à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois.

<sup>3</sup> Ventes totales sous enseignes incluant les ventes des franchisés et des partenariats internationaux.

## FRANCE

Ventes TTC 2<sup>ème</sup> trimestre 2013

	m€	Var. avec essence			Var. hors essence			Var. hors essence hors calendaire
		Mag. comp.	Croissance organique <sup>4</sup>	Total	Mag. comp.	Croissance organique <sup>4</sup>	Total	Croissance organique <sup>4</sup>
Hypermarchés	5 202	-1,2%	-0,5%	-0,5%	-1,1%	-0,4%	-0,4%	+1,2%
Supermarchés	3 276	-0,8%	-1,4%	-1,4%	-1,8%	-1,4%	-1,4%	-0,1%
Proximité et autres formats	1 176	+3,0%	+4,8%	+4,8%	+0,8%	+3,6%	+3,6%	+4,6%
<b>France</b>	<b>9 654</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>+1,3%</b>

Les ventes organiques en **France** sont en hausse de 1,3% hors impact calendaire estimé à -1,5%. Elles sont globalement stables (-0,2%) en publié, dans un contexte caractérisé par de mauvaises conditions météorologiques. L'impact des ventes de carburants est globalement neutre ce trimestre sur la croissance du chiffre d'affaires.

Hors impact calendaire, les ventes organiques des **Hypermarchés** sont en hausse de 1,2% hors essence (+1,1% avec essence). Elles sont en baisse de 0,5% en publié (-0,4% hors essence). Les ventes alimentaires poursuivent leur progression ce trimestre.

Hors impact calendaire, le chiffre d'affaires organique des **Supermarchés** est stable à -0,1% avec et hors essence. En publié, il est en baisse de 1,4% avec et hors essence.

Hors impact calendaire, la croissance organique de la **Proximité et des autres formats** s'établit à +4,6% hors essence (+5,8% avec essence). En publié, le chiffre d'affaires est en hausse de 4,8% (+3,6% hors essence).

<sup>4</sup> Ventes à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois.

## INTERNATIONAL

### Ventes TTC 2<sup>ème</sup> trimestre 2013<sup>5</sup>

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors
		Mag. Comp.	Croissance organique <sup>6</sup>	Total	Mag. Comp.	Croissance organique <sup>6</sup>	Total	Total	Croissance organique <sup>6</sup>
Autres pays d'Europe	5 237	-4,2%	-4,5%	-4,2%	-4,3%	-4,5%	-4,2%	-4,1%	-3,9%
Amérique latine	3 884	+8,5%	+11,0%	+11,7%	+8,0%	+10,7%	+11,5%	+1,2%	+11,3%
Asie	1 685	-0,1%	+4,2%	+4,2%	-0,1%	+4,2%	+4,2%	+4,3%	+4,4%
<b>International</b>	<b>10 806</b>	<b>+0,9%</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+2,6%</b>	<b>+0,8%</b>	<b>+2,2%</b>	<b>+2,6%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>+2,7%</b>

Les ventes du Groupe à l'**international** sont en augmentation de 2,6% à changes constants. Hors impact calendaire, les ventes organiques hors essence sont en hausse de 2,7%. Les ventes en Europe restent marquées par une consommation difficile, en particulier en Europe du Sud. La croissance se poursuit en Amérique latine et les ventes repartent à la hausse en Asie.

#### Autres pays d'Europe

Les ventes organiques sont en baisse de 4,5% en Europe. Hors impact calendaire estimé à -0,6%, les ventes organiques sont en baisse de 3,9%. Les effets de changes sont quasiment neutres.

Les ventes de la zone ont été impactées par les mauvaises conditions météorologiques, qui s'ajoutent à la conjoncture défavorable à la consommation que l'Europe traverse depuis plusieurs trimestres. En **Italie**, les ventes organiques baissent de 11,2% (-9,9% en comparable) et de 0,4% en **Belgique** (-1,0% en comparable). Par rapport au trimestre précédent, l'**Espagne** résiste mieux, avec une baisse des ventes organiques de 1,7% (-2,6% en comparable).

#### Amérique latine

Les ventes sont en hausse de 11,7% à changes constants en Amérique latine et de 11,0% en organique. Hors impact calendaire, les ventes organiques hors essence sont en hausse de 11,3%. L'effet défavorable des taux de change s'établit à 10,5% sur le trimestre, en raison de la poursuite de la dépréciation par rapport à l'euro du real brésilien et du peso argentin.

Au **Brésil**, la croissance se poursuit dans l'ensemble des formats, avec des ventes organiques en hausse de 9,5% (+7,1% en comparable). L'**Argentine** voit ses ventes progresser de 23,8% à changes constants, dont 16,2% en organique, dans un contexte réglementaire marqué par la poursuite du gel des prix.

#### Asie

Hors impact calendaire, les ventes organiques en Asie sont en hausse de 4,4%.

En **Chine**, les ventes organiques croissent de 4,6% à changes constants. Sur le trimestre, à magasins comparables, l'évolution du chiffre d'affaires redevient positive à +0,4%. A **Taiwan**, les ventes repartent à la hausse.

<sup>5</sup> Les variations sont pro forma après la reclassification des activités en Grèce, à Singapour, en Colombie, en Malaisie, en Indonésie et en Turquie en activités non poursuivies à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

<sup>6</sup> Ventes à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois.

