



CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : +3% EN ORGANIQUE QUATRIEME ANNEE CONSECUTIVE DE CROISSANCE ORGANIQUE

Chiffre d'affaires 2015 : 86,3 Md€, +5,3% hors essence à changes constants et +3,0% en organique

- **France** : la croissance continue, +5,3% hors essence et de +1,1% en organique
 - Tous les formats sont en croissance pour la troisième année consécutive, illustrant la dynamique du multi-format
 - La conversion des magasins DIA se poursuit
- **International** : croissance de +5,3% hors essence à taux de change constants et de +4,5% en organique
 - Accélération de l'Europe, notamment en Espagne et en Italie ; tous les pays sont en croissance en comparable sur l'année
 - Très bonne performance de l'Amérique latine dans un environnement plus difficile
 - La croissance se confirme à Taiwan, le plan d'action se poursuit en Chine

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2015 : 22,4 Md€, +4,1% hors essence à taux de change constants, +2,4% en organique

- **France** : croissance de +3,3% hors essence et de -0,3% en organique
- **International** : croissance de +4,8% à taux de change constants hors essence et accélération de la croissance organique à +4,5%

Résultat Opérationnel Courant 2015

- Le Groupe confirme que le ROC 2015 sera en ligne avec les 2,45 Md€ attendus

Chiffre d'affaires TTC consolidé du quatrième trimestre et de l'année 2015

	Quatrième trimestre 2015			Année 2015		
	Ventes TTC (M€)	Variation organique	Variation totale à changes constants hors essence	Ventes TTC (M€)	Variation organique	Variation totale à changes constants hors essence
France	10 663	-0,3%	+3,3%	40 601	+1,1%	+5,3%
International	11 768	+4,5%	+4,8%	45 694	+4,5%	+5,3%
Groupe	22 430	+2,4%	+4,1%	86 294	+3,0%	+5,3%

Le volume d'affaires sous enseigne avec essence sur l'année 2015 s'élève à 104,4 Md€, en hausse de +4,5% à changes constants. Au quatrième trimestre 2015, il s'élève à 26,9 Md€, en hausse de +2,7% à changes constants.

Nota : les variations à magasins comparables et en organique sont présentées hors effet calendaire et hors essence.

VENTES TTC ANNEE 2015

France

	Ventes TTC (M€)
France	40 601
Hypermarchés	21 369
Supermarchés	13 066
Proximité et autres formats	6 166

Hors essence Hors calendaire	
Magasins comparables	Variation organique
+1,3%	+1,1%
+0,6%	+0,8%
+1,9%	+1,3%
+2,7%	+2,9%

En 2015, la **France** enregistre une croissance organique de +1,1%, sur une base de comparaison déjà en hausse de +1,2% en 2014 et de +1,3% en 2013. Tous les formats sont en croissance organique pour la troisième année consécutive.

International

	Ventes TTC (M€)
International	45 694
Autres pays d'Europe	22 127
Amérique latine	16 107
Asie	7 459

Hors essence Hors calendaire	
Magasins comparables	Variation organique
+3,3%	+4,5%
+1,8%	+1,2%
+11,7%	+15,7%
-10,3%	-9,5%

Les ventes à **l'international** sont en hausse de +4,5% en organique en 2015. Pour la première fois en sept ans, les ventes en Europe sont en croissance. Avec une hausse de +11,7%, l'Amérique latine enregistre une très forte progression, le Brésil poursuivant sa croissance avec une hausse organique de +12,6%. En Asie, les ventes organiques baissent de 9,5%.

VENTES TTC 4^{ème} TRIMESTRE 2015

France

	Ventes TTC (M€)
France	10 663
Hypermarchés	5 835
Supermarchés	3 349
Proximité et autres formats	1 479

Hors essence Hors calendaire	
Magasins comparables	Variation organique
+0,2%	-0,3%
-0,7%	-0,5%
+1,5%	+0,6%
+1,1%	-0,1%

Au quatrième trimestre, la **France** enregistre une nouvelle croissance à magasins comparables de +0,2% sur une base de comparaison élevée (+1,1%).

