

LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CARREFOUR

- HISTORIQUE DE L'ENSEIGNE
- CHIFFRES CLES DE L'ENSEIGNE
- LES MAGASINS DU GROUPE
- LES MAGASINS GSA EN FRANCE
 - HYPERMARCHES
 - SUPERMARCHES
 - HARD DISCOUNT
 - MAGASINS DE PROXIMITE
- LES FILIALES
 - SERVICES FINANCIERS
 - VOYAGES
 - CARBURANTS
 - PARAPHARMACIE
 - E.COMMERCE
 - .
- INTERNATIONAL

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 1959-1975

- 1959 - Création de la société CARREFOUR par les familles FOURNIER et DEFFOREY
- 1960 - CARREFOUR ouvre son premier supermarché à Annecy
- 1961 - Création de la SARL PROMODIS future PROMODES née de la famille de 2 grossistes dirigées par Paul-Louis Halley et Léonor Duval-Lemonnier
- 1962 - Promodès ouvre son premier supermarché à Mantes la ville -78
- 1963 - CARREFOUR invente un nouveau concept de commerce : hypermarche. Ouverture du premier hypermarche carrefour a ste genevieve des bois - 91- offrant de l'alimentaire et du non-alimentaire sur 2500m² de surface
- 1969 - les supermarchés de Promodès adoptent l'enseigne CHAMPION. Carrefour ouvre son premier hypermarché à l'étranger en Belgique.
- 1970 - Introduction de l'action CARREFOUR à la bourse de Paris.
- 1972 - Les hypermarchés de Promodès adoptent l'enseigne CONTINENT.
- 1973 - Carrefour ouvre son premier hypermarché en Espagne PRYCA
 - Création de l'enseigne Shoppi magasins de proximité.
- 1975 - Carrefour ouvre son premier hypermarché au Brésil.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 1975-1989

- 1976 - Carrefour lance les "PRODUITS LIBRES " des produits sans marque "mais aussi bons et moins chers"
- 1978 - Promodès crée l'enseigne 8 à Huit pour le commerce de proximité.
- 1979 - Développement du hard discount- Carrefour crée l'enseigne ED
- 1981 - Carrefour lance sa propre carte de paiement - la carte PASS
 - Promodès s'ouvre à la franchise avec les supermarchés Champion
 - Promodès ouvre un premier hypermarché Continent au Portugal à Porto .
- 1982 - Carrefour ouvre son premier hypermarché en Argentine
- 1984 - Carrefour lance le service ASSURANCES Carrefour
- 1985 - Lancement des produits à marque Carrefour
- 1987 - Carrefour prend 40% de l'enseigne BUT
- 1988 - Carrefour devient actionnaire de Castorama à hauteur de 33%
- 1988 - Promodès acquiert les 128 supermarchés du groupe Primistères
 - lancement de la campagne de slogan "avec Carrefour je positive"
- 1989 - Ouverture du premier hypermarché Carrefour en Asie à Taiwan
 - Carrefour prend 45% de Média Concorde filiale de Média Markt

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 1991-1997

- **1991** - Carrefour rachète les chaînes EUROMARCHE et MONTLAUR
 - Ouverture des premiers hypermarchés Carrefour en GRECE et PORTUGAL
 - Lancement des VACANCES Carrefour
- **1992** - Création des premières filières qualité Carrefour , garantissant l'origine et la traçabilité des produits.
- **1993** - Carrefour s'implante en ITALIE et TURQUIE
 - Carrefour cède ses actions CASTORAMA
- **1994** - Ouverture des premiers hypermarchés au MEXIQUE et en MALAISIE
- **1995** - Ouverture des hypermarchés Carrefour en CHINE
 - Promodès lance la marque Reflets de France garante du patrimoine gastronomique français
- **1996** - Carrefour continue son développement en Asie avec la THAILANDE , la COREE et HONG KONG
 - Promodès acquiert la chaîne de magasins de proximité Félix Potin
- **1997** - Ouverture des premiers hypermarchés Carrefour à SINGAPOUR et en POLOGNE
 - Promodès acquiert les supermarchés Cateau
 - Carrefour lance les Escapades gourmandes et Carrefour BIO

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 1998-2001

- **1998** - Carrefour prend le contrôle des COMPTOIRS MODERNES . 16 hypermarchés Mammoth prennent l'enseigne Carrefour
 - Carrefour intègre l'activité des supermarchés avec STOC et des magasins de proximité avec Marché Plus
 - Promodès acquiert des participations minoritaires dans des groupes de distribution étrangers GB en Belgique, Norte en Argentine et GS en Italie.
 - Carrefour ouvre ses premiers hypermarchés au CHILI en COLOMBIE et INDONESIE
- **1999** - Rapprochement Carrefour - Promodès pour former le premier groupe européen et le deuxième mondial
 - Acquisition de 85 supermarchés au Brésil à travers de six chaînes régionales
- **2000** - Carrefour renforce les liens tissés par Promodès avec ses partenaires en augmentant sa participation
 - Tous les hypermarchés Continent passent sous l'enseigne Carrefour et les supermarchés sous l'enseigne Champion
 - Les enseignes PRYCA et CONTINENTE fusionnent en Espagne sous l'enseigne Carrefour
 - Lancement du commerce en ligne OOSHOP
 - Ouverture du premier Carrefour au JAPON
 - Carrefour et Mauss s'associent dans les hypermarchés en SUISSE
- **2001** - Carrefour cède sa participation dans PICARD SURGELES
 - Carrefour inaugure 17 stations service d'autoroute à son nom
 - Carrefour Argentine prend le management de NORTE
 - Carrefour cède sa participation de 42 % dans CORA à DEUTSCHE BANK
 - Carrefour et Métro se cèdent leurs participations croisées en France et en Italie

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 2002-2005

- 2002 -
 - Carrefour cède ses centres autos à FEU VERT
 - Carrefour cède sa participation dans PETSMART
- 2003 -
 - Carrefour rachète les hypermarchés HYPARLO en ITALIE
 - Carrefour cède ses activités optique à ALAIN AFFLELOU
 - Carrefour fait l'acquisition de 2 hypermarchés en POLOGNE
 - Carrefour cède ses 7 magasins chiliens au groupe D&S
 - ED signe un protocole d'accord avec la société de distribution allemande EDEKA sud ouest en vue de l'acquisition de 44 magasins à l enseigne "TREFF MARCHE"
 - Carrefour fait passer sa participation de 55% à 100% dans Carrefour Colombie.
 - Décès accidentel de PAUL LOUIS HALLEY
- 2004 - ED et les Coop de l'atlantique signent un protocole d'accord de franchise
 - Ouverture du premier supermarché CHAMPION en CHINE
 - Les 58 boutiques BP d'autoroutes prennent l'enseigne PROXI SERVICE
 - Acquisition de 13 hypermarchés HYPERNOVA à AHOLD en POLOGNE
- 2005- Renforcement de la position de Carrefour
 - POLOGNE, ITALIE, TURQUIE, CHYPRE
 - Carrefour achète 10 hypermarchés au groupe SONAO à SAO PAULO
 - Cession des hypermarchés au MEXIQUE et au JAPON, SLOVAQUIE et REPUBLIQUE TCHEQUE
 - Renforcement de la participation dans HYPARLO
 - Rachat de 101 magasins PENNY MARKET qui sont passés sous l'enseigne ED
 - Carrefour cède sa filiale de restauration collective PRODIREST à l'allemand REWE
 - Naissance de la 3^{ème} génération des produits Carrefour

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 2006-2009

- **2006** - Carrefour acquiert 4 hypermarchés et 2 stations services en ESPAGNE auprès de CAPRABO
 - Ouverture du site BOOSTRE.COM dédié aux produits non-alimentaires
 - OPA amicale sur HYPERARLO et prend le contrôle des magasins en France et en Roumanie
 - Le groupe développe de nouveaux concepts Carrefour Express et mini-hypermarchés
 - Ouverture du premier hypermarché Carrefour à CHYPRE
 - L'acquisition de AHOLD POLSKA propulse le groupe au second rang de la distribution alimentaire avec 194 magasins et dont 15 ont rejoint Carrefour Polska
- **2007** -Le Groupe Carrefour annonce l' acquisition de la société Atacadao au Brésil
 - Le Groupe Carrefour signe un accord visant la cession de ses activités en Slovaquie
 - Le Groupe Carrefour annonce l'acquisition des activités espagnoles de discount de Tengelmann
 - Le groupe Carrefour cède Carrefour Portugal à Sonae
 - Le groupe Carrefour cède à Coop sa participation de 50% dans Distributis AG
 - Avec l'acquisition d'Artima, le Groupe Carrefour étend sa stratégie multi format mono enseigne en Roumanie
 - Le groupe Carrefour élu "Distributeur International de l'année" par Food From Britain
- **2008** -Partenariat Guyenne et Gascogne et Carrefour
 - Arnault et Colony se renforcent au capital
- **2009** -Le groupe Carrefour lance des tests sur une nouvelle enseigne de proximité en ville : CARREFOUR CITY
 - Promocash poursuit sa mutation vers la franchise et lance une campagne de recrutement
 - Publicis remporte le budget de Carrefour, deuxième annonceur français :
 - Les groupes Carrefour et Coop Atlantique ont annoncé avoir conclu un accord de partenariat portant sur le parc d'hypermarchés et de supermarchés en France

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR 2010-2011

• 2010

- Afin de renforcer son maillage territorial, Promocash poursuit son expansion avec le rachat de 8 Codi Cash (groupe Colruyt) et l'ouverture d'un nouveau magasin à Bourgoin (Isère).
- Carrefour révolutionne la promotion en lançant le premier système de promotion libre.
- Carrefour lance un nouveau site de téléchargement avec une offre digitale complète de musiques, jeux vidéo, et logiciels
- Carrefour planet : un nouveau concept d'hypermarché pour une expérience des courses 100% réinventée
- Carrefour teste deux nouveaux concepts de proximité en France : Carrefour City Café et Carrefour Express
- Carrefour ouvre quatre nouveaux magasins Carrefour Montagne
- Ouverture du 1er cash & carry en Inde
- Cession de la Thaïlande (avec effet en 2011)
- Lancement du concept Carrefour Planet
- Acquisition de 51% de Baolongcang en Chine
- Acquisition de la chaîne de supermarchés Ipek en Turquie
- Signature d'un partenariat avec Transcorp en Indonésie.

• 2011

- Lancée en mai 2009, la gamme Carrefour Discount est devenue une des marques de produits la plus vendue en France. Fort de ce succès, et après avoir élargi la gamme aux produits frais en 2010, Carrefour Discount s'étend au non-alimentaire avec une sélection de petit électroménager à bas prix.
- Carrefour et Alliance Boots (leader international orienté pharmacie et parapharmacie) signent un contrat de coopération de long terme
- le divorce entre Coop Atlantique et Carrefour est maintenant officiel : Coop Atlantique et Système U l'annoncent ce soir dans un communiqué commun. Le ralliement de la coopérative de consommateurs à Système U sera effectif au 1er janvier 2012
- Carrefour projette de céder Dia et 25 % Carrefour Property
- Carrefour a inauguré sa MDD halal baptisée « Carrefour halal »
- Le groupe se sépare de Dia au 1er juillet 2011, Dia devient indépendant et est coté à la bourse de Madrid.
- avril 2011 : Coop Atlantique annonce quitter le groupe Carrefour pour Système U au 1er janvier 2012.
- décembre 2011 : Carrefour annonce qu'il ne renouvèle pas son contrat avec Altis, franchisé du Sud-Ouest de la France.
- décembre 2011 : Carrefour annonce qu'il lance une OPA sur son 1er franchisé français, Guyenne et Gascogne, autre franchisé du Sud-Ouest de la France.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

• 2012

- Poursuivant sa stratégie de recentrage de ses activités, le groupe Carrefour annonce ce jour la vente de sa participation de 60% dans Carrefour Indonésie pour 525 millions d'euros à son partenaire local, le groupe CT Corp, qui devient le franchise exclusif de Carrefour dans le pays.
- Carrefour vend ses activités en Malaisie au groupe japonais Aeon pour une valeur d'entreprise de 250 millions d'euros.
- Carrefour vend ses activités en Colombie au groupe chilien Cencosud pour une valeur d'entreprise de 2 milliards d'euros.
- Carrefour et Marinopoulos réorganisent leur partenariat en Grèce.
- Carrefour consolide son leadership en Argentine avec le rachat de 129 magasins de proximité EKI
- Carrefour annonce sa décision d'exercer l'option de vente de sa participation dans le Groupe Altis, franchisé de Carrefour dans le sud-ouest de la France

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

• 2013

- Carrefour annonce l'acquisition de la chaîne de supermarchés RAST, exploitant 10 magasins à Olsztyn.
- Carrefour signe un protocole d'intention avec Klépierre pour le rachat de 127 centres commerciaux.
- Coop Alsace et Carrefour entrent en négociation exclusive pour les magasins de proximité de Coop Alsace
- Carrefour s'associe à CFAO pour développer l'enseigne en multiformat dans 8 pays d'Afrique

- Le groupe Carrefour annonce ce jour la vente de sa participation de 25% dans Majid Al Futtaim Hypermarkets pour 530 millions d'euros à son partenaire régional, Majid Al Futtaim Holding.
- Partenaires depuis 1995, le Groupe Carrefour et Majid Al Futtaim exploitent 50 hypermarchés et 44 supermarchés dans plusieurs pays au Moyen-Orient, en Afrique du Nord et en Asie centrale via leur filiale Majid Al Futtaim Hypermarkets. Le partenariat de franchise exclusive avec le Groupe Carrefour est renouvelé jusqu'en 2025 et étendu à de nouveaux formats et de nouveaux pays

• 2014

- Carrefour devra céder 56 magasins dont 12 à Paris pour racheter Dia France
- Carrefour annonce ce jour la finalisation de l'acquisition de la société Dia France. Annonce du rachat de 800 magasins de Dia France
- Cette opération s'inscrit dans la stratégie d'expansion multiformat et multicanal de Carrefour.
- Elle lui permet de renforcer son ancrage dans les régions françaises, afin d'être toujours au plus près de ses clients. Le rapprochement de Carrefour et Dia entre dans une nouvelle étape.
- Naissance de Carmila, qui regroupe plus de 160 centres commerciaux attenants aux hypermarchés Carrefour en France, en Espagne et en Italie
- Carrefour annonce le rachat de 16 magasins " Centro' situés dans les provinces de Florence et Arezzo et d'un magasin de la même enseigne situé dans la province de La Spezia représentant une surface de vente de plus de 4000 m² .
- Ces magasins à l'enseigne Carrefour Express, marque des magasins de proximité du groupe qui compte déjà plus de 600 points de vente en Italie, seront rénovés et rouvriront leurs portes d'ici la fin de l'année.
- Carrefour annonce la fermeture de ses cinq magasins en Inde
- Carrefour annonce ce jour le rachat au groupe Rewe de 53 supermarchés sous enseigne Billa
- Le leader national rebat les cartes de sa supply chain en profondeur avec son projet Caravelle. Jusque-là ventilés par canal de vente, les stocks des entrepôts Carrefour seront désormais multiformats.

LE COMMERCE EN FRANCE

ACCORD CARREFOUR-CORA

• 2014

- Carrefour France et Cora / Supermarchés Match annoncent ce jour la signature d'un accord de coopération à l'achat. Cet accord concrétise un partenariat de long terme, sans lien capitalistique entre les deux entreprises, chacune conservant son indépendance et les engage dans des relations durables avec leurs fournisseurs. Il permettra ainsi de soutenir la compétitivité de leurs enseignes au bénéfice des consommateurs.
- Ce partenariat porte sur la négociation à l'achat des produits de marques nationales et internationales, alimentaires et bazar, à l'exception des marques de distributeur, des produits élaborés par les PME et des produits frais issus des filières agricoles
- Carrefour et Cora / Supermarchés Match maintiennent leur politique commerciale propre, chaque enseigne définissant de manière séparée ses prix et sa politique promotionnelle.
- Ce partenariat sera effectif dès le 1er janvier 2015.

Groupes	Parts de marché
Intermarché + Casino	25,80%
Carrefour + Dia+Delhaize	25,30%
Auchan + Système U	21,60%
Leclerc	19,90%
Lidl	4,60%
Aldi	2,30%
Aldi	2,30%

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

- 2015

- La famille Moulin monte au capital de Carrefour. Après avoir acquis 44,2 millions d'actions, soit 6,1% du capital en avril 2014, Motier, la holding propriétaire des Galeries Lafayette, détient désormais 9,5% du groupe de distribution
- Le magnat brésilien Abilio Diniz souhaite augmenter sa participation dans la filiale brésilienne du groupe de distribution français Carrefour, dont il a acquis 10% du capital en décembre, selon le quotidien économique brésilien Valor.
- Top 250 de la distribution mondiale 2013/2014: Carrefour dépassé par Costco, Walmart toujours n°1

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

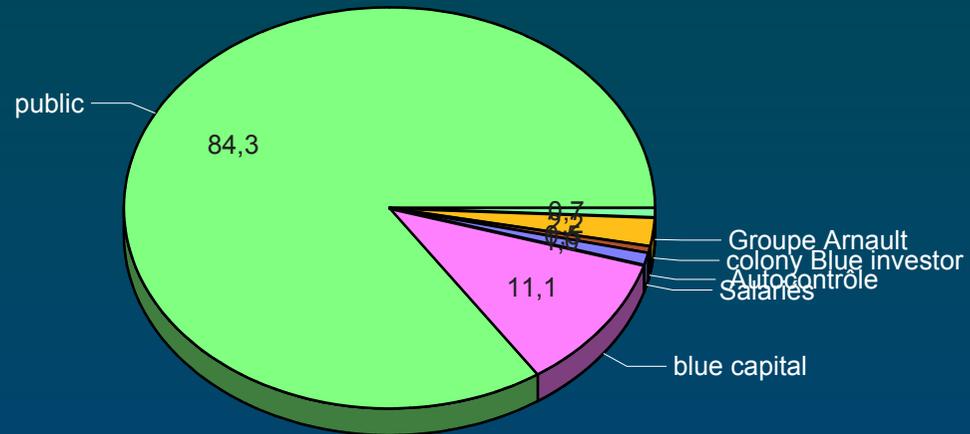
LES CHIFFRES CLES DU GROUPE

LE COMMERCE EN FRANCE

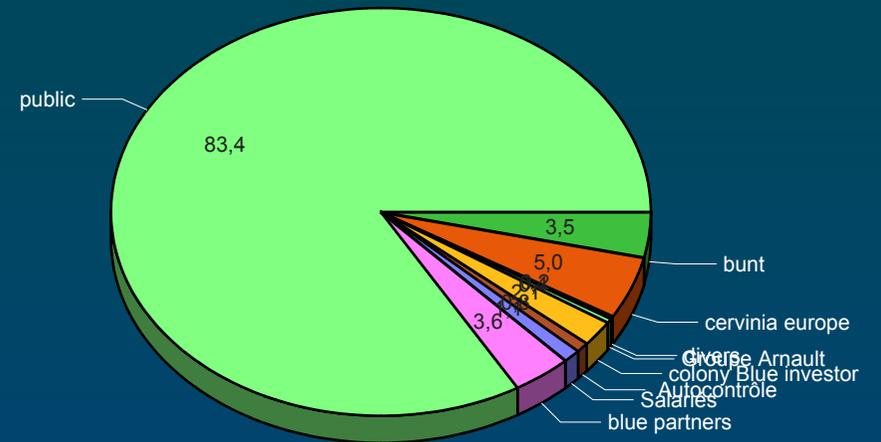
CARREFOUR

REPARTITION DU CAPITAL

2010



2013



LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2006

- N° 1 de la grande distribution en Europe
- N° 2 dans le monde
- 32,4 milliards d'euros de capitalisation boursière (au 31/12/2006)
- 29 pays
- Le groupe Carrefour compte aujourd'hui plus de 12 500 magasins exploités en propre ou en franchise.
 - 97,24 milliards d'euros de chiffre d'affaires TTC sous enseignes en 2006
 - Présent dans 30 pays, il réalise plus de 52% de son chiffre d'affaires hors de France. A l'étranger
- Le groupe Carrefour développe aujourd'hui quatre formats principaux de magasins alimentaires
 - les hypermarchés
 - une surface moyenne de 8400 m², une gamme de 20 000 à 80 000 produits alimentaires et non alimentaires
 - les supermarchés
 - CHAMPION, GS, NORTE ET GB une surface variant de 1 000 à plus de 2 000 m², les supermarchés proposent une offre large d'environ 10 000 références
 - maxidiscounte
 - DIA , ED ET MINIPRECIO un assortiment réduit à des prix discount, inférieurs de 20% aux marques nationales, sur des surfaces allant de 200 à 1000 m²
 - les magasins de proximité
 - SHOPI , MARCHE PLUS , 8 A HUIT ET DI PER DI de 50 à 900 m²
 - Le cash & carry : la proximité pour les professionnels
 - destination des professionnels des métiers de bouche
 - Le e-commerce
 - Ooshop : le magasin alimentaire en ligne, Boostore.com : tout le non-alimentaire sur internet
- + de 456 000 collaborateurs
- Plus de 3 milliards de passages en caisse par an

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2007

- Carrefour est le n° 1 européen et le n° 2 mondial de la grande distribution
 - 145 nouveaux hypermarchés
 - 54% du chiffre affaires réalisés hors de France
 - 1353 nouveaux magasins ouverts
 - 28459 fournisseurs de produits de qualité Carrefour
- Le groupe Carrefour développe aujourd'hui quatre formats principaux de magasins alimentaires
 - les hypermarchés
 - Avec 1163 hypermarchés dans 30 pays (dont 77 franchisés), le groupe Carrefour conforte sa place de numéro 1 mondial du format.
 - 60 % du CA ht sous enseignes du Groupe en 2007
 - 319 858 collaborateurs
 - les supermarchés
 - 2 708 supermarchés dans le monde au 31.12.2007 dont 1006 franchisés
 - 17.4 % du CA ht sous enseignes du Groupe en 2007
 - 84 785 collaborateurs
 - maxidiscount
 - 6 166 magasins de maxidiscount dans le monde dont 1 343 franchisés
 - 9,2% du CA ht sous enseignes du Groupe en 2007
 - 49 891 collaborateurs
 - les magasins de proximité
 - 4800 magasins de proximité dont 4583 franchisés
 - 13.4 % de part de marché de la proximité
 - Le cash & carry : la proximité pour les professionnels
 - 154 magasins dont 134 en France.
 - Le e-commerce
 - Ooshop : le magasin alimentaire en ligne, Boostore.com : tout le non-alimentaire sur internet

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE CARREFOUR 2007

ENSEIGNE 2007	NBRE MAG TOTAL	NBRE MAG FRANCE	NBRE MAG ETRANGER
HYPERMARCHES	1061	338	723
SUPERMARCHES	2837	1454	1383
HARD DISCOUNT	5806	856	4950
MAGASINS PROXIMITES	3783	2368	1415
CASH&CARRY	156	136	20
ESPACE FORME ET BEAUTE	12	12	
UN MONDE DE SANTE ET BEAUTE	4	4	
PARAPHARMACIE	2	2	
JARDINERIE	2	2	
OOSHOP.COM	e-commerce		
BOOSTRE.COM	e-commerce		
ASSURANCES			
BILLETERIE			
SERVICE AUTOROUTE	24		
SERVICES FINANCIERS	206		
STATION SERVICE	1178		
VACANCES	90		

LE COMMERCE EN FRANCE

PAYS PARTENAIRES FRANCHISES GROUPE CARREFOUR

2007	date implant	nbre mag
Arabie Saoudite	2004	7
Belgique	2000	65
DOM-TOM	1988	110
Egypte	2002	3
Émirats Arabes Unis	1995	10
japon	2005	7
Jordanie	2007	1
koweit	2007	1
Oman	2000	1
Qatar	2000	2
République Dominicaine	2000	1
Tunisie	2001	4
TOTAL		212

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR FRANCHISE

PAYS 2007	HYPER	SUPER	HARD DISCOUNT
MONACO	1		
PORTUGAL	10		427
JAPON	8		
MADAGASCAR		1	
QUATAR	2		
ALGERIE	1		
ARABIE SAOUDITE	5		
EGYPTE	3		
EMIRATS ARABES	10		
OMAN	1		
TUNISIE	1	2	
REPUBLIQUE DOMINICAINE	1		

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2008

- Carrefour est le n° 1 européen et le n° 2 mondial de la grande distribution
 - 139 nouveaux hypermarchés
 - 56% du chiffre affaires réalisés hors de France
 - 439 nouveaux magasins ouverts
 - 28459 fournisseurs de produits de qualité Carrefour
- Le groupe Carrefour développe aujourd'hui quatre formats principaux de magasins alimentaires
 - les hypermarchés
 - Avec 1302 hypermarchés dans 30 pays (dont 77 franchisés), le groupe Carrefour conforte sa place de numéro 1 mondial du format.
 - 60 % du CA ttc sous enseignes du Groupe en 2008
 - 319 858 collaborateurs
 - les supermarchés
 - 2 908 supermarchés dans le monde au 31.12.2007 dont 1006 franchisés
 - 17.4 % du CA ttc sous enseignes du Groupe en 2008
 - 84 785 collaborateurs
 - maxidiscount
 - 6 155 magasins de maxidiscount dans le monde dont 1 343 franchisés
 - 9,2% du CA ttc sous enseignes du Groupe en 2008
 - 49 891 collaborateurs
 - les magasins de proximité
 - 4 761 magasins de proximité dont 4583 franchisés
 - 13.4 % de part de marché de la proximité
 - Le cash & carry : la proximité pour les professionnels
 - 147 magasins dont 134 en France.
 - Le e-commerce
 - Ooshop : le magasin alimentaire en ligne, Boostore.com : tout le non-alimentaire sur internet

