



Résultats solides au premier semestre 2022
Chiffre d'affaires en hausse de +17,2% au T2 (+7,3% en comparable)
Croissance du ROC de +10% à 814 M€ au S1
Cash-flow libre net en forte amélioration de +110 M€

- **Croissance du chiffre d'affaires de +17,2% au T2 en données publiées, soit +7,3% en comparable (LFL) au T2, sur une base de comparaison élevée (+3,6% LFL au T2 2021)**
- **Croissance du chiffre d'affaires de +13,2% au S1 en données publiées, soit +5,4% LFL, tiré par des gains continus de parts de marché dans tous les pays clés**
- **Accélération du e-commerce au T2 2022 avec une croissance de GMV de +22% après +10% au T1 2022**
- **Accélération de la dynamique de baisse de coûts au S1 (480 M€) - Objectif 2022 relevé à 1,0 Md€ (contre 900 M€)⁽¹⁾**
- **Hausse du résultat opérationnel courant (ROC) de +10,0% (+1,6% à changes constants), à 814 M€ au S1, avec une marge stable de 2,1%**
- **Amélioration de +110 M€ du cash-flow libre net⁽²⁾ à -1 880 M€ au S1 2022**
- **Confirmation de l'objectif d'une génération de cash-flow libre net d'au moins 1 Md€ en 2022**
- **Programme de rachat d'actions de 750 M€ réalisé au premier semestre**
- **Cession de la participation de 60% dans Carrefour Taïwan annoncée le 19 juillet 2022**
- **Présentation du nouveau plan stratégique le 8 novembre 2022 à Paris**

Alexandre Bompard, Président-Directeur Général, a déclaré : « Dans un contexte d'accélération de l'inflation, Carrefour réalise une très bonne performance et continue d'afficher des résultats en croissance, confirmant la solidité de son modèle et la pertinence de sa stratégie commerciale au service de ses clients, avec des gains continus de parts de marché dans l'ensemble de ses géographies clés. Cette bonne dynamique commerciale est le résultat de la mobilisation sans faille des équipes. Couplée à une stricte maîtrise des coûts, elle nous permet d'aborder le second semestre avec confiance. En parallèle, le Groupe poursuit sa transformation. L'acquisition de Grupo BIG est désormais finalisée et le Groupe progresse rapidement dans le processus d'intégration. Nous avons annoncé récemment la cession de Carrefour Taïwan à notre partenaire Uni-President, une opération créatrice de valeur pour le Groupe. Nous poursuivons la mise en œuvre de notre plan digital, avec des progrès significatifs, notamment pour Carrefour Links. Enfin, nous approfondissons notre engagement RSE, avec par exemple une démarche volontariste de réduction de notre consommation d'énergie. Carrefour poursuit sa marche en avant et présentera son nouveau plan stratégique le 8 novembre prochain, pour engager sa trajectoire d'ici à 2026 et renforcer ses ambitions de long terme. »

NB : les activités de Carrefour Taïwan sont pleinement consolidées dans la présente publication. Elles seront comptabilisées sur l'exercice 2022 en activités destinées à être cédées à partir de la publication du chiffre d'affaires du troisième trimestre, conformément à la norme IFRS 5

Notes : (1) Soit 2,8 Md€ sur la période 2021-2023 contre 2,7 Md€ précédemment ; (2) 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

CHIFFRES CLÉS DU S1 2022

(en M€)	S1 2021 Retraité ¹	S1 2022	Variation
Chiffre d'affaires TTC	38 319	43 420	+5,4% en comparable
Résultat opérationnel courant (ROC)	740	814	+10,0%, soit +1,6% (+12 M€) à changes constants
Marge opérationnelle courante	2,1%	2,1%	-
Résultat opérationnel	660	741	+12,1% / +80 M€
Résultat net ajusté, part du Groupe	337	325	-12 M€
Résultat net ajusté, part du Groupe, par action	0,42	0,43	+3,1%
Cash-flow libre net	-1 990	-1 880	+110 M€
Dette financière nette (au 30 juin)	5 525	6 533	+1 008 M€ (effets de change inclus)

Note : (1) Retraité de la décision de l'IFRS IC d'avril 2021 relative à la comptabilisation des coûts de configuration et de customisation liés à des contrats SaaS (Software as a Service) (IAS 38)

Dans un contexte marqué par l'inflation, Carrefour a maintenu au premier semestre une solide dynamique commerciale et une attention particulière à la satisfaction de ses clients. Cette dynamique s'est matérialisée par des gains continus de parts de marché dans les pays clés du Groupe, notamment en France, en Espagne et au Brésil. Alliée à une stratégie prix granulaire et à une grande discipline en matière de coûts, elle a permis au Groupe de tenir l'engagement pris en début d'année : protéger le pouvoir d'achat de ses clients tout en consolidant son modèle économique. Cela se traduit notamment par la stabilité de la marge de ROC à 2,1% sur le semestre et par la nette amélioration de +110 M€ du cash-flow libre net.

Comme attendu, les indices de prix à la consommation ont progressivement accéléré dans tous les pays du Groupe, reflétant l'inflation des matières premières, des coûts de production et des coûts de distribution. Dans ce contexte, les tendances de consommation se sont avérées résilientes. Carrefour a constaté une légère évolution des comportements d'achat au cours du deuxième trimestre, en particulier dans les pays européens où l'inflation est la plus marquée, comme en Espagne et en Roumanie, traduisant l'attention croissante des consommateurs aux contraintes de pouvoir d'achat. Carrefour y apporte une réponse adaptée, grâce à :

- une diversité inégalée de formats, notamment les plus discount (hypermarchés, Supeco)
- la mise en avant des produits à marque Carrefour, offrant un excellent rapport qualité/prix, et la gamme renforcée de produits très accessibles à marque « Simpl' ». La part des produits à marque propre augmente en ligne avec la progression historique et représente désormais plus de 32% des ventes
- un positionnement prix particulièrement compétitif sur les produits de base les plus sensibles pour les clients, avec par exemple les campagnes « Prix Serrés » et « 30 produits pour 30€ » en France
- l'attractivité de son programme de fidélité et le renforcement de sa dynamique promotionnelle, à la fois en nombre de promotions et en niveau de remise

SOLIDE DYNAMIQUE DE CHIFFRE D'AFFAIRES AU T2 2022

	Second trimestre 2022			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables ¹	Variation totale	
			A changes courants	A changes constants
France	10 354	+1,4%	+7,3%	+7,3%
Europe	6 151	+3,8%	+6,1%	+6,4%
Amérique Latine (pre-IAS 29)	5 957	+27,7%	+63,7%	+41,8%
Asie	616	-4,7%	+2,2%	-4,9%
Groupe (pre-IAS 29)	23 078	+7,3%	+17,2%	+13,0%
IAS 29 ²	80			
Groupe (post-IAS 29)	23 158			

Notes : (1) Hors essence et calendaire et à changes constants, (2) Hyperinflation et changes en Argentine

Le chiffre d'affaires du **Groupe** progresse de +7,3% en comparable au deuxième trimestre (+8,1% LFL en alimentaire, +2,9% LFL en non-alimentaire), traduisant la solide dynamique commerciale, dans un contexte inflationniste, et la pertinence du modèle multi-format et omnicanal. Cette performance est réalisée sur des bases de comparaison élevées avec une croissance de +3,6% LFL au T2 2021 et de +6,3% au T2 2020.

