

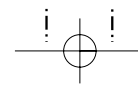
Rapport annuel 2001

Rapport annuel 2001

Le client au cœur de notre exigence



Société anonyme au capital de 1 777 889 635 €
Direction générale : 6 avenue Raymond Poincaré - 75016 Paris
Adresse postale : BP 419.16 - 75769 Paris Cedex 16
Tel : 01 53 70 19 00 / Fax : 01 53 70 86 16
www.carrefour.com



Profil

Deuxième Groupe mondial de distribution alimentaire, Carrefour exploite plus de 9 000 magasins répartis dans 30 pays.

Le Groupe valorise un savoir-faire reconnu dans trois formats majeurs de la distribution alimentaire : l'hypermarché, le supermarché et le maxidiscount. Il développe également dans certains pays le commerce de proximité et le cash and carry.

Grâce à la complémentarité de ses différents formats de magasins, le Groupe peut répondre à tous les besoins de consommation de ses clients.

Numéro un en Europe, Carrefour s'est doté de positions stratégiques fortes sur deux zones disposant d'un potentiel de développement élevé : l'Amérique latine, où le Groupe a pris la tête de la distribution moderne, et l'Asie, où il a été le premier distributeur international à s'implanter.

En 2001, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 69,5 milliards d'euros dont 51 % à l'international et un résultat net de 1,2 milliard d'euros. Au 31 décembre, Carrefour employait 383 000 personnes à travers le monde.



Panorama du Groupe	2
Entretien avec Daniel Bernard	4
Structures de direction	6
Chiffres clés	8
Bourse et actionariat	10

UN GROUPE INTERNATIONAL PROFILE POUR REUSSIR

▫ La puissance des réseaux	14
▫ Le sens du commerce	16
▫ Le sens du client	18
▫ La mobilisation des talents	20
▫ Un engagement pour le développement durable	22

2001 : LA RELANCE DE LA DYNAMIQUE COMMERCIALE

▫ L'Europe, notre marché domestique	26
▫ L'Amérique latine, un renforcement du multiformat	38
▫ L'Asie, un formidable potentiel de croissance	44

RAPPORT FINANCIER

▫ Rapport de gestion du Groupe	50
▫ Comptes consolidés	58
▫ Comptes sociaux	84
▫ Renseignements de caractère général	104

Panorama du Groupe

Trois concepts puissants développés à l'international

L'hypermarché

■ Principe

Offrir au client dans un seul lieu l'accès à une offre diversifiée et compétitive de produits alimentaires, non alimentaires (bazar, biens d'équipements, produits culturels...) et de services. 80 000 références en moyenne sont proposées sur une surface de magasin variant de 5 000 à 20 000 m² et disposant d'un parking gratuit.

■ Stratégie

Prendre des parts de marché sur une large zone de chalandise et augmenter la fréquentation par des prix compétitifs par rapport aux plus bas du marché et par des promotions régulières. Continuer à développer des gammes de marques propres réputées pour leur qualité et étendre l'offre de services, notamment à l'international.

Une seule enseigne : **Carrefour** 

731 magasins dont 74 franchisés

28 pays, en Europe, Amérique latine, Asie

50,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires commercial

Le supermarché

■ Principe

Répondre aux attentes d'un client de proximité qui vient environ tous les cinq jours : praticité de l'aménagement pour faire ses courses sans perte de temps, qualité des produits frais, qualité de la relation et prix compétitifs. Les magasins ont une surface généralement comprise entre 1 000 et 2 000 m² et proposent environ 10 000 références.

■ Stratégie

Accroître le taux de fréquentation des magasins et la fidélisation des clients par le développement des programmes de cartes, la qualité des produits frais et l'attractivité des prix. Développer les réseaux de magasins dans les pays où l'hypermarché est déjà largement implanté.

Quatre enseignes : **Champion**  **NORTE**  **CS**  **GB** 

2 301 magasins dont 910 franchisés

9 pays en Europe et Amérique latine

23,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires commercial

Le maxidiscounte

■ Principe

Offrir un assortiment limité de produits alimentaires à des prix imbattables sur des surfaces allant de 300 à 800 m², avec une part importante de produits à marque distributeur.

■ Stratégie

Privilégier une organisation extrêmement centralisée et un principe de management et de fonctionnement standardisé. Les prix, mais aussi les innovations produits et les avantages offerts par la carte de fidélité assurent au concept un développement rapide dans tous les pays où il est implanté.