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2008

- Chiffre d'affaires annuel 2008
 - Solide progression du chiffre d'affaires en 2008 à 97,6 milliards d'euros
 - CA TTC 2008 : +6,3% à changes constants
- CA TTC année 2008 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - Bonne résilience en France (+1%)
 - Croissance soutenue en Espagne (+5,5%)
 - Excellente performance dans les marchés de croissance* (+19,7% à changes constants)
 - Croissance organique de 4,5%, en ligne avec les 4,7% enregistrés en 2007
- CA TTC T4 2008 : ralentissement des ventes dans un environnement qui s'est tendu
 - Bonne performance des supermarchés et de la proximité en France
 - Décélération des ventes en Europe (+0,5% à changes constants)
 - Progression soutenue des ventes dans les marchés de croissance* (+11,8% à changes constants) : poursuite des très bonnes tendances en Amérique Latine, ralentissement en Asie
- Une année 2008 volatile et contrastée, marquée notamment par :
 - Un fort ralentissement de l'inflation en alimentaire et un impact négatif des carburants sur le chiffre d'affaires au quatrième trimestre
 - Un effort promotionnel soutenu pour être aux côtés de nos clients
 - Une forte croissance des ventes de nos produits à marque propre
 - Une détérioration de la consommation non-alimentaire, notamment en fin d'année
- Confirmation des objectifs 2008 révisés :
 - Un cash flow libre opérationnel de 1,5 milliard d'euros
 - un résultat opérationnel avant éléments non courants 2008 attendu en légère croissance par rapport à 2007

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2009

- Chiffre d'affaires annuel 2009
 - Solide progression du chiffre d'affaires en 2009 à 97,172 milliards d'euros avec essence
 - CA TTC 2009 : -1.4 % à changes constants
- CA TTC année 2009 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - variation des ventes à magasins comparables hors essence
 - - 2.6 % pour le G4
 - +5.4 % en Amérique latine
 - -4.5% en Asie
 - -3.5% pour les marchés européens
- part de marché en France
 - Carrefour 13.0% en 2008 - 13.1% en 2009
 - Carrefour market champion 8.0% en 2008 - 8.4% en 2009
 - ED-DIA 2.6% en 2008 - 2.6% en 2009
 - évolution des produits à marque Carrefour +9% en 2009/2008
 - part de marché de la marque Carrefour en PGC 23% en 2008 - 24.6% en 2009
 - contribution de Carrefour discount aux ventes de PGC
 - 3.9% en volume et 2.0% en valeur

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE CARREFOUR 2008

ENSEIGNE 2008	NBRE MAG TOTAL	NBRE MAG FRANCE	NBRE MAG dom tom	NBRE MAG ETRANGER
CARREFOUR	1182	227	11	944
CHAMPION	2442	1012	40	1390
HARD DISCOUNT	6164	884	11	5269
MAGASINS PROXIMITES	3949	2449		1500
CASH&CARRY	132	130	2	
ESPACE FORME ET BEAUTE	15	15		
UN MONDE DE SANTE ET BEAUTE	4	4		
PARAPHARMACIE	81	81		
JARDINERIE	1	1		
OOSHOP.COM	e-commerce			
CARREFOURONLINE.COM	e-commerce			
ASSURANCES				
BILLETERIE				
SERVICES FINANCIERS	206			
SERVICE AUTOROUTE	24			
STATION SERVICE	1178			
VACANCES	90			

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2009

- Chiffre d'affaires annuel 2009
 - Solide progression du chiffre d'affaires en 2009 à 97,172 milliards d'euros avec essence
 - CA TTC 2009 : -1.4 % à changes constants
- CA TTC année 2009 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - variation des ventes à magasins comparables hors essence
 - - 2.6 % pour le G4
 - +5.4 % en Amérique latine
 - -4.5% en Asie
 - -3.5% pour les marchés européens
- part de marché en France
 - Carrefour 13.0% en 2008 - 13.1% en 2009
 - Carrefour market champion 8.0% en 2008 - 8.4% en 2009
 - ED-DIA 2.6% en 2008 - 2.6% en 2009
 - évolution des produits à marque Carrefour +9% en 2009/2008
 - part de marché de la marque Carrefour en PGC 23% en 2008 - 24.6% en 2009
 - contribution de Carrefour discount aux ventes de PGC
 - 3.9% en volume et 2.0% en valeur

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE CARREFOUR 2009

ENSEIGNE 2009	NBRE MAG TOTAL	NBRE MAG FRANCE	NBRE MAG ETRANGER
HYPERMARCHES	1443	376	1067
SUPERMARCHES	3174	1408	1766
SUPERETTES	4162	2653	1509
HARD DISCOUNT	6260	922	5338
CASH&CARRY	137	137	
ESPACE FORME ET BEAUTE	19	19	
UN MONDE DE SANTE ET BEAUTE	1	1	
CULTURE LOISIRS	1	1	
JARDINERIE	1	1	
OOSHOP.COM	e-commerce		
BOOSTRE.COM	e-commerce		
ASSURANCES			
BILLETERIE			
SERVICE AUTOROUTE	24		
SERVICES FINANCIERS	206		
STATION SERVICE	1178		
VACANCES	90		

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2010

- Chiffre d'affaires annuel 2010
 - Le chiffre d'affaires hors taxes s'élève à 90 099 millions d'euros, en progression de 5,5 % par rapport au chiffre d'affaires 2009, après incidence des taux de change. À taux de change constants, le chiffre d'affaires augmente de 2,2 %.
- CA TTC année 2010 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - variation des ventes à magasins comparables hors essence
 - +1.9 % pour la France
 - +31.4 % en Amérique latine
 - +18.5 % en Asie
 - -1.8 % pour les marchés européens
 - +1.6 % pour le hard discount
- nombre de magasins 2010
 - 1401 hypermarchés avec les partenaires
 - 2952 supermarchés avec les partenaires
 - 5059 magasins de proximité avec les partenaires
 - 6373 maxidiscount avec les partenaires
 - 152 cash et carry avec les partenaires
- Deuxième distributeur mondial, Carrefour attire chaque année plus de 100 millions de clients et génère près de 3 milliards de passages en caisse. La marque Carrefour s'affirme sur ses produits, ses enseignes et ses services à travers le monde.
- Carrefour est aujourd'hui la première marque de produits de grande consommation en France. Pour répondre aux attentes des consommateurs en termes d'offre, de qualité et de prix, Carrefour a poursuivi en 2010 la refonte de ses assortiments.

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE CARREFOUR 2010

ENSEIGNE 2010	NBRE MAG TOTAL	NBRE MAG FRANCE	NBRE MAG ETRANGER
Carrefour Market	2770	926	1844
Carrefour Express	2003	464	1539
HARD DISCOUNT	6375	938	5437
CASH&CARRY	127	127	
ESPACE FORME ET BEAUTE	19	19	
UN MONDE DE SANTE ET BEAUTE	1	1	
CULTURE LOISIRS	1	1	
JARDINERIE	1	1	
OOSHOP.COM	e-commerce		
ASSURANCES			
BILLETERIE			
SERVICE AUTOROUTE	24		
SERVICES FINANCIERS	206		
STATION SERVICE	1178		
VACANCES	90		

LE COMMERCE EN FRANCE

PAYS PARTENAIRES FRANCHISES GROUPE CARREFOUR 2010

2010	hyper	super	hd	proximite	cash carry
Total France	27	398	176	3217	125
dom tom	9	25		65	
Belgique		399		214	
Espagne	6	4	1005	20	
Grèce		27		364	
Italie	3	217		632	1
Pologne				59	
Portugal			186		
Turquie			327		
Total Europe hors France)	9	647	1518	1289	1
Arabie Saoudite	9	2			
Argentine			85		
Bahrein	1				
Brésil			149		
Bulgarie	5				
Chine			142		
Egypte	4	3			
Emirats arabes unis	13	16			
Inde					1
Jordanie	1	4			
Koweït	1				
Maroc	2	32			
Malaisie				14	
Oman	2				
Qatar	3				
République dominicaine	1				
Slovaquie	4				
Syrie	1				
Tunisie	1	44			
Total autres pays	48	101	376	14	1
TOTAL GROUPE	93	1171	2070	4585	127

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2013

- Chiffre d'affaires annuel 2013
 - Le chiffre d'affaires du groupe a atteint 74,9 milliards d'euros hors taxes, en recul de 1% par rapport à 2012, mais en progression 2,3% à périmètre comparable. Le résultat opérationnel courant (ROC) est, comme attendu, de 2,2 milliards d'euros, en progression de 5,3% à taux de change courants
- CA TTC année 2013 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - variation des ventes à magasins comparables hors essence
 - +0,2 % pour la France
 - +0,1% pour les hypermarchés
 - -0,7% pour les supemarchés
 - +3,7% pour les magasins de proximité
 - +12.4 % en Amérique latine
 - +2,2 % en Asie
 - -2.8 % pour les marchés européens
 - Mais les véritables incertitudes pèsent sur l'Espagne et l'Italie.
 - +8,5% pour les pays émergents
- nombre de magasins 2013
 - 1421 hypermarchés avec les partenaires
 - 2917 supermarchés avec les partenaires
 - 5593 magasins de proximité avec les partenaires
 - 174 cash et carry avec les partenaires
- Les priorités de Carrefour en 2014
 - Reprendre possession de ses galeries commerciales (remembrement, rénovation, extension) en France
 - Faire avancer ses chantiers logistique et informatique dans l'Hexagone
 - Développer ses positions au Brésil et affiner son concept en Chine

LE COMMERCE EN FRANCE

LES CHIFFRES CLES CARREFOUR 2014

- Chiffre d'affaires annuel 2014
 - Le groupe Carrefour vient de publier de bons résultats pour le quatrième trimestre et l'année 2014. Le chiffre d'affaires a atteint 84 milliards d'euros sur l'année, soit une croissance organique de 3,9 %.
 - Le volume d'affaires sous enseigne avec essence sur l'année 2014 s'élève à 100,5 Md€, en hausse de 3,1% à changes constants
 - La France confirme les bonnes performances aperçues dans les parts de marché avec une hausse de 1,2 % du chiffre d'affaires organique (39,67 milliards d'euros TTC).
- CA TTC année 2014 : croissance des ventes dans toutes les zones géographiques
 - variation des ventes à magasins comparables hors essence
 - +1.2 % pour la France
 - -0,1% pour les hypermarchés
 - +1,6% pour les supermarchés
 - +6,6% pour les magasins de proximité
 - +5,9 % international variation organique
 - 15,5 Mrds, +18.1 % en Amérique latine
 - -1.8 % en Asie
 - -0,2 % pour les marchés européens hors France
- Les ventes à l'international sont en hausse de +5,9% en organique en 2014. Pour la première fois en six ans, les ventes en Europe sont quasiment stables. Avec une hausse de +18,1%, l'Amérique latine enregistre une très forte progression, le Brésil poursuivant sa croissance avec une hausse organique de +11,9%.
- En Asie, les ventes organiques baissent de -1,8%.
- nombre de magasins 2014
 - 1459 hypermarchés avec les partenaires
 - 3115 supermarchés avec les partenaires
 - 6111 magasins de proximité avec les partenaires
 - 175 cash et carry avec les partenaires

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE CARREFOUR 2014

ENSEIGNE 2014	NBRE MAG TOTAL	NBRE MAG FRANCE	NBRE MAG dom tom	NBRE MAG ETRANGER
HYPERMARCHES	1459	237	12	1222
SUPERMARCHES	3115	960		2155
MAGASINS PROXIMITE	6111	3673		2438
CASH&CARRY	175	143	3	32
ESPACE FORME ET BEAUTE	19	19		
UN MONDE DE SANTE ET BEAUTE	1	1		
CULTURE LOISIRS	2	2		
JARDINERIE	1	1		
OOSHOP.COM	e-commerce			
ASSURANCES				
BILLETERIE				
SERVICE AUTOROUTE	24	24		
SERVICES FINANCIERS	206			
STATION SERVICE	1205	1205		
VACANCES	90			

LE COMMERCE EN FRANCE

LES PRODUITS CARREFOUR

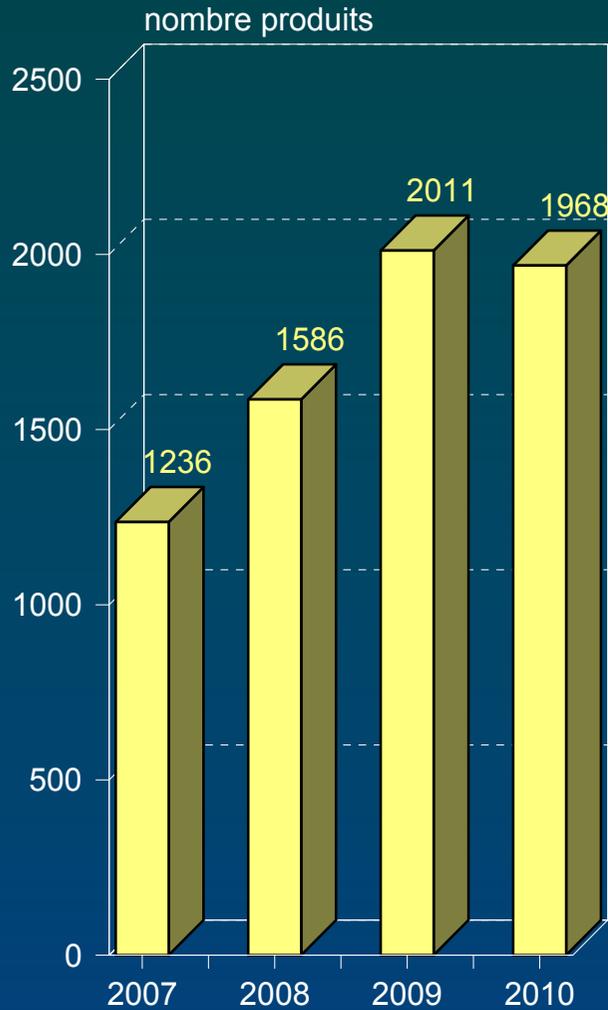
- MARQUE CARREFOUR
- CARREFOUR BIO
- ESCAPADES GOURMANDES
- REFLETS DE FRANCE
- DESTINATION SAVEUR
- TEX ET HARMONIE textile
- FIRSLINE électroménager
- TOPBIKE cycliste

- **2009** - Lancée dès la fin du mois de mai en France, Carrefour Discount sera disponible dans tous les hypermarchés Carrefour, les supermarchés Champion et Carrefour Market, les magasins de proximité Carrefour City et Contact et sur Ooshop, le cybermarché alimentaire de l'enseigne.
- Carrefour discount
 - Des produits de qualité à très bas prix, essentiels au quotidien
 - Une gamme disponible dans les 1200 points de vente Carrefour, Carrefour Market et Champion dès la fin du mois de mai
 - 400 références en hypermarché et supermarché
 - 83% de produits alimentaires :
 - Epicerie : céréales, café, thé, biscuits, farine, sucre, conserves, plats cuisinés..
 - Produits frais : yaourts, fromage, charcuterie, surgelés, petit pain...
 - Liquide : jus de fruit, soda, eau..
 - 17% de produits de droguerie, d'hygiène et de parfumerie
 - Droguerie : produits ménagers...
 - Parfumerie & hygiène : mouchoirs, couches, lingettes, shampoing..
 - Des prix alignés sur l'offre des enseignes de hard discount
 - Le meilleur rapport qualité/prix des produits à marque Carrefour
 - Un packaging simple et moderne, facilement identifiable en magasin

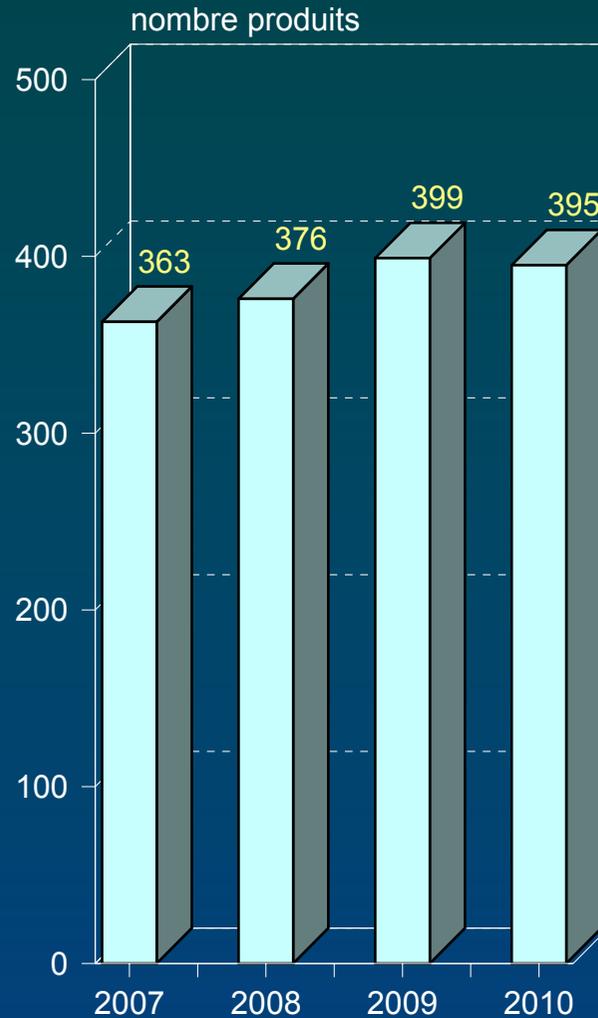
LE COMMERCE EN FRANCE

INDICATEURS PRODUITS GROUPE CARREFOUR

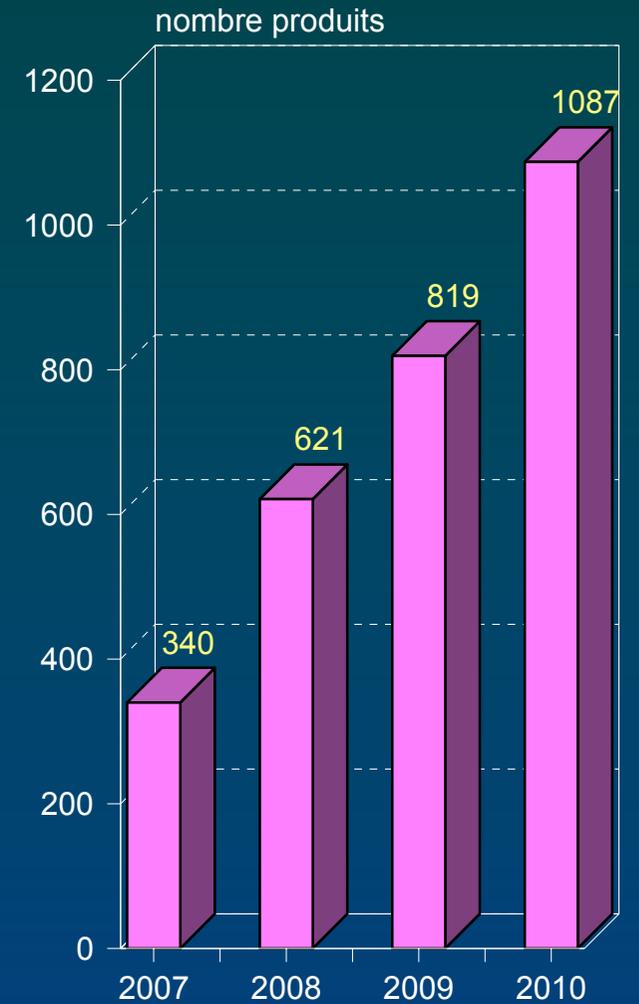
PRODUITS BIO



PRODUITS ENGAGEMENT QUALITE CARREFOUR



PRODUITS COMMERCE EQUITABLE



LE COMMERCE EN FRANCE

LES PRODUITS CARREFOUR

- MARQUE CARREFOUR
- CARREFOUR BIO
- ESCAPADES GOURMANDES
- REFLETS DE FRANCE
- DESTINATION SAVEUR
- TEX ET HARMONIE textile
- FIRSLINE électroménager
- TOPBIKE cycliste
- 2009 - Lancée dès la fin du mois de mai en France, Carrefour Discount sera disponible dans tous les hypermarchés Carrefour, les supermarchés Champion et Carrefour Market, les magasins de proximité Carrefour City et Contact et sur Ooshop, le cybermarché alimentaire de l'enseigne.
- Carrefour discount
 - Des produits de qualité à très bas prix, essentiels au quotidien
 - Une gamme disponible dans les 1200 points de vente Carrefour, Carrefour Market et Champion dès la fin du mois de mai
 - 400 références en hypermarché et supermarché
 - 83% de produits alimentaires :
 - Epicerie : céréales, café, thé, biscuits, farine, sucre, conserves, plats cuisinés..
 - Produits frais : yaourts, fromage, charcuterie, surgelés, petit pain...
 - Liquide : jus de fruit, soda, eau..
 - 17% de produits de droguerie, d'hygiène et de parfumerie
 - Droguerie : produits ménagers...
 - Parfumerie & hygiène : mouchoirs, couches, lingettes, shampoing..
 - Des prix alignés sur l'offre des enseignes de hard discount
 - Le meilleur rapport qualité/prix des produits à marque Carrefour
 - Un packaging simple et moderne, facilement identifiable en magasin
- 2014
- Cinq ans après la création de la marque premiers prix Carrefour Discount, le distributeur abandonne cette signature au profit des produits blancs

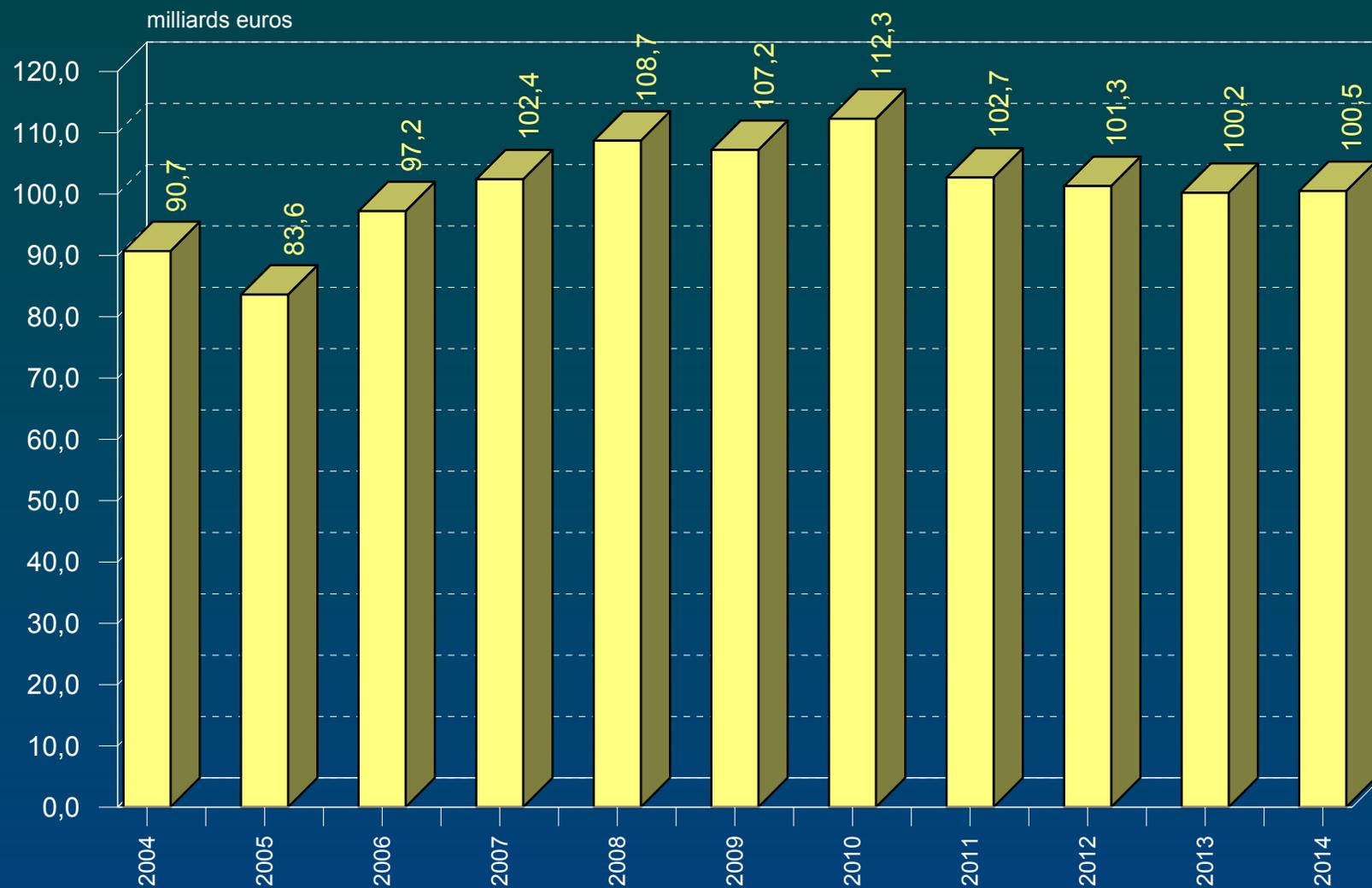
LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR BIO 2013

	2013	2012
Ventes TTC de produits alimentaires Bio	581 M€	545 M€
Nombre de références	2153	1998
Ventes TTC « Filières Origine et Qualité »	1,036 Mrds€	898 M€
Nombre de filières	414	418
équitable	110 M€	99 M€
Nombre de références	93	115

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES TTC GROUPE CARREFOUR SOUS ENSEIGNE avec essence