LFL	T2		
	2020	2021	2022
France	+0,7%	+4,7%	+1,4%
Europe	+4,7%	-1,9%	+3,8%
Amérique latine	+20,9%	+10,5%	+27,7%
Taiwan	-2,5%	-1,4%	-4,7%
Groupe	+6,3%	+3,6%	+7,3%

En **France**, dans un marché globalement stable malgré la progression de l'inflation, le chiffre d'affaires du T2 2022 progresse de +1,4% en comparable (+1,9% LFL en alimentaire, -2,7% LFL en non-alimentaire), sur une base de comparaison élevée liée aux contraintes sanitaires encore en place au T2 2021. La part de marché du Groupe continue de progresser sur le trimestre (+0,3 point en valeur et +0,5 point en volumes au T2)¹, notamment dans les formats hypermarché et proximité. Les hypermarchés profitent notamment de leur attractivité en termes d'offre, de prix et de promotions. La proximité est particulièrement dynamique, portée notamment par la reprise du tourisme dans les grandes villes. L'activité BtoB qui avait particulièrement souffert de la fermeture des restaurants jusqu'en juin 2021, ainsi que les services marchands (voyages, billetterie, etc.), connaissent une forte reprise. La transformation du parc de magasins se poursuit : à date, sur les 43 magasins annoncés pour 2022, 37 magasins dont 16 hypermarchés et 21 supermarchés ont déjà été passés en location-gérance. Le solde, soit 6 supermarchés, sera transféré dans les prochains mois.

LFL	T2		
	2020	2021	2022
Hypermarchés	-3,6%	+4,3%	-0,5%
Supermarchés	+4,3%	+7,0%	-0,7%
Proximité/autres formats	+6,3%	+1,3%	+10,1%
<i>dont Proximité</i>	<i>+11,4%</i>	<i>-3,0%</i>	<i>+5,2%</i>
France	+0,7%	+4,7%	+1,4%

En **Europe**, le chiffre d'affaires est en progression de +3,8% en comparable par rapport au T2 2021.

- En **Espagne** (+4,8% LFL), Carrefour, porté par des gains continus de part de marché, poursuit sa progression dans tous les formats ce trimestre, avec notamment une bonne performance en alimentaire. Carrefour reste sur une forte dynamique et bénéficie de son positionnement de leader prix pour attirer une clientèle toujours plus nombreuse
- En **Italie** (+4,7% LFL), Carrefour confirme son redressement avec un nouveau trimestre de croissance du chiffre d'affaires, porté par l'amélioration continue de la satisfaction client
- En **Belgique** (-4,8% LFL), le chiffre d'affaires baisse ce trimestre, bien qu'en légère amélioration par rapport au trimestre précédent (-7,0% LFL). L'environnement concurrentiel demeure très compétitif, tandis que le Groupe subit encore les effets des difficultés logistiques survenues au quatrième trimestre 2021 faisant suite aux perturbations chez un partenaire logistique important
- En **Pologne** (+15,0% LFL), la tendance est de nouveau très bonne, sur une base élevée et dans un environnement porteur
- En **Roumanie** (+6,4% LFL), Carrefour progresse à nouveau fortement après une hausse de +8,4% LFL au T2 2021

¹ Parts de marché basées sur des données NielsenIQ RMS pour le PGC-FLS hors vins pour la période de 14 semaines se terminant le 03/07/2022 pour Carrefour France vs le marché total de la distribution française (Copyright © 2022, NielsenIQ)

LFL	T2		
	2020	2021	2022
Espagne	+9,8%	-2,8%	+4,8%
Italie	-7,4%	-3,2%	+4,7%
Belgique	+15,9%	-6,7%	-4,8%
Pologne	-4,2%	+7,1%	+15,0%
Roumanie	-2,2%	+8,4%	+6,4%
Europe hors France	+4,7%	-1,9%	+3,8%

En **Amérique latine** les ventes progressent de +27,7% en comparable au deuxième trimestre.

- Au **Brésil**, le chiffre d'affaires progresse de +35,6% à change constant, avec une croissance de +19,4% en comparable et une contribution des ouvertures et des acquisitions de +15,6%. Le change est favorable de +29,5%. Cette excellente dynamique reflète le renforcement et le succès des initiatives commerciales destinées à accroître la compétitivité
 - Les ventes d'**Atacadão** sont en hausse de +29,4% à changes constants au T2 2022 avec une croissance comparable de +22,4%, sur une base élevée (+10,2% LFL au T2 2021). Cette performance, soutenue par une hausse des volumes, continue de traduire la force du modèle dans le contexte macroéconomique actuel
 - La hausse de **Carrefour Retail** ce trimestre (+10,5% LFL) reflète la bonne dynamique en alimentaire (+17,1% LFL au T2) avec des volumes en hausse, tandis que le non-alimentaire progresse à nouveau depuis mai
 - **Le e-commerce alimentaire** a plus que triplé au T2 grâce notamment à Atacadão, dont le e-commerce représente déjà plus de 3% des ventes deux ans seulement après son lancement
 - L'activité de **services financiers** continue de progresser au T2, avec une croissance de +22,4% du portefeuille de crédits, des facturations en hausse de +9,4% et un risque bien maîtrisé
- En **Argentine** (+71,2% LFL), Carrefour continue de renforcer sa position de leader avec des gains constants de parts de marché. Dans un contexte marqué par une inflation toujours très élevée, le Groupe se démarque et parvient de nouveau à faire progresser les volumes

LFL	T2		
	2020	2021	2022
Brésil	+14,9%	+3,4%	+19,4%
<i>Atacadão</i>	+8,6%	+10,2%	+22,4%
<i>Carrefour Retail</i>	+30,3%	-11,4%	+10,5%
Argentine	+54,0%	+45,1%	+71,2%
Amérique latine	+20,9%	+10,5%	+27,7%

A **Taiwan (Asie)**, les ventes du T2 sont en hausse de +2,2% à changes courants. En comparable, elles reculent de -4,7%, impactées notamment par des fermetures de magasins liées au Covid-19, et ceci sur un historique fort lié à des achats de précaution en 2021.

