



## Poursuite de la bonne dynamique au T1

### Chiffre d'affaires en progression de +9,0% (+3,4% en comparable)

- **Poursuite de la forte dynamique commerciale au premier trimestre**
  - Progression du chiffre d'affaires de +9,0% en données publiées, incluant la hausse des ventes d'essence et un effet de change favorable
  - Croissance de +3,4% en données comparables (LFL), sur un historique élevé (+4,2% LFL au T1 2021)
  - Poursuite des gains de parts de marché dans les principaux pays du Groupe, notamment en France, en Espagne et au Brésil
- **En France, Carrefour surperforme le marché<sup>1</sup> avec un chiffre d'affaires stable en LFL**, après une forte croissance de +3,5% LFL au T1 l'an dernier
- **En Espagne, Carrefour accélère (+3,4% LFL) et continue de gagner des parts de marché**
- **Au Brésil, forte amélioration séquentielle (+7,5% LFL au T1)**, tant chez Atacadão (+9,2%) que Carrefour Retail (+3,1%), soutenue par un retour à des volumes en croissance au cours du trimestre
- **Poursuite de la bonne dynamique du e-commerce, GMV en hausse de +10% au T1**
- **Objectif de cash-flow libre net supérieur à 1 Md€ en 2022 confirmé**
- **400 M€ déjà réalisés sur le programme de 750 M€ de rachat d'actions**

**Alexandre Bompard, Président-Directeur Général, a déclaré :** « Carrefour poursuit ses bonnes performances commerciales au premier trimestre, affichant une croissance particulièrement marquée en Amérique latine. Le Groupe continue de gagner des parts de marché dans tous ses principaux pays.

Dans un environnement inflationniste accentué par le conflit en Ukraine, Carrefour s'appuie sur le professionnalisme et l'expérience de ses équipes pour sécuriser la disponibilité des produits et protéger le pouvoir d'achat de ses clients.

Porté par sa solide dynamique de croissance et renforcé par son plan d'économies de coûts, le Groupe poursuit la consolidation de son modèle économique et réaffirme sa confiance dans l'atteinte de ses objectifs stratégiques. »

## CHIFFRES CLÉS DU 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2022

	Premier trimestre 2022			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables <sup>2</sup>	Variation totale	
			A changes courants	A changes constants
France	9 612	0,0%	+4,9%	+4,9%
Europe	5 602	+0,7%	+2,5%	+2,8%
Amérique Latine (pre-IAS 29)	4 325	+16,6%	+31,8%	+22,3%
Asie	700	-0,6%	+6,8%	-1,4%
<b>Groupe (pre-IAS 29)</b>	<b>20 239</b>	<b>+3,4%</b>	<b>+9,0%</b>	<b>+7,1%</b>
IAS 29 <sup>3</sup>	23			
<b>Groupe (post-IAS 29)</b>	<b>20 261</b>			

Notes : (1) Basé sur des données NielsenIQ RMS, (2) Hors essence et calendrier et à changes constants, (3) Hyperinflation et changes en Argentine

L'activité du premier trimestre confirme la bonne dynamique commerciale du Groupe, dans un environnement marqué par une nette accélération de l'inflation et par le conflit en Ukraine. Carrefour affiche une solide croissance de chiffre d'affaires (+3,4% LFL) sur une base de comparaison déjà élevée, le premier trimestre 2021 ayant bénéficié des contraintes sanitaires (télétravail généralisé et fermeture des restaurants). Carrefour continue de gagner des parts de marché dans ses pays clés, grâce à l'amélioration de la satisfaction client, priorité du Groupe.

Dans un contexte de hausse générale des prix aux consommateurs, Carrefour s'attache à préserver le pouvoir d'achat de ses clients grâce à ses atouts différenciants en matière d'offre et de formats. Face aux potentielles tensions en matière d'approvisionnement, les équipes de Carrefour sont pleinement mobilisées pour assurer la disponibilité des produits à des prix accessibles.

