



Premier trimestre 2019 :
Chiffre d'affaires en croissance de +2,7% (en comparable)
Progression rapide de la transformation

- **Chiffre d'affaires TTC au 1^{er} trimestre 2019 :**
 - Chiffre d'affaires Groupe en hausse de +2,7% en comparable (LFL)
 - Poursuite de l'accélération au Brésil (+6,6% LFL), où la proximité et le e-commerce confirment leur dynamisme
 - Légère progression du chiffre d'affaires en France (+1,0% LFL), portée par l'alimentaire (+2,0% LFL)
 - Croissance de plus de 30% du chiffre d'affaires e-commerce alimentaire Groupe

- **Progression rapide du plan de transformation Carrefour 2022 :**
 - Leader de la transition alimentaire pour tous : poursuite de la croissance du Bio au T1 2019
 - Construction d'un modèle de croissance durable : Carrefour a engagé au T1 2019 de nouvelles initiatives pour améliorer sa compétitivité prix et non-prix et systématiser la refonte de l'hypermarché
 - Culture d'efficience opérationnelle et de discipline financière : poursuite des actions d'amélioration de la performance opérationnelle et de la transformation des organisations avec de nouveaux projets en France et en Italie

CHIFFRES CLES 1^{er} TRIMESTRE 2019

	Premier trimestre 2019			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables ⁽¹⁾	Variation totale ⁽²⁾	
			A changes courants	A changes constants
France	9 034	+1,0%	-3,3%	-3,3%
Europe	5 358	-1,5%	-3,3%	-2,8%
Amérique Latine (pre-IAS 29)	3 880	+14,5%	-2,5%	+15,6%
Asie	1 744	-3,4%	-1,5%	-3,5%
Groupe (pre-IAS 29)	20 016	+2,7%	-3,0%	+0,5%
IAS 29 ⁽³⁾	(29)			
Groupe (post-IAS 29)	19 987			

Notes : (1) hors essence et calendaire et à changes constants ; (2) variations présentées par rapport aux ventes 2018 retraitées, i.e. excluant les ventes des magasins ex-Dia sortis du périmètre ; (3) hyperinflation et changes en Argentine

VENTES TTC DU 1^{er} TRIMESTRE 2019

Au premier trimestre 2019, le chiffre d'affaires TTC pre-IAS 29 de Carrefour s'élève à 20 016 M€, en croissance de +0,5% à changes constants. Compte tenu d'un effet de change défavorable de -3,4%, principalement dû à la dépréciation du Real brésilien et du Peso argentin, le chiffre d'affaires recule de -3,0% à changes courants. Après application de la norme IAS 29, le chiffre d'affaires TTC du T1 2019 du Groupe s'élève à 19 987 M€.

En comparable (LFL), la variation du chiffre d'affaires s'élève à +2,7% sur le trimestre. La croissance totale à taux de changes constants (+0,5%) intègre également un effet calendrier marqué par Pâques (-1,6%), la contribution des ventes d'essence (-1,0%), les ouvertures (+1,2%) et les effets périmètre et autres (-0,9%).

En **France**, dans un nouveau contexte réglementaire (loi EGALIM), Carrefour réalise au T1 2019 un chiffre d'affaires en comparable en progression à +1,0%, porté par une performance satisfaisante en alimentaire (+2,0% LFL) tandis que le non-alimentaire reste difficile (-5,4% LFL).

- Des investissements prix ont été engagés dans tous les formats et canaux avec les nouveaux programmes de Primes lancés en février. Les initiatives se poursuivent avec notamment le lancement en avril des « Prix Imbattables » sur 10 fruits et légumes du quotidien
- La dynamique de croissance du bio, du e-commerce et des formats de proximité est solide
- Carrefour a poursuivi la réduction des surfaces sous-productives en hypermarché

Le contexte de marché reste difficile en **Europe** (-1,5% LFL) :