LE COMMERCE EN FRANCE

GRUPE CARREFOUR INTEGRES CHIFFRE AFFAIRES TTC

MILLIONS EUROS TTC	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
France	40022	39901	41675	42 085	42 488	41276	41878	39490	39533	39726	39668
EUROPE HORS France	30148	31271	33221	34 359	36 079	34122	33647	26761	23667	21790	21728
AMERIQUES	5655	6114	7109	9 775	12 271	13426	17588	17086	16140	15536	15548
ASIE	5554	6280	5417	6 052	6 722	7313	7905	8169	7218	7272	7056
GRUPE	81379	83565	87422	92 272	97 560	96137	101018	91506	86558	84324	84000

MILLIONS EUROS ht	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
France	35167	35577	37212	37621	35150	34266	34907	35179	35141	35438
EUROPE HORS France	26404	28102	29850	29850	26674	25058	24763	23699	20873	19220
AMERIQUES	3938	5075	5928	5928	9560	10598	15082	15082	14174	13786
ASIE	3603	4306	4911	4911	5955	6441	7312	7312	6400	6443
hard discount					9629	9600				
GRUPE	69112	73060	77901	78310	86968	85963	80511	81271	75673	74888

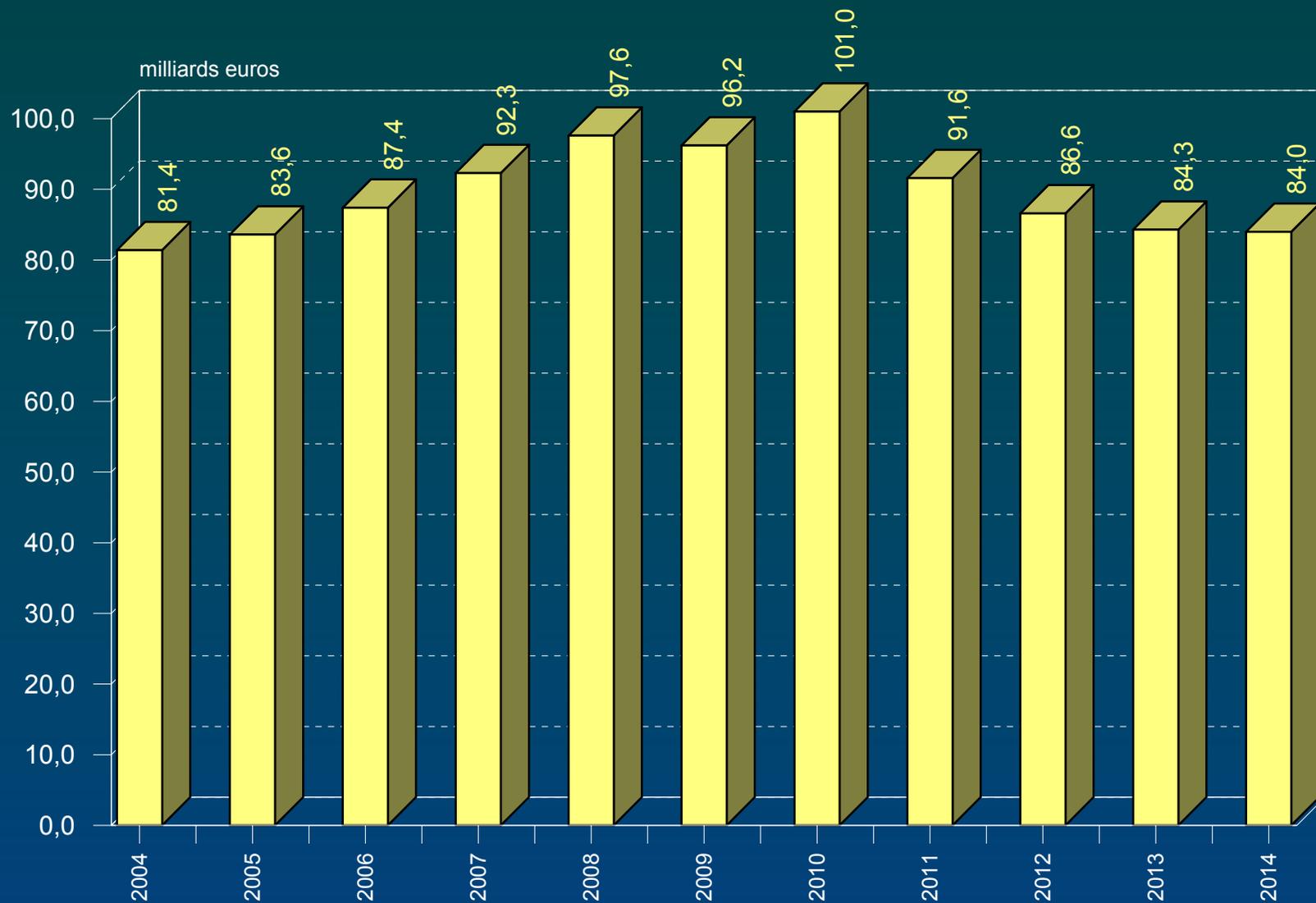
LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE CARREFOUR CHIFFRE AFFAIRES HT

(en millions d'euros)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
France	37212	37 621	37 968	36 943	37 426	39490	35341	35438
Europe (hors France)	28835	30 837	32 418	30 675	30 082	26761	19786	19220
Espagne	4340	4316	13776	12 975	12 679	9426	7975	7798
Belgique				4 112	3 859	4217	3913	3968
Italie	6285	6373	6384	6 087	5 733	6067	5103	4771
Grèce		2471	2 623	2 535	2 401	2497		
Pologne	1189	1 713	2 129	1 790	1 998	2168	1809	1677
Turquie	1301	1 462	1 470	1 383	1 619	1177		
Roumanie	451	728	1 000	954	930	1184		
Portugal (maxidiscompte)	664	740	830	823	822	24		
Amérique	5928	8211	10 505	11758	15 508	17086	14174	13786
Brésil	3839	5 608	7 255	8309	11 210	12386	11273	10855
Argentine	1356	1659	2135	2222	2 753	3011	2901	2930
Colombie	734	944	1114	1227	1 544	1689		
Asie	4911	5 480	6 076	6586	7 084	8169	6373	6443
Taiwan	1326	1 331	1 302	1290	1 394	1496	1535	1453
Chine	2136	2 554	2 990	3473	4 191	5040	4838	4990
Thaïlande	473	525	550	598				
Malaisie	251	281	326	329	410	400		
Indonésie	627	699	820	812	1 004	1126		
Singapour	98	90	88	85	86	108		
TOTAL	76886	82149	86967	85962	90100	91506	75674	74887

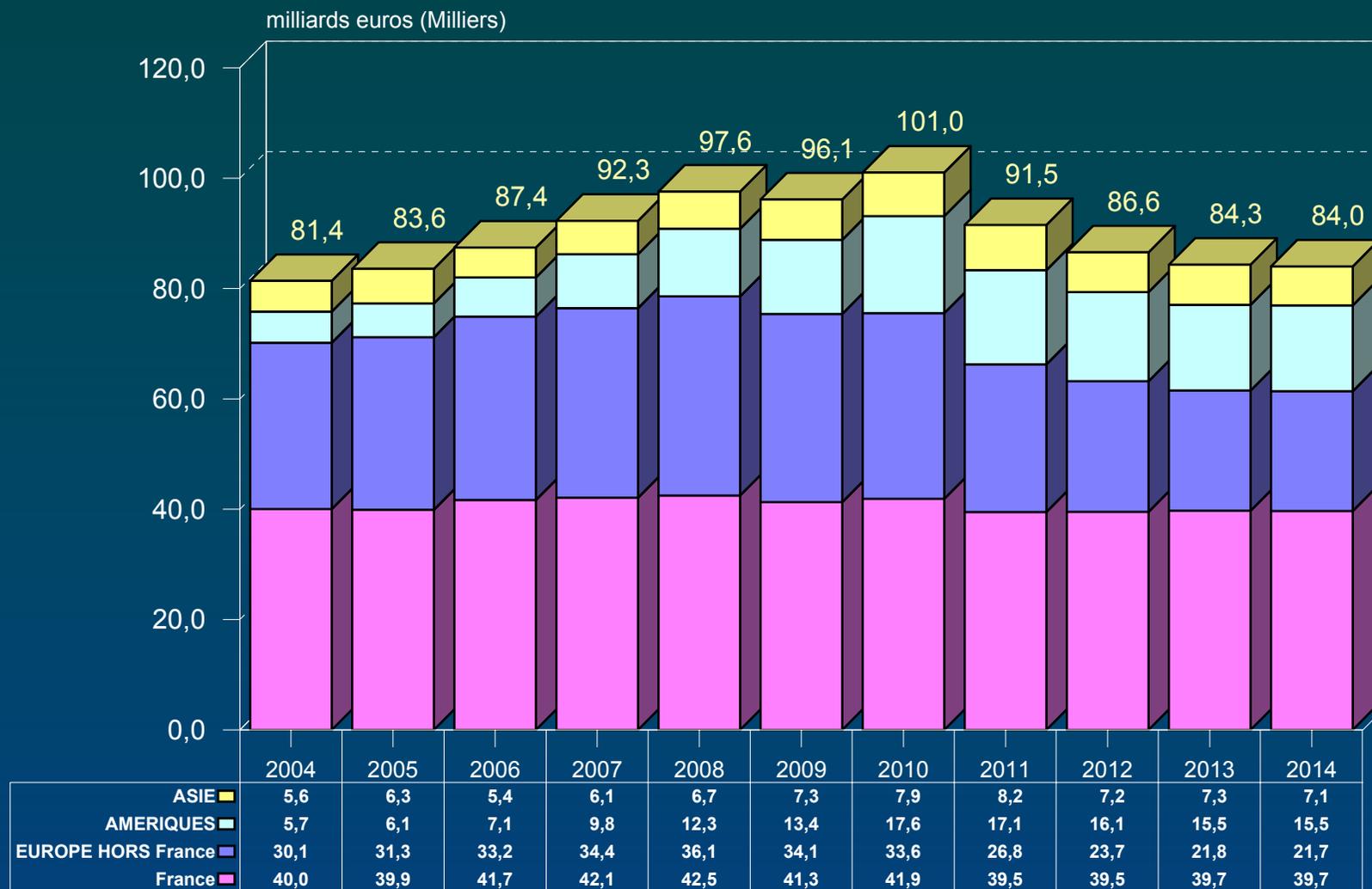
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES TTC GROUPE CARREFOUR hors ESSENCE



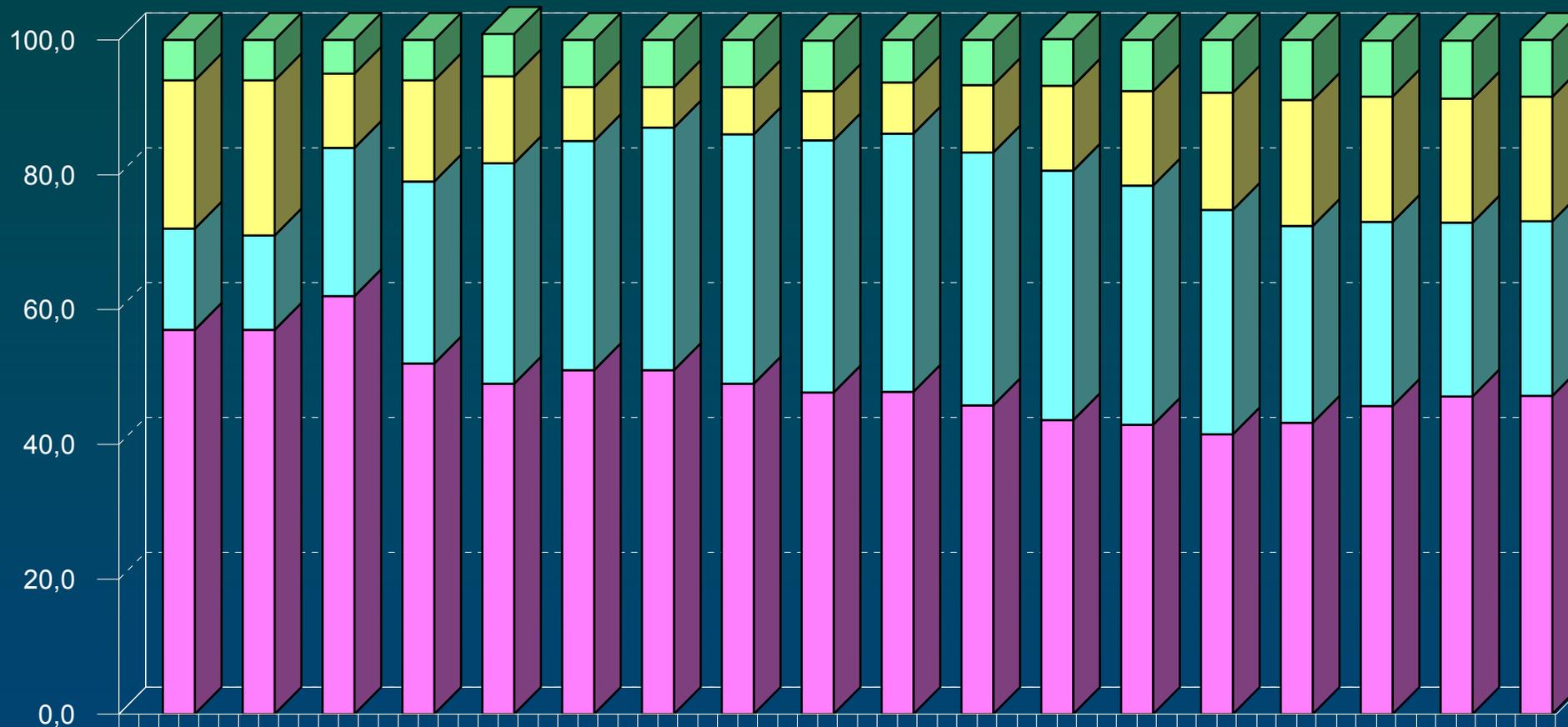
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES TTC GROUPE CARREFOUR AVEC ESSENCE



LE COMMERCE EN FRANCE

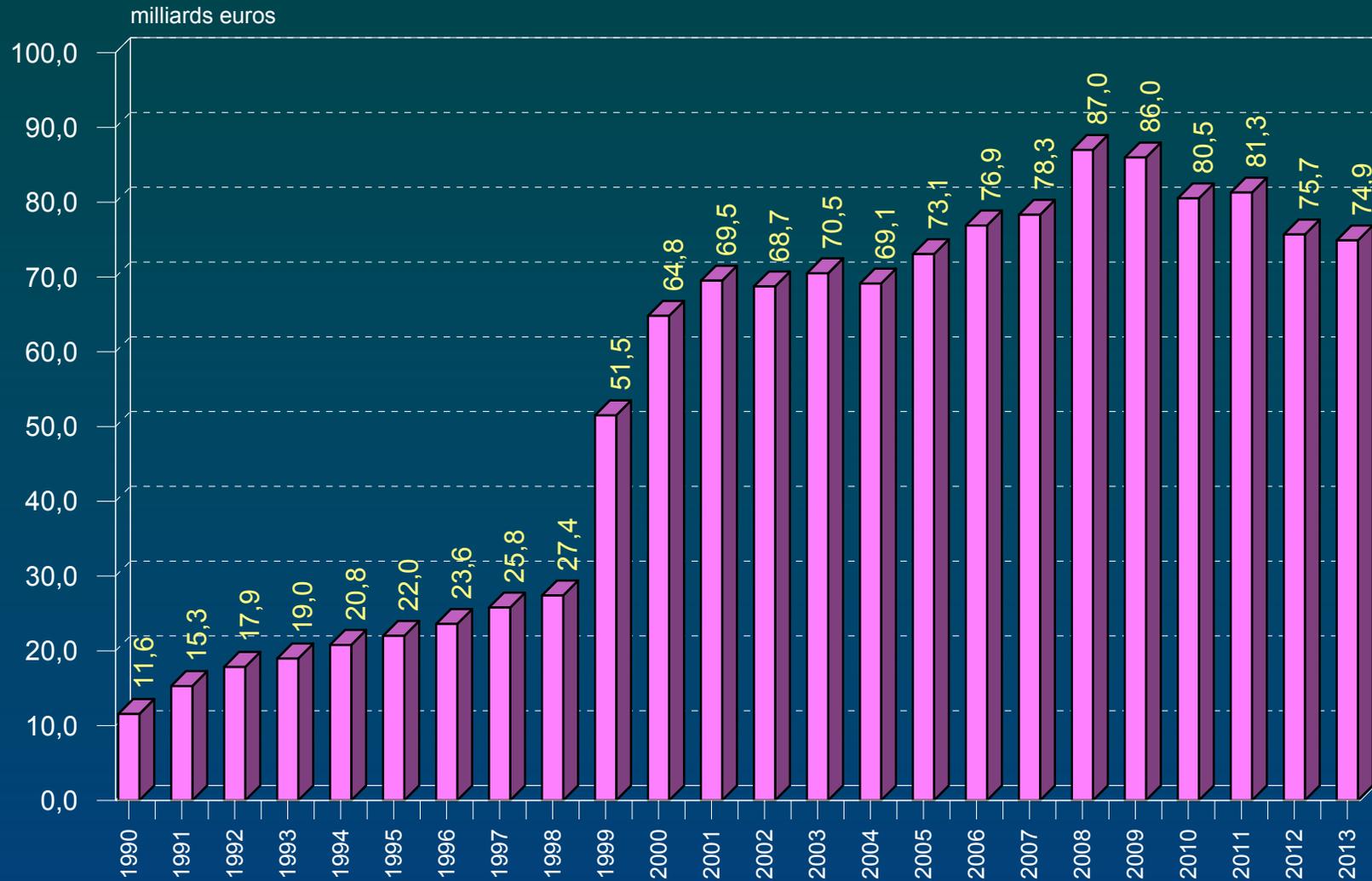
STRUCTURE CA TTC GEOGRAPHIQUE GROUPE CARREFOUR



	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
asie	6,0	6,0	5,0	6,0	6,3	7,0	7,0	7,0	7,5	6,3	6,7	6,9	7,6	7,8	8,9	8,3	8,6	8,4
amerique	22,0	23,0	11,0	15,0	12,9	8,0	6,0	7,0	7,3	7,6	10,0	12,6	14,0	17,4	18,7	18,6	18,4	18,5
europe hors france	15,0	14,0	22,0	27,0	32,7	34,0	36,0	37,0	37,4	38,3	37,5	37,0	35,5	33,3	29,2	27,3	25,8	25,9
france	57,0	57,0	62,0	52,0	49,0	51,0	51,0	49,0	47,7	47,8	45,8	43,6	42,9	41,5	43,2	45,7	47,1	47,2

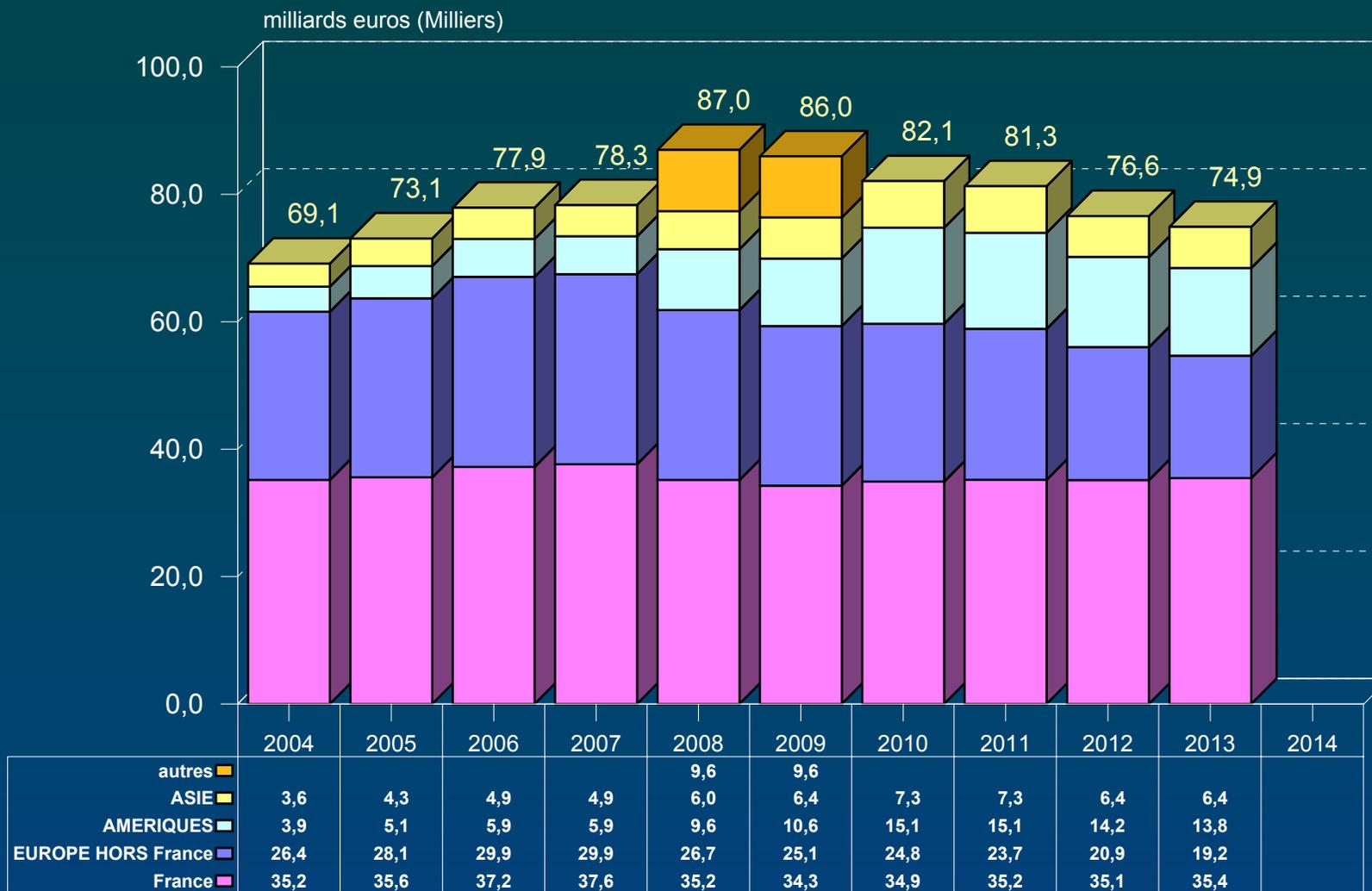
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES HT CONSOLIDE GROUPE CARREFOUR HORS ESSENCE



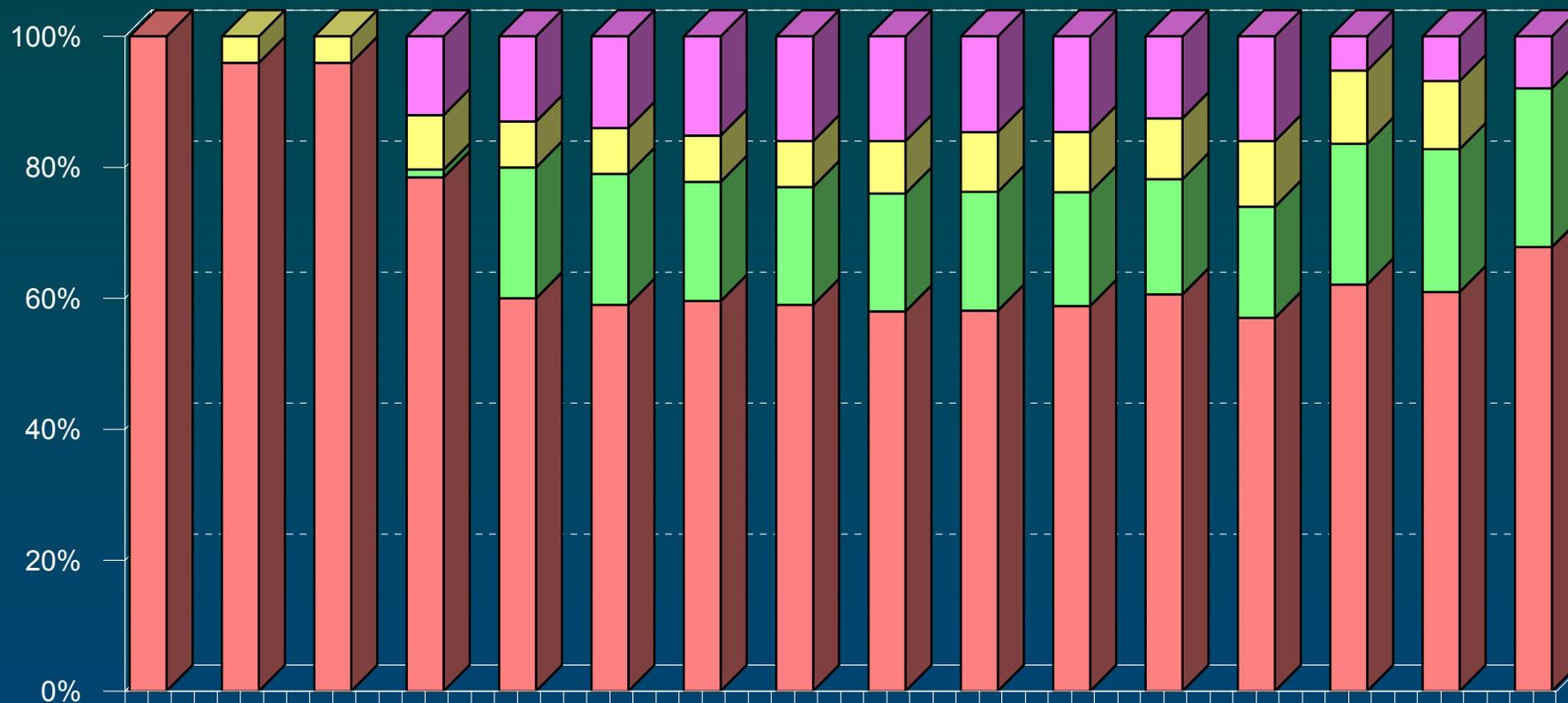
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES HT GROUPE CARREFOUR hors ESSENCE