Pour continuer d'être aux côtés de ses clients, tout en poursuivant la consolidation de son modèle économique, Carrefour renforce son plan d'économies de coûts qui dépassera 900 M€ en 2022, dans le cadre des 2,7 Mds€ sur trois ans à horizon 2023.

L'objectif de génération de cash-flow libre net supérieur à 1 Md€ en 2022 est confirmé.

## VENTES TTC DU PREMIER TRIMESTRE 2022

**Le chiffre d'affaires TTC du 1<sup>er</sup> trimestre progresse de +3,4% en comparable (LFL).** Il s'établit à 20 239 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +7,1% à changes constants. Cette progression intègre l'effet essence, favorable à hauteur de +3,3% (hausse du prix du baril et reprise des volumes). Après prise en compte d'un effet de change positif de +1,9%, essentiellement lié à l'appréciation du real brésilien, la variation totale du chiffre d'affaires à changes courants s'élève à +9,0%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de +23 M€.

La croissance au T1 2022 fait suite à de fortes progressions aux premiers trimestres 2020 et 2021, respectivement en hausse de +7,8% et +4,2% LFL.

LFL	T1		
	2020	2021	2022
France	+4,3%	+3,5%	0,0%
Europe	+6,1%	-1,6%	+0,7%
Amérique latine	+17,1%	+15,7%	+16,6%
Taiwan	+6,0%	-6,4%	-0,6%
<b>Groupe</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+4,2%</b>	<b>+3,4%</b>

Cette performance, tirée par l'alimentaire, reflète également une accélération séquentielle par rapport aux deux derniers trimestres de 2021.

LFL	T1 21	T2 21	T3 21	T4 21	T1 22
<b>Groupe</b>	<b>+4,2%</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+0,8%</b>	<b>+0,7%</b>	<b>+3,4%</b>

En **France**, le chiffre d'affaires du T1 2022 est stable en LFL (+0,8% LFL en alimentaire et -5,9% LFL en non-alimentaire) dans un marché en légère baisse, compte tenu d'une base de comparaison élevée et d'une inflation sensiblement plus faible que dans le reste de l'Europe. La part de marché continue de progresser sur le trimestre<sup>1</sup>. La transformation se poursuit, avec le passage en location-gérance de 8 hypermarchés et 6 supermarchés depuis le début de l'année ; le solde des 43 magasins annoncés pour 2022 (16 hypermarchés et 27 supermarchés) sera transféré dans les prochains mois.

<sup>1</sup> Parts de marché basées sur des données NielsenIQ RMS pour le CATP alimentaire et non-alimentaire pour la période de 13 semaines se terminant le 03/04/2022 pour le Groupe Carrefour vs le marché total de la distribution française (Copyright © 2022, NielsenIQ)

LFL	T1		
	2020	2021	2022
Hypermarchés	+0,9%	+3,3%	-1,1%
Supermarchés	+8,1%	+7,0%	-2,9%
Proximité/autres formats <i>dont Proximité</i>	+6,8%	-2,7%	+9,4%
<b>France</b>	<b>+4,3%</b>	<b>+3,5%</b>	<b>0,0%</b>

En **Europe**, le chiffre d'affaires en comparable est en progression de +0,7% sur le trimestre. Cette performance reflète une croissance dans la quasi-totalité des pays :

- En **Espagne** (+3,4% LFL), la tendance reste très solide, grâce notamment à des gains continus de parts de marché. Les magasins Supersol affichent de bonnes progressions
- En **Italie** (+0,5% LFL), Carrefour poursuit sa transformation avec un troisième trimestre consécutif de croissance de chiffre d'affaires en comparable. Cette performance reflète l'amélioration continue de la satisfaction client et de l'image prix, se traduisant par une forte progression du NPS®, dans un contexte de pression sur le pouvoir d'achat
- En **Belgique** (-7,0% LFL), le chiffre d'affaires est en baisse au T1, après deux années de hausse marquée (+6,2% au T1 2020 et +2,9% au T1 2021), dans un environnement qui demeure très concurrentiel
- En **Pologne** (+5,5% LFL), Carrefour confirme son dynamisme commercial dans un marché porteur
- En **Roumanie** (+1,6% LFL), le Groupe affiche une nette reprise, bénéficiant au cours du trimestre de la fin des restrictions sanitaires qui limitaient l'accès aux centres commerciaux

