



POURSUITE DE LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU PREMIER TRIMESTRE 2017 : +6,2% A 21,3 MD€ PROGRESSION CONTINUE DES VENTES ALIMENTAIRES

- **Nette hausse du chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2017, reflétant la pertinence du modèle multiformat et le bon équilibre de la présence géographique de Carrefour**
 - Croissance robuste de +6,2% à changes courants
 - Progression continue des ventes alimentaires : en hausse de +2,2% en comparable et de +5,9% au total
 - Forte croissance du Volume d'Affaires Digital du Groupe : +34% au total
- **Solide croissance à l'international (+10,9% à changes courants)**
 - Bonne performance des ventes sur une base de comparaison élevée
 - Croissance continue en Amérique latine dans un contexte de ralentissement de l'inflation
- **Nouvelle progression de l'activité en France (+0,8%)**
 - Poursuite du déploiement de la stratégie omnicanale
 - Bonne performance de la proximité et montée en puissance des magasins ex-DIA convertis aux enseignes Carrefour depuis plus de 12 mois
- **Confirmation de l'objectif de croissance du chiffre d'affaires de 3 à 5% à changes constants en 2017**

	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables hors essence et calendaire	Variation totale
International	11 889	+2,1%	+10,9%
France	9 406	+0,5%	+0,8%
Groupe	21 295	+1,4%	+6,2%

Ce trimestre, l'effet de change et l'effet du prix de l'essence sont favorables à hauteur de +3,9% et de +1,3% respectivement. L'effet calendaire est particulièrement élevé, à -1,6%, du fait notamment du décalage de Pâques sur le second trimestre et d'une journée en moins, 2016 ayant été une année bissextile.

Le volume d'affaires sous enseignes avec essence s'élève à 25,7 Md€ au premier trimestre 2017, en hausse de +4,7% à changes courants.

VENTES TTC 1^{er} TRIMESTRE 2017

	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables hors essence et calendaire	Variation totale
International	11 889	+2,1%	+10,9%
Amérique latine	4 518	+7,8%	+30,9%
Asie	1 987	-4,0%	-4,1%
Autres pays d'Europe	5 384	+0,9%	+3,6%
France	9 406	+0,5%	+0,8%

Carrefour a réalisé une bonne croissance au premier trimestre de l'année 2017, avec un chiffre d'affaires de 21,3 Md€, en croissance de 6,2%. Cette performance témoigne de nouveau de la pertinence du modèle multiformat et du bon équilibre de la présence géographique du Groupe. L'alimentaire affiche une croissance solide, avec des ventes en hausse de +5,9% au premier trimestre. Carrefour continue sa montée en puissance omnicanale avec un Volume d'Affaires Digital en progression de 34% pour le Groupe.

Ce trimestre a été marqué par un effet calendaire particulièrement prononcé, à -1,6%, en raison du décalage de Pâques sur le second trimestre et d'une journée en moins du fait de l'année bissextile en 2016. Carrefour a bénéficié ce trimestre d'un effet change favorable à hauteur de +3,9%, lié à l'appréciation du real brésilien. L'effet essence a également été favorable de +1,3%.

Les ventes à **l'international** affichent une progression de +10,9% sur le premier trimestre 2017. Cette performance tient compte d'un effet calendaire négatif de -1,8%, et d'un impact de change de +7,3%. En comparable, la progression des ventes reste solide et s'élève à +2,1%, porté par une croissance de +2,8% des ventes alimentaires.

En **Amérique latine**, les ventes comparables sont en croissance de +7,8% (+11,7% en organique), une performance solide. L'effet des taux de change s'élève à +22,1%.

Au **Brésil**, le déploiement du modèle multiformat de Carrefour continue à porter ses fruits, dans un environnement économique marqué par un chômage élevé et un ralentissement de l'inflation au premier trimestre. Dans ce contexte, le Groupe réalise une bonne performance avec des ventes en comparable en hausse de +5,6% (+10,5% en organique). Le succès de Carrefour dans le pays reflète la bonne progression d'Atacadão et des hypermarchés ainsi que la poursuite des ouvertures des magasins de proximité sous l'enseigne Express. Les ventes comparables de **l'Argentine** progressent quant à elles de +14,6% dans un contexte économique difficile.

L'**Asie** affiche une nouvelle amélioration séquentielle de l'évolution des ventes avec un retrait en comparable de -4,0% au premier trimestre 2017 (-2,3% en organique). La **Chine** enregistre une baisse de ses ventes comparables de -5,5% et les ventes à **Taiwan** progressent pour le neuvième trimestre consécutif avec une hausse de +0,3% en comparable, sur une base de comparaison élevée.

Dans les **Autres pays d'Europe**, les ventes sont une nouvelle fois en progression au premier trimestre 2017 (+3,6% au total), sur une base de comparaison déjà élevée dans plusieurs pays. En comparable, la croissance des ventes s'élève à +0,9% sur le trimestre.

- En **Espagne**, les ventes comparables affichent une hausse de +0,3% au premier trimestre, sur une base de comparaison élevée un an plus tôt (+3,4%) ;
- La dynamique positive se poursuit en **Italie** où les ventes en comparable sont en hausse de +1,6%, sur une base de comparaison élevée au premier trimestre 2016 (+4,5%) ;
- Les ventes en comparable restent très dynamiques en **Pologne** et en **Roumanie**.