COMPTE DE RÉSULTAT DU PREMIER SEMESTRE 2022¹

Le **chiffre d'affaires TTC du S1 2022 progresse de +5,4% en comparable**. Le chiffre d'affaires TTC du Groupe s'établit à 43 317 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +10,2% à taux de change constants. Cette progression intègre l'effet expansion et périmètre de +1,5% et l'effet essence, favorable à hauteur de +3,1%. Après prise en compte d'un effet de change positif de +3,1%, lié à l'appréciation du réal brésilien, la variation totale du chiffre d'affaires s'élève à +13,2%.

Le **chiffre d'affaires HT** s'élève à 39 054 M€.

La **marge commerciale** s'établit à 20,0% du chiffre d'affaires HT, en baisse de -134pbs. Cette évolution reflète :

- les investissements dans la compétitivité
- la hausse du poids des ventes d'essence, faiblement margées
- l'évolution du mix magasin intégré/franchisé

Les **coûts de distribution** s'améliorent de 103pbs à 15,3% du chiffre d'affaires HT, contre 16,3% au S1 2021, malgré une hausse marquée des coûts liés aux matières premières (énergie, papier, etc.). Ils bénéficient de la bonne dynamique des ventes et des plans d'économies de coûts.

Le **Résultat Opérationnel Courant (ROC)** du Groupe s'élève à 814 M€, en hausse de +74 M€ (+10,0%), soit +1,6% à taux de change constants (l'effet de change est positif de +62 M€, compte tenu notamment de l'appréciation du réal brésilien). La marge opérationnelle ressort à 2,1%, en ligne avec celle du S1 2021.

La progression du ROC au premier semestre traduit :

- La poursuite de la bonne dynamique commerciale avec des gains de parts de marché dans l'ensemble des pays clés
- La forte discipline du Groupe en matière de gestion des coûts, matérialisée par la bonne exécution du plan d'économies avec 480 M€ réalisés au cours du S1 2022
- En **France**, le ROC est en hausse de +3,8% (+7 M€) à 194 M€, soit une marge opérationnelle stable à 1,1%. Cette évolution reflète la solide performance commerciale, combinée à une bonne dynamique de baisse des coûts, compensant l'inflation des coûts de distribution et les investissements dans la compétitivité
- En **Europe** (hors France), le ROC est en baisse de 63 M€ à 163 M€ au S1 2022, essentiellement pénalisé par une baisse marquée en Belgique. Hors Belgique, le ROC de la zone est globalement stable
- En **Amérique Latine**, le ROC atteint 444 M€, en hausse de +43,7%, soit +24,8% à taux de change constant. La marge opérationnelle est en retrait de -17pbs à 4,8%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de -16 M€
 - Au Brésil, le ROC progresse de +117 M€ (+55 M€ à change constant) à 414 M€. La baisse de marge de -33pbs reflète la politique commerciale de Carrefour Brésil avec une attractivité et un statut de leader prix renforcés, afin de protéger le pouvoir d'achat de ses clients, et des événements promotionnels forts. Cela s'est traduit par des gains de parts de marché réguliers au premier semestre. La contribution de Grupo BIG au ROC du S1 est marginalement positive
 - En Argentine, le ROC a plus que doublé, à 30 M€, grâce à l'excellente dynamique commerciale et l'attention permanente aux coûts. La marge progresse ainsi de +77pbs à 2,1%
- A Taïwan (**Asie**), le ROC du semestre s'établit à 40 M€ contre 47 M€ au S1 2021

Le **résultat non courant** est globalement stable à -85 M€, contre -70 M € au S1 2021 et est essentiellement constitué de provisions et de coûts relatifs à l'acquisition de Grupo BIG. La relative stabilité reflète une forte

¹ La base de comparaison S1 2021 est retraitée de la décision IFRS IC relative à la comptabilisation des coûts de configuration et de customisation liés à des contrats SaaS (IAS 38). Les activités de Taïwan sont incluses dans les chiffres consolidés du premier semestre

baisse des plus-values comptables (62 M€ contre 248 M€ au S1 2021, qui intégraient la cession de Market Pay et le projet Pinheiros au Brésil), compensée par une forte diminution des coûts de restructuration (-16 M€ contre -260 M€ au S1 2021)

Le **résultat net, part du Groupe** s'établit à 255 M€ contre 271 M€ au S1 2021. Il comprend les éléments suivants :

- Des **charges financières nettes** de -186 M€, contre -132 M€ au S1 2021, liées à l'augmentation de la dette au Brésil suite à l'acquisition de Grupo BIG, ainsi qu'à la hausse des taux d'intérêt
- Une **charge d'impôt sur le résultat** de -202 M€ contre -186 M€ l'année précédente. Le taux d'imposition normatif¹ passe à 31,0% contre 30,6% au S1 2021, reflétant principalement l'évolution du mix géographique avec un taux d'imposition plus élevé au Brésil, en partie compensée par la baisse du taux légal en France
- Un **résultat net des activités abandonnées, part du Groupe** de 5 M€ contre 23 M€ au S1 2021

Le **résultat net ajusté, part du Groupe** diminue de -3,5% à 325 M€ contre 337 M€ au S1 2021.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe, par action** progresse de +3,1% à 0,43€ contre 0,42€ au S1 2021.

FLUX DE TRÉSORERIE ET ENDETTEMENT

Au S1 2022, le Groupe affiche une amélioration de +110 M€ de son **cash-flow libre net**² passant de -1 990 M€ à -1 880 M€, reflétant principalement :

- Une amélioration de l'**EBITDA** de 114 M€
- Une hausse de 41 M€ des décaissements liés à l'**impôt**
- Une **variation du besoin en fonds de roulement** qui s'améliore de 180 M€ du fait d'une augmentation des dettes fournisseurs plus marquée que celle des stocks dans le contexte inflationniste, ainsi que de l'augmentation des dettes fournisseurs résultant des charges d'exploitation. Le niveau des stocks, en alimentaire comme en non-alimentaire, reste satisfaisant ; leur hausse à fin juin reflète essentiellement l'effet de l'inflation et la consolidation de Grupo BIG
- Une légère hausse des **investissements** (Capex) à 557 M€ au S1 2022 (vs 539 M€ au S1 2021), en ligne avec l'augmentation prévue des investissements annuels dont le niveau est attendu à 1,85 Md€ en 2022 (vs 1,65 M€ en 2021), dont environ 150 M€ de Capex exceptionnels liés à l'intégration de Grupo BIG, qui interviendront au S2 2022
- La hausse du **coût de l'endettement financier net** de 71 M€, liée à l'augmentation de la dette au Brésil suite à l'acquisition de Grupo BIG, ainsi qu'à la hausse des taux d'intérêt