LFL	T1		
	2020	2021	2022
Espagne	+6,6%	+1,7%	+3,4%
Italie	+2,5%	-11,3%	+0,5%
Belgique	+6,2%	+2,9%	-7,0%
Pologne	+8,8%	-2,3%	+5,5%
Roumanie	+9,7%	-1,8%	+1,6%
<b>Europe hors France</b>	<b>+6,1%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>+0,7%</b>

En **Amérique latine**, les ventes progressent de +16,6% en comparable.

- Au **Brésil** (+7,5% LFL), le chiffre d'affaires est en nette hausse sur le trimestre sur une base de comparaison élevée. La croissance est soutenue par un retour à des volumes en hausse au cours du trimestre. La part de marché est en hausse. Les ventes du T1 progressent de +14,5% à changes constants grâce à une contribution des ouvertures et des acquisitions de +7,0% et un effet essence positif de +0,8%. L'effet change est favorable de +14,6%
  - Les ventes d'Atacadão sont en hausse de +18,6% à changes constants au T1 2022 avec un chiffre d'affaires en comparable en forte progression (+9,2% LFL) sur une base élevée (+12,9% LFL au T1 2021). La forte accélération au cours du trimestre, tirée par la stabilisation progressive des volumes, confirme la force du modèle d'Atacadão et l'efficacité de sa politique commerciale
  - Carrefour Retail accélère également au T1 (+3,1% LFL), grâce au retour à des volumes en croissance au cours du trimestre. La forte progression des ventes en alimentaire (+8,6% LFL) compense largement une baisse du non-alimentaire (-5,5% LFL)
  - La GMV e-commerce progresse de +51% grâce à la montée en puissance de l'activité online d'Atacadão
  - L'activité de services financiers continue de progresser, avec une hausse des facturations de +11% au T1

- Après la recommandation positive du Surintendant Général fin janvier, la décision finale de l'autorité de la concurrence brésilienne concernant l'acquisition de Grupo BIG est en cours de revue. La finalisation de l'opération reste attendue d'ici juin 2022. Pour rappel, l'objectif de synergies a récemment été relevé à plus de 2,0 Mds BRL
- En **Argentine** (+62,2% LFL), le chiffre d'affaires progresse fortement tant en alimentaire qu'en non-alimentaire, dans un contexte inflationniste élevé. Carrefour continue d'augmenter ses volumes et de gagner des parts de marché

A **Taiwan (Asie)**, les ventes du T1 sont en recul de -0,6% en comparable, pénalisées par les mesures sanitaires liées à la pandémie. Les magasins Wellcome, désormais tous convertis à l'enseigne Carrefour, affichent une bonne performance.

## UN TRIMESTRE RECORD POUR LE E-COMMERCE

Les ventes e-commerce du Groupe ont atteint un niveau record au premier trimestre, avec une GMV en progression de +10% par rapport au premier trimestre 2021. Cette performance est tirée par la forte croissance de la livraison à domicile en Europe, segment sur lequel Carrefour dispose d'un leadership important notamment en France, et à la montée en puissance rapide du e-commerce d'Atacadão au Brésil. Le Groupe poursuit la mise en œuvre de sa stratégie digitale à bon rythme, avec l'ajout de 273 points de collecte, et l'ouverture de deux grands centres de préparation de commandes à Marseille et à Madrid. Carrefour Links rencontre un succès croissant auprès de ses partenaires industriels, avec 235 clients actifs à fin mars 2022.