- En **Espagne** (-2,8% LFL), l'environnement demeure très compétitif. La performance a été impactée par certaines fermetures le dimanche dans la région de Levante (nouvelle réglementation). A la suite de l'assainissement des stocks, les opérations de déstockage de produits non-alimentaires ont été moins fortes qu'en 2018. Les actions initiées fin 2018 (renforcement du digital, du frais, du bio et des produits à marque Carrefour) devraient s'accélérer en 2019
- En **Italie** (-3,8% LFL), dans un marché sous pression, la tendance sur le trimestre est restée similaire à celle de 2018 (-4,0% LFL). Le plan de transformation de Carrefour Italie, présenté en février 2019, se met en œuvre
- En **Belgique** (-0,4% LFL), dans un marché toujours très concurrentiel, Carrefour affiche une amélioration séquentielle
- La croissance se poursuit en **Roumanie** (+3,3% LFL), ainsi qu'en **Pologne** (+3,0% LFL) où les initiatives commerciales ont permis de limiter les effets de la loi imposant la fermeture certains dimanches

La dynamique en **Amérique latine** (+14,5% LFL) se poursuit :

- Au **Brésil**, Carrefour affiche une croissance solide de +6,6% en comparable, dans un marché qui continue de bénéficier de l'inflation alimentaire :
 - Atacadão (+6,8% LFL) a poursuivi son expansion avec l'ouverture de 4 nouveaux magasins
 - L'accélération de Carrefour Retail (+6,1% LFL) a continué, reflétant notamment la solide performance des formats de proximité, une forte croissance du e-commerce et du non-alimentaire
 - Les services financiers sont toujours en forte croissance avec une hausse des facturations de +23,4% au T1 et une bonne progression du nombre de porteurs de cartes (8,2 millions à fin mars dont 1,7 millions de cartes Atacadão)
- Dans un contexte macroéconomique complexe, la bonne dynamique commerciale se poursuit en **Argentine** (+49,1% LFL), avec une accélération de la croissance des débits et des volumes, grâce à de forts investissements dans les prix

L'**Asie** reste en décroissance de -3,4% LFL :

- En **Chine** (-4,4% LFL), Carrefour enregistre une performance légèrement meilleure qu'en 2018, portée par une solide accélération du e-commerce. Le Groupe poursuit ses initiatives de transformation avec notamment l'ouverture d'un deuxième magasin *Le Marché* à Shenzhen en mars
- A **Taïwan** (-1,1% LFL), l'activité a souffert d'un marché plus difficile lors de la campagne du Nouvel An Chinois

PLAN DE TRANSFORMATION CARREFOUR 2022 : DE NOUVELLES INITIATIVES DEPUIS LE DEBUT D'ANNEE 2019

Après avoir engagé une puissante dynamique de transformation en 2018, s'être imposé comme le leader de la transition alimentaire pour tous, avoir engagé d'importants investissements commerciaux et atteint un rythme soutenu de réductions de coûts, Carrefour poursuit ses initiatives en 2019.

Leader de la transition alimentaire pour tous

Début 2019, le Groupe renforce son rôle de leader par de nouvelles actions concrètes:

- Dans le cadre de la politique d'accompagnement du monde agricole, quatre accords visant à revaloriser le prix du lait payé aux producteurs ont été conclus en février 2019
- En avril, Carrefour et Nestlé ont annoncé qu'ils donnaient la possibilité aux consommateurs d'accéder à des informations issues de la première Blockchain sur une marque nationale (Mousline) en Europe
- L'application Too Good To Go contre le gaspillage alimentaire est déployée dans tous les supermarchés français à partir de la mi-avril
- Au Brésil, Carrefour poursuit le développement des produits bio et sains. A fin mars 2019, des rayons ont été déployés dans 49 hypermarchés, contre 24 à fin décembre 2018

Le chiffre d'affaire Bio poursuit sa forte dynamique de croissance avec plus de +20% au T1 2019, en particulier en France :

- Les espaces Bio mis en place en 2018 rencontrent un fort succès dans toutes les typologies de zones de chalandise et Carrefour est aujourd'hui le premier acteur du Bio en France¹
- Carrefour a obtenu les autorisations et finalisé début avril l'acquisition de l'enseigne spécialisée So Bio. Le Groupe se concentre maintenant sur le développement de l'enseigne spécialisée, complémentaire de Carrefour Bio

Construction d'un modèle de croissance durable

NOMBREUSES INITIATIVES POUR RENFORCER LA COMPÉTITIVITÉ : Début 2019, Carrefour a fait des choix forts en faveur du consommateur et renforce sa compétitivité.