La **dette financière nette** s'établit à 6 533 M€ au 30 juin 2022, contre 5 525 M€ au 30 juin 2021. Cette variation sur douze mois intègre notamment :

- Un cash-flow libre net de 1 338 M€
- Le versement des dividendes pour 527 M€, incluant 380 M€ de dividendes ordinaires aux actionnaires du Groupe, ainsi que les dividendes versés aux minoritaires
- Des acquisitions et cessions pour un total net de 990 M€, incluant l'acquisition de Grupo BIG au Brésil pour 866 M€
- Des rachats d'actions pour 1 012 M€ entre le 1^{er} juillet 2021 et le 30 juin 2022

¹ Hors résultat non courant et taxes non assises sur le résultat avant impôt

² 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

LIQUIDITÉ RENFORCÉE ET BILAN SOLIDE

Depuis 2018, le Groupe fait preuve d'une grande discipline financière et a renforcé son bilan et sa liquidité. Ceci 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 2022, le Groupe était noté Baa1 perspective stable par Moody's et BBB perspective stable par Standard & Poor's.

En juin 2022, le Groupe a procédé au remboursement d'un emprunt obligataire arrivant à maturité en juillet d'un montant d'1 Md€, dont le coupon était de 1,75%.

En 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 Md€.

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 financent les besoins généraux du Groupe et assurent le refinancement obligataire.

Au Brésil, dans le cadre de l'acquisition de Grupo BIG, le Groupe a contracté des prêts bancaires pour un total de 6,3 Md R\$ (2,9 Md R\$ en janvier 2022 et 1,5 Md R\$ en mai 2022, après 1,9 Md \$R en septembre 2021).

PROGRÈS DU PLAN STRATÉGIQUE DIGITAL À HORIZON 2026

Carrefour s'est donné pour ambition d'être un leader mondial du *Digital Retail*. Le Groupe a pour objectif une GMV e-commerce de 10 Md€ et une contribution additionnelle du digital au résultat opérationnel courant de 600 M€ à horizon 2026. Au S1 2022, le Groupe progresse en ligne avec son plan :

- Carrefour Links continue de se développer rapidement, avec 302 partenaires actifs à fin juin contre 235 à fin avril et une contribution croissante au ROC
- La digitalisation des services financiers, tirée par le Brésil, avance en ligne avec les attentes
- Le e-commerce poursuit sa croissance sur une base de comparaison élevée, avec une hausse de la GMV de +16% pour atteindre 2,0 Md€ au S1 2022. Le T2 accélère, avec une croissance de +22% après +10% au T1

ACQUISITION DE GRUPO BIG AU BRÉSIL

Carrefour a finalisé l'acquisition de Grupo BIG au Brésil, consolidé depuis le 1^{er} juin 2022. Le processus d'intégration est en cours et les premières conversions seront effectives en septembre 2022. Carrefour a déjà lancé une première vague de négociations communes aux achats, tandis que la nouvelle structure managériale est en place.

Le Groupe réitère son objectif de synergies, qui augmenteront progressivement pour atteindre une contribution additionnelle nette à l'EBITDA du Groupe d'au moins 2,0 Md R\$ (environ 360 M€) en 2025.

CESSION DE CARREFOUR TAÏWAN

Carrefour a annoncé le 19 juillet 2022 la signature d'un accord de cession portant sur ses 60% de Carrefour Taïwan au groupe Uni-President. Cette opération valorise Carrefour Taïwan sur la base d'une valeur d'entreprise

de 2,0 Md€. La réalisation de l'opération est soumise à l'autorisation des autorités de la concurrence taiwanaises et aux autres conditions de réalisation usuelles. Elle devrait être effective d'ici mi-2023.

Après la réalisation de l'acquisition de Grupo BIG au Brésil en juin dernier, cette opération vient ainsi compléter le rééquilibrage géographique de Carrefour et renforcer le poids de ses marchés clés en Europe et en Amérique latine.

Les activités de Carrefour Taïwan seront comptabilisées sur l'exercice 2022 en activités destinées à être cédées à partir de la publication du chiffre d'affaires du troisième trimestre, conformément à la norme IFRS 5.

CARREFOUR, ENTREPRISE ENGAGÉE – INDICE RSE : 108%

L'**indice RSE et Transition Alimentaire** du Groupe, qui permet un pilotage efficace de sa performance extra-financière, atteint **108%** au premier semestre. Carrefour confirme ses objectifs pour la période 2022-2025.

Le Groupe a particulièrement progressé sur les engagements suivants :

- **Climat :**
 - confirmation de l'avance sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre des magasins (scopes 1 et 2) avec une réduction de -22% au S1 2022 par rapport au S1 2019 (objectif -50% en 2030)
 - engagement des fournisseurs dans la réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre avec 194 fournisseurs partenaires du pacte transition alimentaire (objectif 300 en 2025)
 - lancement de « Carrefour Energie » en France, service de bornes électriques dans l'ensemble des hypermarchés et supermarchés, avec pour objectif d'installer plus de 5 000 bornes avant 2025
- **Diversité et engagement :**
 - 25,5% de femmes au sein du « Top 200 managers », en ligne avec notre objectif de 35% en 2025, et près de 30% de femmes au COMEX du Groupe
 - signature en France de la Charte de L'Autre Cercle en faveur de l'inclusion des personnes LGBT+ au travail
- **Emballages :**
 - 2 223 tonnes d'emballages évitées au premier semestre 2022, soit 13 291 tonnes depuis 2017 (objectif de 20 000 tonnes en 2025)
 - déploiement du système de consigne « Loop » dans 21 magasins en Île de France
- **Transition alimentaire :**
 - 39 886 producteurs partenaires en Bio, local ou Filière Qualité Carrefour, soit +1 300 au S1 2022 (objectif de 45 000 en 2025)
 - Carrefour devient le principal investisseur privé du fonds MIIMOSA #1, dédié à la transition agricole et alimentaire, avec un investissement de 5 millions d'euros
 - au Brésil, lancement d'un outil permettant d'assurer une traçabilité complète de la production de bœuf brésilien

PERSPECTIVES

Le Groupe reste très attentif aux évolutions macroéconomiques et de marché, notamment l'inflation alimentaire et l'inflation des coûts, la consommation des ménages et la satisfaction client. Le Groupe est confiant dans ses équipes et son modèle pour :

- préserver le pouvoir d'achat de ses clients en s'appuyant sur les produits à marque Carrefour, sur une activité promotionnelle dynamique et sur son modèle omni-canal qui offre, au-delà de son programme de fidélité, un choix inégalé de formats notamment les plus discounts (hypermarchés, Supeco)
- consolider son modèle économique avec une vigilance renforcée sur les coûts opérationnels