LE COMMERCE EN FRANCE

STRUCTURE CHIFFRE AFFAIRES HT GROUPE CARREFOUR



	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
AUTRES				10	13	14	15	16	16	15	15	12	16	5	7	8
MAXIDISCOUNT		4	4	7	7	7	7	7	8	9	9	9	10	11	10	
SUPER				1	20	20	18	18	18	18	17	17	17	22	22	24
HYPER	95	95	95	66	60	59	59	59	58	58	59	60	57	62	61	68

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

LES MAGASINS DU GROUPE

LE COMMERCE EN FRANCE

LES MAGASINS INTEGRES DU GROUPE CARREFOUR

surface de vente en milliers de m² magasins intégrés

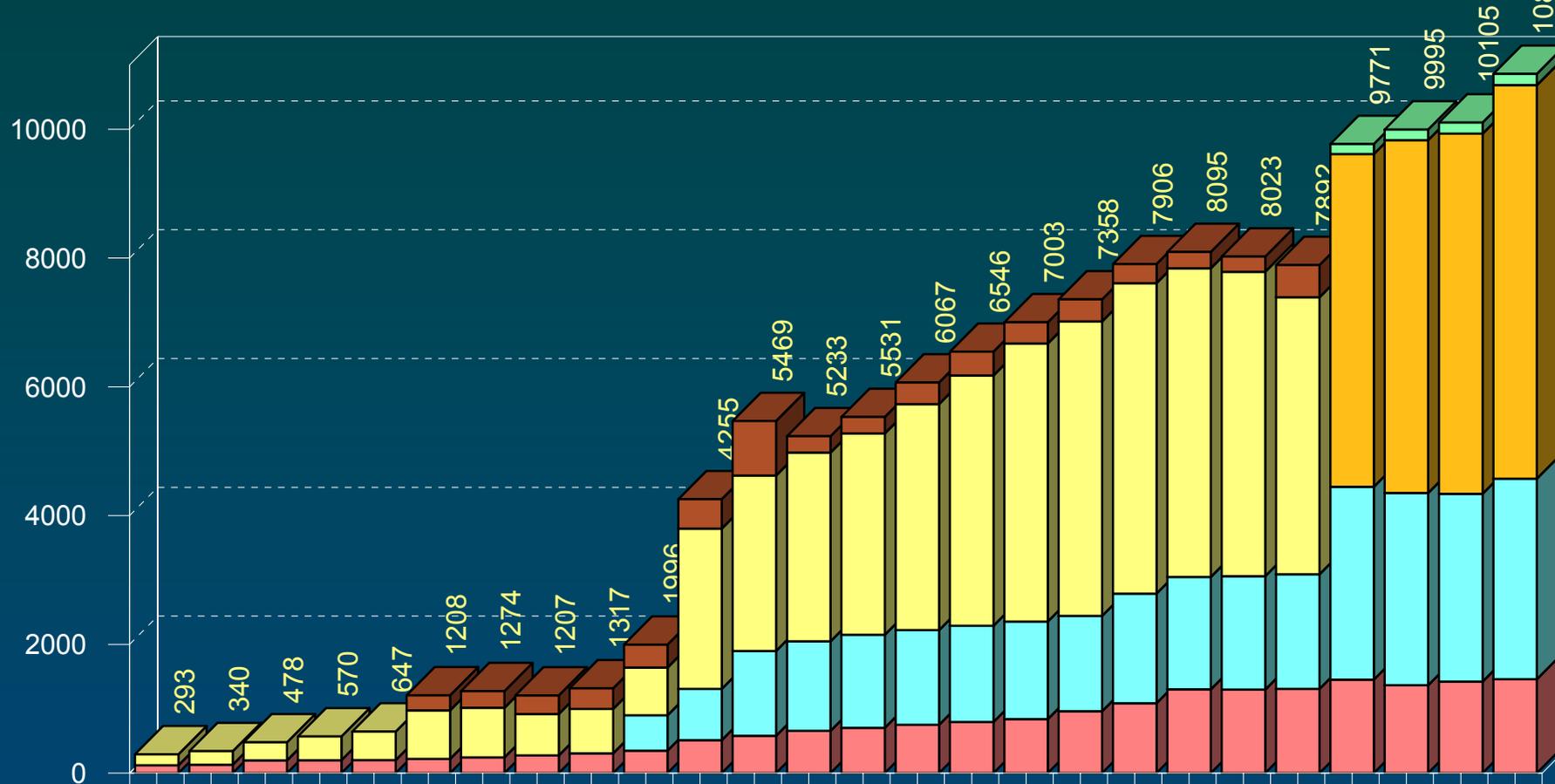
(en milliers de m ²)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hypermarchés	5 256	5 674	6 180	6 510	6 885	7 087	7 620	8 539	9 264	9 685	9 646	9896	10225	10519
Supermarchés	1 968	2 117	2 132	2 277	2 321	2 319	2 283	2 446	2 507	2 509	2 493	2477	4145	3918
Magasins proximité												166	1205	1306
Cash & carry													374	432
Maxidiscomptes	906	997	1 093	1 255	1 466	1 674	1 850	2 065	2 101	2 134	1 983	0		

nombre de magasins intégrés par forme de commerce

GROUPE	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hypermarchés	580	657	704	794	839	963	1 086	1 213	1 298	1 308	1452	1366	1421	1459
Supermarchés	1 272	1 345	1 446	1 495	1 517	1 479	1 702	1 745	1 762	1781	2995	2986	2917	3115
Maagasins proximités											5170	5479	5593	6111
Maxidiscomptes	2 724	2 932	3 125	3 888	4 316	4 574	4 823	4 795	4 726	4 303				
Autres formats	847	300	256	369	331	342	295	253	237	500	154	164	174	175
Total	5 423	5 234	5 531	6 546	7 003	7 358	7 906	8 006	8 023	7 892	9771	9995	10105	10860

LE COMMERCE EN FRANCE

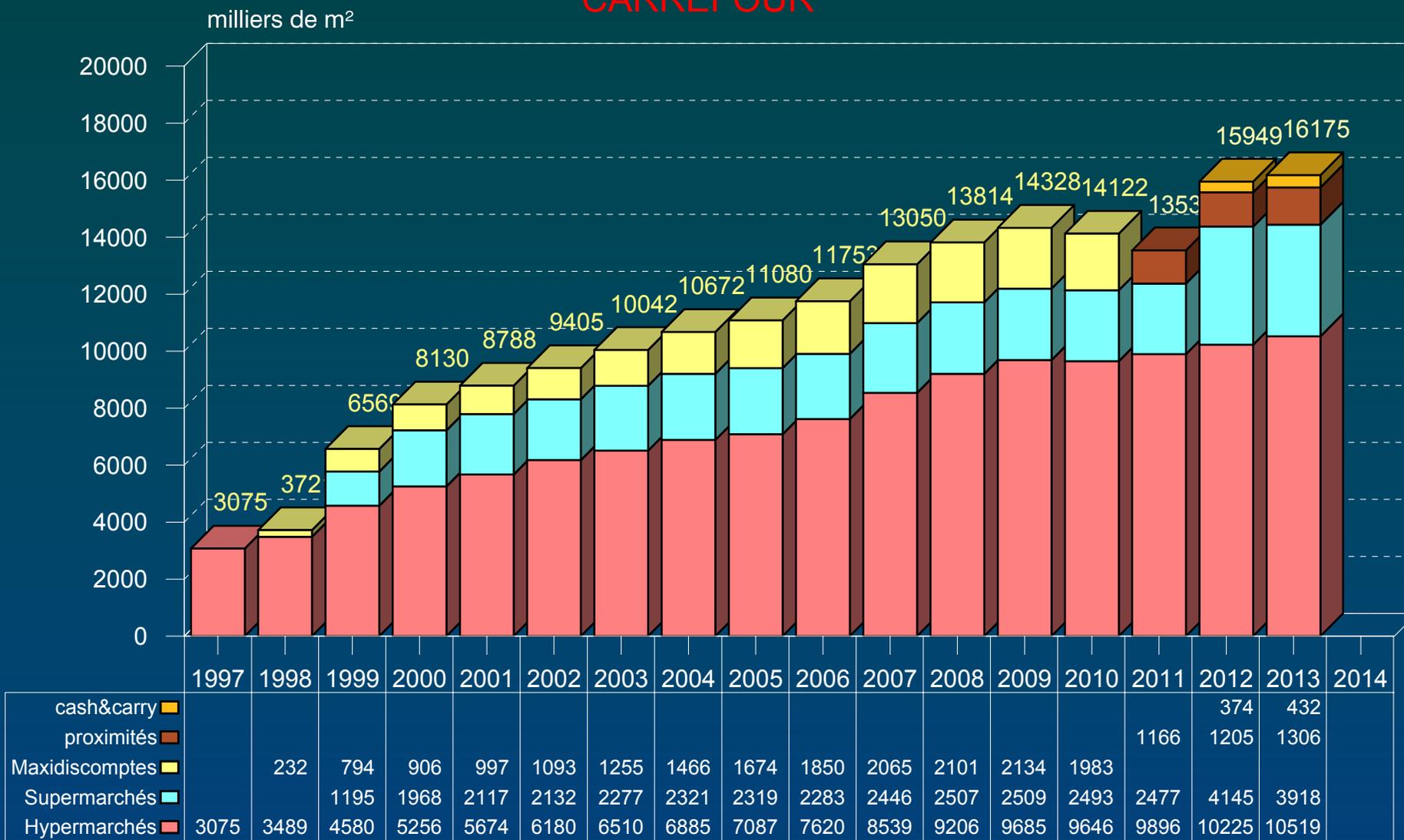
EVOLUTION DES MAGASINS INTEGRES GROUPE CARREFOUR PAR CIRCUIT



	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
cash& carry																							154	164	174	175
proximite																							5170	5479	5593	6111
Autres formats						233	258	288	321	357	457	847	253	256	336	369	331	342	295	253	237	500				
Maxidiscomptes	170	209	278	369	443	753	771	644	688	741	2489	2724	2932	3125	3510	3888	4316	4574	4823	4795	4726	4303				
Supermarchés										548	795	1318	1391	1446	1471	1495	1517	1479	1702	1745	1762	1781	2995	2986	2917	3115
Hypermarchés	123	131	200	201	204	222	245	275	308	350	514	580	657	704	750	794	839	963	1086	1302	1298	1308	1452	1366	1421	1459

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DE LA SURFACE DE VENTE MAGASINS INTEGRES PAR FORMAT GROUPE CARREFOUR



LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE CARREFOUR

NOMBRE PASSAGES EN CAISSE hypermarchés intégrés

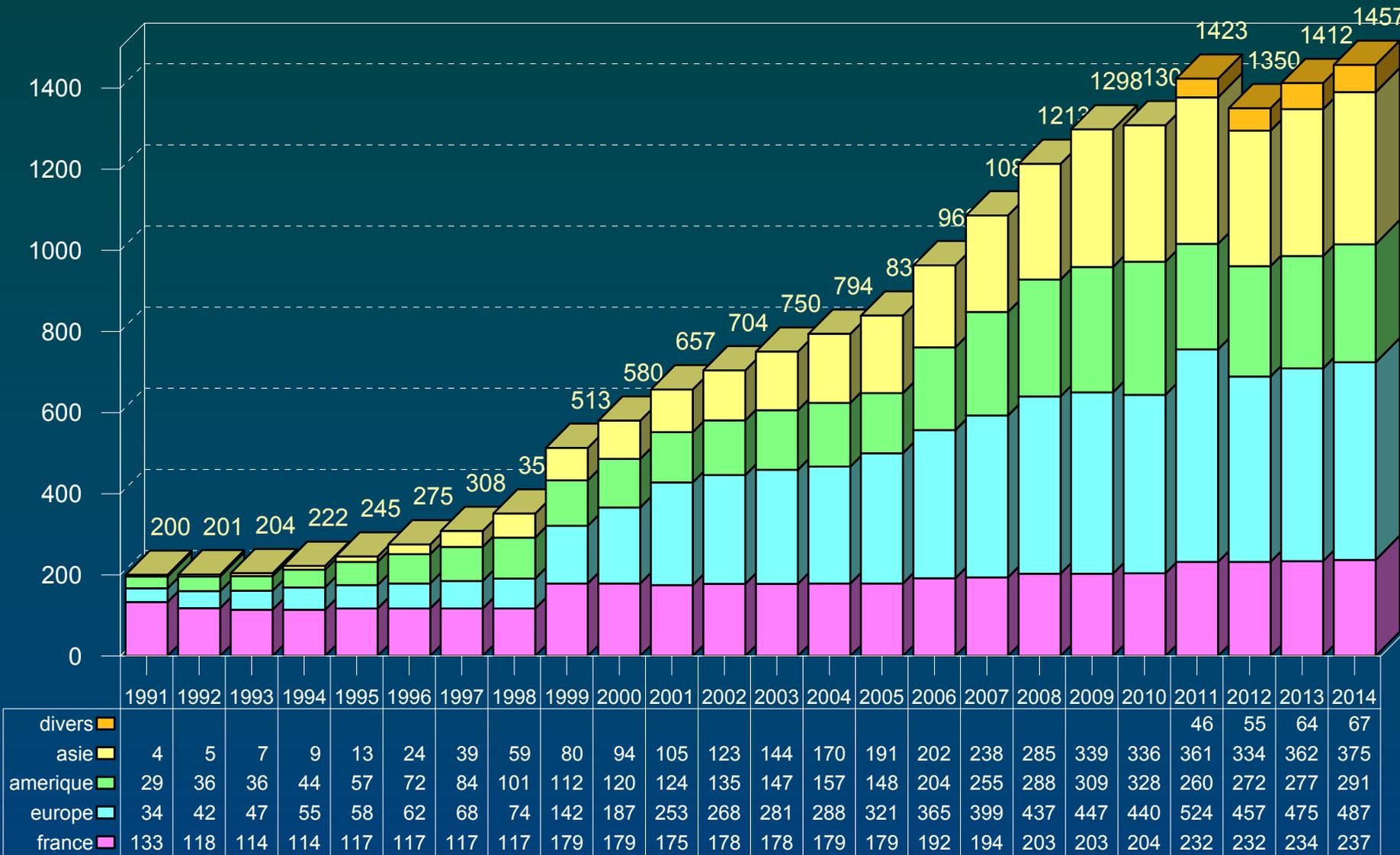
zone	2005	2006	2007	2008	2009	2010
France	360	370	371	361	352	344
Europe	449	478	487	516	520	516
Amérique	208	243	277	310	324	332
Asie	471	472	546	586	644	634
Total	1488	1563	1681	1773	1840	1827

ACTIVITE DES HYPERMARCHES INTEGRES

activité hyper intégrés	1995	1996	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ventes par m ² (ca annuel ht en euros)	9270	8660	6319	6109	6201	6023	5959	5852	5508	5844	5752
€ par magasin (ca annuel ht en millions €)	80	86	55	53	52	48	47	44	41	43	42
Nombre annuel de passages en caisse	653	677	1355	1466	1487	1563	1680	1774	1840	1827	1789

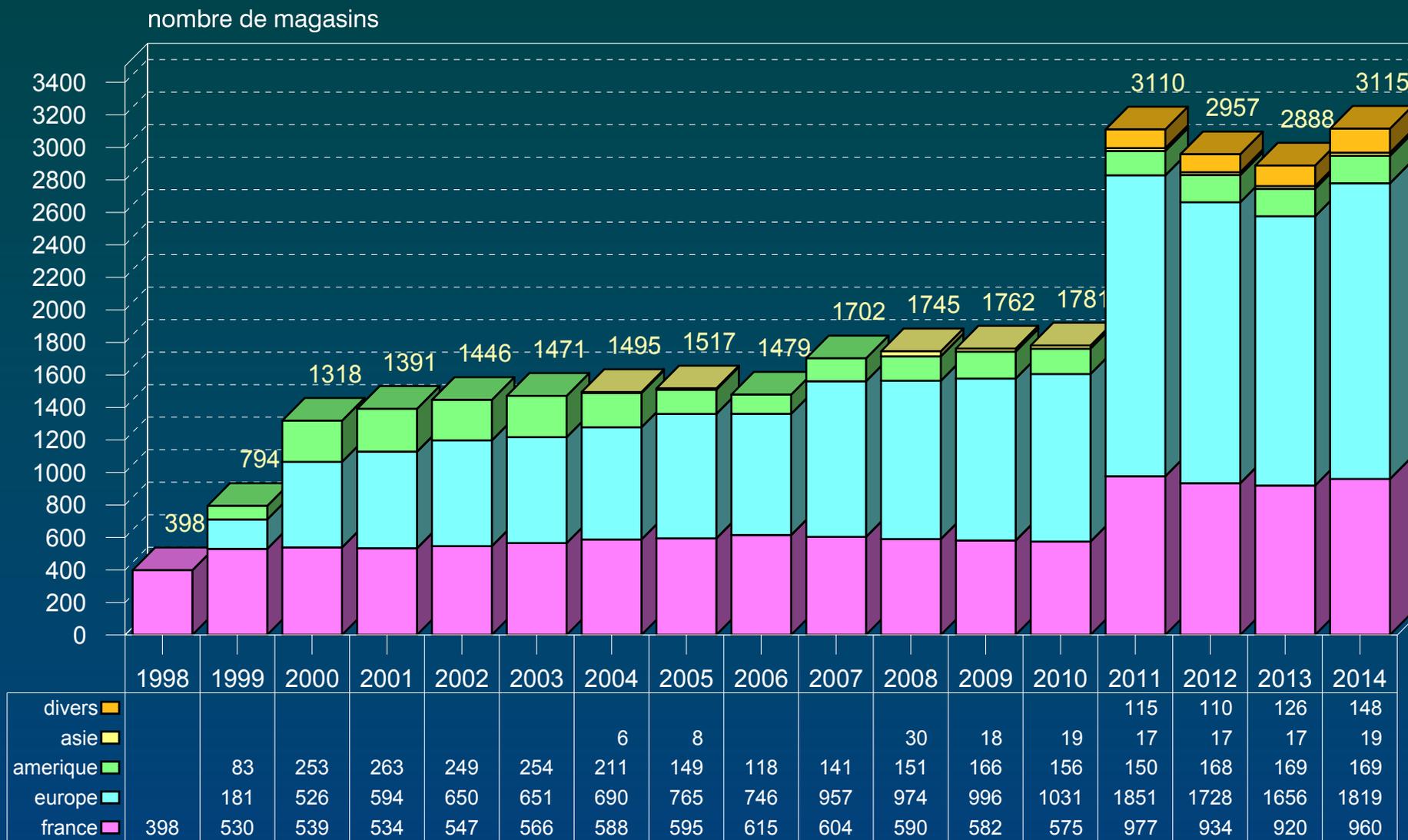
LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES HYPERMARCHES INTEGRES GROUPE CARREFOUR PAR ZONE



LE COMMERCE EN FRANCE

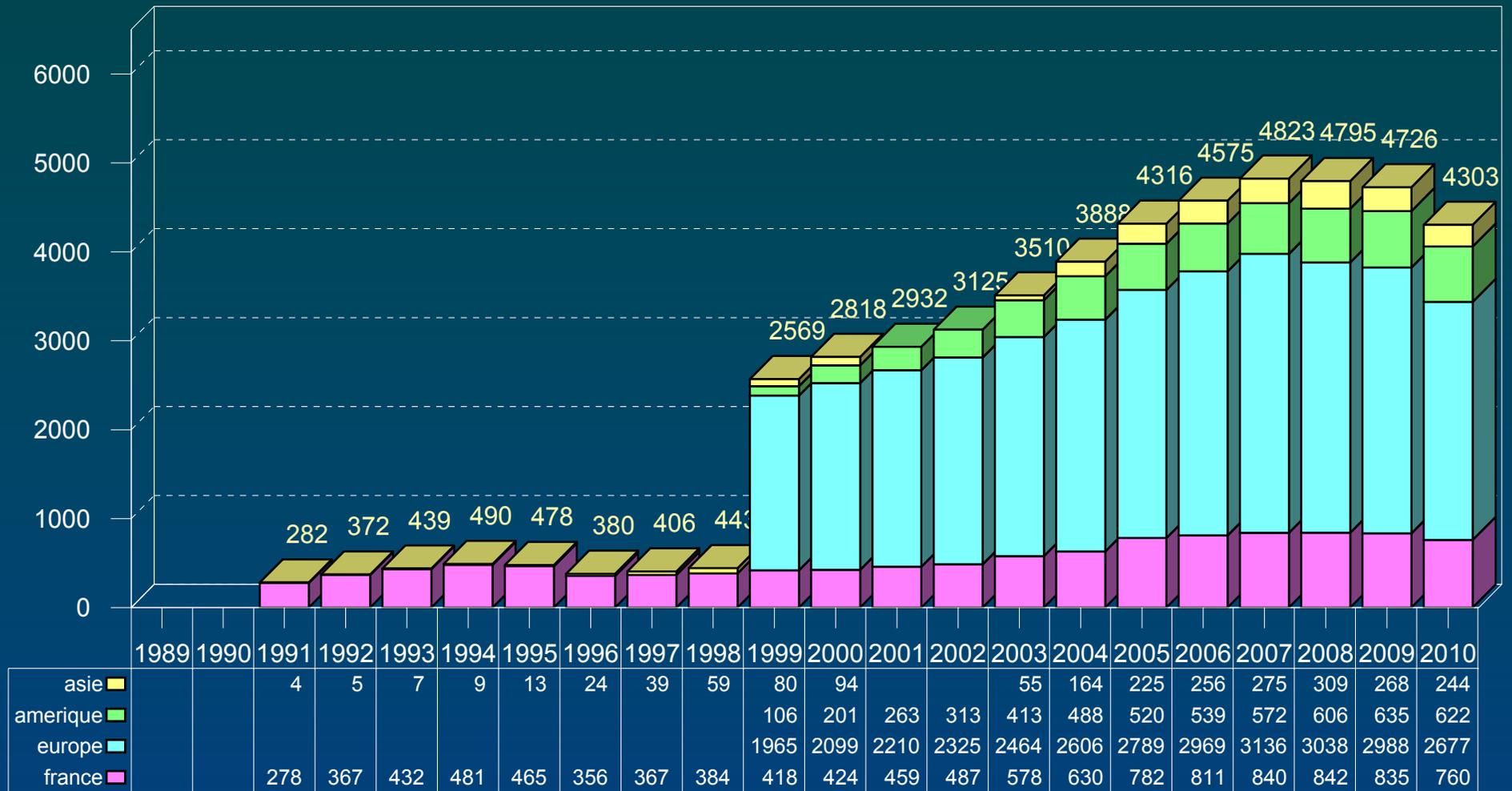
EVOLUTION DES SUPERMARCHES INTEGRES GROUPE CARREFOUR PAR ZONE



LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES HD INTEGRES GROUPE CARREFOUR PAR ZONE