## IMPACT DU CONTEXTE INFLATIONNISTE

**L'inflation des prix à la consommation a accéléré au T1 dans tous les pays ; Carrefour engagé pour préserver le pouvoir d'achat des consommateurs.**

Comme attendu, les dynamiques inflationnistes amorcées au cours du second semestre 2021 se sont accentuées au premier trimestre 2022. Dans ce contexte, Carrefour s'engage pour préserver le pouvoir d'achat des consommateurs tout en continuant de renforcer son modèle économique. Pour ce faire, Carrefour s'appuie sur ses atouts différenciants : les produits à marque Carrefour qui proposent un excellent rapport qualité/prix, une gamme renforcée de produits très accessibles « Simpl' », l'action promotionnelle, ainsi qu'un programme de fidélité permettant d'accentuer la compétitivité des enseignes du Groupe. Carrefour renforce également sa dynamique de réduction de coûts : le Groupe vise plus de 900 M€ d'économies en 2022, dans le cadre de son objectif de 2,7 Mds€ d'économies à horizon 2023.

**Le Groupe reste vigilant face aux risques de pénuries.** Carrefour n'a pas rencontré de problèmes significatifs d'approvisionnement au cours du trimestre, malgré quelques ruptures localisées et temporaires. Toutefois, dans un contexte d'approvisionnement tendu, Le Groupe est pleinement mobilisé pour assurer un approvisionnement régulier, en augmentant par exemple les stocks de sécurité dans certaines catégories sensibles, afin d'améliorer la disponibilité des produits à des conditions d'achat favorables.

## MISE EN PLACE DU RACHAT D' ACTIONS DE 750 M€

Le 16 février, le Groupe a annoncé le lancement d'un rachat d'actions Carrefour de 750 M€.

Une première tranche de rachats portant sur un montant de 400 M€ a déjà été réalisée : 21 232 106 actions ont été rachetées entre le 7 mars et le 13 avril 2022, à un prix moyen de 18,84 euros. Le Groupe prévoit le lancement de la seconde tranche dans les prochains jours.

Le 20 avril 2022, le Conseil d'Administration a décidé de réduire le capital social de Carrefour S.A. par voie d'annulation des 21 232 106 actions rachetées, représentant environ 3,6% du capital social.

A l'issue de cette annulation d'actions, le nombre d'actions composant le capital de Carrefour S.A. s'élèvera à 754 663 786 actions et le nombre d'actions auto-détenues, en conséquence, sera de 6 859 495 actions,

représentant environ 0,9 % du capital social. Le nombre d'actions donnant droit de vote s'élèvera à 747 804 291 actions.

## CARREFOUR, ENTREPRISE ENGAGÉE

Carrefour a poursuivi au T1 2022 sa politique ambitieuse en matière de RSE.

Une **Direction de l'Engagement**, positionnée au niveau du Comité Exécutif du Groupe, a été créée en février 2022 avec pour vocation d'accélérer les engagements de Carrefour en matière de RSE. Cette démarche, signe d'une maturité forte sur ces sujets, traduit la volonté d'aller plus loin dans l'intégration des problématiques RSE au cœur des opérations.

Carrefour a également multiplié au cours du premier trimestre les initiatives concrètes en matière de RSE :

- **Environnement et neutralité carbone** : le Groupe a lancé la **Plateforme 20 Mégatonnes**, qui associe les principaux partenaires industriels de Carrefour dans la réduction, à hauteur de 20 mégatonnes, de leurs émissions de CO2 incluses dans le Scope 3. Carrefour a également annoncé le **déploiement progressif de bornes de recharge électriques** sur les parkings de ses magasins, afin d'accompagner ses clients dans leur transition vers la mobilité électrique
- **Transition alimentaire** : Carrefour a investi 5 M€ dans la plateforme collaborative MiiMosa, qui finance des projets innovants en lien avec l'agriculture durable
- **Inclusion et diversité** : le Groupe a généralisé sa **politique d'heures silencieuses** en magasin, afin de proposer des conditions plus adaptées pour les personnes atteintes de troubles de l'autisme. Une heure silencieuse aura désormais lieu deux fois par jour dans tous les hypermarchés et supermarchés en France. Le Groupe a également poursuivi sa **politique de féminisation des instances dirigeantes du Groupe**, avec désormais 30% de femmes au Comité Exécutif du Groupe
- **Solidarité** : en plus de son engagement auprès de ses **partenaires traditionnels**, tels que les Restos du Cœur ou l'opération Pièces Jaunes, Carrefour s'est mobilisé **en faveur des réfugiés ukrainiens**, avec une action d'urgence de la Fondation Carrefour – dons de denrées et produits d'hygiène en Pologne et Roumanie – et la mise en place de collectes en caisse dans tous les pays européens du Groupe

