



SOLIDE CROISSANCE ORGANIQUE DES VENTES AU PREMIER TRIMESTRE 2014, EN HAUSSE DE +3,7%

- **Chiffre d'affaires du T1 2014 : 19,8 Md€, en progression de +3,7% en organique**
- **Europe : croissance organique de +0,4%, bonnes performances en France et en Espagne**
 - **France** : nouveau trimestre de progression des ventes dans tous les formats (+1,4%)
 - **Autres pays d'Europe** : ventes en Espagne, en Belgique et en Roumanie une nouvelle fois en hausse
- **Pays émergents : croissance organique de +10,5%, avec une accélération en Amérique latine**
 - Bonnes performances au Brésil et en Argentine
 - Croissance des ventes en Chine, soutenue par l'expansion

Chiffre d'affaires TTC consolidé du premier trimestre 2014¹

Au 1^{er} trimestre 2014, le chiffre d'affaires du Groupe a été impacté significativement, à hauteur de -7,4%, par la combinaison **d'un effet de changes (-5,3%)**, du décalage des **fêtes de Pâques (-1,3%)** en avril cette année et en mars l'année précédente, et d'une **baisse des prix de l'essence (-0,7%)**. Hors ces effets, la croissance organique du Groupe s'établit à +3,7%.

Par zone géographique	Ventes TTC (M€)	Variation à changes courants	Variation à changes constants	Variation organique hors essence hors calendaire
Europe	14 266	-1,4%	-1,3%	+0,4%
France	9 227	-0,9%	-0,9%	+1,4%
Autres pays d'Europe	5 039	-2,2%	-2,0%	-1,2%
Pays émergents	5 520	-9,2%	+8,6%	+10,5%
Groupe	19 786	-3,7%	+1,6%	+3,7%

Le volume d'affaires du premier trimestre 2014 avec essence s'est élevé à 23,6 Md€, en hausse de +1,5% à changes constants.

¹ Chiffres proforma, hors activités non poursuivies.

EUROPE

Ventes TTC 1^{er} trimestre 2014

	Ventes TTC (M€)	Variation à changes courants	Variation à changes constants	Hors essence Hors calendaire	
				Magasins comparables	Variation organique
France	9 227	-0,9%	-0,9%	+1,7%	+1,4%
Hypermarchés	5 005	-1,8%	-1,8%	+0,7%	+0,7%
Supermarchés	3 159	-0,6%	-0,6%	+1,8%	+1,1%
Proximité et autres formats	1 063	+2,0%	+2,0%	+5,7%	+5,7%
Autres pays d'Europe	5 039	-2,2%	-2,0%	-1,4%	-1,2%
Total Europe	14 266	-1,4%	-1,3%	+0,5%	+0,4%

L'effet calendaire en Europe est estimé à -1,0% sur le trimestre, dont -1,2% en France et -0,7% dans les autres pays. L'effet de la baisse des prix de l'essence a un impact de -0,8%.

En excluant ces effets, les ventes organiques en **Europe** sont en hausse de +0,4% (+0,5% en comparable).

France

En **France**, les ventes organiques sont en hausse de +1,4%. Celles-ci progressent une nouvelle fois dans tous les formats. L'évolution du chiffre d'affaires lié à l'essence a eu un impact de -1,1%, essentiellement en raison de la baisse du prix du baril.

Les ventes organiques et à magasins comparables des **Hypermarchés** sont en hausse de +0,7%. Les ventes alimentaires poursuivent leur croissance.

Le chiffre d'affaires organique des **Supermarchés** est en hausse de +1,1% (+1,8% en comparable).

Les ventes organiques de la **Proximité et autres formats** sont en hausse de +5,7%.

Autres pays d'Europe

Les ventes organiques dans les **Autres pays d'Europe** témoignent d'une bonne résistance, avec une baisse de -1,2%.

En **Espagne**, elles sont en hausse pour le deuxième trimestre consécutif, à +1,1% (+0,6% en comparable). Le chiffre d'affaires progresse également en **Belgique**, en hausse de +0,8% (+1,5% en comparable). Le contexte économique reste tendu en **Italie** où les ventes organiques sont en baisse de -5,6% (-5,9% en comparable).

PAYS EMERGENTS

Ventes TTC 1^{er} trimestre 2014

	Ventes TTC (M€)	Variation à changes courants	Variation à changes constants	Hors essence Hors calendaire	
				Magasins comparables	Variation organique
Amérique latine	3 428	-13,6%	+12,6%	+12,7%	+15,2%
Asie	2 092	-1,0%	+1,1%	-2,5%	+2,1%
Pays émergents	5 520	-9,2%	+8,6%	+7,2%	+10,5%

Les ventes organiques dans les **Pays émergents** sont en hausse de +10,5% (+7,2% en comparable).

