



Croissance solide du CA au T3 2013 : +2,7% à changes constants Nouvelle progression des ventes en France Poursuite de la croissance en Amérique latine et en Chine

3^{ème} trimestre 2013 : croissance solide des ventes, +2,7% à changes constants à 21,1 Md€

- En France, tous les formats sont en progression ; ventes en hausse de 3,0% hors essence et de 1,4% en publié
- A l'international, le chiffre d'affaires progresse de 3,8% à changes constants
 - La croissance se poursuit en Amérique latine, avec +11,2% à changes constants ; excellente performance au Brésil
 - Les ventes en comparable progressent de nouveau en Chine ce trimestre

9 mois 2013 : bonne progression du chiffre d'affaires, +1,8% à changes constants à 62,1 Md€

Ventes TTC 3^{ème} trimestre 2013⁽¹⁾

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp. ⁽²⁾	Croissance organique ⁽³⁾	Total	Mag. Comp. ⁽²⁾	Croissance organique ⁽³⁾	Total	Total	Croissance organique ⁽³⁾
France	10 154	+2,0%	+1,4%	+1,4%	+3,3%	+3,0%	+3,0%	+1,4%	+2,0%
International	10 957	+3,1%	+3,9%	+3,8%	+3,0%	+3,8%	+3,7%	-3,8%	+3,6%
Total Groupe	21 111	+2,6%	+2,7%	+2,7%	+3,1%	+3,5%	+3,4%	-1,3%	+3,0%

Volume d'affaires

Le volume d'affaires ⁽⁴⁾ avec essence au troisième trimestre 2013 s'est élevé à 25,3 Md€ en hausse de 2,7% à taux de changes constants (-0,8% à changes courants). Sur les neuf premiers mois de l'année, le volume d'affaires s'est élevé à 74,0 Md€, en hausse de 1,3% à taux de changes constants (-1,1% à changes courants).

¹ 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^{er} janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

² Croissance à magasins comparables : ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues.

³ Croissance organique : croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses.

⁴ Volume d'affaires : ventes totales sous enseignes incluant les ventes des franchisés et des partenariats internationaux.

FRANCE

Ventes TTC 3^{ème} trimestre 2013

	m€	Var. avec essence			Var. hors essence			Var. hors essence hors calendaire
		Mag. comp. ⁽⁵⁾	Croissance organique ⁽⁶⁾	Total	Mag. comp. ⁽⁵⁾	Croissance organique ⁽⁶⁾	Total	Croissance organique ⁽⁶⁾
Hypermarchés	5 495	+1,9%	+2,0%	+2,0%	+3,0%	+3,2%	+3,2%	+2,0%
Supermarchés	3 422	+1,2%	-0,3%	-0,3%	+2,7%	+1,9%	+1,9%	+1,3%
Proximité et autres formats	1 237	+5,0%	+3,7%	+3,7%	+5,9%	+5,3%	+5,3%	+4,1%
France	10 154	+2,0%	+1,4%	+1,4%	+3,3%	+3,0%	+3,0%	+2,0%

Les ventes organiques en **France** sont en hausse de 3,0% hors essence (+2,0% hors impact calendaire). Les ventes progressent dans l'ensemble des formats. La baisse des prix de l'essence a impacté le chiffre d'affaires en France à hauteur de 1,6%.

En publié, les ventes des **Hypermarchés** sont en hausse de 2,0% (+3,2% hors essence). Hors impact calendaire, les ventes organiques sont en hausse de 2,0% hors essence (+0,8% avec essence). Les ventes alimentaires poursuivent leur progression ce trimestre et les ventes non-alimentaires résistent mieux.

En publié, le chiffre d'affaires hors essence des **Supermarchés** est en hausse de 1,9% et de 1,3% hors impact calendaire.

En publié, le chiffre d'affaires de la **Proximité et des autres formats** est en hausse de 5,3% hors essence (+3,7% avec essence). Hors impact calendaire, la croissance organique s'établit à +4,1% hors essence (+2,4% avec essence).

⁵ Croissance à magasins comparables : ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues.

⁶ Croissance organique : croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses.