Les ventes des **hypermarchés** sont en baisse de 0,5% en organique. Les ventes non-alimentaires ont été impactées par des températures particulièrement élevées, notamment au mois de décembre.

Le chiffre d'affaires des **supermarchés** est en hausse de +0,6% en organique. Les ventes en comparable sont en hausse de +1,5% sur une base particulièrement élevée de +2,6% en 2014 et +3,2% en 2013.

Les magasins de **proximité et les autres formats** confirment leur dynamisme avec une hausse de +1,1% à magasins comparables.

International

	Ventes TTC (M€)
International	11 768
Autres pays d'Europe	6 077
Amérique latine	4 091
Asie	1 599

Hors essence Hors calendaire	
Magasins comparables	Variation organique
+3,6%	+4,5%
+2,2%	+0,8%
+11,9%	+15,9%
-12,9%	-11,7%

Les ventes organiques à **l'international** progressent de +4,5% en organique et de +3,6% en comparable. L'effet calendaire est négatif à -0,1% ce trimestre et l'impact de changes est de -6,9%.

Dans les **Autres pays d'Europe**, les ventes organiques sont en hausse de +0,8%.

En comparable, les ventes sont en hausse de +2,5% en **Espagne** sur une base déjà positive au quatrième trimestre 2014.

La tendance s'améliore en **Italie** où les ventes en comparable sont en hausse de + 3,5%. En **Pologne** et en **Roumanie**¹, elles sont en hausse sur une base déjà positive. Elles sont en baisse de 0,4% en **Belgique**.

Les ventes organiques en **Amérique latine** sont en hausse de +15,9%. L'effet des taux de change s'élève à -22,2% du fait de la dépréciation du real brésilien et du peso argentin par rapport à l'euro.

Au **Brésil**, les ventes organiques sont en hausse de +13,5% (+8,5% en comparable) sur une base de comparaison déjà élevée de +15,9%. Tous les formats enregistrent une progression remarquable. L'**Argentine** voit ses ventes organiques progresser de +23,3%, dont +22,3% en comparable.

En **Asie**, les ventes organiques sont en retrait de 11,7%, et de 3,6% au total du fait d'un effet des taux de change positif de +8,1%.

En **Chine**, dans un contexte de ralentissement de la consommation, les ventes totales sont en baisse de 7,5% et de 15,7% en organique. Nous y poursuivons notre plan d'action, dans une perspective à moyen terme. A **Taiwan**, les ventes progressent pour le quatrième trimestre consécutif, de +4,2% en organique et +2,6% en comparable.

¹ Les ventes en comparables en Roumanie sont retraitées de l'effet technique sur les prix de la baisse de la TVA.

Evolution des ventes TTC de l'année 2015

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 86 294 M€. L'effet de changes est de -1,0% et l'impact de la variation des prix de l'essence est de -1,6%, dont -2,9% en France. L'effet calendaire est neutre.

	Variation totale à changes courants avec essence	Variation totale à changes constants avec essence	Magasins comparables avec essence	Magasins comparables hors essence hors calendaire
France	+2,4%	+2,4%	-1,0%	+1,3%
Hypermarchés	-1,4%	-1,4%	-1,6%	+0,6%
Supermarchés	-1,3%	-1,3%	-0,6%	+1,9%
International	+3,1%	+4,9%	+3,2%	+3,3%
Autres pays d'Europe	+1,8%	+1,8%	+1,2%	+1,8%
Espagne	+0,1%	+0,1%	+1,2%	+2,6%
Italie	+5,2%	+5,2%	+0,7%	+0,8%
Belgique	-0,2%	-0,2%	+1,0%	+1,0%
Amérique latine	+3,6%	+15,5%	+11,7%	+11,7%
Brésil	-4,3%	+12,6%	+8,2%	+7,9%
Asie	+5,7%	-9,2%	-9,9%	-10,3%
Chine	+2,7%	-12,3%	-13,2%	-13,5%
Total Groupe	+2,7%	+3,7%	+1,2%	+2,4%

Evolution des ventes TTC du quatrième trimestre 2015

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 22 430 M€. L'effet de changes est de -3,8% et l'impact de la variation des prix de l'essence est de -1,1%, dont -2,2% en France. L'effet calendaire est à -0,1%.