## ÉMISSION D'UN SUSTAINABILITY-LINKED BOND DE 1,5 MD€

Le 23 mars 2022, le Groupe a placé avec succès une **émission obligataire en Sustainability-Linked bond pour un montant total de 1,5 Md€**. Celle-ci se compose de deux tranches, notées BBB par S&P, et est indexée sur les objectifs de développement durable du Groupe :

- Une première tranche à taux fixe de maturité 4,6 ans et d'un montant de 750 M€, assortie d'un coupon de 1,875% par an
- Une seconde tranche à taux fixe de maturité 7,6 ans et d'un montant de 750 M€, assortie d'un coupon de 2,375% par an

Cette émission a reçu un accueil exceptionnel du marché, avec une demande totale de près de 8 Mds€.

Carrefour rendra compte chaque année dans son Document d'Enregistrement Universel du niveau d'avancement de ses indicateurs clés de performance extra-financière, qui sera évalué par un tiers indépendant. Les montants levés viendront financer les besoins généraux du Groupe et assurer le refinancement obligataire.

## AGENDA

- Assemblée générale : 3 juin 2022
- Chiffre d'affaires du second trimestre et résultat du premier semestre 2022 : 27 juillet 2022
- Présentation du nouveau plan stratégique Carrefour : automne 2022

## CONTACTS

### **Relations investisseurs**

Sébastien Valentin, Anthony Guglielmo et Louise Brun

Tél : +33 (0)1 64 50 82 57

### **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 1<sup>er</sup> trimestre 2022

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 20 239 M€ pre-IAS 29. L'effet de change au premier trimestre a été favorable à hauteur de +1,9%, essentiellement dû à l'appréciation du real brésilien. L'effet essence est favorable à hauteur de +3,3%. L'effet calendaire est défavorable à hauteur de -0,5%. Les ouvertures ont contribué à hauteur de +1,1%. L'effet des acquisitions est de +0,8%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de +23 M€.

	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>9 612</b>	<b>0,0%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+4,9%</b>
Hypermarchés	4 767	-1,1%	-1,6%	+3,8%	+3,8%
Supermarchés	3 200	-2,9%	-4,9%	+2,0%	+2,0%
Proximité /autres formats	1 645	+9,4%	+10,1%	+15,0%	+15,0%
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>5 602</b>	<b>+0,7%</b>	<b>+0,2%</b>	<b>+2,5%</b>	<b>+2,8%</b>
Espagne	2 516	+3,4%	+3,8%	+9,9%	+9,9%
Italie	1 030	+0,5%	-5,0%	-3,5%	-3,5%
Belgique	996	-7,0%	-6,8%	-7,2%	-7,2%
Pologne	505	+5,5%	+6,1%	+2,3%	+4,1%
Roumanie	555	+1,6%	+4,4%	+2,7%	+4,2%
<b>Amérique latine (pre-IAS 29)</b>	<b>4 325</b>	<b>+16,6%</b>	<b>+20,2%</b>	<b>+31,8%</b>	<b>+22,3%</b>
Brésil	3 551	+7,5%	+11,6%	+29,1%	+14,5%
Argentine (pre-IAS 29)	774	+62,2%	+63,3%	+45,7%	+63,3%
<b>Asie</b>	<b>700</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>+6,8%</b>	<b>-1,4%</b>
Taïwan	700	-0,6%	-0,6%	+6,8%	-1,4%
<b>Total Groupe (pre-IAS 29)</b>	<b>20 239</b>	<b>+3,4%</b>	<b>+3,4%</b>	<b>+9,0%</b>	<b>+7,1%</b>
IAS 29 <sup>(1)</sup>	23				
<b>Total Groupe (post-IAS 29)</b>	<b>20 261</b>				