INTERNATIONAL

Ventes TTC 3^{ème} trimestre 2013⁽⁷⁾

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp. ⁽⁸⁾	Croissance organique ⁽⁹⁾	Total	Mag. Comp. ⁽⁸⁾	Croissance organique ⁽⁹⁾	Total	Total	Croissance organique ⁽⁹⁾
Autres pays d'Europe	5 409	-1,8%	-1,9%	-1,6%	-1,9%	-2,0%	-1,7%	-1,7%	-2,7%
Amérique latine	3 711	+11,6%	+11,9%	+11,2%	+11,3%	+11,7%	+11,0%	-8,5%	+12,0%
Asie	1 836	-0,3%	+3,7%	+3,7%	-0,3%	+3,7%	+3,7%	+0,5%	+3,9%
International	10 957	+3,1%	+3,9%	+3,8%	+3,0%	+3,8%	+3,7%	-3,8%	+3,6%

A changes constants, les ventes du Groupe à l'**international** sont en augmentation de 3,8%. Hors impact calendaire, les ventes organiques hors essence sont en hausse de 3,6%. Les ventes en Europe continuent d'être affectées par une consommation difficile tandis que la croissance se poursuit en Amérique latine et en Chine. L'effet défavorable des taux de change est de 7,6% au troisième trimestre.

Autres pays d'Europe

Les ventes organiques sont en baisse de 1,9% en Europe. Hors impact calendaire estimé à +0,7%, les ventes organiques hors essence sont en baisse de 2,7%. Les effets de changes sont quasiment neutres.

Le chiffre d'affaires en **Espagne** (-0,9% en organique et -1,8% en comparable) confirme la résistance observée au trimestre précédent. En **Italie**, les ventes organiques baissent de 4,6% (-3,9% en comparable) sur une base de comparaison faible. En **Belgique**, les ventes organiques augmentent de 1,4% (+1,6% en comparable).

Amérique latine

Les ventes sont en hausse de 11,2% à changes constants en Amérique latine et de 11,9% en organique. Hors impact calendaire estimé à -0,3%, les ventes organiques hors essence sont en hausse de 12,0%. L'effet défavorable des taux de change s'établit à 20% sur le trimestre, en raison de la dépréciation du real brésilien et du peso argentin par rapport à l'euro.

Au **Brésil**, la croissance se poursuit dans l'ensemble des formats, avec des ventes organiques en hausse de 8,6% (+8,8% en comparable). L'**Argentine** voit ses ventes organiques progresser de 22,3%, dont 20,4% en comparable.

Asie

Les ventes organiques en Asie sont en hausse de 3,7%. Hors impact calendaire, elles sont en hausse de 3,9%.

En **Chine**, les ventes organiques croissent de 4,7%. En comparable, elles progressent pour le deuxième trimestre consécutif avec une croissance de 1,1%. A **Taiwan**, les ventes organiques sont stables.

⁷ 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^{er} janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

⁸ Croissance à magasins comparables : ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues.

⁹ Croissance organique : croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires inclues.

VENTES TTC 9 mois 2013⁽¹⁰⁾

	m€	Var. changes constants avec essence			Var. changes constants hors essence			Var. changes courants avec essence	Var. hors essence hors calendaire
		Mag. Comp. ⁽¹¹⁾	Croissance organique ⁽¹²⁾	Total	Mag. Comp. ⁽¹¹⁾	Croissance organique ⁽¹²⁾	Total	Total	Croissance organique ⁽¹²⁾
Hypermarchés	15 821	-0,4%	0,0%	0,0%	-0,3%	+0,2%	+0,2%	0,0%	+0,8%
Supermarchés	9 876	+0,1%	-0,8%	-0,8%	+0,2%	+0,2%	+0,2%	-0,8%	+0,6%
Proximité et autres	3 425	+4,3%	+4,0%	+4,0%	+3,5%	+3,8%	+3,8%	+4,0%	+4,2%
France	29 122	+0,3%	+0,2%	+0,2%	+0,3%	+0,6%	+0,6%	+0,2%	+1,1%
Autres pays d'Europe	15 799	-3,3%	-3,5%	-3,3%	-3,4%	-3,6%	-3,3%	-3,2%	-3,4%
Amérique latine	11 564	+11,1%	+12,3%	+12,3%	+10,8%	+12,1%	+12,2%	-2,6%	+12,6%
Asie	5 643	-1,6%	+2,5%	+2,5%	-1,6%	+2,5%	+2,5%	+1,5%	+2,3%
International	33 005	+2,0%	+3,0%	+3,1%	+1,9%	+3,0%	+3,1%	-2,2%	+3,2%
Groupe	62 127	+1,2%	+1,7%	+1,8%	+1,2%	+2,1%	+2,1%	-1,1%	+2,4%