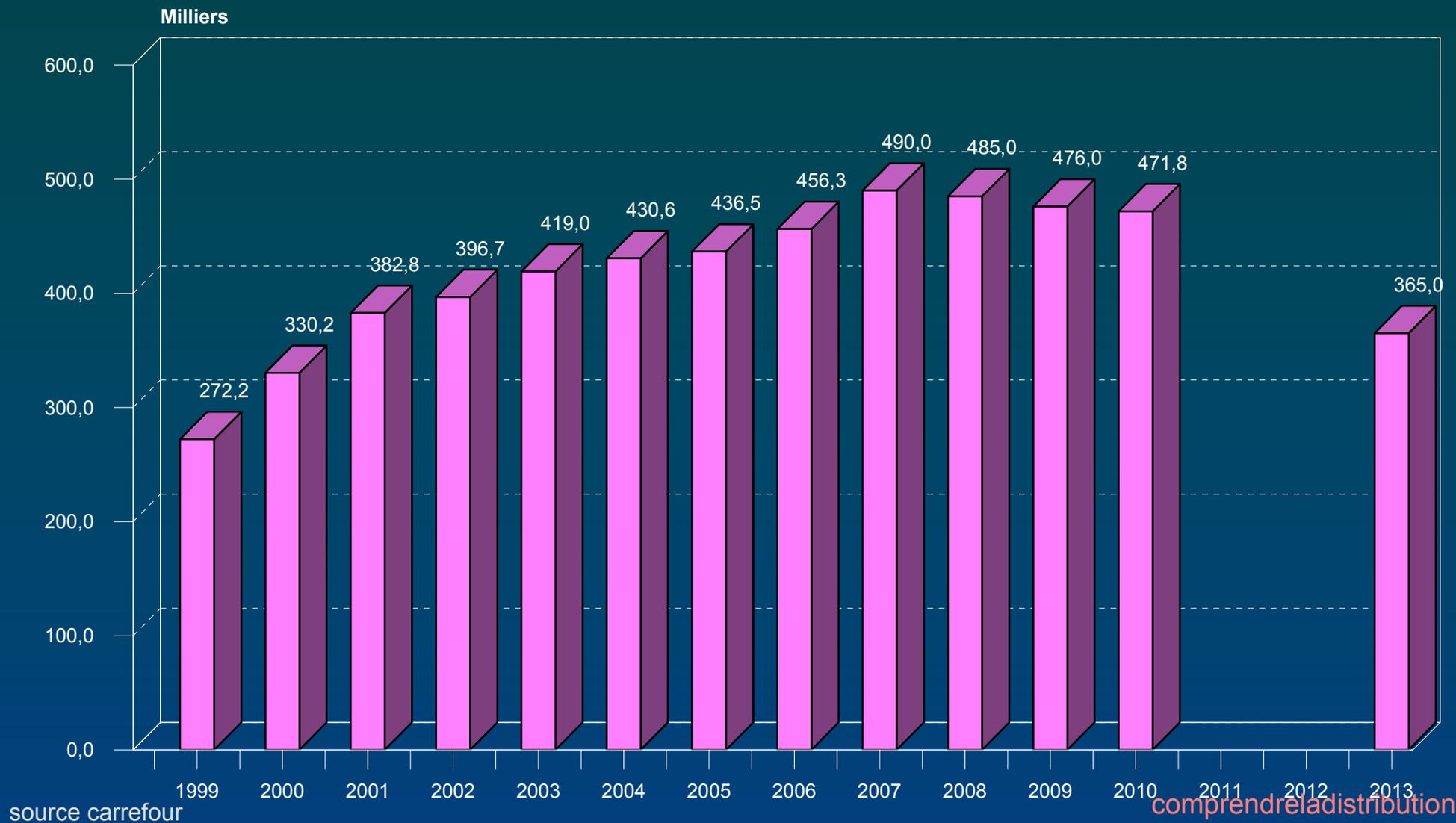
nombre de magasins



LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

EVOLUTION DE L'EFFECTIF DU GROUPE



LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

GSA EN FRANCE

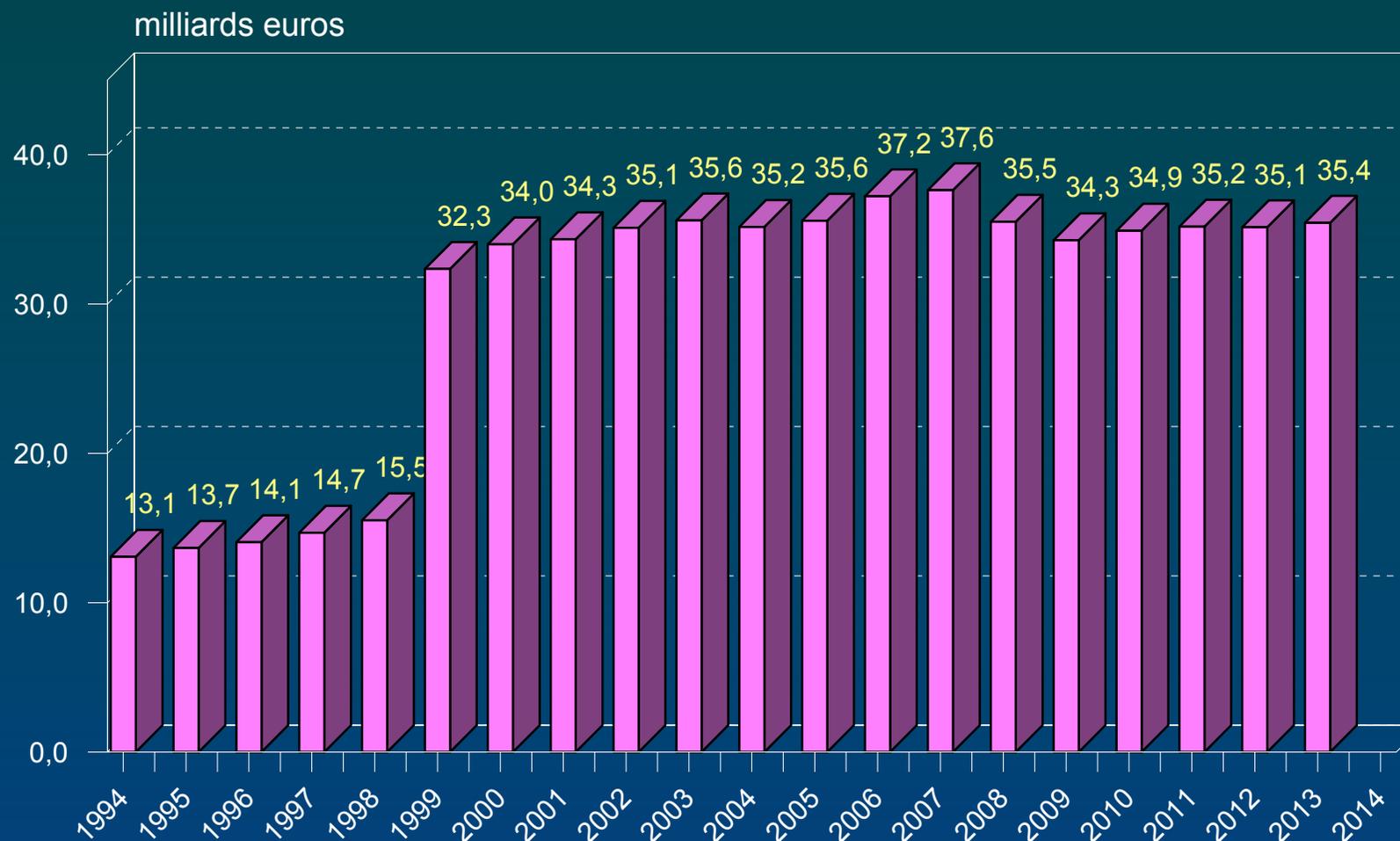
LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE CARREFOUR



LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES HT CARREFOUR FRANCE



LE COMMERCE EN FRANCE

LES DRIVES CARREFOUR

- 2013

- Faire ses courses en ligne à n'importe quelle heure ou tout commander à distance et retirer ses achats au drive : Carrefour joue la complémentarité entre les magasins et les solutions de e-commerce pour offrir le meilleur service.
- Chiffres clés :
 - Plus de 340 points de retraits Drive au 31/12/2013
 - 5,5 millions de visiteurs uniques chaque mois sur carrefour.fr
 - 260 000 téléchargements de l'application "mes courses Carrefour"
 - Le site propose également une offre très large de produits non alimentaires et joue la complémentarité avec l'offre proposée en magasin sur sites aux rayons TV, téléphone, high-tech et électroménager.
 - La nouvelle version du site carrefour.fr lancée en 2012 renforce le confort des e-acheteurs en proposant un accès rapide aux différents sites de e-commerce.

LE COMMERCE EN FRANCE

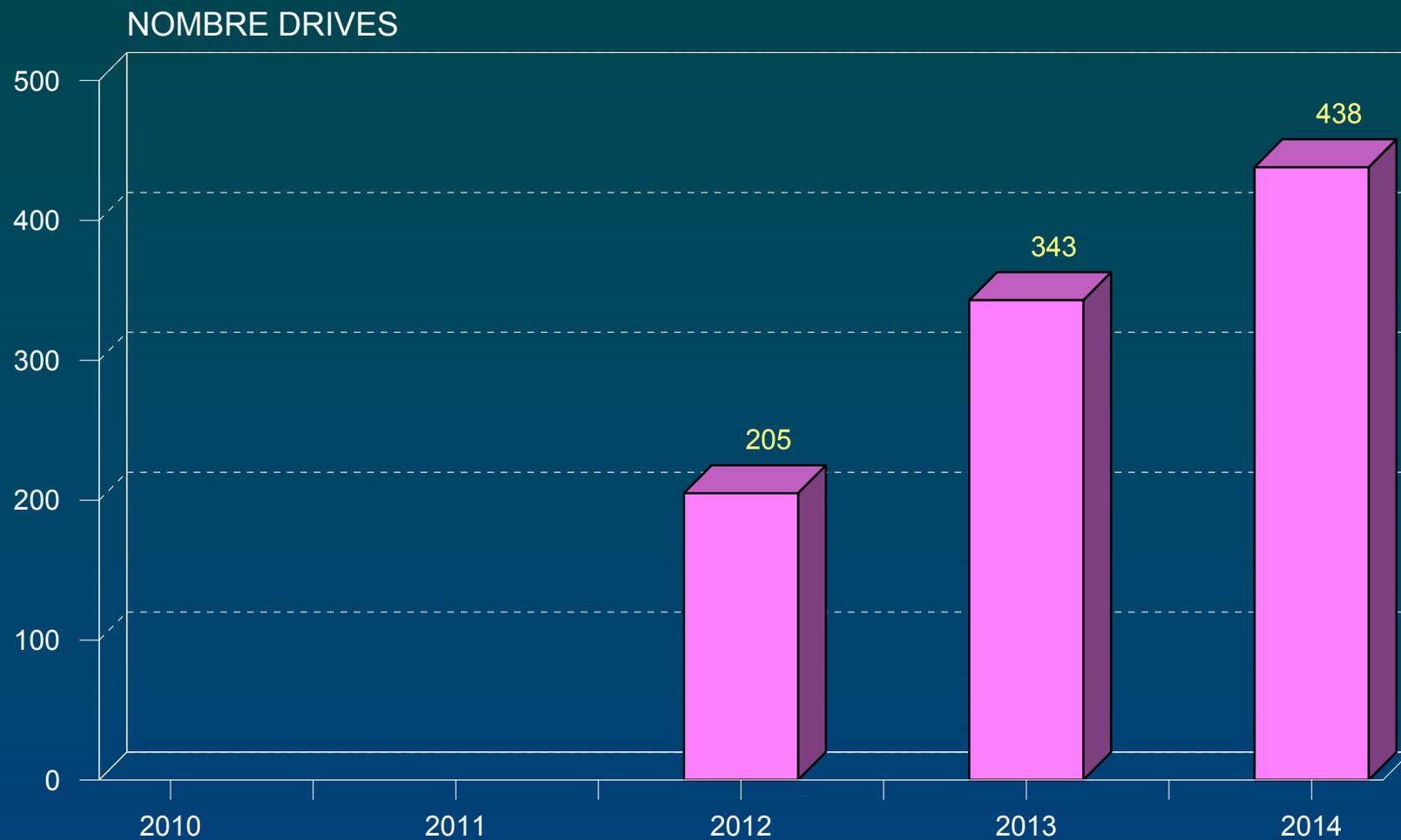
LES DRIVES CARREFOUR

- 2013

- Faire ses courses en ligne à n'importe quelle heure ou tout commander à distance et retirer ses achats au drive : Carrefour joue la complémentarité entre les magasins et les solutions de e-commerce pour offrir le meilleur service.
- Chiffres clés :
 - Plus de 340 points de retraits Drive au 31/12/2013
 - 5,5 millions de visiteurs uniques chaque mois sur carrefour.fr
 - 260 000 téléchargements de l'application "mes courses Carrefour"
 - Le site propose également une offre très large de produits non alimentaires et joue la complémentarité avec l'offre proposée en magasin sur sites aux rayons TV, téléphone, high-tech et électroménager.
 - La nouvelle version du site carrefour.fr lancée en 2012 renforce le confort des e-acheteurs en proposant un accès rapide aux différents sites de e-commerce.

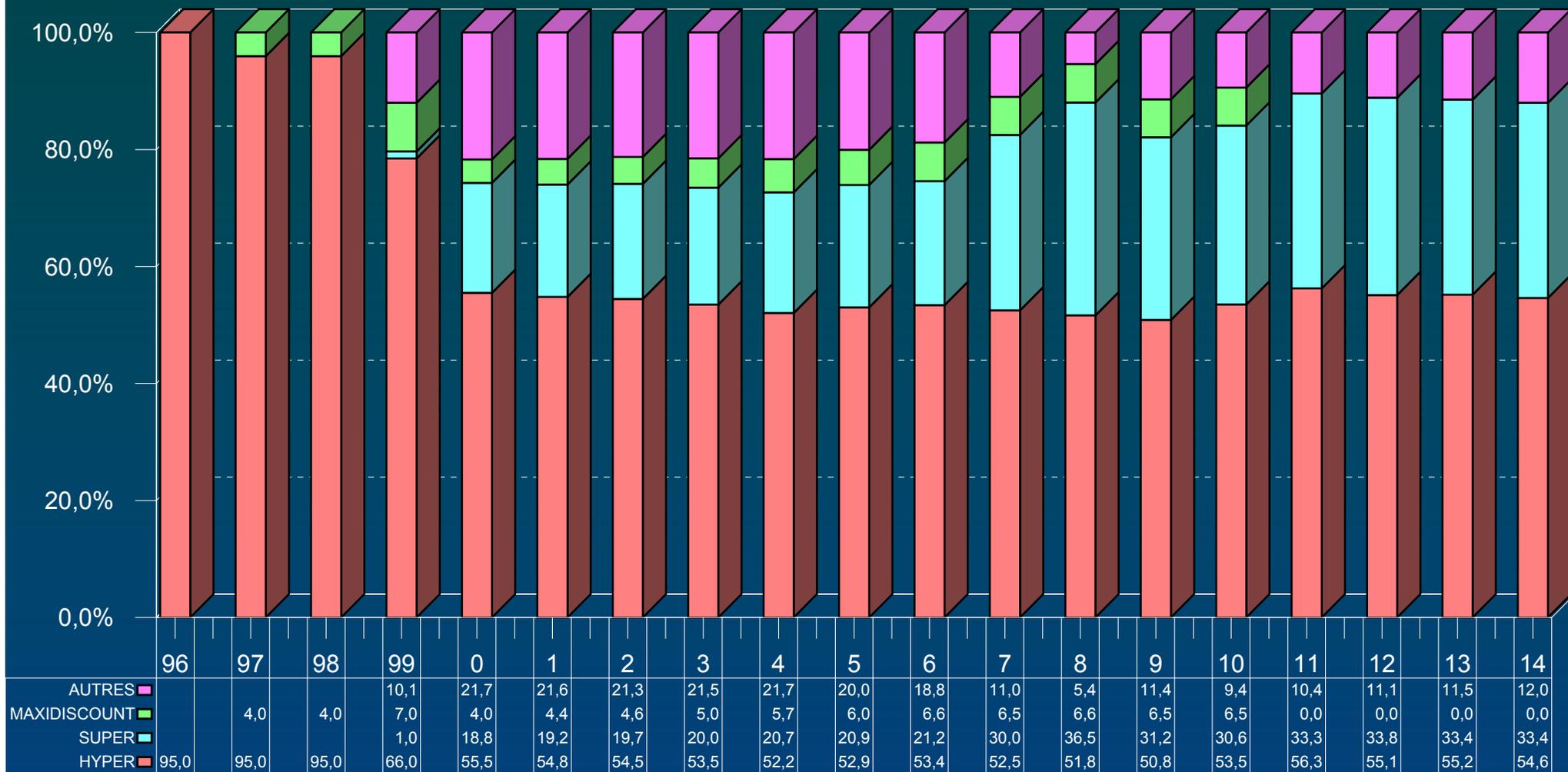
LE COMMERCE EN FRANCE

LES DRIVES CARREFOUR FRANCE



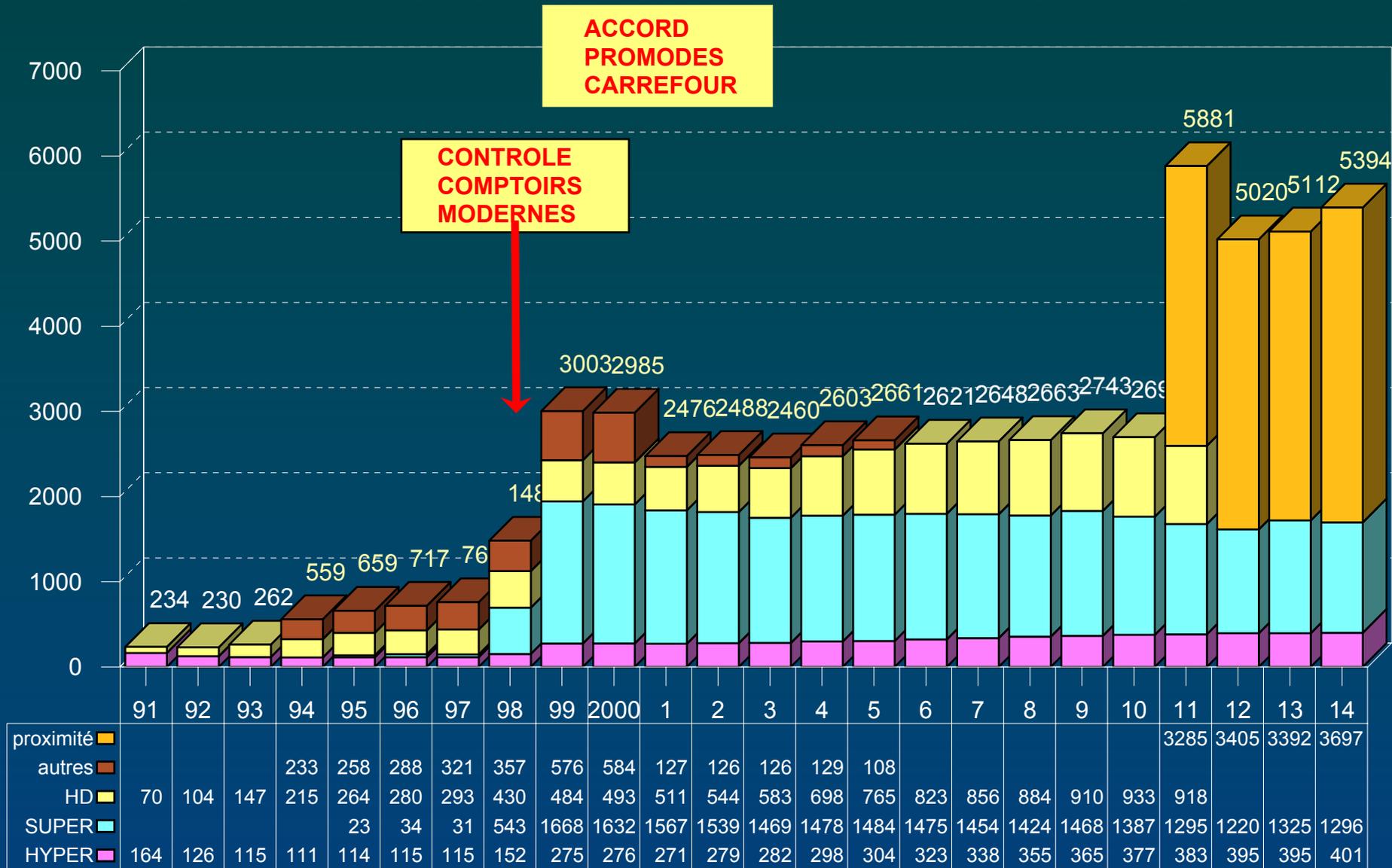
LE COMMERCE EN FRANCE

STRUCTURE DU CHIFFRE AFFAIRES CARREFOUR FRANCE



LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES GSA GROUPE CARREFOUR EN FRANCE PAR CIRCUIT



comprendreladistribution

LE COMMERCE EN FRANCE

...

CARREFOUR

HYPERMARCHES

LE COMMERCE EN FRANCE

LES HYPERMARCHES DU GROUPE CARREFOUR FRANCE

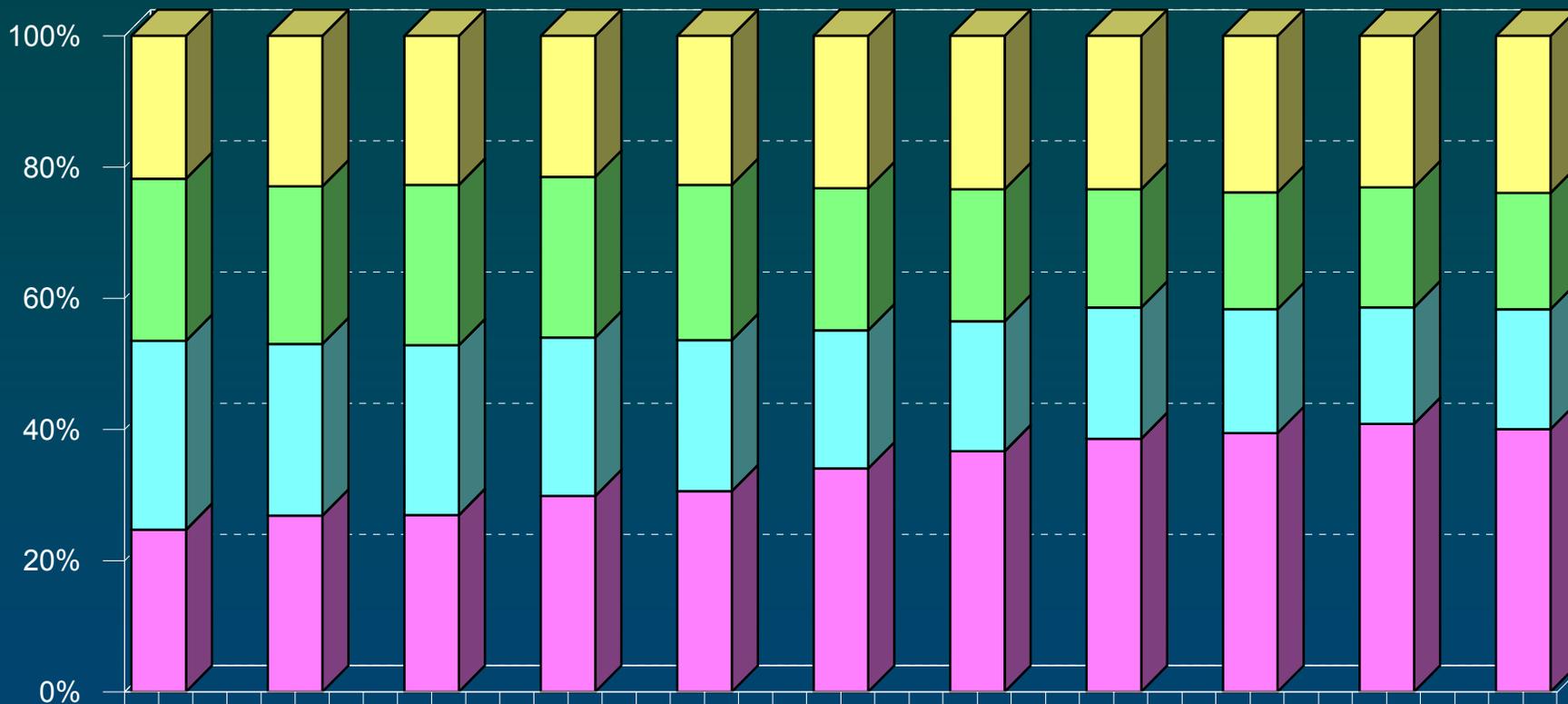
HYPERMARCHES	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CARREFOUR	215	215	223	227	229	231	227	232	234	237
CARREFOUR PLANET							5	5		
CARREFOUR MARKET					128	145	151	145	115	111
MARKET									46	53
HYPER CHAMPION	31	44	71	73	5	1				
CHAMPION	36	64	44	54	3					
TOTAL	282	323	338	354	365	377	383	382	395	401

LE COMMERCE EN FRANCE

HYPERMARCHES GROUPE CARREFOUR FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS

TRANCHE DE SURFACE DE VENTE



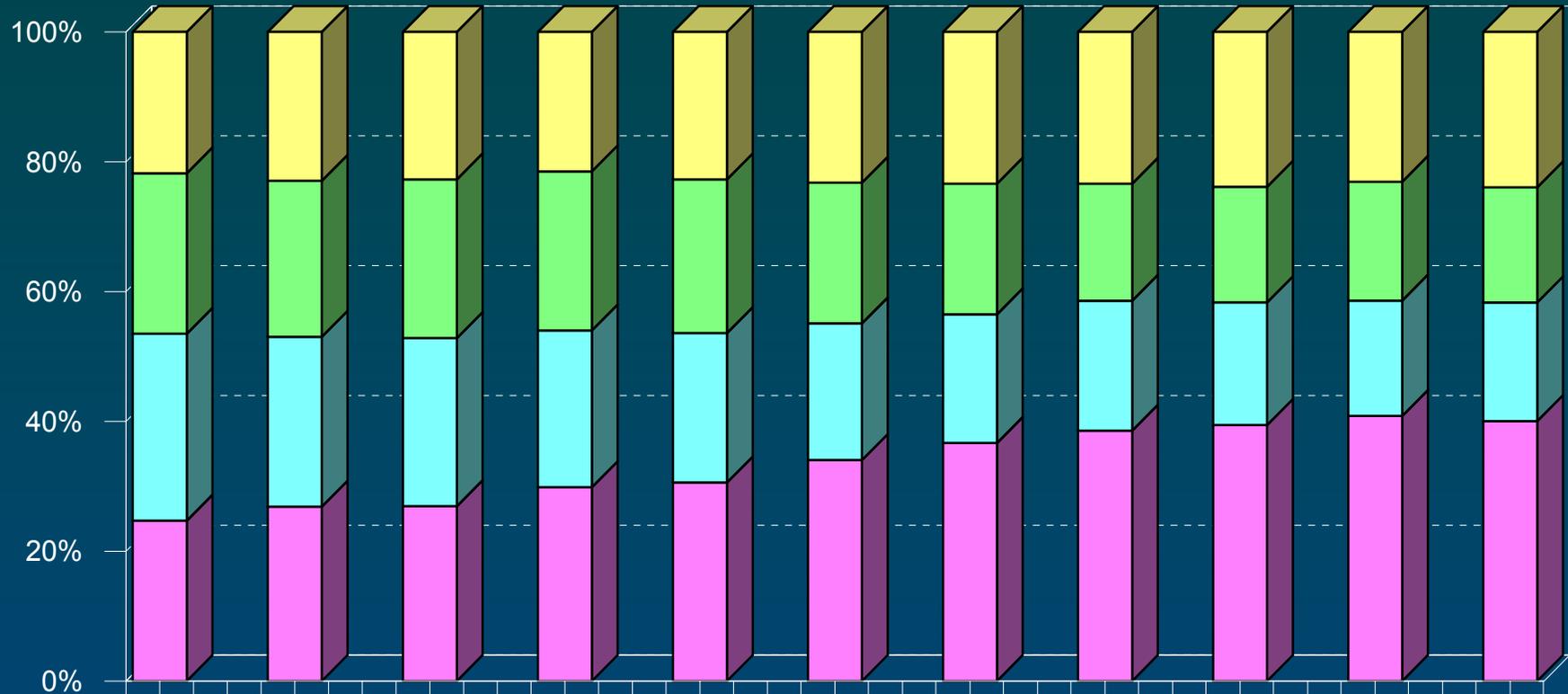
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PLUS 10000	59	64	64	64	69	75	79	83	87	87	89
7000-10000	67	67	69	73	72	70	68	64	65	69	66
4000-7000	78	73	73	72	70	68	67	71	69	67	68
2500-4000	67	75	76	89	93	110	124	137	144	154	149