Dans un premier trimestre marqué par un effet calendaire défavorable et un environnement concurrentiel disputé, la **France** affiche une bonne résistance et enregistre des ventes en croissance (+0,8% au total). Pour la cinquième année consécutive, les ventes alimentaires sont en hausse au premier trimestre, et progressent de +1,3% en comparable.

Les ventes des **hypermarchés** sont en retrait de -0,8% au total (-1,6% en comparable), dans un environnement qui est resté très promotionnel tout au long du trimestre. Les autres formats continuent de bien performer avec une progression du chiffre d'affaires des **supermarchés** de +1,1% au total (+2,2% en comparable) et une croissance dans les magasins de **proximité et autres formats** qui reste particulièrement solide à +5,5% au total (+4,4% en comparable) et qui bénéficie de la croissance du e-commerce et de la montée en puissance des magasins ex-DIA convertis aux enseignes Carrefour depuis plus de 12 mois.

Evolution des ventes TTC au premier trimestre 2017

	Ventes TTC (M€)	Variation totale à changes courants avec essence	Variation totale à changes constants avec essence	Magasins comparables avec essence	Magasins comparables hors essence hors calendaire	Variation organique hors essence hors calendaire
France	9 406	+0,8%	+0,8%	+2,1%	+0,5%	-0,6%
Hypermarchés	4 848	-0,8%	-0,8%	-0,4%	-1,6%	-2,0%
Supermarchés	3 053	+1,1%	+1,1%	+3,2%	+2,2%	+0,2%
Proximité /autres formats	1 505	+5,5%	+5,5%	+8,6%	+4,4%	+2,5%
International	11 889	+10,9%	+3,6%	+0,6%	+2,1%	+3,9%
Autres pays d'Europe	5 384	+3,6%	+3,6%	+0,6%	+0,9%	+1,3%
Espagne	2 110	+4,3%	+4,3%	+0,6%	+0,3%	+0,8%
Italie	1 328	-0,4%	-0,4%	+1,2%	+1,6%	0,0%
Belgique	1 026	-2,7%	-2,7%	-2,3%	-1,8%	-2,1%
Amérique latine	4 518	+30,9%	+8,8%	+5,0%	+7,8%	+11,7%
Brésil	3 666	+37,6%	+7,4%	+2,8%	+5,6%	+10,5%
Asie	1 987	-4,1%	-5,0%	-6,7%	-4,0%	-2,3%
Chine	1 446	-8,6%	-7,0%	-8,4%	-5,5%	-4,1%
Total Groupe	21 295	+6,2%	+2,3%	+1,3%	+1,4%	+1,9%

EXPANSION SOUS ENSEIGNES – 1^{er} trimestre 2017

Milliers de m ²	31 déc. 2016	Ouvertures/ Elargissements	Acquisitions	Fermetures/ Réductions	Mouvements T1 2017	31 mars. 2017
France	5 719	12	7	-73	-55	5 664
Europe (hors Fr)	5 449	29	101	-50	80	5 529
Amérique latine	2 335	24	-	-2	22	2 358
Asie	2 758	27	-	-30	-3	2 755
Autres ¹	920	20	-	-1	20	939
Groupe	17 181	112	109	-156	64	17 246

PARC DE MAGASINS SOUS ENSEIGNES – 1^{er} trimestre 2017

Nb de magasins	31 déc. 2016	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T1 2017	31 mars. 2017
Hypermarchés	1 480	9	19	-7	2	23	1 503
France	243	-	2	-	1	3	246
Europe (hors Fr)	439	-	17	-3	1	15	454
Amérique latine	334	3	-	-	-	3	337
Asie	374	4	-	-4	-	-	374
Autres ¹	90	2	-	-	-	2	92
Supermarchés	3 212	23	-	-37	-4	-18	3 194
France	1 065	2	-	-4	-3	-5	1 060
Europe (hors Fr)	1 777	13	-	-31	-1	-19	1 758
Amérique latine	150	-	-	-1	-	-1	149
Asie	38	3	-	-	-	3	41
Autres ¹	182	5	-	-1	-	4	186
Magasins de proximité	7 072	123	-	-91	2	34	7 106
France	4 219	36	-	-37	2	1	4 220
Europe (hors Fr)	2 312	77	-	-52	-	25	2 337
Amérique latine	468	7	-	-2	-	5	473
Asie	27	2	-	-	-	2	29
Autres ¹	46	1	-	-	-	1	47
Cash & carry	171	-	-	-1	-	-1	170
France	143	-	-	-1	-	-1	142
Europe (hors Fr)	13	-	-	-	-	-	13
Asie	2	-	-	-	-	-	2
Autres ¹	13	-	-	-	-	-	13
Groupe	11 935	155	19	-136	-	38	11 973
France	5 670	38	2	-42	-	-2	5 668
Europe (hors Fr)	4 541	90	17	-86	-	21	4 562
Amérique latine	952	10	-	-3	-	7	959
Asie	441	9	-	-4	-	5	446
Autres ¹	331	8	-	-1	-	7	338

¹ Afrique, 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.