Dans ce contexte, le Groupe :

- relève son objectif d'économies de coûts de 900 M€ à 1,0 Md€ pour l'exercice 2022, soit 2,8 Md€ sur la période 2021-2023
- confirme le niveau d'investissements (Capex) de 1,85 Md€ pour 2022, dont environ 150 M€ liés à l'intégration de Grupo BIG au Brésil, qui seront investis au second semestre
- confirme son objectif de cash-flow libre net supérieur à 1 Md€ pour l'exercice 2022

AGENDA

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022 : 26 octobre 2022
- Présentation du nouveau plan stratégique Carrefour : 8 novembre 2022 à Paris

Le Conseil d'administration de Carrefour s'est réuni le 27 juillet 2022 sous la présidence de M. Alexandre Bompard et a arrêté les comptes consolidés semestriels résumés pour le premier semestre 2022. 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 Louise Brun

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

Réduction du capital par voie d'annulation d'actions auto-détenues

Dans le cadre de sa politique d'allocation de capital, le Groupe a procédé durant le premier semestre 2022 à deux tranches de rachats d'actions en vue de leur annulation future, la première portant sur un montant de 400 M€ et la seconde sur un montant de 350 M€, telles qu'autorisées par l'Assemblée Générale des actionnaires du 21 mai 2021.

La première tranche de rachat d'actions a débuté le 7 mars 2022 et s'est achevée le 13 avril 2022 : 21 232 106 actions ont été ainsi acquises au prix unitaire moyen de 18,84 euros par action ; ces actions ont été annulées sur décision du Conseil d'Administration tenu le 20 avril 2022 de réduire le capital social de Carrefour SA.

La seconde tranche de rachat d'actions a débuté le 2 mai 2022 et s'est achevée le 24 mai 2022 : 17 191 700 actions ont été ainsi acquises au prix unitaire moyen de 20,36 euros par action ; 12 506 325 actions ont été annulées sur décision du Conseil d'Administration tenu le 3 juin 2022 de réduire le capital social de Carrefour SA.

A l'issue de ces annulations d'actions, le nombre d'actions composant le capital social de Carrefour SA s'élève à 742 157 461 actions et le nombre d'actions auto-détenues, en conséquence, à 11 544 870 actions, représentant environ 1,6% du capital social.

Le nombre d'actions donnant droit de vote s'élève par conséquent à 730 612 591 actions au 27 juillet 2022.

Ventes TTC du 2^{ème} trimestre 2022

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	10 354	+1,4%	+0,6%	+7,3%	+7,3%
Hypermarchés	5 036	-0,5%	-1,6%	+6,8%	+6,8%
Supermarchés	3 461	-0,7%	-1,9%	+4,2%	+4,2%
Proximité /autres formats	1 857	+10,1%	+11,8%	+14,8%	+14,8%
Autres pays d'Europe	6 151	+3,8%	+2,9%	+6,1%	+6,4%
Espagne	2 778	+4,8%	+5,1%	+11,0%	+11,0%
Italie	1 108	+4,7%	-2,2%	+1,0%	+1,0%
Belgique	1 057	-4,8%	-5,0%	-4,7%	-4,7%
Pologne	575	+15,0%	+15,5%	+13,8%	+16,7%
Roumanie	634	+6,4%	+8,7%	+8,3%	+8,8%
Amérique latine (pre-IAS 29)	5 957	+27,7%	+30,5%	+63,7%	+41,8%
Brésil	5 059	+19,4%	+22,5%	+65,2%	+35,6%
Argentine (pre-IAS 29)	898	+71,2%	+72,3%	+56,0%	+72,9%
Asie	616	-4,7%	-5,0%	+2,2%	-4,9%
Taiwan	616	-4,7%	-5,0%	+2,2%	-4,9%
Total Groupe (pre-IAS 29)	23 078	+7,3%	+7,0%	+17,2%	+13,0%
IAS 29 ⁽¹⁾	80				
Total Groupe (post-IAS 29)	23 158				

Note : (1) hyperinflation et changes

Base de comparaison – 2^{ème} trimestre

Variation hors essence hors calendaire en comparable	T2 2020	T2 2021	T2 2022
France	+0,7%	+4,7%	+1,4%
Hypermarchés	-3,6%	+4,3%	-0,5%
Supermarchés	+4,3%	+7,0%	-0,7%
Proximité /autres formats	+6,3%	+1,3%	+10,1%
Autres pays d'Europe	+4,7%	-1,9%	+3,8%
Espagne	+9,8%	-2,8%	+4,8%
Italie	-7,4%	-3,2%	+4,7%
Belgique	+15,9%	-6,7%	-4,8%
Pologne	-4,2%	+7,1%	+15,0%
Roumanie	-2,2%	+8,4%	+6,4%
Amérique latine	+20,9%	+10,5%	+27,7%
Brésil	+14,9%	+3,4%	+19,4%
Argentine	+54,0%	+45,1%	+71,2%
Asie	-2,5%	-1,4%	-4,7%
Taïwan	-2,5%	-1,4%	-4,7%
Total Groupe	+6,3%	+3,6%	+7,3%

Effets techniques – 2^{ème} trimestre 2022

	Calendaire	Essence	Change
France	+1,1%	+5,5%	-
Hypermarchés	+1,3%	+7,1%	-
Supermarchés	+1,0%	+5,1%	-
Proximité /autres formats	+0,5%	+2,4%	-
Autres pays d'Europe	+0,9%	+2,3%	-0,3%
Espagne	+1,0%	+4,2%	-
Italie	+1,1%	+2,1%	-
Belgique	+0,3%	-	-
Pologne	+2,3%	-1,1%	-2,9%
Roumanie	+0,1%	+0,0%	-0,5%
Amérique latine	+1,0%	+0,1%	+21,9%
Brésil	+1,2%	+0,3%	+29,5%
Argentine	+0,6%	-	-16,9%
Asie	+0,1%	-	+7,1%
Taiwan	+0,1%	-	+7,1%
Total Groupe	+1,0%	+2,9%	+4,2%