LE COMMERCE EN FRANCE

HYPERMARCHES GROUPE CARREFOUR FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS

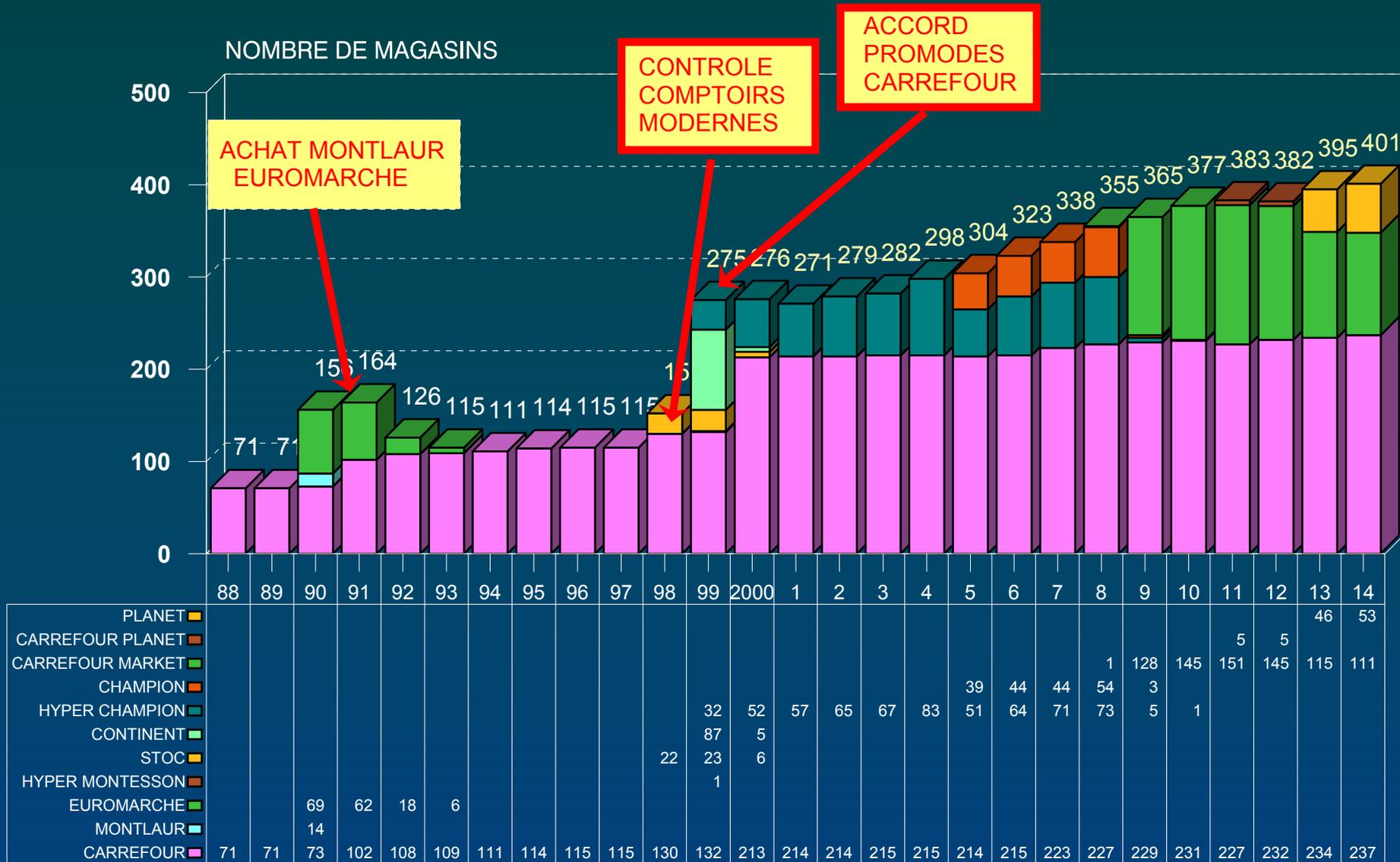
TRANCHE DE SURFACE DE VENTE



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PLUS 10000	59	64	64	64	69	75	79	83	87	87	89
7000-10000	67	67	69	73	72	70	68	64	65	69	66
4000-7000	78	73	73	72	70	68	67	71	69	67	68
2500-4000	67	75	76	89	93	110	124	137	144	154	149

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES HYPERMARCHES GROUPE CARREFOUR FRANCE



LE COMMERCE EN FRANCE

CLASSEMENT DES HYPERMARCHES GROUPE CARREFOUR PAR REGION

hypermarches	2006	2007	2008	2009	2010	2011	evol 6/11
REGIONS INSEE	NBRE	NBRE	NBRE	NBRE	NBRE	NBRE	NBRE
Alsace	1	1	1	2	2	2	1
Aquitaine	20	20	20	20	20	20	0
Auvergne	6	6	8	8	8	8	2
Bourgogne	12	12	13	13	13	15	3
Bretagne	21	23	23	25	24	24	3
Centre	13	14	15	16	19	18	5
Champagne-Ardennes	10	10	10	10	10	10	0
Corse	2	2	2	2	2	2	0
Franche-Comté	3	3	3	3	4	3	0
Ile-de-France	55	56	57	57	58	60	5
Languedoc-Roussillon	15	17	18	18	20	19	4
Limousin	8	8	8	8	8	8	0
Lorraine	5	5	5	5	5	5	0
Midi-Pyrénées	10	12	15	15	19	16	6
Nord-Pas-de-Calais	23	25	28	28	27	27	4
Normandie (Basse-)	17	17	16	16	17	18	1
Normandie (Haute-)	12	12	12	13	13	13	1
Pays-de-la-Loire	15	18	19	19	19	21	6
Picardie	7	8	11	13	12	11	4
Poitou-Charentes	6	6	6	7	8	7	1
Provence-Côte-Azur	25	25	25	27	27	27	2
Rhône-Alpes	37	38	40	40	42	38	1
TOTAL	323	338	355	365	377	372	49

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

SUPERMARCHES

LE COMMERCE EN FRANCE

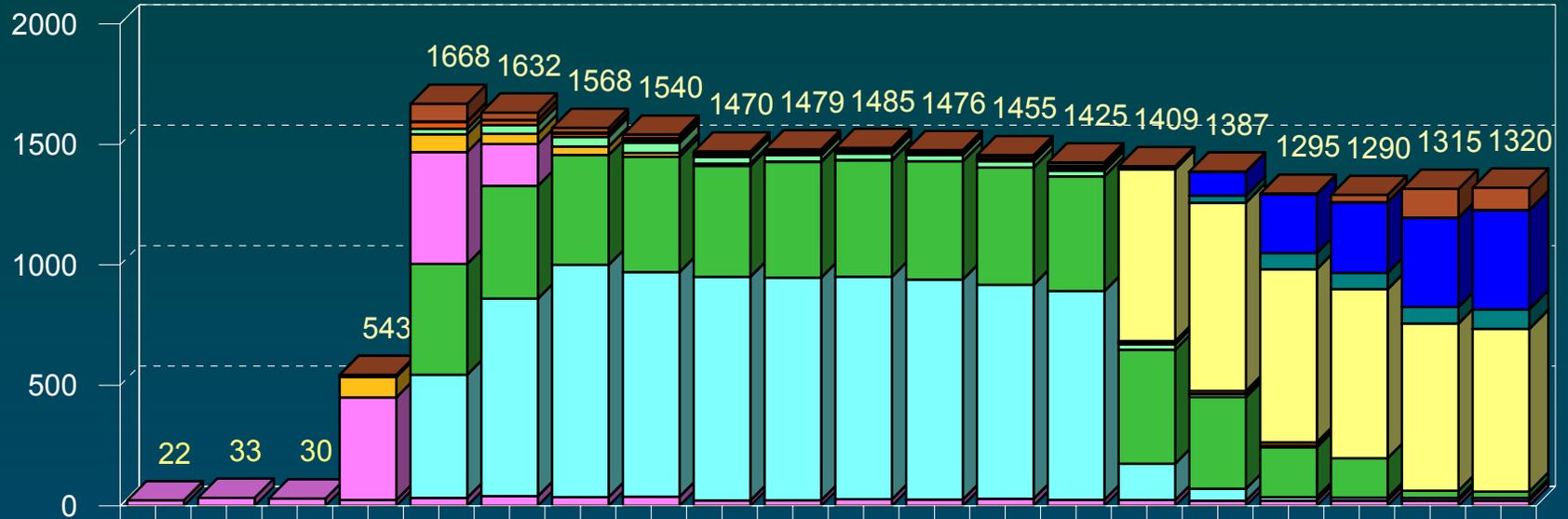
SUPERMARCHES DU GROUPE CARREFOUR

SUPERMARCHES	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CARREFOUR				11						
SHERPA		3	3	3	3					
8 A HUIT	22	26	29	25	24	21	21	21	21	21
EUROPRIX		1	1							
HYPER CHAMPION	6	4	7	7						
CHAMPION	928	913	888	866	151	50	15	13	12	12
CARREFOUR CITY					5	29	67	68	68	81
CARREFOUR CONTACT					5	98	244	292	370	412
CARREFOUR MARKET					712	781	718	701	694	675
MARKET										87
CARREFOUR MONTAGNE						1	1	1	1	1
CODEC	1									
COMOD	9									
CORSAIRE	3				1	1	1			
PROVENCIA		1								
SUPERMARCHE					1	1	1			
SHOPI	461	480	487	476	473	380	207	164		26
PROXI SERVICE		9	11	9	9	12	15	15	11	
MARCHE PLUS	28	26	26	24	23	13	5	5	5	
AUTRES	17	4	2	3					104	5
TOTAL	1475	1467	1454	1413	1407	1387	1295	1280	1286	1320

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES SUPERMARCHES GROUPE CARREFOUR EN FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS



	95	96	97	98	99	2000	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
AUTRES				1	73	30	19	14	5	3	3	3	3	3	3	1	1	30	119	92
CARREFOUR MONTAGNE																1	1	1	1	1
CARREFOUR CONTACT															5	98	244	292	370	412
CARREFOUR CITY															5	29	67	68	68	81
CARREFOUR MARKET														11	712	781	718	701	694	675
SHERPA							2	2	3	2	3	3	3	3	3	3				
PROXI SUPER								2	4	9	9	8	11	9	9	12	15			
PROVENCIA					2	1	1	1	1	1	1	1								
CORSAIRE					28	21	15	9	3	2	2	1	1	1	1	1	1			
HYPER CHAMPOIN								5	6	7	5	4	7	7						
MARCHE PLUS				7	23	36	40	42	28	26	26	26	26	24	23	13	5			
COMOD				85	74	42	35	16	9	2	2									
STOC				426	464	174														
SHOPI					460	468	456	479	461	480	483	491	487	476	473	380	207	164	30	26
CHAMPION					511	820	964	932	928	924	924	913	888	866	151	50	15	13	12	12
8 A HUIT	22	33	30	24	33	40	36	38	22	23	27	26	29	25	24	21	21	21	21	21

LE COMMERCE EN FRANCE

CHAMPION

- HISTORIQUE

- **Octobre 1969** : le 1er Champion Groupe Promodès ouvre à Bayeux en Normandie.
- **1970**, Champion se développe dans les régions Nord, Paris et Sud-Est et compte déjà 43 magasins. Champion adopte la signature " On s'engage à fond "
- **1980-90** : un développement croissant
 - Durant les années 80, Champion confirme ses partis pris :
 - une politique commerciale tournée vers le discount,
 - des magasins fonctionnels,
 - un souci permanent du consommateur.
 - A la fin des années 80, la franchise se développe et la croissance s'accélère. 350 supermarchés adoptent la nouvelle signature : " difficile de battre un Champion" .
- **1990-1993**, ouverture de 60 magasins. Champion devient la 1ière enseigne de supermarchés dans la région Nord.
- **1994** : Champion affirme sa maturité avec plus de 500 magasins.
- **1995** : le concept " Hyper Champion" voit le jour et l'enseigne crée les produits Champion. Suivront plus tard " Reflets de France " et "Destination saveurs "
- **1996** : le 1er Champion Mestdagh ouvre en Belgique et Champion part avec succès à la conquête de l'international.
- **1998** : L'enseigne investit le marché espagnol. 60 magasins Simago passent sous l'enseigne Champion en moins d'un an.
- **1999** : l'OPA/OPE Carrefour/Promodès fait la une des médias. Les magasins Champion et Stoc se rapprochent pour devenir une seule enseigne : Champion.

LE COMMERCE EN FRANCE

CHAMPION

- HISTORIQUE

- L'enseigne double en taille avec 1 000 magasins et abandonne sa signature au profit de ½ Un client, c'est sacré .
 - 2000 : Champion crée son site Internet, Champion.fr.
 - 2002 : Champion compte 1 000 en France et 1 300 supermarchés dans le monde (hors France).
 - 2003 : Champion crée sa gamme de produits N° 1.
 - 2004 : Champion est le 1er distributeur français à diffuser une campagne TV sur les chaînes du câble et du satellite.
 - 2005 : Champion compte 1 020 magasins en France, dégage un chiffre d'affaires de 13,5 milliards d'euros et emploie plus 60 000 collaborateurs...
- L'enseigne lance sa nouvelle signature : " Plus facile la vie" , qui met en avant l'engagement des équipes Champion en faveur de la relation client. Champion lance un nouveau concept de magasins très urbains, qui répond aux attentes des clients citadins.
 - 2006 : ouverture des clubs Champion sur Internet, lancement des services marchands (assurance, crédit, location de véhicule...) et de la carte Pass.
 - Lancement de la gamme Collection Champion, une offre de produits gourmets et raffinés.
 - Champion est aujourd'hui fort d'un réseau de 1 026 magasins en France.

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRES CLES CHAMPION 2007

- Déjà n°2 des supermarchés en France, Champion est aussi le 1er réseau mixte intégré franchisé de France.
- Champion, c'est :
 - la 2ième enseigne de supermarchés en France
 - le 5ième distributeur en France (toutes activités confondues)
 - le 1er réseau de supermarchés mixtes intégrés franchisés
 - 1 021 magasins
 - 604 magasins intégrés et 417 magasins franchisés ou affiliés
 - 13,75 milliards d'euros de chiffres d'affaires TTC sous enseigne en 2007
 - 1 800 000 m² de surface de vente
 - 8,1% de part de marché sur le secteur GMS
 - 4 gammes de produits : N°1, Champion, Collection Champion et Reflets de France
 - 7 500 000 clients hebdomadaires
 - 6,2 millions de foyers utilisateurs de la carte de fidélité Champion
 - 60 000 salariés au service des clients dont 34 000 salariés en magasins intégrés
 - 3 700 collaborateurs recrutés en CDI en 2007

LE COMMERCE EN FRANCE

CHAMPION

- CONCEPT CHAMPION

- concept de CHAMPION s'articule autour des axes
 - spécialiste alimentaire
 - professionnel en produits frais
 - discount en prix
 - proximité des clients
 - 7 500 000 clients par semaine

- GAMME DE PRODUITS

- premier prix
- marques nationales
- produits à marques CHAMPOIN 1100 références
- produits à marque CHAMPOIN BIO 53 références
- gamme de fruits mur à point
- REFLETS DE FRANCE 320 produits du terroir

LE COMMERCE EN FRANCE

CHAMPION DEVIENT CARREFOUR MARKET

- 2008

- Après une période de tests convaincants, le groupe Carrefour annonce le déploiement de Carrefour Market sur ses supermarchés en France

- Les résultats des tests réalisés étant positifs, le groupe Carrefour a décidé de lancer son projet de déploiement de l'enseigne Carrefour Market sur le format supermarchés en France. Aussi, dès septembre 2008, les magasins Champion passeront progressivement sous l'enseigne Carrefour ou Carrefour Market. La transformation de l'ensemble du parc de magasins sera réalisée sous 24 mois. Après l'Espagne, l'Argentine, la Pologne, le Brésil et la Turquie, ce projet constitue une étape supplémentaire dans la stratégie multi-format mono-marque du groupe Carrefour.

- Carrefour Market : ce qui va changer dans les magasins

- L'offre de produits sera plus large (près de 20% de MDD supplémentaires sous les marques Carrefour) et plus diversifiée (développement des gammes textiles, culture et loisirs, arts de la table notamment).
- En matière d'aménagement du magasin, le parcours client sera simplifié grâce à une nouvelle signalétique, à un agencement plus moderne et à une présentation plus claire. Cette nouvelle atmosphère sera à l'origine d'une nouvelle expérience en magasin
- En matière de services, les clients bénéficieront d'un programme de fidélité unique : les avantages de la carte Carrefour seront valables dans l'intégralité du réseau Carrefour (supermarchés et hypermarchés).

- Stratégie : un nouveau levier de croissance

- Ce projet constitue une source de création de valeur, alliant les forces des marques Carrefour et Champion : le dynamisme et la modernité de Carrefour, la chaleur et la convivialité de Champion. Ce projet permettra de révéler pleinement le potentiel de la marque Carrefour¹ qui bénéficie d'une très forte notoriété et d'une image de qualité unique.
- Déjà mis en œuvre, avec succès, dans d'autres pays, tels que l'Espagne, la Turquie ou le Brésil, ou en cours de finalisation, comme en Argentine et en Pologne, ce projet de déploiement de la marque Carrefour est une étape de plus dans la stratégie multi-format mono-marque du groupe Carrefour et constitue un levier de croissance essentiel pour l'avenir.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR MARKET

- 2013

- Chiffres clés :

- Plus de 2 900 magasins dans le monde au 31/12/2013
- 949 magasins en France
- Plus de 30 000 collaborateurs
- 12 000 à 23 000 références
- Une surface de vente moyenne de 1 000 à 3 500 m²
- 40 collaborateurs en moyenne par magasin
 - 15,2 Mrds euros de CA TTC avec carburants pour Carrefour Market pour 2013

- 2014

- Carrefour est en mesure de dérouler son plan pour les supermarchés Market. « Notre projet est de renforcer notre prénom, ne pas avoir de clones, mais adapter chacun de nos magasins à son environnement local.
- 930 Carrefour Market en France
- 200 Market passeront au concept cette année
- Carrefour Market pourra aussi compter sans doute sur une partie des magasins Dia pour renforcer son parc.

LE COMMERCE EN FRANCE

CLASSEMENT DES SUPERMARCHES GROUPE CARREFOUR PAR REGION

supermarches	2006	2007	2008	2009	2010	2011	evol 6/11
REGIONS INSEE	NBRE						
Alsace	2	2	2	2	2	3	1
Aquitaine	97	98	99	95	98	73	-24
Auvergne	44	42	41	42	44	44	0
Bourgogne	29	28	27	27	26	22	-7
Bretagne	91	91	92	91	92	90	-1
Centre	84	81	80	78	73	69	-15
Champagne-Ardennes	45	43	40	39	40	38	-7
Corse	4	5	5	6	6	6	2
Franche-Comté	20	20	20	19	18	21	1
Ile-de-France	151	153	153	158	150	152	1
Languedoc-Roussillon	54	50	49	48	47	44	-10
Limousin	28	26	26	24	24	18	-10
Lorraine	42	42	41	38	38	37	-5
Midi-Pyrénées	89	86	80	79	74	68	-21
Nord-Pas-de-Calais	178	178	170	168	164	161	-17
Normandie (Basse-)	63	63	62	62	60	61	-2
Normandie (Haute-)	69	67	67	66	66	66	-3
Pays-de-la-Loire	70	67	67	67	66	65	-5
Picardie	74	70	62	59	61	60	-14
Poitou-Charentes	47	47	47	47	45	26	-21
Provence-Côte-Azur	57	57	56	59	60	62	5
Rhône-Alpes	137	138	138	134	133	109	-28
TOTAL	1475	1454	1424	1408	1387	1295	-180

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

HARD DISCOUNT

LE COMMERCE EN FRANCE

ED

- 1975 -Simon Bertault implante 6 magasins sous l'enseigne Archibas Discount Radar
- 1978 -RADAR et CARREFOUR créent Ed, l'épicier discount (entrepot associé à une infrastructure centralisée).
 - Création de la marque et des produits Ed. On dénombre environ 50 magasins.
- 1980 création de la marque et des produits ED
- 1983 -CARREFOUR rachète l'intégralité des parts de RADAR.
- 1987 -Ouverture du 100 ième magasin.
- 1996 - Innovations et avantages concurrentiels : apparition des marques nationales et mise en avant des fruits et légumes dans l'assortiment.
- 1999 -Dans le cadre de la fusion PROMODES/ CARREFOUR, le pole Hard Discount est créé sous l'égide de Dia. Rachat de 3 magasins CATTEAU situés dans le Nord de la France.
- 2000 -Des magasins relookés, un nouveau programme d'ouvertures émerge.
- 2001 -Ed se lance dans la franchise : ouverture du 1er magasin.
- 2003 -Rachat de TREFF Marché dans l'est de la France.
- 2005 -Rachat de Penny Market dans le nord de la France. 800 ième magasin Ed
- 2009- 314 magasins

LE COMMERCE EN FRANCE

ED

- **1975** -Simon Bertault implante 6 magasins sous l'enseigne Archibas Discount Radar
- **1978** -RADAR et CARREFOUR créent Ed, l'épicier discount (entrepot associé à une infrastructure centralisée).
 - Création de la marque et des produits Ed. On dénombre environ 50 magasins.
- **1980** création de la marque et des produits ED
- **1983** -CARREFOUR rachète l'intégralité des parts de RADAR.
- **1987** -Ouverture du 100 ième magasin.
- **1996** - Innovations et avantages concurrentiels : apparition des marques nationales et mise en avant des fruits et légumes dans l'assortiment.
- **1999** -Dans le cadre de la fusion PROMODES/ CARREFOUR, le pole Hard Discount est créé sous l'égide de Dia. Rachat de 3 magasins CATTEAU situés dans le Nord de la France.
- **2000** -Des magasins relookés, un nouveau programme d'ouvertures émerge.
- **2001** -Ed se lance dans la franchise : ouverture du 1er magasin.
- **2003** -Rachat de TREFF Marché dans l'est de la France.
- **2005** -Rachat de Penny Market dans le nord de la France. 800 ième magasin Ed
- **2009**- 314 magasins

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRES CLES ED 2006

- CHIFFRE CLES
- Positionnement
 - Enseigne hard discount du groupe Carrefour, leader européen de la grande distribution.
 - Numéro 2 en France sur le marché du hard discount alimentaire en nombre de points de vente : 844 magasins.
 - Chiffre d'affaires 2006 : 2 733 millions d'euros TTC (vente à l'enseigne)
 - panier moyen 24 euros
 - 11.000 salariés.
- Croissance
 - 50 à 80 ouvertures de points de vente, chaque année.
- Parc 2007
 - 856 magasins (franchisés et partenaires inclus) dont
 - 96 magasins à Paris,
 - 49 magasins en proche banlieue, d'une surface moyenne de 300 m²,
 - 749 magasins en régions, d'une surface moyenne de 700 m²,
 - 10 entrepôts régionaux, d'une surface d'environ 20 000 m².
 - effectif 6 à 12 personnes par point de vente
- Produits
 - Un assortiment plus de 1 800 produits comprenant
 - 250 marques nationales,
 - 1 000 produits Dia,
 - environ 100 références de fruits et légumes,
 - un large assortiment de vins,
 - des produits du terroir.

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES ED 2007

- CHIFFRE CLES

- Positionnement

- Enseigne hard discount du groupe Carrefour, leader européen de la grande distribution.
- Numéro 2 en France sur le marché du hard discount alimentaire en nombre de points de vente : 894 magasins.
- Chiffre d'affaires 2007 : 2 831 millions d'euros TTC (vente à l'enseigne)
- panier moyen 24 euros
- 10600 salariés.
 - 62% de femmes
 - 38% d'hommes

- Parc 2008

- 911 magasins (franchisés et partenaires inclus) dont 75 magasins franchisés
 - 251 magasins en Ile de France dont 97 magasins à Paris
 - Les magasins urbains : situés à Paris et dans le centre de certaines grandes villes de province, ces points de vente apportent en proximité le choix, la fraîcheur et les prix discount. Surface moyenne : 300m².
 - Les magasins de périphérie : ces magasins constituent l'essentiel du parc. Ils proposent l'intégralité de l'offre de Ed, disposent d'un grand parking et le plus souvent d'un rayon boucherie traditionnelle. Ils maintiennent l'activité commerciale et apportent une offre discount à proximité des zones d'habitation. Surface moyenne : 650m².
 - 10 entrepôts régionaux, d'une surface d'environ 20 000 m² et 6 poles régionaux.
 - effectif 6 à 12 personnes par point de vente

- Produits

- Un assortiment plus de 2 500 produits comprenant
 - 20% du chiffre affaires réalisé avec des marques nationales,
 - 1 400 produits Dia,
 - environ 100 références de fruits et légumes,
 - un large assortiment de vins,
 - des produits du terroir.