- En France, afin d'encourager la fidélité client, le Groupe a lancé des baisses de prix permanentes avec les « Primes Grandes Marques » et « Primes Fidélités ». Ces opérations s'appliquent à l'ensemble des formats et canaux, une première pour Carrefour. En avril, le Groupe a également lancé en hypermarché les « Prix Imbattables » sur 10 fruits et légumes du quotidien
- En Argentine, dans un contexte d'hyperinflation, Carrefour a gelé ses prix sur la viande pendant trois mois et ainsi significativement amélioré son positionnement et son image prix
- En Espagne, le Groupe a initié dans le sud du pays des investissements prix dans les produits frais
- En Italie, Carrefour a lancé courant avril une opération multi-format « Prezzo ribassato » avec des baisses de prix sur 5 000 produits

REFONTE DE L'HYPERMARCHÉ : En février, Carrefour a annoncé sa décision de systématiser et internationaliser la logique d'adaptation des hypermarchés aux spécificités de chaque zone de chalandise, afin d'offrir un parcours client plus fluide et une meilleure expérience d'achat. Le Groupe poursuit ainsi la réduction des surfaces commerciales sous-productives, principalement non-alimentaires (objectif global de -400 000 m² d'ici à 2022).

- Réduction de surfaces supplémentaire, notamment au profit du Drive, d'outlets et de la galerie commerciale
- Réouverture du magasin d'Avignon le 4 avril (réduction de surface et des assortiments, mise en rack, baisse des prix, etc.). Il est inspiré de Maxi en Argentine
- Ajustement du modèle hypermarchés en Italie avec des réductions de surface prévues dans 5 hypermarchés

¹ Source : Nielsen Homescan CAM 24/03/2019

Mise en avant du savoir-faire alimentaire et adaptation de l'offre non-alimentaire: Le Groupe souhaite faire de ses magasins la vitrine de la transition alimentaire. Il accélère la refonte de sa proposition commerciale et repense les assortiments et services.

- Réduction des assortiments (-15% visé en 2020 à l'échelle mondiale ; -6% déjà réalisé en 2018), avec pour objectif une meilleure lisibilité de l'offre
- Poursuite du travail sur les produits à marque Carrefour qui devraient représenter un tiers des ventes d'ici à 2022
- Dans les hypermarchés français : nouveaux concepts marchands (e.g. Beauté Plurielle), création de pôle « services » (e.g. Evreux), etc.
- Extension du partenariat avec Gome en Chine : déploiement de corners de produits électroménagers dans 140 hypermarchés
- Expérimentation de nouvelles catégories: signature début avril d'un partenariat pour installer des pharmacies ou parapharmacies dans les hypermarchés en Belgique

Développement de l'écosystème omnicanal : Au T1 2019, Carrefour a accentué ses efforts de transformation digitale. Le chiffre d'affaires e-commerce alimentaire progresse de plus de +30% au 1^{er} trimestre.

- Développement d'outils de préparation des commandes en ligne: ouverture d'une nouvelle Plateforme de Préparation de Commandes (PPC) près de Paris, en janvier
- Services de retrait et de livraison: 1 678 Drive dans le monde (+62 au T1), dont 62 Drive piétons en France à fin mars (contre 51 à fin février)
- Carrefour a conclu un partenariat avec Rappi, l'application de livraison rapide au Brésil
- Poursuite du déploiement de nouvelles technologies et services: *self check-out* avec paiement par reconnaissance faciale disponible dans tous les magasins en Chine depuis la mi-avril
- Ouverture en mars 2019 du Lab Carrefour-Google et mise en œuvre des premières expérimentations

Déploiement de nouveaux magasins dans les formats de croissance : Carrefour poursuit son expansion rapide, avec l'ouverture de magasins de proximité (objectif de 3 000 ouvertures d'ici à 2022) et de Cash & Carry.