Ventes TTC du 1^{er} semestre 2022

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	19 966	+0,7%	-0,1%	+6,1%	+6,1%
Hypermarchés	9 803	-0,8%	-1,6%	+5,3%	+5,3%
Supermarchés	6 662	-1,8%	-3,3%	+3,1%	+3,1%
Proximité /autres formats	3 502	+9,5%	+11,0%	+14,9%	+14,9%
Autres pays d'Europe	11 753	+2,3%	+1,6%	+4,3%	+4,6%
Espagne	5 294	+4,1%	+4,5%	+10,4%	+10,4%
Italie	2 137	+2,6%	-3,6%	-1,2%	-1,2%
Belgique	2 053	-5,9%	-5,9%	-5,9%	-5,9%
Pologne	1 080	+10,3%	+10,8%	+8,1%	+10,5%
Roumanie	1 189	+4,1%	+6,7%	+5,6%	+6,6%
Amérique latine (pre-IAS 29)	10 282	+22,4%	+25,6%	+48,6%	+32,6%
Brésil	8 610	+13,7%	+17,2%	+48,1%	+25,5%
Argentine (pre-IAS 29)	1 672	+67,0%	+68,1%	+51,1%	+68,4%
Asie	1 317	-2,5%	-2,7%	+4,6%	-3,0%
Taïwan	1 317	-2,5%	-2,7%	+4,6%	-3,0%
Total Groupe (pre-IAS 29)	43 317	+5,4%	+5,3%	+13,2%	+10,2%
IAS 29 ⁽¹⁾	103				
Total Groupe (post-IAS 29)	43 420				

Note : (1) hyperinflation et changes

Base de comparaison – 1^{er} semestre

Variation hors essence hors calendaire en comparable	S1 2020	S1 2021	S1 2022
France	+2,4%	+4,1%	+0,7%
Hypermarchés	-1,4%	+3,8%	-0,8%
Supermarchés	+6,2%	+7,0%	-1,8%
Proximité /autres formats	+6,6%	-0,6%	+9,5%
Autres pays d'Europe	+5,4%	-1,7%	+2,3%
Espagne	+8,3%	-0,6%	+4,1%
Italie	-2,6%	-7,4%	+2,6%
Belgique	+11,2%	-2,2%	-5,9%
Pologne	+2,0%	+2,3%	+10,3%
Roumanie	+3,5%	+3,2%	+4,1%
Amérique latine	+19,0%	+13,2%	+22,4%
Brésil	+11,4%	+7,2%	+13,7%
Argentine	+61,4%	+39,1%	+67,0%
Asie	+2,1%	-4,1%	-2,5%
Taïwan	+2,1%	-4,1%	-2,5%
Total Groupe	+7,0%	+3,9%	+5,4%

Effets techniques – 1^{er} semestre 2022

	Calendaire	Essence	Change
France	+0,4%	+5,8%	-
Hypermarchés	+0,3%	+6,6%	-
Supermarchés	+0,7%	+5,8%	-
Proximité /autres formats	+0,4%	+3,6%	-
Autres pays d'Europe	+0,2%	+2,1%	-0,3%
Espagne	+0,5%	+3,6%	-
Italie	+0,2%	+2,1%	-
Belgique	+0,0%	-	-
Pologne	+0,2%	-0,6%	-2,4%
Roumanie	-0,1%	+0,0%	-0,9%
Amérique latine	+0,1%	+0,2%	+16,0%
Brésil	+0,0%	+0,5%	+22,7%
Argentine	+0,3%	-	-17,4%
Asie	-0,3%	-	+7,7%
Taiwan	-0,3%	-	+7,7%
Total Groupe	+0,3%	+3,1%	+3,1%

Répartition géographique des ventes HT et du résultat opérationnel courant S1 2022

(en M€)	Ventes HT				Résultat opérationnel courant			
	S1 2021	S1 2022	Variation changes constants	Variation changes courants	S1 2021	S1 2022	Variation changes constants	Variation changes courants
France	16 889	17 910	+6,0%	+6,0%	187	194	+3,8%	+3,8%
Europe (hors France)	10 158	10 636	+5,0%	+4,7%	225	163	-27,5%	-27,8%
Amérique latine	6 208	9 244	+33,2%	+48,9%	309	444	+24,8%	+43,7%
Asie	1 208	1 263	-3,1%	+4,6%	47	40	-22,0%	-14,8%
Fonctions globales	-	-	-	-	-28	-26	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>
TOTAL	34 462	39 054	+10,3%	+13,3%	740	814	+1,6%	+10,0%

Compte de résultat consolidé S1 2022 vs S1 2021

(en M€)	S1 2021	S1 2021 retraité ⁽¹⁾	S1 2022	Variation à changes constants	Variation à changes courants
Chiffre d'affaires hors taxes	34 462	34 462	39 054	10,3%	13,3%
Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation	34 059	34 059	38 625	10,4%	13,4%
Autres revenus	1 040	1 040	1 215	9,9%	16,8%
Revenus totaux	35 100	35 100	39 840	10,4%	13,5%
Prix de revient des ventes	(27 734)	(27 734)	(32 016)	12,2%	15,4%
Marge commerciale	7 365	7 365	7 824	3,6%	6,2%
En % du CA	21,4%	21,4%	20,0%	-130pbs	-134pbs
Frais généraux	(5 622)	(5 622)	(5 968)	4,2%	6,2%
En % du CA	16,3%	16,3%	15,3%	-91pbs	-103pbs
Résultat opérationnel courant avant amortissement (EBITDA) ⁽²⁾	1 873	1 873	1 987	1,6%	6,1%
Marge d'EBITDA	5,4%	5,4%	5,1%	-43pbs	-35pbs
Amortissements	(1 003)	(1 003)	(1 041)	1,8%	3,8%
Résultat opérationnel courant (ROC)	740	740	814	1,6%	10,0%
Marge opérationnelle courante	2,1%	2,1%	2,1%	-17pbs	-6pbs
Quote-part des mises en équivalence	(10)	(10)	12		
Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence	730	730	826		
Produits et charges non courants	(41)	(70)	(85)		
Résultat opérationnel	689	660	741		
Résultat financier	(132)	(132)	(186)		
Coût de l'endettement financier net	(80)	(80)	(151)		
Intérêts nets relatifs aux contrats de location	(52)	(52)	(72)		
Autres produits et charges financiers	(1)	(1)	37		
Résultat avant impôts	556	528	555		
Impôts sur les résultats	(187)	(186)	(202)		
Résultat net des activités poursuivies	369	342	353		
Résultat net des activités non poursuivies	23	23	5		
Résultat net total	392	365	358		
Dont Résultat net, Part du Groupe	298	271	255		
dont activités poursuivies	275	248	250		
dont activités non poursuivies	23	23	5		
Dont Résultat net, Part des minoritaires	94	94	103		
dont activités poursuivies	94	94	103		
dont activités non poursuivies	-	-	-		
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels	337	337	325		
Amortissements logistiques (en prix de revient des ventes)	(130)	(130)	(132)		
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels, par action	0,42	0,42	0,43		
Nombre d'actions moyen pondéré avant dilution (en millions)	804	804	752		

Notes : (1) Retraité de la décision de l'IFRS IC d'avril 2021 relative à la comptabilisation des coûts de configuration et de customisation liés à des contrats SaaS (IAS 38) ; (2) Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes