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES ED 2008

- CHIFFRE CLES

- 914 magasins
 - 100 magasins à Paris.
 - 814 magasins en région parisienne et province dont 72 magasins exploités en franchise
- 6 pôles régionaux et 10 plateformes logistiques.
- 1 800 à 2 500 références en linéaire.
- 20 % du chiffre d'affaires réalisé par les marques nationales.
- Chiffres d'affaires 2008 :
 - 2 881 millions d'euros TTC (ventes à l'enseigne)
- Plus de 10 000 collaborateurs
 - 62 % de femmes
 - 38 % d'hommes

LE COMMERCE EN FRANCE

ED -DIA

- 2010 - Le groupe Carrefour a décidé, après 4 semaines seulement de tests, de changer l'enseigne ED pour la remplacer par DiaClub DIA
 - Le groupe Carrefour poursuit le déploiement de l'enseigne maxidiscounte DIA en France et ouvre ses deux premiers magasins DIA dans le centre de Paris
 - un programme de fidélité exclusif des enseignes Ed & DIA
 - Plus de 100 magasins DIA
- 2011
 - Carrefour projette de céder Dia
 - La scission de 100% de Dia permettrait à Carrefour de se concentrer pleinement sur le développement du potentiel de la marque Carrefour et sur son cœur de métier,
 - Le groupe se sépare de Dia au 1er juillet 2011, Dia devient indépendant et est coté à la bourse de Madrid.

LE COMMERCE EN FRANCE

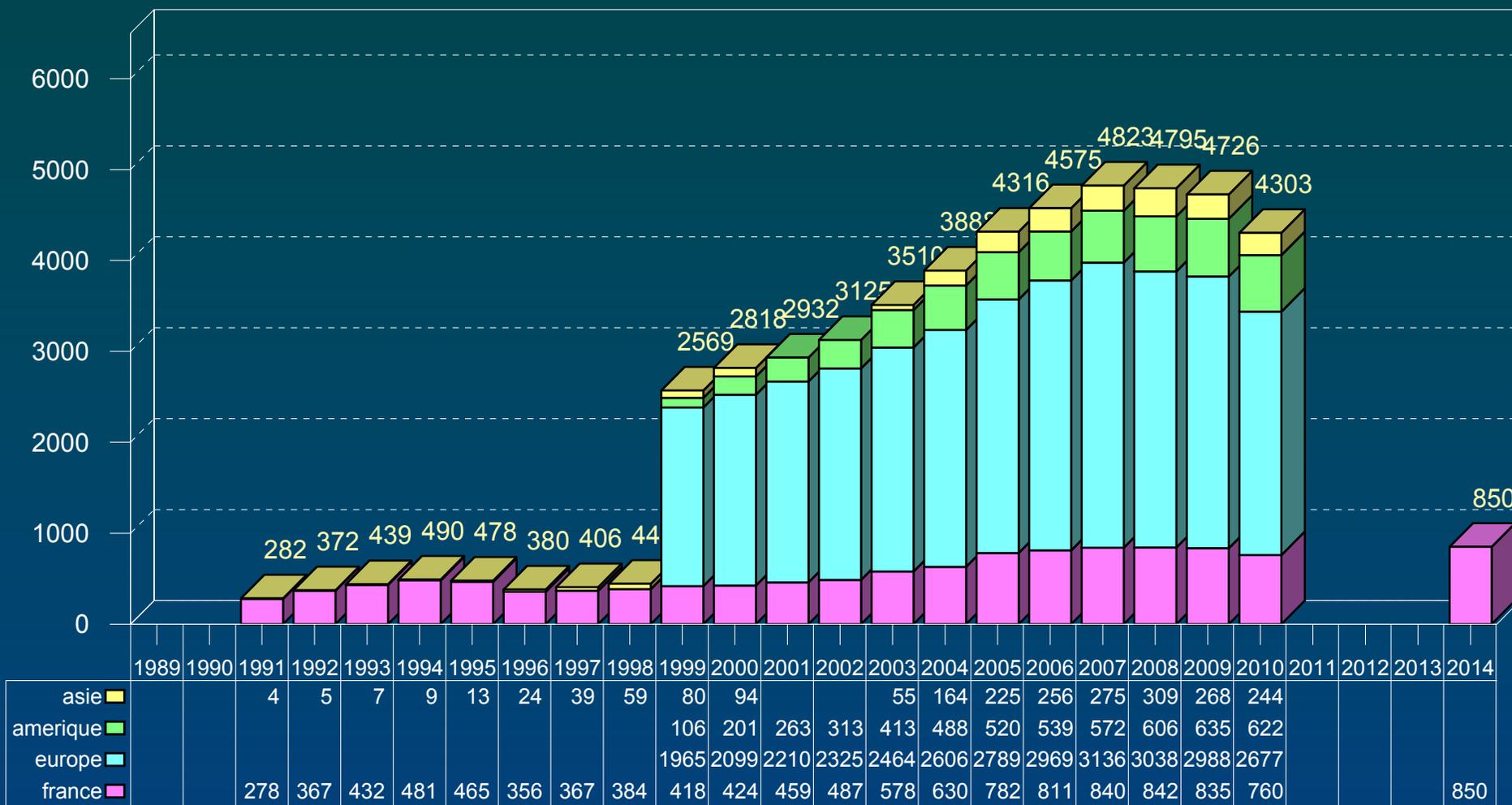
ED -DIA

- 2009
 - elle comptait 916 magasins en France et plus de 10 000 salariés
 - En avril 2009, un test de passage sous l'enseigne Dia de certains magasins Ed est annoncé par le groupe Carrefour
 - L'enseigne avait aussi beaucoup développé sa branche franchise puisqu'elle comptait à fin novembre 2010 environ 170 magasins en franchise dans toute la France.
 - le magasin l'enseigne Ed disparaît progressivement, jusqu'en 2012, remplacée définitivement par Dia.
- 2010 - Le groupe Carrefour a décidé, après 4 semaines seulement de tests, de changer l'enseigne ED pour la remplacer par DiaClub DIA
 - Le groupe Carrefour poursuit le déploiement de l'enseigne maxidiscompte DIA en France et ouvre ses deux premiers magasins DIA dans le centre de Paris
 - un programme de fidélité exclusif des enseignes Ed & DIA
 - Plus de 100 magasins DIA
- 2011
 - Carrefour projette de céder Dia
 - La scission de 100% de Dia permettrait à Carrefour de se concentrer pleinement sur le développement du potentiel de la marque Carrefour et sur son cœur de métier,
 - Le groupe se sépare de Dia au 1er juillet 2011, Dia devient indépendant et est coté à la bourse de Madrid.

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES HD INTEGRES GROUPE CARREFOUR PAR REGION

nombre de magasins



LE COMMERCE EN FRANCE

DIA

- DIA est une chaîne de distribution Hard Discount née en Espagne en 1979 avec l'ouverture de son premier magasin à Madrid. Aujourd'hui le Groupe DIA est leader et référent mondial dans le secteur de la distribution Hard Discount :
 - Plus de 6000 magasins dans 7 pays : Espagne, France (sous l'enseigne Ed et DIA), Portugal (sous l'enseigne Minipreço), Turquie, Argentine, Brésil et Chine.
 - 1er franchiseur d'Espagne et 3ième en Europe dans le secteur de l'alimentaire (ouverture du 2000 ième magasin franchisé en 2010).
 - 42 plateformes logistiques, soit une surface de 900 000 m2.
 - 9,753 milliards d'euros de CA TTC en 2010.
- DIA en France
 - Plus de 900 magasins répartis sur tout le territoire
 - Plus de 3000 références produits
 - Plus de 200 magasins franchisés
 - 6 directions régionales
 - 9 entrepôts en France
 - 2,736 milliards d'euros de CA TTC en 2010
- La philosophie DIA
 - DIA a développé un concept unique et différenciant dans l'univers du Hard Discount en associant choix, qualité, prix bas et rapidité.
 - Des magasins pratiques et agréables où les produits sont présentés sobrement pour minimiser les frais de stockage et de manutention.
 - Un véritable espace "primeurs" proposant chaque jour plus de 100 fruits et légumes.
 - La marque DIA avec plus de 1500 produits offrant une qualité comparable à celles des grandes marques et en moyenne 30% moins chers.
 - Un assortiment complet avec plus de 800 grandes marques pour répondre aux besoins de toute la famille
 - Des promos et des prix discount favorisés par une recherche permanente d'efficacité.
 - Une Carte Club DIA encourageant et récompensant la fidélité des clients, unique dans le Hard Discount.

LE COMMERCE EN FRANCE

ED -DIA

• 2010

- Dia, dont le siège international est basé à Madrid, publie aujourd'hui son chiffre d'affaires 2010 : 10,531 Mds €, en hausse de 4,3 % (le périmètre exclut la Grèce d'où Dia s'est retiré l'année dernière).
- Fin 2010, la branche hard discount de Carrefour exploitait 6 373 magasins (4 303 en propre et 2 070 en franchise). L'Espagne reste de loin le premier pays en nombre de points de vente : 2 766 contre 936 en France (Ed/Dia), 890 en Turquie, 539 au Portugal, 448 en Argentine, 408 au Brésil et 386 en Chine.
- Dia indique par ailleurs qu'un tiers du parc a été converti aux nouveaux concepts de l'enseigne créés en 2007 : Dia Market (1 309 magasins) et Dia Maxi (807 unités). Dia Market est un concept de hard discount de proximité, avec une offre retravaillée mettant l'accent sur les produits frais. Comme son nom l'indique, Dia Maxi est un gros Dia (environ 1 200 m²) implanté en périphérie des villes
- A noter que le discounter annonce aussi la modernisation prochaine des packagings des produits Dia, afin d'améliorer la visibilité de la MDD en rayon et de mieux présenter les informations nutritionnelles.
- En France, les Ed/Dia ont clôturé l'année sur un chiffre d'affaires en baisse de 8,4 % à magasins comparables, les Dia espagnols reculant de 0,9 %. Dia profite en revanche d'une forte croissance dans les pays émergents : + 14,8 % à magasins comparables au quatrième trimestre 2010.

• 2011

- Dia, désormais indépendant de Carrefour, a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 11,1 milliards d'euros, en hausse de 4,7% (+ 1,8% en comparable).
- En Espagne, son principal marché - économiquement sinistré avec 23% de chômeurs -, Dia fait mieux que résister, avec un chiffre d'affaires qui progresse de 1,7%, à 4,7 milliards d'euros, pour 2 827 magasins. En France, la situation est bien plus contrastée : les ventes sont en recul de 5,4% (6,7% en comparable), à 2,6 milliards d'euros, soit 150 M€ perdus en une année

• 2012

- Développement : Dia fait un pas de plus vers la proximité avec Dia Fresh
- Numéro trois mondial du hard- discount, l'espagnol Dia (9,8 Mrds euros e CA en 2011), va racheter près de 1 200 drogueries Schlecker en Espagne et au Portugal, ainsi que leurs entrepôts, pour 70,5 M euros.
- La chaîne de maxidiscounte espagnole va inaugurer 475 points de vente cette année, en propre et en franchise, dont une centaine en Espagne. pays émergents à grand potentiel, comme l'Argentine, le Brésil, la Chine ou la Turquie.

LE COMMERCE EN FRANCE

DIA

• 2013

- Un an et demi après avoir annoncé le rachat des 1130 magasins de la chaîne de droguerie allemande Schlecker en Espagne et au Portugal, le hard discounter espagnol Dia (ex-filiale de Carrefour) vient de dévoiler la nouvelle signature de la chaîne dont il compte transformer rapidement le parc.
- Les ventes brutes dans l'Hexagone ont reculé de 10,9%, à 2,18 Mrds euros. La France ne représente plus désormais que 19% du chiffre d'affaires de Dia, contre près de 22% en 2012.
- Cette situation renforce le scénario d'une cession de tout ou partie de Dia France

• 2014

- Dia poursuit sa descente aux enfers avec une perte de 0,3 point, de 1,7 à 1,4%.
- Casino et Carrefour seraient désormais seuls en lice pour racheter la totalité du réseau français fort de ses 2,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires TTC
- Dia rachète la chaîne espagnole El Arbol pour un euro. El Arbol est la huitième chaîne de supermarchés en Espagne. Avec 455 magasins, elle est bien implantée dans le nord et l'ouest du pays. Le chiffre d'affaires 2013 est de 822 millions d'euros
- L'Espagnol Eroski vend 160 de ses magasins à Dia. Ces magasins d'une surface de moyenne de 800 m² ont généré 478 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013 selon Dia
- sur 850 magasins, 250 sont en région parisienne, et 200 de plus dans un triangle Lyon-Marseille-Nice. A eux seuls, ils représenteraient 60 % des ventes et plus de 100 % des profits
- L'Autorité de la concurrence vient d'autoriser Carrefour à racheter près de 800 magasins Dia, mais Carrefour devra céder 56 magasins dont 12 à Paris pour racheter Dia France
- 800 supermarchés et supérettes Dia, regroupés dans une filiale du groupe qui (re)prend le nom d'Erteco, raison sociale de l'entreprise qui gérait les magasins ED, dont Dia a hérité au moment du rapprochement avec Promodès
- une branche qui perd plus de 10% de CA par an et 0,2 point de part de marché par mois selon Kantar (1,3% en octobre). Le chiffre d'affaires 2014 devrait se situer entre 1,6 et 1,7 milliard selon les analystes pour des pertes opérationnelles qui se sont creusées (environ 55 millions contre 18 millions en 2013).
- la transformation des Dia en magasins Carrefour City ou Contact pourrait produire un effet très positif sur le chiffre d'affaires.

LE COMMERCE EN FRANCE

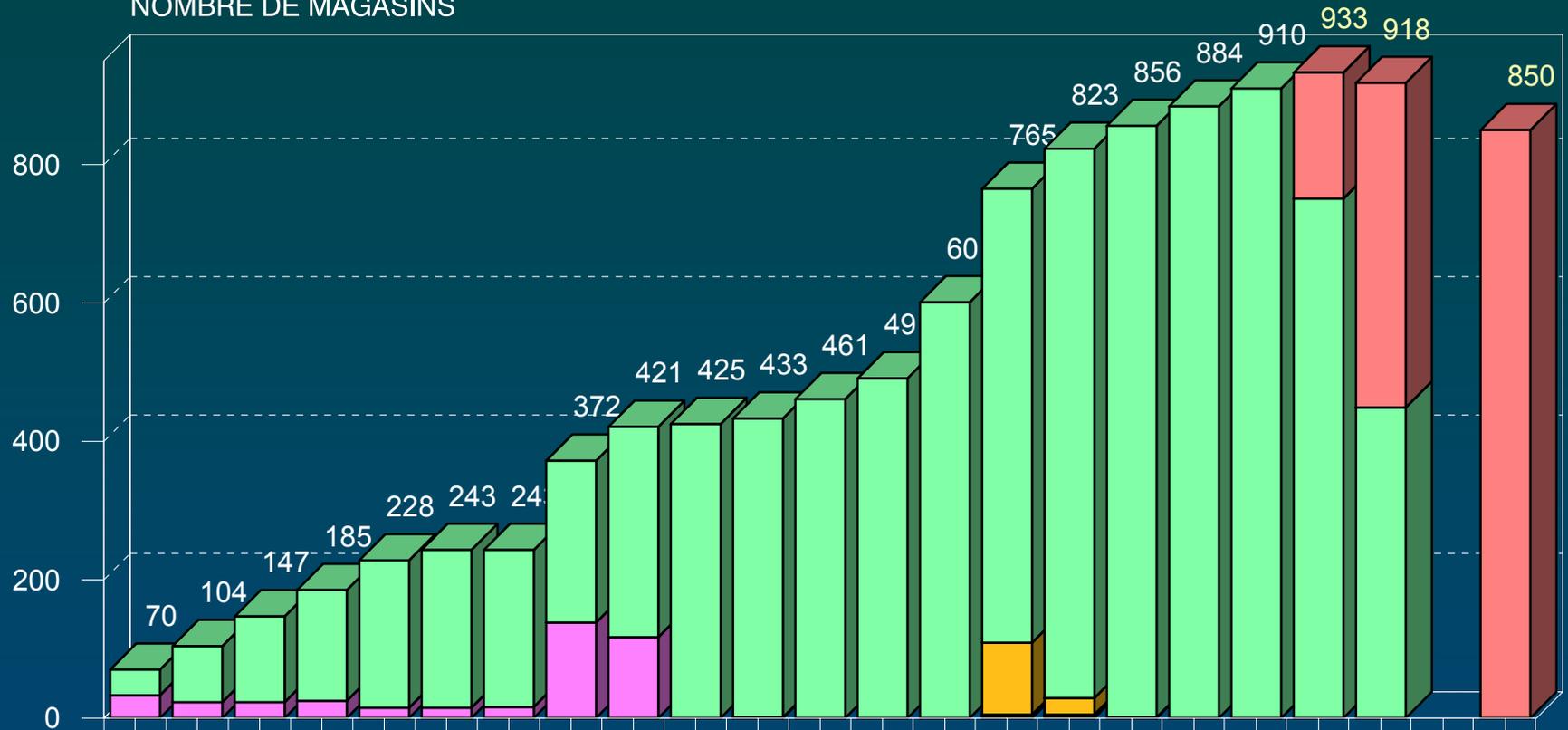
DIA

- 2015
- Carrefour ferme les drives piétons de Dia

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DES MAGASINS HD GROUPE CARREFOUR FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS



	91	92	93	94	95	96	97	98	99	2000	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	14
DIA																				182	469	850
ED HD	37	81	124	160	213	228	227	234	304	425	432	461	491	601	656	794	855	884	910	751	449	
PENNY															104	24						
ED L'EPICIER	33	23	23	25	15	15	16	138	117													
CARREFOUR											1					1	1	1				
HYPER CHAMPION															1	1						
CHAMPION															3	3						

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

MAGASINS DE PROXIMITE

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR

- La Proximité Carrefour en quelques chiffres
 - La Proximité propose une alternative à l'offre multi-formats du groupe Carrefour.
 - Nos ambitions sont d'asseoir notre position de leader dans la franchise alimentaire et d'être la référence du commerce de proximité.
 - 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2006 (activités de franchise et de négoce)
 - La Proximité Carrefour réalise 6,8 % du chiffre d'affaires consolidé du groupe Carrefour en France
 - Les trois enseignes de franchise Shopi, Marché Plus et 8 à Huit occupent une surface de 600 000 m²
 - 5 millions de clients fréquentent les enseignes de Proximité du groupe Carrefour tous les mois
 - 20 000 m² de surface de vente sont créés chaque année
 - Plus de 1 650 magasins en franchise
 - Plus de 100 franchisés intégrés par an dans le réseau
 - 17 000 m² de surface de vente créés en 2006
 - Plus de 300 locataires gérants destinés à devenir propriétaire d'un magasin
- Dans le cadre de l'évolution de son réseau, PRODIM (groupe Carrefour) recherche régulièrement de nouveaux partenaires souhaitant devenir commerçants indépendants franchisés. Le franchiseur leur apporte soutien et accompagnement à travers :
 - Une aide dans la sélection de l'emplacement et dans les démarches administratives
 - une formation complète avant l'ouverture du point de vente
 - La mise à disposition de responsables de secteurs et de conseillers techniques spécialisés qui aident le franchisé dans l'exploitation du magasin (comptes d'exploitation, développement commercial, ..

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR

- 2009

- Le groupe Carrefour lance des tests sur une nouvelle enseigne de proximité : Carrefour Contact, et appuie ainsi sa stratégie de convergence sous l'enseigne Carrefour et appuie ainsi sa stratégie de convergence sous l'enseigne Carrefour.
- Situé à l'entrée ou au coeur des petites villes et des villages, Carrefour Contact est le magasin du quotidien, qui propose une sélection de produits nécessaires à la préparation des repas grÔce Ó une offre élargie en produits frais et un rayon boucherie. Ce magasin permet également l'achat plaisir ou le dépannage
- Les clients de Carrefour Contact bénéficient de tous les atouts de la marque Carrefour, au premier rang desquels toute la diversité de la gamme de produits : Bio, Sélection, Baby, Kids, Light, Solidaire et Ecoplanète. La carte de fidélité Carrefour, valable dans tous les magasins Carrefour et Carrefour Market en France, leur est également proposée.
- Dès janvier 2009, quatre magasins brandiront l'enseigne Carrefour City en France dont deux à Paris et deux dans le sud-est : Avignon et Nîmes.
- Avec cette enseigne, Carrefour va proposer à ses clients des magasins sur-mesure et répondre ainsi encore mieux à leurs attentes.
- Carrefour City pourrait remplacer l'enseigne Marché Plus ainsi que certains 8 à Huit et Shopi
- Parallèlement, le groupe Carrefour mène une réflexion sur l'environnement urbain avec l'enseigne Carrefour City qui devrait concerner les magasins Marché Plus ainsi que certains Shopi et 8 à Huit.
- Carrefour City est la déclinaison citadine de l'enseigne Carrefour Contact, actuellement testée dans les zones rurales françaises. Cette nouvelle enseigne urbaine devrait être testée pendant le premier semestre 2009. A l'instar de Carrefour Market (qui a déjà remplacé plus de 150 points de vente Champion), l'enseigne Carrefour City sera déclinée dans toute la France, si elle rencontre le succès escompté.

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR - 8 A HUIT

- 8 A HUIT (8 À HUIT)

- Porté par l'évolution des modes de vie, les commerces de proximité ont un énorme potentiel de croissance en France. Créée en 1977, l'enseigne 8 à Huit compte plus de 800 magasins alimentaires de proximité.
- Les magasins 8 à Huit se déclinent en trois types de points de vente en fonction de leur lieu d'implantation et de leur clientèle :
 - des magasins de convenance en centre ville sur des axes très passants (80 à 150 m²) avec un concept 100% libre-service
 - des magasins pratiques dans les quartiers de grandes agglomérations (200 m² environ)
 - des magasins ruraux de plus grands formats (350m² environ).
- Les supérettes 8 à Huit développent une identité visuelle moderne, forte et spécifique qui véhicule les valeurs de l'enseigne : fraîcheur, qualité, saveur, et vitalité. Avec 2000 à 5000 références, les magasins franchisés 8 à Huit apportent à leurs clients confort d'achat et convivialité.
 - Plus de 800 magasins 8 à Huit
 - Une surface comprise entre 70 et 400 m²

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR - MARCHE PLUS

- MARCHE PLUS

- Marché Plus repose sur un concept simple : répondre aux attentes des consommateurs de 7h à 21h tous les jours et le dimanche matin.
- Supermarché de Proximité situé au coeur des villes, des quartiers urbains ou sur les axes de fort passage, Marché Plus répond à une attente forte : des courses plus faciles et plus rapides en ville.
- Plus de 300 magasins Marché Plus
- Une surface comprise entre 200 et 400 m²

- A côté d'un assortiment de produits alimentaires complet, et non alimentaires courants, les magasins Marché Plus proposent toute une gamme de services particulièrement adaptés à la clientèle urbaine. 4 000 produits référencés à des prix compétitifs de supermarchés
- Spécialiste des produits frais, l'enseigne apporte un soin particulier aux fruits et légumes.

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR - SHOPI

- Prodim : le premier franchiseur alimentaire Français
 - Prodim est le premier franchiseur alimentaire français avec près de 600 points de vente sous l'enseigne SHOPI. Il propose à des indépendants de devenir patron de leur propre entreprise en bénéficiant des formations, encadrement, logistique et d'une proximité relationnelle.
- Au coeur des villes ou à la campagne, tous les magasins Shopi ont deux points communs :
 - Une vraie qualité d'accueil,
 - Un sens de la présentation.
- Le positionnement de Shopi :
 - Supermarché de 400 à 900 m2 pour un CATTIC moyen/an de 1,5 à 5 Millions euros (10 à 30 MF) avec un effectif de 5 à 20 personnes.
 - le franchisé gère et développe son point de vente avec l'appui commercial et technique de PRODIM et la puissance logistique du Groupe Carrefour. Une formation personnalisée - suivant l'expérience professionnelle acquise - est systématiquement dispensée avant le démarrage de l'exploitation de leur magasin.
 - Des opportunités existent sur l'ensemble des régions de France sur des sites urbains ou ruraux pour SHOPI. Elles se présentent sous trois formes
 - création de magasin,
 - rachat de point de vente existant
 - reprise d'exploitation en location-gérance.
- Dans les plus grands supermarchés, un espace dédié à la culture avec des livres, des vidéos et des CD toujours renouvelés.

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR 2008

- Grâce à ses magasins de proximité, le groupe Carrefour répond aux attentes des clients urbains et dynamise les petites villes et les villages. Dans les principales villes françaises, Carrefour propose des commerces qui suivent le rythme de vie des citoyens, avec une offre développée en produits prêts à consommer. Dans les zones rurales, les commerces de proximité rendent un vrai service aux habitants, avec une sélection de produits pour le quotidien et une offre de dépannage.
- La proximité Carrefour : 1er franchiseur alimentaire
 - 6 enseignes : Shopi, 8 à Huit, Marché Plus, Proxi, Carrefour City* et Carrefour Contact*
 - Un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros en 2008
 - Près de 700 collaborateurs au service des franchisés
 - Un réseau exceptionnel de plus de 3 200 magasins de proximité
 - 5 millions de clients fréquentent les enseignes de proximité du groupe Carrefour
 - *Enseignes en tests
- Carrefour City et Carrefour Contact : deux nouvelles enseignes du quotidien
 - Carrefour City
 - Carrefour City est spécialement conçu pour répondre aux attentes d'une clientèle nomade et citadine. C'est un lieu agréable, fluide et vitaminé, organisé en deux espaces : Pour tout de suite , avec des produits prêts à consommer, et Pour plus tard , dédié aux courses du quotidien. Carrefour City propose une large amplitude horaire, qui suit le rythme de vie des citoyens. A Paris, il est ouvert de 7h à 23h. Les clients peuvent y retrouver tous les produits de la gamme Carrefour, y compris Carrefour Discount, et bénéficier des avantages du programme de fidélité Carrefour.
 - Carrefour Contact
 - Situé à l'entrée ou au cœur des petites villes et des villages, Carrefour Contact est le magasin du quotidien, qui propose une sélection de produits nécessaires à la préparation des repas grâce à une offre élargie en produits frais et un rayon boucherie. Ce magasin permet également l'achat plaisir ou le dépannage. Chez Carrefour Contact aussi, les clients bénéficient de tous les atouts de la marque Carrefour : les produits à marque Carrefour, le programme de fidélité Carrefour

LE COMMERCE EN FRANCE

MAGASINS DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR

PROXIMITE	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
8 A HUIT	778	734	778	755	721	651	621	477	416
CARREFOUR CITY					3	46	201	441	510
CARREFOUR CONTACT						3	14	370	434
CARREFOUR MONTAGNE							6	15	17
CARREFOUR EXPRESS								187	349
SHOPI			90	90	90	84	57	126	43
SHERPA									
PROXI SERVICE	1310	1422	1500	1515	1524	1520	1517	1532	1593
MARCHE PLUS	255	296	298	305	315	301	175	55	
COOP ALSACE									
TOTAL	2343	2452	2666	2665	2653	2605	2591	3203	3362

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR - PROXI

• PROXI

- L'enseigne Proxi est développée en concession de licence.
- Deux contrats lient alors le commerçant et la Proximité Carrefour :
 - Un contrat d'approvisionnement qui gère le flux de livraison de marchandises.
 - Une licence d'enseigne. Le commerçant est alors en contact avec les délégués commerciaux qui font l'interface entre lui et la Proximité Carrefour.
- Proxi, des magasins de petit format organisés autour d'un point fort attractif comme les produits frais, une station-service, un tabac-presse...
- Proxi Super, des magasins plus grands organisés autour des pôles alimentaires traditionnels comme la zone marché, le point chaud, la boucherie-charcuterie..
- Au fil du temps, Proxi a tissé des liens privilégiés avec les communes et les collectivités, avec comme dessein d'implanter un magasin dans toutes les villes de moins de 1 500 habitants.