Trois enseignes : **Dia**  **Ed**  **minipreço** 

3 754 magasins dont 822 franchisés

7 pays en Europe et Amérique latine

5,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires commercial

Les autres métiers

■ Le commerce de proximité

Magasins de quartier ou de village offrant une gamme de produits couvrant l'ensemble des besoins alimentaires, à des prix raisonnables et adaptée au marché de proximité. Une palette de services vient généralement compléter cette offre.

SHOPI  **MARCHÉ PLUS**  **8 A HUIT** 
express  **Contact**  **PROXI**  **di per di** 

2 236 magasins dont 2 149 franchisés

■ Le cash and carry

Libre-service de gros et de détail principalement alimentaire destiné à une clientèle professionnelle.

Promocash  **Puntocash**  **diicks**  **GROSS** 

198 magasins dont 32 franchisés

Développés en France, Espagne, Belgique et Italie

7 milliards d'euros de chiffre d'affaires commercial

■ La restauration collective

Plus de 7 000 produits référencés pour répondre à l'ensemble des besoins de clients aux attentes très diverses provenant de la restauration commerciale et collective.

Prodirest 

■ Le commerce électronique

Cybermarché permettant de faire ses courses sur internet et de se faire livrer à domicile. Le site propose une large gamme de plus de 6 000 produits dont plus de 1 200 produits frais.

ooshop 

Les étapes clés du développement du Groupe

1959

Création de la société Carrefour.

1963

Ouverture en France du premier hypermarché, Carrefour invente alors un nouveau concept de commerce.

1973

Première exportation du concept à l'étranger avec l'ouverture d'un hypermarché en Espagne.

1975

Première implantation en Amérique latine, Carrefour ouvre un hypermarché au Brésil.

1979

Développement du maxi discounte avec la création des magasins ED.

1985

Lancement des produits à marque Carrefour.

1989

Ouverture du premier hypermarché Carrefour en Asie, à Taiwan.

1992

Création des premières filières qualité, garantissant l'origine et la traçabilité des produits.

1998

Acquisition du groupe français de distribution Comptoirs Modernes qui exploite des hypermarchés mais également des supermarchés et des magasins de proximité.

1999

Rapprochement avec Promodès, permettant à Carrefour de devenir le premier groupe européen et le deuxième groupe mondial de distribution.

Message du Président

Entretien avec **Daniel Bernard**



« Par la densité de son maillage européen, la complémentarité de ses formats et son ancrage solide sur des zones émergentes, Carrefour dispose d'un potentiel de croissance exceptionnel et est aujourd'hui prêt à en tirer le meilleur parti. »

■ **Les objectifs que vous aviez fixés pour 2001 ont été atteints. Quel bilan tirez-vous de l'année écoulée ?**

Notre chiffre d'affaires consolidé a progressé de 7,2 % sur l'année, ce qui représente une hausse de 8,8 % à taux de change constant. C'est une belle performance au regard de l'évolution du marché de la distribution. La crise que traverse actuellement l'Argentine a pesé sur cette progression ainsi que certains changements de périmètres : nous avons notamment cédé durant l'année 19 magasins en France et 30 en Espagne. Ces cessions ainsi que la vente de notre participation dans la société Cora nous ont permis de nous conformer aux demandes des autorités de la concurrence. Nous avons également décidé cette année de céder notre participation dans Picard Surgelés, l'activité de produits surgelés n'étant plus une activité stratégique pour le Groupe. Parallèlement à ces cessions, l'année a été marquée par l'intégration des récentes acquisitions telles que GB en Belgique où 56 hypermarchés et 45 supermarchés, sur les 72 au total, ont été transformés en quelques mois mais également GS en Italie, Norte en Argentine ou encore Marinopoulos en Grèce.

■ **Après deux années où Carrefour a fait de grosses acquisitions, l'année 2001 a plutôt été consacrée à la consolidation de vos positions. Est-ce la fin de la croissance externe ?**

Des années de forte expansion externe nous ont assuré des relais de croissance, ainsi qu'une taille et un positionnement enviables. Aujourd'hui, il est temps de mettre à profit la longueur d'avance que nous avons gagnée d'un point de vue stratégique. En 2001, nous avons consolidé un Groupe d'envergure, que nous avons mis deux ans à homogénéiser. Nous privilégions aujourd'hui la croissance organique en concentrant nos investissements dans les prix, le marketing, les outils commerciaux afin d'accroître l'attractivité de nos magasins et la satisfaction de nos clients. Ces investissements, qui ont pesé sur notre performance opérationnelle, nous garantissent des gains de parts de marché dès 2002. Il faut le souligner : par la densité de notre maillage européen, la complémentarité de nos formats, notre ancrage solide sur des zones émergentes, nous disposons d'un potentiel de croissance exceptionnel et nous sommes aujourd'hui prêts à en tirer le meilleur parti.