Bilan consolidé

(en M€)	30 juin 2021 publié	30 juin 2021 retraité ⁽¹⁾	30 juin 2022
ACTIF			
Immobilisations incorporelles	9 412	9 384	9 980
Immobilisations corporelles	10 620	10 620	12 521
Immobilisations financières	1 247	2 479	2 488
Impôts différés actifs	727	728	667
Immeubles de placement	298	298	313
Droits d'utilisation de l'actif	4 522	4 522	4 654
Encours des sociétés financières – Part à plus d'un an	1 827	1 827	1 866
Autres actifs non courants	1 637	405	679
Actifs non courants	30 291	30 264	33 169
Stocks	5 942	5 942	7 227
Créances commerciales	2 698	2 698	3 402
Encours des sociétés financières – Part à moins d'un an	3 721	3 721	3 708
Créances fiscales	727	727	800
Autres actifs courants	1 134	1 134	1 127
Autres actifs financiers courants	400	400	687
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 294	1 294	2 539
Actifs courants	15 917	15 917	19 490
Actifs détenus en vue de leur vente	101	101	96
TOTAL	46 309	46 282	52 755
PASSIF			
Capitaux propres, part du Groupe	9 469	9 750	10 019
Intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées	1 593	1 597	2 103
Capitaux propres	11 063	11 347	12 122
Impôts différés passifs	518	518	425
Provisions pour risques et charges	2 806	2 494	3 652
Dettes financières – Part à plus d'un an	6 146	6 146	5 915
Engagements locatifs – Part à plus d'un an	3 760	3 760	3 900
Refinancement des encours clients – Part à plus d'un an	1 630	1 630	2 115
Dettes fiscales – Part à plus d'un an	215	215	210
Passifs non courants	15 077	14 764	16 216
Dettes financières – Part à moins d'un an	1 038	1 038	3 809
Engagements locatifs – Part à moins d'un an	977	977	1 047
Fournisseurs et autres crédateurs	11 385	11 385	13 283
Refinancement des encours clients – Part à moins d'un an	3 182	3 182	2 497
Dettes fiscales – Part à moins d'un an	1 167	1 167	1 121
Autres passifs courants	2 421	2 421	2 659
Passifs courants	20 170	20 170	24 417
Passifs liés aux actifs détenus en vue de leur vente	-	-	-
TOTAL	46 309	46 282	52 755

Note : (1) Retraité de la décision de l'IFRS IC d'avril 2021 relative à la comptabilisation des coûts de configuration et de customisation liés à des contrats SaaS (IAS 38) et de la décision de l'IFRIC IC de mai 2021 sur les avantages au personnel (IAS 19)

Tableau des flux de trésorerie consolidés

<i>(en M€)</i>	S1 2021	S1 2022	Variation
DETTE NETTE D'OUVERTURE	(2 616)	(2 633)	(16)
EBITDA	1 873	1 987	114
Impôts	(165)	(205)	(41)
Résultat financier (hors coût de l'endettement net financier et intérêts nets relatifs aux contrats de location)	(1)	37	39
Décassement des coûts de restructuration et autres	(132)	(170)	(38)
Autofinancement (activités poursuivies)	1 575	1 649	74
Variation du besoin en fonds de roulement (dont variation des encours sur crédits à la consommation)	(2 241)	(2 061)	180
Activités abandonnées	(9)	(4)	5
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	(675)	(416)	259
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ⁽¹⁾	(539)	(557)	(18)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles (liées à l'activité)	35	68	33
Variation des créances et dettes sur acquisitions et cessions d'immobilisations	(219)	(273)	(54)
Cash-Flow libre	(1 398)	(1 177)	220
Cash-Flow libre retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées	(1 255)	(1 054)	201
Paiements locatifs (dont intérêts) nets des paiements reçus de la sous-location financière	(513)	(551)	(39)
Coût de l'endettement financier net	(80)	(151)	(71)
Cash-flow libre net	(1 990)	(1 880)	110
Cash-flow libre net retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées	(1 847)	(1 756)	91
<i>Éléments exceptionnels et activités abandonnées⁽²⁾</i>	<i>(143)</i>	<i>(123)</i>	<i>19</i>
Investissements financiers	(248)	(936)	(688)
Cessions de titres	188	25	(163)
Augmentation/ (diminution) de capital et rachat d'actions propres	(443)	(751)	(309)
Dividendes versés	(473)	(424)	49
Autres	57	66	9
DETTE NETTE DE CLOTURE	(5 525)	(6 533)	(1 008)

Notes : (1) retraité de Makro ; (2) activités abandonnées, restructurations (125 M€ au S1 2022 contre 157 M€ au S1 2021) et autres

Variation des capitaux propres

(en M€)	Total capitaux propres	Capitaux propres, part du Groupe	Intérêts minoritaires
Situation au 31 décembre 2021	11 830	10 251	1 579
Résultat net total S1 2022	358	255	103
Autres éléments du résultat global, après impôt	655	448	207
Dividendes	(413)	(380)	(33)
Effet de variations de périmètre et autres ⁽¹⁾	(308)	(555)	247
Situation au 30 juin 2022	12 122	10 019	2 103

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

Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels

(en M€)	S1 2021	S1 2021 retraité ⁽¹⁾	S1 2022
Résultat net, part du Groupe	298	271	255
Retraitement des produits et charges non courants (avant impôt)	41	70	85
Retraitement d'éléments exceptionnels dans le résultat financier	17	17	(4)
Effet d'impôts ⁽²⁾	(10)	(11)	(13)
Retraitement sur la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	-	-
Retraitement sur la quote-part de résultat des minoritaires	14	14	7
Retraitement du résultat net des activités abandonnées, part du Groupe	(23)	(23)	(5)
Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels	337	337	325

Notes : (1) Retraité de la décision de l'IFRS IC d'avril 2021 relative à la comptabilisation des coûts de configuration et de customisation liés à des contrats SaaS (IAS 38) ; (2) effet sur l'impôt des éléments retraités (produits et charges non-courants et résultat financier) ainsi que produits et charges d'impôts exceptionnels

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	Magasins comparables ⁽¹⁾	Calendaire	Effet expansion, périmètre et autres ⁽²⁾	Essence	2022 à changes constants pre-IAS 29	Changes	2022 à changes courants pre-IAS 29	IAS 29 ⁽³⁾	2022 à changes courant post-IAS 29
T1	18 577	+3,4%	-0,5%	+0,9%	+3,3%	+7,1%	+1,9%	20 239	+23	20 261
T2	19 742	+7,3%	+1,0%	+1,8%	+2,9%	+13,0%	+4,2%	23 078	+80	23 158
S1	38 319	+5,4%	+0,3%	+1,4%	+3,1%	+10,2%	+3,1%	43 317	+103	43 420