- Plus de 1 500 magasins Proxi
 - Proxi, des magasins de petit format organisés autour d'un point fort attractif comme les produits frais, une station-service, un tabac-presse..
 - Une surface comprise entre 60 et 250 m² pour les Proxi

 - Proxi Super, des magasins plus grands organisés autour des pôles alimentaires traditionnels comme la zone marché, le point chaud, la boucherie-charcuterie..
 - Une surface supérieure à 250 m² pour les Proxi Super

 - Plus de 60 % des magasins de proximité sont implantés en milieu rural
- Au fil du temps, Proxi a tissé des liens privilégiés avec les communes et les collectivités, avec comme dessein d'implanter un magasin dans toutes les villes de moins de 1 500 habitants.

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE

- 2013

- Une large amplitude horaire, une offre de produits pour chaque besoin et une panoplie de services : les magasins de proximité Carrefour ont tout pour répondre aux modes de vie d'aujourd'hui et de demain.

- Chiffres clés :

- Plus de 5 500 magasins dans le monde au 31/12/2013
- Plus de 3 400 magasins en France au 31/12/2013
- Des surfaces de vente de 200 à 900 m
- De 2000 à 7000 références

- La Proximité en quelques mots :

- A chaque enseigne du Groupe sa vocation : Express est dédié au quotidien, City déroule ses prêts à consommer pour urbains pressés, Contact s'installe en zone rurale avec tout ce qu'il faut pour la famille, Montagne simplifie la vie dans les stations d'altitude.

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE DU GROUPE CARREFOUR

- 2013

- De 2009 à 2013, le chiffre d'affaires des magasins de proximité a augmenté de 26%.
- En effet, en 2013, la branche proximité de Carrefour, qui regroupe les enseignes Contact, City, Express, mais aussi 8 à Huit et Shopi, a augmenté ses ventes de 5%, pour un total de 4 milliards d'euros TTC.
- Près de 1 800 magasins en France
 - 4 Mrd euros TTC de chiffre d'affaires
 - 430 Carrefour Contact (400 à 900 m²)
 - 507 Carrefour City (250 à 600 m²)
 - 333 Carrefour Express (60 à 300 m²)
 - 18 Carrefour Montagne
 - 422 8 à Huit
 - Source : Carrefour France, au 31 décembre 2013

- 2014

- Carrefour a obtenu le feu vert de l'Autorité de la concurrence, pour reprendre 128 magasins Coop Alsace
- La branche « proxi » de Carrefour a désormais ses quartiers outre-Vosges. En plus d'entraîner une évolution conséquente de son parc de magasins, qui passe de 1 779 à 1 907 unités (+ 7,2%)

LE COMMERCE EN FRANCE

LES ENSEIGNES DE PROXIMITE CARREFOUR CITY

- 2014
- l'enseigne de proximité Carrefour City a ouvert son 500e point de vente
- 360 M2 de surface commerciale
- 1 file unique pour les caisses
- 6425 références

- 30% d'assortiment en MDD

- Les plus
- La densité de l'offre et de l'assortiment correspond bien aux attentes locales.
- L'entrée du magasin, lumineuse et ouverte, a été conçue pour donner envie de venir régulièrement en point de vente.
- La conception des caisses et le système de file unique.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

SERVICES FINANCIERS

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR SERVICES FINANCIERS

- 1981 - Lancement de la Carte PASS
- 1987 - Lancement du prêt personnel
- 1991 - Lancement de l'Epargne Libre Carrefour
- 1997 - Lancement de l'assurance-vie Carrefour Horizon
- 2003 - Lancement des premières cartes bancaires
- 2006 - La Carte PASS privative est acceptée chez Champion
- 2009 - Lancement de la gamme de Cartes PASS MasterCard

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR SERVICES FINANCIERS

- CARREFOUR FINANCIER
 - Créé en 1980, les Services Financiers Carrefour sont aujourd'hui la première diversification du groupe Carrefour en terme de chiffre d'affaires et d'effectifs. Filiale de Carrefour à 60% et de Cetelem à 40%, les Services Financiers Carrefour accompagnent le développement des hypermarchés Carrefour en France.
 - les chiffres clés
 - 27 ans d'expérience dans les métiers de la finance
 - 1.788 Millions d'Euros d'encours de crédit
 - 1.488 Millions d'Euros d'encours épargne
 - 14 000 000 porteurs de cartes Pass.
 - 1600 collaborateurs, dont plus de 1300 conseillers répartis sur l'ensemble des hypermarchés Carrefour.
 - Pass Services Financiers regroupent plus de 1300 collaborateurs répartis dans 218 hypermarchés
- Pass Services Financiers commercialisent la gamme de produits suivants :
 - La Carte PASS : Carte de paiement acceptée dans les enseignes Carrefour, Champion, Ooshop.com, CarrefourOnline, etc.
 - Un large éventail de placements et d'offres de financements : Epargne, Prêts Personnels, Crédit PASS...
- plus de 10 millions de porteurs de la carte de fidélité Carrefour en France

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR SERVICES FINANCIERS

- CARREFOUR FINANCIER
- Filiale bancaire du groupe Carrefour, la Société des Paiements PASS (S2P) commercialise depuis 28 ans une large gamme de produits et services financiers :
 - La Carte PASS, distribuée à près de 2,8 millions exemplaires. Une nouvelle gamme de cartes bancaires lancée en février 2009 en partenariat avec MasterCard.
 - Une offre très large de crédits à laquelle s'ajoute désormais le rachat de crédits, représentant un encours global de 2,3 milliards d'euros.
 - Des produits d'épargne pour répondre aux demandes de ses 400 000 clients épargnants, soit un encours géré de 1,65 milliard d'euros.
- 350 collaborateurs au siège et 1300 conseillers dans les Espaces Services Financiers
- Depuis sa création, S2P est fidèle aux valeurs du groupe Carrefour
- Offrir au plus grand nombre les meilleurs produits et services financiers aux prix les plus avantageux. Le groupe a notamment mis l'accent sur l'accessibilité de son offre à travers 219 points de vente installés dans tous les hypermarchés Carrefour en France, un site Internet et un centre d'appels intégré. S2P développe une approche responsable des métiers de la banque vis-à-vis de ses clients, en étant attentive aux risques de surendettement.

LE COMMERCE EN FRANCE

BANQUE CARREFOUR

- Carrefour-banque.fr met à votre disposition des services bancaires et d'assurances :
- une palette de solutions simples, accessibles à tous et à prix bas :
 - Cartes de paiement bancaire
 - Crédits : Prêts Personnels et Regroupement de crédits
 - Assurances : Auto, Habitation, Santé, Scolaire, Prévoyance..
 - Epargne et Placements
- Carrefour Banque
- Filiale bancaire du groupe Carrefour, Carrefour Banque commercialise depuis 30 ans une large gamme de produits financiers et d'assurances :
 - La Carte PASS, distribuée à près de 2,5 millions exemplaires. Une nouvelle gamme de cartes bancaires lancée en février 2009 en partenariat avec MasterCard.
 - Une offre très large de crédits à laquelle s'ajoute désormais le rachat de crédits, représentant un encours global de 2,5 milliards d'euros.
 - Des produits d'épargne pour répondre aux demandes de ses 410 000 clients épargnants, soit un encours géré de 1,74 milliard d'euros.
 - Des assurances Auto, assurances Habitation, Complémentaire Santé et Prévoyance.
- 405 collaborateurs au siège et 1300 conseillers dans les Agences Carrefour Banque.
- Depuis sa création, Carrefour Banque est fidèle aux valeurs du groupe Carrefour
- Offrir au plus grand nombre les meilleurs produits et services financiers aux prix les plus avantageux. Le groupe a notamment mis l'accent sur l'accessibilité de son offre à travers 219 points de vente installés dans tous les hypermarchés Carrefour en France, un site Internet et un centre d'appels intégré. Carrefour Banque développe une approche responsable des métiers de la banque vis-à-vis de ses clients, en étant attentive aux risques de surendettement.
- **2013**
 - 212 agences et 1840 collaborateurs en France
 - 44 stands Carrefour finances en Belgique
 - 23 agences en Italie
 - Carrefour Banque gère un encours global de crédits de 3,2 milliards d'euros ainsi qu'un total de 2,3 milliards d'euros pour ses clients épargnants

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR ASSURANCES

- CARREFOUR ASSURANCES
 - Depuis plus de 20 ans sur le marché de l'assurance
 - 95 services assurances sur la France entière, un développement constant
 - Les Assurances Carrefour : Société d'Assurances depuis 1992, 400 000 clients, 310 collaborateurs, dont 270 au contact du client chaque jour. Des spécialistes à l'écoute du client 6 jours sur 7, pour tous les contrats d'assurances. Des professionnels disponibles 24h/24 en cas de sinistre, sur simple appel téléphonique.
- Avec Assurances Carrefour, vous bénéficiez du savoir-faire d'un leader mondial de la distribution et de la compétence de grands professionnels de l'assurance.
- Cette alliance nous permet de vous proposer de nombreux avantages :
 - Une gamme étendue de produits qui vous accompagnent tout au long de votre vie (Auto, Habitation, Santé,...) mais aussi de vos courses.
 - Des prestations de qualité avec l'accès à un large réseau de spécialistes dans la gestion des sinistres.
 - Une large disponibilité avec des agences ouvertes du lundi au samedi de 9h à 20h.

 - En collaboration avec de grands groupes d'assurance, nous disposons aujourd'hui d'un large réseau de prestataires. Ainsi, près de 1 100 gestionnaires de sinistres, véritables spécialistes de l'assurance, vous accueillent 7j/7, 24h/24.
 - En Auto, grâce à nos partenariats, plus de 7 500 garages agréés, répartis sur toute la France, peuvent recevoir votre véhicule accidenté. 245 experts automobiles

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR VOYAGES

- CARREFOUR VOYAGE

- DES PARTENAIRES : CARREFOUR travaille avec les grands acteurs du tourisme, reconnus dans la profession : Kuoni, Jet Tours, Vacances Transat, Asia, Look, Héliades, Marmara, Etapes Nouvelles, Odalys, Pierre et vacances, France Location, et d'autres encore...
- DES PRODUITS : Chaque produit a été étudié et choisi pour répondre : location d'appartements, de mobilhomes, de séjours en club, hotel, croisière, circuit, court séjour, week end, billets d'avion, location de voiture
- 90 agences VOYAGES CARREFOUR.

- 2010

- 103 agences de voyages Carrefour

- 2011

- 105 agences de voyages Carrefour

- 2014

- 150 agences de voyages Carrefour en France
- 6 agences de voyages Carrefour en Outre Mer

LE COMMERCE EN FRANCE

...

CARREFOUR

CARBURANTS

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR CARBURANTS

- CARREFOUR STATIONS SERVICES SUR AUTOROUTE
 - Aujourd'hui, avec la reprise de 24 stations essence, Carrefour est le premier distributeur à prendre pied de manière significative sur l'autoroute.
- CARREFOUR CARBURANTS
 - le groupe Carrefour est aujourd'hui au 2e rang des distributeurs pétroliers français : il représente respectivement 14,36% et 8,59% des marchés domestiques de l'essence et du gazole.
 - A l'heure actuelle, Carrefour assure l'approvisionnement de 1205 stations services dans toute la France :
 - - 206 hypermarchés Carrefour,
 - - 794 supermarchés Champion,
 - - 180 magasins de proximité: 8 à Huit, Shopi...,
 - - 24 stations d'autoroute.
- Les carburants Carrefour présentent des caractéristiques parfaitement normalisées et répondent en permanence aux spécifications européennes :
 - EN 228 pour les essences
 - EN 590 pour le gazole

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR CARBURANTS

- Carrefour dessert aujourd'hui près d'une commune sur deux, réparties autour de 140 magasins Carrefour. Plus de 120 camions de livraison aux couleurs Carrefour sillonnent vos communes et vous livrent à domicile dans un délai de 1 à 5 jours à compter de l'enregistrement de votre commande
- En 3 ans, Carfuel a su convaincre 170 000 clients et représente aujourd'hui près de 2% du marché français du Fuel. Deuxième distributeur pétrolier français, Carrefour vous fait bénéficier de prix compétitifs et nets : même si le prix du fuel augmente entre la commande et la livraison, Carrefour maintient le prix annoncé à la commande. De même, nos prix sont nets : vous n'avez pas de frais supplémentaires de livraison ou de transport à payer

• 2014

- A l'heure actuelle, Carrefour assure l'approvisionnement de 1205 stations services dans toute la France :
 - - 206 hypermarchés Carrefour,
 - - 794 supermarchés Champion et Market,
 - - 180 magasins de proximité: 8 à Huit, Shopi...,
 - - 24 stations d'autoroute.
- le groupe Carrefour est aujourd'hui au 2e rang des distributeurs pétroliers français : il représente respectivement 14,36% et 8,59% des marchés domestiques de l'essence et du gazole

LE COMMERCE EN FRANCE

...

CARREFOUR

PARAPHARMACIE

LE COMMERCE EN FRANCE

PARAPHARMACIE CARREFOUR

- PRESENTATION

- Les parapharmacies Carrefour présentes dans 84 magasins vous proposent tous les produits pour votre Forme et votre Beauté. Venez découvrir les plus grands laboratoires pharmaceutiques et leurs plus grandes marques. Les produits mis à votre disposition ont été sélectionnés avec soin pour satisfaire vos attentes. A votre service, docteurs en pharmacie et esthéticiennes vous offrent une écoute personnalisée afin de vous conseiller au plus près de vos besoins et de vos envies.
- Les différentes familles de produits sont clairement signalées : soins du visage et du corps, soins dermatologiques, soins du cheveu, soins du bébé, toilette, diététique et compléments alimentaires, l'homme, maquillage...

- 2010

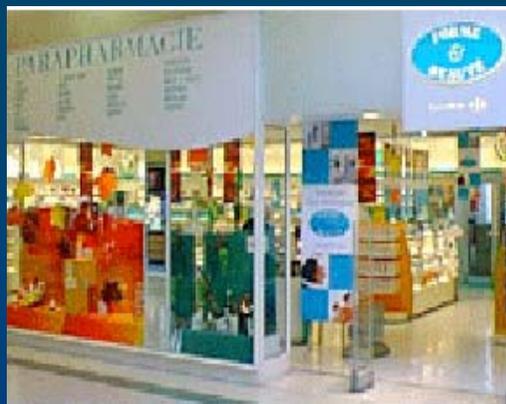
- 63 magasins possédant un rayon parapharmacie
- 20 magasins de parapharmacie dans le centre commercial du Carrefour

- 2011

- 63 magasins possède un rayon parapharmacie
- 21 magasins de parapharmacie dans le centre commercial du Carrefour

- 2014

- 117 magasins possède un rayon parapharmacie



LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

E-COMMERCE

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR TELECHARGEMENT

- Le service Videoclub CARREFOUR est accessible depuis le site de carrefour, onglet téléchargement. L'adresse directe du site est <http://telechargement-videos.carrefour.fr>. Sur le site Carrefour - Téléchargements de vidéos, l'ensemble du catalogue de " vidéo à la demande" est présent au sein des catégories accessibles à partir du menu situé à gauche de votre écran (nouveautés, top des ventes, action, comédies...). Les vidéos sont classées selon leur genre. Les catégories sont découpées en sous catégories (Western par exemple dans la catégorie Action).
- Si vous choisissez un titre à la location 48h, vous avez 30 jours pour commencer la lecture du film une fois celui ci téléchargé. Une fois la lecture commencée, vous avez 48 heures pour le voir autant de fois que vous le souhaitez

LE COMMERCE EN FRANCE

OOSHOP

- Le cybermarché de Carrefour, ooshop.com, le moyen le plus rapide de faire vos courses sur internet !
- Simple et intuitif, le cybermarché de Carrefour vous propose tous les produits dont vous avez besoin.
- Retrouvez vos produits Carrefour au même prix qu'en hypermarché, vos produits Carrefour Selection pour que le meilleur ne soit plus une exception, mais aussi la gamme Carrefour Agir, des produits respectueux de la planète.
- Vos produits Carrefour de tous les jours avec la garantie du meilleur rapport qualité prix.
- Enfin, une gamme complète de produits Reflets de France (charcuterie, plats cuisinés, fromage, desserts ou vins..) qui au quotidien vous offrent le savoir faire des terroirs de France.
- Dates clés Création : 1999
 - 2005 : Extension de sa zone de livraison à quatre nouvelles zones en province et extension des zones Ile-de-France et Lyon
 - Chiffre d'affaires et résultat 2004 CA : 42,486 millions d'euros
 - Résultat : - 14,123 millions d'euros (source : infogreffe)
 - Chiffre d'affaires 2005 NC, croissance à deux chiffres
 - Panier moyen 2005 170 euros, croissance de 2 %
 - Effectif 199 personnes en 2004 (source : infogreffe), 300 en 2005 (source : Ooshop)
 - Nombre de références 7.500
 - Zone de livraison Ile-de-France, Lyon et sa région, Le Mans, Rennes, Rouen, Nantes, Bordeaux
 - Taille des entrepôts 20.000 m²
 - Lieu de l'entrepôt Marly la Ville
- Fin 2006, Ooshop emploie 210 salariés, propose 7 000 références et génère un chiffre d'affaires de 67,2 millions d'euros
- En 2007, Ooshop est devenu le premier supermarché en ligne français en termes de fréquentation]
- L'ensemble des commandes clients sont préparées à partir d'une plateforme logistique implantée à Marly-la-Ville[3]. La partie "logistique et livraison" est sous-traitée à deux prestataires nationaux. La préparation des commandes est effectuée par STEF-T et les livraisons à domicile sont réalisées par Star's Service.

LE COMMERCE EN FRANCE

BOOSTORE.COM

- A cette offre large, Boostore promet d'ajouter le service et les prix. «Sur internet, il existe des sites avec du choix et le service mais qui n'ont pas les prix et de l'autre côté des sites qui ont les prix mais qui n'ont pas la largeur de l'offre et le service », indiquait Guy Yraeta pour expliquer ce que Boostore apportera de plus selon lui, sur une Toile déjà encombrée par les ecommerçants. En matière de prix, Carrefour promet que Boostore sera « très agressif » et rappelle que ses concurrents sont les autres grands distributeurs du Net.
- S'agissant de son fonctionnement, le site est pour partie autonome et pour partie le prolongement en ligne, des hypermarchés. Pour sa logistique, Boostore fonctionne avec deux entrepôts dédiés. Le premier expédiera les produits légers et peu encombrants (moins de 30 kg et de 1,5 mètre) soit 80% des références environ et le second les produits pondéreux ou volumineux soit les 20% restants. Les produits seront soit livrés au domicile des clients et mis en service si besoin, soit déposés à leur demande dans l'un des 3400 points de retrait colis Kiala. Voilà pour l'autonomie. Pour le reste, Boostore se repose largement sur la branche hypermarchés pour ses achats et ses besoins informatiques et sur les 217 magasins qui serviront de point relais pour le service après-vente.
 - La puissance d'achat du Groupe Carrefour permet d'offrir régulièrement sur BOOSTORE, des produits avec un excellent rapport qualité prix bénéficiant de la garantie Carrefour.
 - De plus, ces produits sont sélectionnés par notre équipe d'acheteurs spécialisés, leurs volontés étant de vous offrir chaque jour des produits performants au meilleur prix.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOURONLINE

- Boostore le nouveau bras armé de Carrefour sur le Net
- Dédié aux produits non alimentaires, le nouveau site de e-commerce de Carrefour a ouvert le 19 juin 2006. Il propose 1,125 million de références dont 1 million en téléchargement. Il s'appuie fortement sur les hypers du groupe.
- Avec 1,125 million de références dans son catalogue, Boostore.com est présenté comme « le multispécialiste à la gamme la plus large sur internet ». De fait, Boostore couvre près d'une dizaine de secteurs dont les produits éditoriaux (livres, CD, DVD, jeux vidéo, logiciels), la micro-informatique, l'électronique grand public, l'électroménager, le développement photo, les articles de sport (fitness, cycle, piscine), les fleurs, la billetterie spectacle et enfin le fuel...
- A ceux qui n'y trouveront pas leur compte, l'offre n'est pas exhaustive et elle évoluera dans les mois à venir. Ainsi le textile s'ajoutera à la liste des produits en vente sur le site au premier semestre 2007.
- **fevrier 2008** - Le site marchand de produits non alimentaires (hors Ooshop) de Carrefour, Boostore (lire l'article : Carrefour complète sa présence en ligne avec Boostore, du 16/06/06), abandonne sa marque pour prendre celle de CarrefourOnline. Ainsi, l'enseigne de grande rande distribution veut faire bénéficier son site marchand de sa marque, dans le cadre d'une nouvelle stratégie Web " Carrefour.fr va devenir le site portail de ses offres sur Internet
 - Disponibilité des produits, sécurité du paiement, respect de votre vie privée, large choix de paiement, livraison dans les délais, garantie et savoir du Groupe Carrefour, service après vente à l'écoute, réseau de réparation du Groupe Carrefour pour un shopping facile et rapide ! Tout cela CarrefourOnline vous l'offre, mais encore bien plus l'enseigne de grande distribution
- Un service après vente de référence :
 - Avec CarrefourOnline, vous bénéficiez d'un véritable réseau de techniciens SAV. Terminé les pannes sans solutions, CarrefourOnline met à votre disposition les 217 points SAV de Carrefour partout en France et possède également son propre atelier.
 - La garantie CarrefourOnline, c'est 7 centres techniques SAV sur tout le territoire, plusieurs centaines de techniciens spécialisés sur nos produits.
 - Le réseau de technicien CarrefourOnline se déplace chez vous pour réparer les appareils encombrants (TV à partir de 63cm, gros électroménager).
 - CarrefourOnline, vous propose, sur une sélection de ses ordinateurs, en exclusivité l'assistance téléphonique Carrefour.

LE COMMERCE EN FRANCE

CARREFOUR

INTERNATIONAL

LE COMMERCE EN FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS GROUPE CARREFOUR INTEGRES (CONSOLIDES)

	1995	1996	1997	1999	2000	2010	2011	2012	2013	2014
FRANCE	840	761	805	1 703	1 726	1 551	4669	4635	4779	5037
Hypermarchés	117	117	117	179	179	204	232	232	234	237
Supermarchés				530	539	575	977	934	920	960
magasins proximité							3 285	3 405	3 392	3 697
Maxidiscomptes	465	356	367	418	424	760				
Autres formats	258	288	321	576	584	12	137	140	137	143
EUROPE (hors France)	1995	1996	1997	1999	2000	2010	2011	2012	2013	2013
Hypermarchés	58	62	68	142	187	440	524	457	475	487
Supermarchés				181	480	1 031	1 851	1 728	1 656	1 819
magasins proximité							1 797	1 819	1 795	2 035
Maxidiscomptes				1 965	2 099	2 677				
Autres formats				76	263	442	13	14	19	19
Total	58	62	68	2 364	3 029	4 590	4 185	4 018	3 945	4 360
AMÉRIQUES	1995	1996	1997	1999	2000	2010	2011	2012	2013	2013
Hypermarchés	57	72	84	112	120	328	260	272	277	291
Supermarchés				83	253	156	150	168	169	169
magasins proximité							98	235	316	370
Maxidiscomptes				106	201	622				
Autres formats						45				
Total	57	72	84	301	574	1 151		675	762	
ASIE	1995	1996	1997	1999	2000	2010	2011	2012	2013	2013
Hypermarchés	13	24	39	80	94	336	361	334	362	375
Supermarchés						19	17	17	17	19
Maxidiscomptes						244				
magasins proximité										
Autres formats						11				
Total	13	24	39	80	94	600	378	351	379	
GROUPE	1995	1996	1997	1999	2000	2010	2011	2012	2013	2104
Hypermarchés	245	275	308	513	580	1 308	1452	1366	1421	1459
Supermarchés				794	1 272	1781	2995	2986	2917	3115
Maxidiscomptes	465	356	367	2 489	2 724	4 303				
magasins proximité							5170	5479	5593	6111
Autres formats	258	288	321	652	847	500	154	164	174	175
Total	968	919	996	4 448	5 423	7 892	9771	9995	10105	10860