- Ouverture de 91 nouveaux magasins de proximité au T1 2019
- Ouverture de 4 Atacadão au Brésil au T1 2019 (20 prévues en 2019)
- Conversion de 4 magasins en Maxi en Argentine au T1 2019

Culture d'efficience opérationnelle et de discipline financière

Transformation des organisations : Au T1 2019, Carrefour a lancé de nouvelles initiatives de transformation de ses organisations, afin de les rendre plus simples et plus agiles.

- En France, le plan de transformation prévoit notamment la réduction des surfaces de vente et la simplification de l'organisation en magasin (décloisonnement des métiers et plus grande polyvalence du personnel). Un nouvel accord GPEC a été signé en mars afin de favoriser la mobilité interne. Par ailleurs, pour accompagner les salariés dont le métier est plus spécifiquement affecté, le Groupe a ouvert des négociations visant à mettre en place une Rupture Conventionnelle Collective
- En Italie, afin de gagner en efficacité, le plan de transformation comprend notamment la réorganisation du siège et devrait entraîner une réduction de 590 postes à temps plein au maximum, soit environ 4% des effectifs, dont la moitié en magasin

Efficience opérationnelle et discipline financière : Carrefour poursuit, dans l'ensemble des pays, une dynamique de réduction des coûts et renforce la sélectivité et la productivité de ses investissements.

- Les alliances à l'achat conclues en 2018 (Tesco, Système U, Pam & Vege, Provera) ont permis à Carrefour de sortir de l'isolement. Le Groupe confirme que les premiers bénéfices interviendront en 2019
- Carrefour poursuit la mise en place d'une démarche industrialisée dans la refonte des process opérationnels et des achats non marchands

Solidité du bilan : Carrefour réaffirme son attachement à un bilan solide, qui constitue un atout important dans le contexte de mutations rapides de la distribution alimentaire. Au 31 mars 2019, le Groupe était noté Baa1 perspective négative par Moody's et BBB perspective stable par Standard & Poor's.

PERSPECTIVES FINANCIERES

La puissante dynamique de transformation engagée en 2018 et poursuivie au T1 2019, dans un contexte macro-économique complexe, renforce la confiance du management dans la pertinence du plan Carrefour 2022, au service de l'ambition du Groupe : être le leader de la transition alimentaire pour tous.

En 2019, le Groupe poursuit sa transformation, en approfondissant les initiatives prises en 2018.

Carrefour confirme les objectifs financiers du plan Carrefour 2022 :

- Un plan d'économies de 2,8 Md€ en année pleine à horizon 2020
- 5 Md€ de CA e-commerce alimentaire en 2022
- 5 Md€ de CA en produits bio en 2022
- La cession de 500 M€ d'actifs immobiliers non stratégiques d'ici 2020

DIVIDENDE

Le dividende proposé au titre de l'exercice 2018 s'élève à 0,46 euro par action. Ce dividende sera proposé en numéraire ou en titres, au choix de l'actionnaire, et sera soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale du 14 juin 2019.

La date de détachement serait le 20 juin 2019 et la date d'arrêté serait le 21 juin 2019. Les actionnaires pourraient arrêter leur choix de paiement en numéraire ou en titres entre le 24 juin et le 5 juillet 2019. Le dividende serait payable à compter du 11 juillet 2019.

Les actionnaires qui choisiraient le paiement en actions bénéficieraient d'une décote de 10% sur la moyenne des cours d'ouverture des vingt séances de bourse précédent le jour de l'Assemblée Générale, diminuée du montant net du dividende et arrondi au centime d'euro supérieur.

NORMES COMPTABLES

Carrefour applique depuis le 1^{er} janvier 2019 la norme IFRS 16 qui concerne les principes de comptabilisation des contrats de location et remplace la norme IAS 17 – *Contrats de location* et ses interprétations. Le Groupe a opté pour la méthode rétrospective simplifiée. Les états financiers 2018 ne feront ainsi pas l'objet d'un retraitement. Les états financiers du premier semestre 2019, publiés fin juillet, seront établis conformément à la norme IFRS 16. Carrefour estime la nouvelle dette de location IFRS 16 à environ 5,0 Md€ au 1^{er} janvier 2019. Cette estimation est susceptible d'évoluer d'ici la présentation des états financiers du premier semestre, intégrant la première application (*First Time Application*) de la norme sur le bilan d'ouverture.