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

Indice RSE et transition alimentaire de 108% au S1 2022

L'indice RSE et transition alimentaire de Carrefour évalue les résultats extra-financiers de Carrefour. 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 2022	Score S1 2022
Produits			107%
Agriculture durable	15% des ventes de produits frais alimentaires sont issues de l'agriculture biologique ou de l'agroécologie d'ici 2025 ⁽¹⁾	4,6%	92%
Matières premières	100% des matières premières sensibles sont couvertes par un plan de réduction des risques d'ici 2025 ⁽²⁾	56%	101%
Emballages	20 000 tonnes d'emballages économisées d'ici 2025 (cumulé depuis 2017)	13 291	126%
	100% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025 ⁽³⁾	44% ⁽⁴⁾	86%
Bien-être animal	100% des objectifs clés de notre politique bien-être animal déployés dans tous les pays d'ici 2025 ⁽⁵⁾	58%	98%
Engagement des fournisseurs	300 fournisseurs engagés au sein du pacte transition alimentaire d'ici 2025	194	139%
Magasins			103%
Déchets	100% des déchets valorisés d'ici 2025	68%	92%
Emissions CO2	50% de réduction des émissions de CO2 liées aux scopes 1 et 2 d'ici 2030, et -70% d'ici 2040 (vs 2019)	-22%	114%
Producteurs partenaires	45 000 producteurs partenaires d'ici 2025	39 886	104%
Clients			104%
Transition alimentaire en magasins	+30 points aux baromètres clients en magasin concernant les produits bio et locaux, la réduction du gaspillage alimentaire et des emballages, la santé et la nutrition d'ici 2025 ⁽⁶⁾	+11	107%
Programme Act For Food	80% de nos clients pensent que Carrefour les aide à avoir une alimentation saine et responsable, tout en restant accessible en prix d'ici 2022 ⁽⁷⁾	78%	100%
Collaborateurs			118%
Engagement collaborateur	Score minimum de 75/100 de recommandation employeur attribué tous les ans à Carrefour par ses collaborateurs ⁽⁸⁾	82%	128%
Egalité femmes - hommes	35% de femmes dirigeantes (top 200) d'ici 2025	26%	102%
Formation	Tous les ans, au moins 50% des salariés suivent une formation	73%	146%
Handicap	Au moins 4% des salariés sont en situation de handicap dans le Groupe Carrefour d'ici 2025	3,5%	96%

Notes : (1) Objectif concernant l'agriculture biologique uniquement. La méthodologie pour l'agroécologie est en cours de déploiement pour le S2 2022 ; (2) Trois objectifs concernant : les ressources halieutiques, les matières avec un risque de déforestation (huile de palme, bœuf brésilien, soja, cacao et traçabilité des traders) et les matières textile (coton, cachemire et viscose) ; (3) Objectif Groupe ; périmètre France uniquement, le reporting est en cours de déploiement dans les autres pays du Groupe ; (4) Données T1 2022 ; (5) Les objectifs concernent : la vente d'œufs coquilles hors cage, l'utilisation d'œufs ingrédient hors cage, les conditions d'élevage des poulets et la réalisation d'audits sur le bien-être animal dans les abattoirs ; (6) Le Baromètre client mesure la satisfaction des clients en magasin sur une échelle de 0 à 200 pour les critères suivants : "Choix en produits bio", "Choix en produits locaux", "Réduction des emballages plastiques", "Lutte contre le gaspillage alimentaire" et "Qualité des produits de marque Carrefour" ; (7) 563 000 répondants au S1 2022 ; (8) 16 615 employés interrogés au S1 2022

Expansion sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2022

Milliers de m ²	31 déc. 2021	31 mars 2022	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions/Cessions	Mouvements T2 2022	30 juin 2022
France	5 586	5 595	+17	+3	-10	+10	5 605
Europe (hors Fr)	5 908	5 910	+35	-	-38	-2	5 907
Amérique latine	2 790	2 799	+26	+1 158	-1	+1 183	3 982
Asie	572	572	-	-	-1	-1	571
Autres ⁽¹⁾	1 543	1 576	+12	-	-144	-132	1 445
Groupe	16 399	16 452	+91	+1 161	-193	+1 059	17 510

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

Parc de magasins sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2022

Nb de magasins	31 déc. 2021	31 mars 2022	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T2 2022	30 juin 2022
Hypermarchés	1 130	1 141	+3	-	-21	-1	-19	1 122
France	253	253	-	-	-	-	-	253
Europe (hors Fr)	457	457	+1	-	-1	-	-	457
Amérique latine	184	184	-	-	-	-1	-1	183
Asie	70	70	-	-	-	-	-	70
Autres ⁽¹⁾	166	177	+2	-	-20	-	-18	159
Supermarchés	3 574	3 595	+62	+386	-67	-1	+380	3 975
France	1 043	1 040	+1	-	-2	-	-1	1 039
Europe (hors Fr)	1 926	1 939	+49	-	-30	-	+19	1 958
Amérique latine	151	151	-	+386	-1	-1	+384	535
Asie	4	4	-	-	-	-	-	4
Autres ⁽¹⁾	450	461	+12	-	-34	-	-22	439
Magasins de proximité	8 642	8 618	+185	+17	-80	-	+122	8 740
France	4 330	4 337	+43	+17	-27	-	+33	4 370
Europe (hors Fr)	3 430	3 405	+129	-	-49	-	+80	3 485
Amérique latine	558	554	+12	-	-2	-	+10	564
Asie	274	274	-	-	-2	-	-2	272
Autres ⁽¹⁾	50	48	+1	-	-	-	+1	49
Cash & carry	440	444	+8	-	-	+2	+10	454
France	147	147	+1	-	-	-	+1	148
Europe (hors Fr)	12	12	-	-	-	-	-	12
Amérique latine	259	262	+7	-	-	+2	+9	271
Asie	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres ⁽¹⁾	22	23	-	-	-	-	-	23
Soft discount (Supeco)	108	116	+1	-	-	-	+1	117
France	26	32	-	-	-	-	-	32
Europe (hors Fr)	81	84	+1	-	-	-	+1	85
Amérique latine	1	-	-	-	-	-	-	-
Asie	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe	13 894	13 914	+259	+403	-168	-	+494	14 408
France	5 799	5 809	+45	+17	-29	-	+33	5 842
Europe (hors Fr)	5 906	5 897	+180	-	-80	-	+100	5 997
Amérique latine	1 153	1 151	+19	+386	-3	-	+402	1 553
Asie	348	348	-	-	-2	-	-2	346
Autres ⁽¹⁾	688	709	+15	-	-54	-	-39	670

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 coût 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.

® 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 règlementée disponibles sur le site de Carrefour (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.