Note : (1) hyperinflation et changes

## Base de comparaison – 1<sup>er</sup> trimestre

Variation hors essence hors calendaire en comparable	T1 2020	T1 2021	T1 2022
<b>France</b>	<b>+4,3%</b>	<b>+3,5%</b>	<b>0,0%</b>
Hypermarchés	+0,9%	+3,3%	-1,1%
Supermarchés	+8,1%	+7,0%	-2,9%
Proximité /autres formats	+6,8%	-2,8%	+9,4%
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>+6,1%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>+0,7%</b>
Espagne	+6,6%	+1,7%	+3,4%
Italie	+2,5%	-11,3%	+0,5%
Belgique	+6,2%	+2,9%	-7,0%
Pologne	+8,8%	-2,3%	+5,5%
Roumanie	+9,7%	-1,8%	+1,6%
<b>Amérique latine</b>	<b>+17,1%</b>	<b>+15,7%</b>	<b>+16,6%</b>
Brésil	+7,6%	+11,6%	+7,5%
Argentine	+70,0%	+32,9%	+62,2%
<b>Asie</b>	<b>+6,0%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-0,6%</b>
Taiwan	+6,0%	-6,4%	-0,6%
<b>Total Groupe</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+4,2%</b>	<b>+3,4%</b>



Effets techniques – 1<sup>er</sup> trimestre 2022

	Calendaire	Essence	Change
<b>France</b>	<b>-0,2%</b>	<b>+6,0%</b>	<b>-</b>
Hypermarchés	-0,7%	+6,1%	-
Supermarchés	+0,3%	+6,5%	-
Proximité /autres formats	+0,2%	+4,9%	-
<b>Autres pays d'Europe</b>	<b>-0,5%</b>	<b>+1,8%</b>	<b>-0,3%</b>
Espagne	-0,2%	+3,0%	-
Italie	-0,7%	+2,1%	-
Belgique	-0,4%	-	-
Pologne	-1,9%	-0,1%	-1,8%
Roumanie	-0,3%	+0,0%	-1,4%
<b>Amérique latine</b>	<b>-1,0%</b>	<b>+0,4%</b>	<b>+9,5%</b>
Brésil	-1,2%	+0,8%	+14,6%
Argentine	-0,1%	-	-17,5%
<b>Asie</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-</b>	<b>+8,2%</b>
Taiwan	-0,8%	-	+8,2%
<b>Total Groupe</b>	<b>-0,5%</b>	<b>+3,3%</b>	<b>+1,9%</b>

## Application de la norme IAS 29

L'impact sur le chiffre d'affaires du Groupe est présenté dans le tableau ci-dessous :

Ventes TTC (M€)	2021 pre-IAS 29	Magasins comparables <sup>(1)</sup>	Calendaire	Ouvertures	Effet périmètre et autres <sup>(2)</sup>	Essence	2022 à changes constants pre-IAS 29	Changes	2022 à changes courants pre-IAS 29	IAS 29 <sup>(3)</sup>	2022 à changes courant post-IAS 29
<b>T1</b>	18 564	+3,4%	-0,5%	+1,1%	-0,0%	+3,3%	+7,1%	+1,9%	20 239	+23	20 261

Notes : (1) hors essence et calendaire et à changes constants ; (2) incluant les transferts ; (3) hyperinflation et changes