CONTACTS

Relations investisseurs

Selma Bekhechi, Anthony Guglielmo et Antoine Parison

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

Application de la norme IFRS 16 – Principes de comptabilisation des contrats de location

La norme IFRS 16, qui remplace à partir du 1er janvier 2019 la norme IAS 17 – *Contrats de location* et ses interprétations, établit les principes de comptabilisation des contrats de location et introduit des modifications importantes pour la comptabilisation des contrats par le preneur, en supprimant pour ces derniers la distinction entre contrats de location simple et contrats de location-financement.

En application de la nouvelle norme, tous les contrats de location devront être comptabilisés au bilan, par la constatation d'un actif représentatif du droit d'utilisation du bien loué, en contrepartie d'une dette locative correspondant à la valeur actualisée des loyers à payer sur la durée raisonnablement certaine de location. IFRS 16 affecte également la présentation de ces opérations au compte de résultat (comptabilisation d'une charge d'amortissements et d'une charge d'intérêts, en remplacement de la charge de loyers) et au tableau des flux de trésorerie (les paiements locatifs, représentatifs du paiement des intérêts et du remboursement de la dette, affecteront les flux de financement).

Le Groupe a opté pour la méthode rétrospective simplifiée à partir du 1er janvier 2019. Les états financiers 2018 ne feront ainsi pas l'objet d'un retraitement. Les états financiers du premier semestre 2019, publiés fin juillet, seront établis conformément à la norme IFRS 16. Carrefour estime la nouvelle dette de location IFRS 16 à environ 5,0 Md€ au 1^{er} janvier 2019. Cette estimation est susceptible d'évoluer d'ici la présentation des états financiers du premier semestre, intégrant la première application (*First Time Application*) de la norme sur le bilan d'ouverture.

Application de la norme IAS 29 - Traitement comptable d'hyperinflation pour l'Argentine à compter du 1^{er} juillet 2018, avec une date d'effet au 1^{er} janvier 2018

En Argentine, le taux d'inflation cumulé au cours des trois dernières années est supérieur à 100%, selon une combinaison d'indices utilisés pour mesurer l'inflation du pays (l'inflation des prix de gros et des prix à la consommation ayant dépassé le seuil de 100%), et il n'est pas attendu de baisse significative de l'inflation en 2019 dans un contexte où, par ailleurs, le peso argentin s'est déprécié.

En conséquence, les critères de la norme IAS 29 étant remplis et selon un consensus partagé par l'AMF et l'ESMA, l'Argentine est considérée comme une économie en hyperinflation au sens des normes IFRS, à compter du 1^{er} juillet 2018. Ainsi, les dispositions de la norme IAS 29, relatives à l'information financière dans les économies hyper inflationnistes, deviennent applicables à compter du 1^{er} janvier 2018, comme si l'Argentine avait toujours été en hyperinflation.

L'impact sur le chiffre d'affaires du T1 2019 est présenté dans le tableau ci-dessous :

Ventes TTC (M€)	2018 ⁽¹⁾	Magasins comparables ⁽²⁾	Calendaire	Effet périmètre et autres	Essence	2019 à changes constants	Changes	2019 à changes courant post IAS 29		
								IAS 29 ⁽³⁾	IAS 29	
T1	20 626	+2,7%	-1,6%	+0,3%	-1,0%	20 722	-3,4%	20 016	(29)	19 987

Notes : (1) retraité IFRS 5 ; (2) hors essence et calendaire et à changes constants ; (3) hyperinflation et changes