VENTES S1 2013<sup>7</sup>

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp.	Croissance organique <sup>8</sup>	Total	Mag. Comp.	Croissance organique <sup>8</sup>	Total	Total	Croissance organique <sup>8</sup>
Hypermarchés	10 267	-1,6%	-1,2%	-1,2%	-2,0%	-1,5%	-1,5%	-1,2%	0,0%
Supermarchés	6 454	-0,4%	-1,0%	-1,0%	-1,2%	-0,7%	-0,7%	-1,0%	+0,3%
Proximité et autres	2 247	+3,9%	+5,1%	+5,1%	+2,1%	+4,1%	+4,1%	+5,1%	+5,2%
<b>Total France</b>	<b>18 968</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>+0,7%</b>
Autres pays d'Europe	10 389	-4,1%	-4,3%	-4,1%	-4,1%	-4,4%	-4,1%	-4,0%	-3,8%
Amérique latine	7 852	+9,9%	+12,5%	+12,8%	+9,6%	+12,4%	+12,8%	+0,5%	+12,9%
Asie	3 807	-2,3%	+1,9%	+1,9%	-2,3%	+1,9%	+1,9%	+2,1%	+1,6%
International	22 048	+1,1%	+2,6%	+2,8%	+1,0%	+2,5%	+2,8%	-1,4%	+2,9%
<b>Groupe</b>	<b>41 016</b>	<b>+0,3%</b>	<b>+1,2%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+1,4%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>+2,1%</b>

<sup>7</sup> Les variations sont pro forma après la reclassification des activités en Grèce, à Singapour, en Colombie, en Malaisie, en Indonésie et en Turquie en activités non poursuivies à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

<sup>8</sup> Ventes à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois.

## EXPANSION SOUS ENSEIGNES – T2 2013

Au deuxième trimestre 2013, en brut, nous avons ouvert ou acquis 79 000 m<sup>2</sup> (108 000m<sup>2</sup> au premier semestre). Net des cessions ou fermetures, le parc s'est agrandi de 24 000m<sup>2</sup> (45 000m<sup>2</sup> au premier semestre).

Milliers de m <sup>2</sup>	31 déc. 2012	31 mars 2013	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Transferts	Cessions	Mouvements T2 2013	30 juin 2013
France	5 075	5 060	8	1	-4		-4	1	5 061
Europe (hors Fr)	5 629	5 621	26		-34	-1		-9	5 613
Amérique latine	2 045	2 054	2					2	2 057
Asie	2 592	2 604	16		-13			4	2 608
Autres <sup>9</sup>	608	631	28		-3			25	656
<b>Groupe</b>	<b>15 949</b>	<b>15 970</b>	<b>80</b>	<b>1</b>	<b>-53</b>	<b>-1</b>	<b>-4</b>	<b>24</b>	<b>15 994</b>

## PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – T2 2013

Au deuxième trimestre 2013, Carrefour a ouvert ou acquis 178 magasins (322 au premier semestre). Net des cessions ou fermetures, le parc s'est agrandi de 66 magasins (108 magasins au premier semestre).

Nb de magasins	31 déc. 2012	31 mars 2013	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures	Transferts	Cessions	Mouvements T2 2013	30 juin 2013
<b>Hypermarchés</b>	<b>1 366</b>	<b>1 373</b>	<b>6</b>		<b>-4</b>	<b>-1</b>		<b>1</b>	<b>1 374</b>
France	232	232							232
Europe (hors Fr)	457	461	1		-2	-1		-2	459
Amérique latine	272	273						0	273
Asie	350	352	2		-2			0	352
Autres <sup>9</sup>	55	55	3					3	58
<b>Supermarchés</b>	<b>3 454</b>	<b>3 437</b>	<b>19</b>		<b>-20</b>	<b>1</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>3 435</b>
France	964	954				1	-2	-1	953
Europe (hors Fr)	2 176	2 166	10		-18			-8	2 158
Amérique latine	168	168						0	168
Asie	16	15	2					2	17
Autres <sup>9</sup>	130	134	7		-2			5	139
<b>Magasins de proximité</b>	<b>5 010</b>	<b>5 053</b>	<b>152</b>	<b>1</b>	<b>-85</b>	<b>0</b>		<b>68</b>	<b>5 121</b>
France	3 405	3 406	50	1	-38	-1		12	3 418
Europe (hors Fr)	1 370	1 391	85		-47	1		39	1 430
Amérique latine	235	256	17					17	273
Asie	0	0						0	0
Autres <sup>9</sup>	0	0						0	0
<b>Cash &amp; carry</b>	<b>164</b>	<b>173</b>			<b>-1</b>			<b>-1</b>	<b>172</b>
France	140	140						0	140
Europe (hors Fr)	14	20			-1			-1	19
Asie	4	4						0	4
Autres <sup>9</sup>	6	9						0	9
<b>Groupe</b>	<b>9 994</b>	<b>10 036</b>	<b>177</b>	<b>1</b>	<b>-110</b>	<b>0</b>	<b>-2</b>	<b>66</b>	<b>10 102</b>
France	4 741	4 732	50	1	-38		-2	11	4 743
Europe (hors Fr)	4 017	4 038	96		-68			28	4 066
Amérique latine	675	697	17		0			17	714
Asie	370	371	4		-2			2	373
Autres <sup>9</sup>	191	198	10		-2			8	206

### AGENDA

29 août 2013 : publication des résultats semestriels 2013

Relations investisseurs : Réginald Gillet, Alessandra Girolami, Matthew Mellin

Tél : +33 (0)1 41 04 26 00

Relations actionnaires : Céline Blandineau

Tél : +33 (0)805 902 902 (n° vert en France)

Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 41 04 26 17

<sup>9</sup> Maghreb, Moyen-Orient et République dominicaine.