	Variation totale à changes courants avec essence	Variation totale à changes constants avec essence	Magasins comparables avec essence	Magasins comparables hors essence hors calendaire
France	+1,0%	+1,0%	-1,7%	+0,2%
Hypermarchés	-2,5%	-2,5%	-2,8%	-0,7%
Supermarchés	-0,9%	-0,9%	-0,1%	+1,5%
International	-2,5%	+4,6%	+3,5%	+3,6%
Autres pays d'Europe	+0,5%	+0,7%	+1,4%	+2,2%
Espagne	-0,5%	-0,5%	+0,9%	+2,5%
Italie	+3,1%	+3,1%	+3,0%	+3,5%
Belgique	-1,0%	-1,0%	-0,4%	-0,4%
Amérique latine	-6,2%	+16,4%	+12,3%	+11,9%
Brésil	-13,5%	+14,3%	+9,3%	+8,5%
Asie	-3,6%	-11,7%	-12,8%	-12,9%
Chine	-7,5%	-15,6%	-16,7%	-16,7%
Total Groupe	-0,8%	+3,0%	+1,1%	+2,1%

EXPANSION SOUS ENSEIGNES – 4^{ème} trimestre et année 2015

Au quatrième trimestre 2015, en brut, Carrefour a ouvert ou acquis 282 000 m². Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 179 000 m² au quatrième trimestre 2015. Depuis le début de l'année, le parc a crû de 1 208 000 m² en brut (891 000 m² en net).

Milliers de m ²	31 déc. 2014	30 sept. 2015	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Transferts	Mouvements T4 2015	31 déc. 2015
France	5 189	5 665	17	1	-14		3	5 668
Europe (hors Fr)	5 754	5 896	44	148	-50		142	6 039
Amérique latine	2 173	2 228	32		-2		30	2 258
Asie	2 758	2 745	27		-38		-11	2 734
Autres ¹	761	813	15				15	828
Groupe	16 635	17 348	135	149	-104		179	17 526

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – 4^{ème} trimestre et année 2015

Au quatrième trimestre 2015, Carrefour a ouvert ou acquis 439 magasins, principalement des magasins de proximité (218). Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 238 magasins au quatrième trimestre 2015, portant le parc à 12 296 magasins à fin décembre (+1 436 magasins par rapport à 2014).

Nb de magasins	31 déc. 2014	30 sept. 2015	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T4 2015	31 déc. 2015
Hypermarchés	1 447	1 471	18	4	-12		10	1 481
France	237	242						242
Europe (hors Fr)	477	482	6	4	-3		7	489
Amérique latine	291	299	5				5	304
Asie	375	374	4		-9		-5	369
Autres ¹	67	74	3				3	77
Supermarchés	3 127	3 274	41	158	-31	20	188	3 462
France	960	981	1	1		20	22	1 003
Europe (hors Fr)	1 831	1 932	36	157	-29		164	2 096
Amérique latine	169	170			-2		-2	168
Asie	19	27	2				2	29
Autres ¹	148	164	2				2	166
Magasins de proximité	6 111	7 141	201	17	-158	-20	40	7 181
France	3 673	4 326	51		-94	-20	-63	4 263
Europe (hors Fr)	2 035	2 390	121	17	-64		74	2 464
Amérique latine	370	384	20				20	404
Asie	0	3	5				5	8
Autres ¹	33	38	4				4	42
Cash & carry	175	172						172
France	143	142						142
Europe (hors Fr)	19	18						18
Autres ¹	13	12						12
Groupe	10 860	12 058	260	179	-201		238	12 296
France	5 013	5 691	52	1	-94		-41	5 650
Europe (hors Fr)	4 362	4 822	163	178	-96		245	5 067
Amérique latine	830	853	25		-2		23	876
Asie	394	404	11		-9		2	406
Autres ¹	261	288	9				9	297

¹ Maghreb, Moyen-Orient et République dominicaine.

DEFINITIONS

Croissance à magasins comparables : ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues. Elle s'entend à changes constants.

Croissance organique : croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses. Elle s'entend à changes constants.

Volume d'affaires : ventes totales sous enseignes incluant les ventes des franchisés et des partenariats internationaux.