Ces chiffres excluent l'effet calendaire, estimé à -2,0% sur le trimestre (-2,6% en Amérique latine et -1,0% en Asie), l'impact des devises de -17,8% et l'effet positif lié à essence à hauteur de 0,2%.

Amérique latine

Les ventes en **Amérique latine** sont en hausse de +15,2% en organique. L'effet défavorable des taux de change s'établit à -26,2% sur le trimestre en raison de la dépréciation du real brésilien et du peso argentin.

Au **Brésil**, la croissance se poursuit dans l'ensemble des formats. Les ventes organiques sont en hausse de +8,3% (+6,4% en comparable), en accélération par rapport au quatrième trimestre 2013, alors que l'inflation des matières premières a ralenti de manière significative par rapport à l'année précédente. L'**Argentine** voit ses ventes organiques progresser de +39,1%, dont +36,5% en comparable.

Asie

Les ventes organiques en **Asie** sont en hausse de +2,1%.

En **Chine**, celles-ci augmentent de +2,0% (-3,1% en comparable). A **Taiwan**, elles sont en hausse de +1,6% (-0,8% en comparable).

ANNEXES**Ventes en comparable 1^{er} trimestre 2014**

	Magasins comparables hors effet calendaire hors essence	Magasins comparables
Europe	+0,5%	-1,3%
France	+1,7%	-0,7%
Hypermarchés	+0,7%	-1,9%
Supermarchés	+1,8%	+0,2%
Autres pays d'Europe	-1,4%	-2,4%
Espagne	+0,6%	+0,1%
Italie	-5,9%	-7,6%
Belgique	+1,5%	+0,5%
Pays émergents	+7,2%	+5,4%
Amérique latine	+12,7%	+10,3%
Brésil	+6,4%	+3,9%
Asie	-2,5%	-3,5%
Chine	-3,1%	-4,0%
Total Groupe	+2,7%	+0,7%

EXPANSION SOUS ENSEIGNES – T1 2014

Au premier trimestre 2014, en brut, Carrefour a ouvert ou acquis 117 000 m². Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 88 000 m² au premier trimestre 2014.

Milliers de m ²	31 déc. 2013	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Transferts	Cessions	Mouvements T1 2014	31 mars 2014
France	5 071	15	30	-4			41	5 112
Europe (hors Fr)	5 539	25	7	-17			15	5 554
Amérique latine	2 088	8					8	2 097
Asie	2 765	23		-8			16	2 781
Autres ²	712	14		-5			8	721
Groupe	16 176	85	37	-34			88	16 264

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – T1 2014

Au premier trimestre 2014, Carrefour a ouvert ou acquis 208 magasins. Net des cessions ou fermetures, le parc a augmenté de 123 magasins au premier trimestre 2014.

Nb de magasins	31 déc. 2013	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures	Transferts	Cessions	Mouvements T1 2014	31 mars 2014
Hypermarchés	1 421	8		-3	7		12	1 433
France	234	1					1	235
Europe (hors Fr)	475	2		-1	7		8	483
Amérique latine	277	1					1	278
Asie	371	4		-1			3	374
Autres ²	64			-1			-1	63
Supermarchés	2 917	35	18	-4	-11		38	2 955
France	949		8				8	957
Europe (hors Fr)	1 656	26	10	-3	-10		23	1 679
Amérique latine	169							169
Asie	17	1		-1				17
Autres ²	126	8			-1		7	133
Magasins de proximité	5 593	93	53	-78	4		72	5 665
France	3 458	43	53	-31			65	3 523
Europe (hors Fr)	1 795	40		-46	3		-3	1 792
Amérique latine	316	10		-1			9	325
Asie	0							0
Autres ²	24				1		1	25
Cash & carry	174	1					1	175
France	138	1					1	139
Europe (hors Fr)	19							19
Asie	5							5
Autres ²	12							12
Groupe	10 105	137	71	-85			123	10 228
France	4 779	45	61	-31			75	4 854
Europe (hors Fr)	3 945	68	10	-50			28	3 973
Amérique latine	762	11		-1			10	772
Asie	393	5		-2			3	396
Autres ²	226	8		-1			7	233

² Maghreb, Moyen-Orient et République dominicaine.

DEFINITIONS

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

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

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