¹⁰ 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^{er} janvier 2012 en conformité avec la norme IFRS 5.

¹¹ Croissance à magasins comparables : ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues.

¹² Croissance organique : croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires inclues.

EXPANSION SOUS ENSEIGNES – T3 2013

Au troisième trimestre 2013, en brut, Carrefour a ouvert ou acquis 131 000 m² et 315 000 m² sur les neuf premiers mois. Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 40 000 m² au troisième trimestre 2013 et s'est agrandi de 9 000 m² sur les neuf premiers mois.

Milliers de m ²	31 déc. 2012 ⁽¹³⁾	30 juin 2013 ⁽¹⁴⁾	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Transferts	Cessions	Mouvements T3 2013	30 sept 2013
France	5 075	5 061	12	6	-8		-9	0	5 061
Europe (hors Fr)	5 630	5 538	27		-67			-40	5 499
Amérique latine	2 045	2 057	12		-3			9	2 065
Asie	2 592	2 608	40		-3			37	2 644
Autres ⁽¹⁵⁾	608	656	34					34	689
Groupe	15 949	15 918	125	6	-82		-9	40	15 958

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – T3 2013

Au troisième trimestre 2013, Carrefour a ouvert ou acquis 175 magasins (+497 sur les neuf premiers mois). Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 21 magasins au troisième trimestre 2013 (-102 magasins sur les neuf premiers mois).

Nb de magasins	31 déc. 2012 ⁽¹³⁾	30 juin 2013 ⁽¹⁴⁾	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures	Transferts	Cessions	Mouvements T3 2013	30 sept 2013
Hypermarchés	1 366	1 374	12	1	-1			12	1 386
France	232	232	1	1				2	234
Europe (hors Fr)	457	459	1					1	460
Amérique latine	272	273	1		-1			0	273
Asie	350	352	5					5	357
Autres ⁽¹⁵⁾	55	58	4					4	62
Supermarchés	2 986	2 925	15		-57	-2	-3	-47	2 878
France	964	953				-1	-3	-4	949
Europe (hors Fr)	1 728	1 667	11		-54			-43	1 624
Amérique latine	168	168						0	168
Asie	16	18	2		-2	-1		-1	17
Autres ⁽¹⁵⁾	110	119	2		-1			1	120
Magasins de proximité	5 479	5 401	145		-91	1		55	5 456
France	3 405	3 418	33		-27	1		7	3 425
Europe (hors Fr)	1 819	1 690	89		-62			27	1 717
Amérique latine	235	273	21		-2			19	292
Asie	0	0						0	0
Autres ⁽¹⁵⁾	20	20	2					2	22
Cash & carry	164	172	2		-1			1	173
France	140	140			-1			-1	139
Europe (hors Fr)	14	19						0	19
Asie	4	4						0	4
Autres ⁽¹⁵⁾	6	9	2					2	11
Groupe	9 995	9 872	174	1	-150	-1	-3	21	9 893
France	4 741	4 743	34	1	-28		-3	4	4 747
Europe (hors Fr)	4 018	3 835	101		-116			-15	3 820
Amérique latine	675	714	22		-3			19	733
Asie	370	374	7		-2	-1		4	378
Autres ⁽¹⁵⁾	191	206	10		-1			9	215

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

¹³ Le parc au 31 décembre 2012 prend en compte une reclassification de 469 magasins franchisés du format supermarché au format proximité.

¹⁴ Le parc au 30 juin 2013 a été ajusté de la fermeture de 42 supermarchés et 189 magasins de proximité en franchise en Grèce réalisée courant 2013.

¹⁵ Maghreb, Moyen-Orient et République dominicaine.