## Expansion sous enseignes – 1<sup>er</sup> trimestre 2022

Milliers de m <sup>2</sup>	31 déc. 2021	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions/Cessions	Mouvements T1 2022	31 mars 2022
France	5 586	+17	+3	-11	+9	5 595
Europe (hors Fr)	5 908	+55	-	-53	+2	5 910
Amérique latine <sup>(1)</sup>	2 790	+11	-	-2	+9	2 799
Asie	572	-	-	-	-	572
Autres <sup>(2)</sup>	1 543	+46	-	-13	+33	1 576
<b>Groupe</b>	<b>16 399</b>	<b>+129</b>	<b>+3</b>	<b>-78</b>	<b>+53</b>	<b>16 452</b>

Notes : (1) Retraité pour aligner la définition de la surface commerciale entre Atacadão et Carrefour Retail au Brésil ; (2) Afrique, Moyen-Orient et République Dominicaine

## Parc de magasins sous enseignes – 1<sup>er</sup> trimestre 2022

Nb de magasins	31 déc. 2021	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T1 2022	31 mars 2022
<b>Hypermarchés</b>	<b>1 130</b>	<b>+13</b>	<b>-</b>	<b>-2</b>	<b>-</b>	<b>+11</b>	<b>1 141</b>
France	253	-	-	-	-	-	253
Europe (hors Fr)	457	+1	-	-1	-	-	457
Amérique latine	184	-	-	-	-	-	184
Asie	70	-	-	-	-	-	70
Autres <sup>(1)</sup>	166	+12	-	-1	-	+11	177
<b>Supermarchés</b>	<b>3 574</b>	<b>+67</b>	<b>-</b>	<b>-46</b>	<b>-</b>	<b>+21</b>	<b>3 595</b>
France	1 043	-	-	-2	-1	-3	1 040
Europe (hors Fr)	1 926	+48	-	-36	+1	+13	1 939
Amérique latine	151	-	-	-	-	-	151
Asie	4	-	-	-	-	-	4
Autres <sup>(1)</sup>	450	+19	-	-8	-	+11	461
<b>Magasins de proximité</b>	<b>8 642</b>	<b>+116</b>	<b>+14</b>	<b>-152</b>	<b>-2</b>	<b>-24</b>	<b>8 618</b>
France	4 330	+42	+14	-48	-1	+7	4 337
Europe (hors Fr)	3 430	+67	-	-91	-1	-25	3 405
Amérique latine	558	+7	-	-11	-	-4	554
Asie	274	-	-	-	-	-	274
Autres <sup>(1)</sup>	50	-	-	-2	-	-2	48
<b>Cash &amp; carry</b>	<b>440</b>	<b>+3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>+1</b>	<b>+4</b>	<b>444</b>
France	147	-	-	-	-	-	147
Europe (hors Fr)	12	-	-	-	-	-	12
Amérique latine	259	+2	-	-	+1	+3	262
Asie	-	-	-	-	-	-	-
Autres <sup>(1)</sup>	22	+1	-	-	-	+1	23
<b>Soft discount (Supeco)</b>	<b>108</b>	<b>+7</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>+1</b>	<b>+8</b>	<b>116</b>
France	26	+4	-	-	+2	+6	32
Europe (hors Fr)	81	+3	-	-	-	+3	84
Amérique latine	1	-	-	-	-1	-1	-
Asie	-	-	-	-	-	-	-
Autres <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Groupe</b>	<b>13 894</b>	<b>+206</b>	<b>+14</b>	<b>-200</b>	<b>-</b>	<b>+20</b>	<b>13 914</b>
France	5 799	+46	+14	-50	-	+10	5 809
Europe (hors Fr)	5 906	+119	-	-128	-	-9	5 897
Amérique latine	1 153	+9	-	-11	-	-2	1 151
Asie	348	-	-	-	-	-	348
Autres <sup>(1)</sup>	688	+32	-	-11	-	+21	709

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

## DEFINITIONS

### 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.

® Net Promoter, Net Promoter System, Net Promoter Score, NPS et les émoticônes relatives au NPS sont des marques déposées de Bain & Company, Inc., Fred Reichheld et Satmetrix Systems, Inc

## 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 de référence. 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.*