EVOLUTION DES VENTES TTC – 1^{er} trimestre 2019

Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendrier		Variation totale avec essence	
	en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
	+1,0%	0,0%	-3,3%	-3,3%
France	9 034	+1,0%	0,0%	-3,3%
Hypermarchés	4 659	+0,1%	-0,3%	-3,4%
Supermarchés	3 003	+1,5%	-0,7%	-3,1%
Proximité /autres formats	1 372	+2,6%	+2,5%	-3,2%
Autres pays	10 982	+3,9%	+4,9%	-2,7%
Autres pays d'Europe	5 358	-1,5%	-1,7%	-3,3%
Espagne	2 161	-2,8%	-2,4%	-1,9%
Italie	1 214	-3,8%	-5,6%	-7,7%
Belgique	987	-0,4%	-1,8%	-3,5%
Pologne	494	+3,0%	+2,8%	-3,4%
Roumanie	502	+3,3%	+7,1%	+3,2%
Amérique latine (pre-IAS 29)	3 880	+14,5%	+18,0%	-2,5%
Brésil	3 306	+6,6%	+11,3%	+1,4%
Argentine (pre-IAS 29)	574	+49,1%	+47,0%	-20,0%
Asie	1 744	-3,4%	-3,6%	-1,5%
Chine	1 198	-4,4%	-5,3%	-4,0%
Taiwan	546	-1,1%	+0,4%	+4,5%
Total Groupe (pre-IAS 29)	20 016	+2,7%	+2,8%	-3,0%
IAS 29 ⁽¹⁾	(29)			
Total Groupe (post-IAS 29)	19 987			+0,5%

Les variations hors essence hors calendrier et les variations totales avec essences sont présentées par rapport aux ventes 2018 retraitées, c'est-à-dire excluant les ventes des magasins ex-Dia sortis du périmètre.

Note : (1) hyperinflation et changes

EXPANSION SOUS ENSEIGNES – 1^{er} trimestre 2019

Milliers de m ²	31 déc. 2018	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Mouvements T1 2019	31 mars 2019
France	5 546	15	-	-13	+2	5 548
Europe (hors Fr)	5 598	21	-	-27	-5	5 593
Amérique latine	2 510	23	-	-	+23	2 534
Asie	2 667	0	-	-9	-9	2 658
Autres ¹	1 223	25	-	-2	+23	1 246
Groupe	17 545	85	-	-50	+35	17 579

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – 1^{er} trimestre 2019

Nb de magasins	31 déc. 2018	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T1 2019	31 mars 2019
Hypermarchés	1 384	3	-	-1	1	+3	1 387
France	247	-	-	-	1	+1	248
Europe (hors Fr)	452	1	-	-	-	+1	453
Amérique latine	189	-	-	-	-	-	189
Asie	372	-	-	-1	-	-1	371
Autres ¹	124	2	-	-	-	+2	126
Supermarchés	3 319	21	-	-17	-1	+3	3 322
France	1 056	3	-	-3	-1	-1	1 055
Europe (hors Fr)	1 776	6	-	-12	-	-6	1 770
Amérique latine	147	1	-	-	-	+1	148
Asie	73	-	-	-1	-	-1	72
Autres ¹	267	11	-	-1	-	+10	277
Magasins de proximité	7 029	91	-	-112	-	-21	7 008
France	3 918	42	-	-46	-	-4	3 914
Europe (hors Fr)	2 511	47	-	-62	-	-15	2 496
Amérique latine	516	1	-	-	-	+1	517
Asie	29	1	-	-4	-	-3	26
Autres ¹	55	-	-	-	-	-	55
Cash & carry	379	7	-	-1	-	+6	385
France	144	1	-	-	-	+1	145
Europe (hors Fr)	49	2	-	-1	-	+1	50
Amérique latine	173	4	-	-	-	+4	177
Asie	-	-	-	-	-	-	-
Autres ¹	13	-	-	-	-	-	13
Groupe	12 111	122	-	-131	-	-9	12 102
France	5 365	46	-	-49	-	-3	5 362
Europe (hors Fr)	4 788	56	-	-75	-	-19	4 769
Amérique latine	1 025	6	-	-	-	+6	1 031
Asie	474	1	-	-6	-	-5	469
Autres ¹	459	13	-	-1	-	+12	471

¹ Afrique, Moyen-Orient et République Dominicaine.

DEFINITIONS

Croissance à magasins comparables

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, des amortissements et provisions.

Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)

Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes, ainsi que les produits et charges non courants tels que définis ci-dessous.

Résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel correspond au résultat opérationnel courant après quote part des mises en équivalence diminué des 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, 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.

Cash-flow libre

Le cash-flow libre est le solde net de l'autofinancement avant coût de l'endettement financier net, de la variation du besoin en fonds de roulement et des investissements opérationnels.

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) 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.