■ **Une des priorités de l'année était la relance de la dynamique commerciale et la reconquête de parts de marché. Ces objectifs ont-ils également été atteints ?**

Comme nous l'avions annoncé, le Groupe a reconquis cette année l'adhésion de ses clients, par un gros travail de repositionnement et de communication. Nous avons baissé les prix dans tous nos pays et continué à améliorer partout nos assortiments pour offrir au consommateur plus d'une bonne raison de faire ses achats dans un magasin du Groupe. Aujourd'hui, au vu de la belle progression enregistrée par tous les formats au dernier trimestre, nous pouvons considérer que Carrefour a retrouvé une dynamique commerciale forte et que l'intégration des équipes, des surfaces et des outils, effectuée en un temps record, est une réussite. Ces bons résultats commerciaux se confirment début 2002 où nous enregistrons des gains de parts de marché dans tous les pays.

Le passage à l'euro a également été un moment important de l'année et s'est révélé une grande réussite dans les 8 600 magasins concernés grâce à une très forte mobilisation de l'ensemble du personnel. Cela faisait deux ans que nous préparions cet événement par des actions de sensibilisation et d'information de nos clients ainsi que par la formation de notre personnel. Ce changement de monnaie s'est révélé une fantastique opportunité pour renforcer la relation que nous établissons avec nos clients.

■ **L'avenir appartient au multiformat, dites-vous. Aujourd'hui, quel est l'avenir des hypermarchés ?**

Si le multiformat est l'avenir de la distribution moderne, l'hypermarché est le fer de lance de son développement. Ce format connaît une forte croissance partout dans le monde. La force du concept réside dans son offre globale, associant alimentaire et non alimentaire, marques propres et grandes marques nationales, prix discounts et promotions. Tant qu'il évolue avec les comportements des consommateurs, l'hypermarché peut se développer. Carrefour possède un savoir-faire unique en la matière. Preuve en est notre réussite dans les domaines de l'informatique, de la vidéo et de l'image, où nous faisons aujourd'hui figure de leader en France, devant les grandes surfaces spécialisées.

■ **Quelles sont vos priorités pour 2002 et au-delà ?**

Toutes les opérations menées jusqu'à présent n'avaient qu'un seul objectif : donner du potentiel au Groupe. Nous allons, en 2002, continuer à investir dans notre cœur de métier, le commerce, c'est-à-dire dans les prix, les promotions, les assortiments. Nous allons tirer tous les bénéfices possibles du déploiement commercial initié cette année, avec trois priorités :

- axer notre croissance sur le périmètre existant : nous disposons d'hypermarchés dans 28 pays mais les supermarchés se limitent à 9 pays et les maxidiscounts à 7 pays : c'est un énorme potentiel pour les années à venir ;
- améliorer notre rentabilité par une baisse des coûts de distribution : les synergies développées entre formats et implantations géographiques vont nous aider à renouer avec la croissance historique de notre résultat opérationnel ;
- améliorer notre besoin de fonds de roulement, notamment en améliorant la gestion de nos stocks.

Nous continuerons également à œuvrer pour nous affirmer comme un Groupe de valeurs dans tous les sens du terme, aux yeux de nos actionnaires comme à ceux de nos collaborateurs et des consommateurs du monde entier.

Structures de direction

Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration de Carrefour a pour objectif de fixer les politiques du Groupe en matière de métiers, de gestion des risques et d'objectifs globaux. Il approuve la stratégie et prend en compte les inflexions majeures du Groupe. Il approuve également toutes acquisitions ou cessions d'actifs susceptibles d'avoir un impact majeur sur les comptes ainsi que toutes opérations importantes d'acquisition ou de cession d'actifs hors exploitation courante. L'action du Conseil est guidée par le seul souci de l'intérêt de la société, considéré au regard de l'actionnaire, de la clientèle et du personnel.

Le Conseil d'Administration est composé de onze membres, dont trois administrateurs indépendants qui n'exercent pas et n'ont jamais exercé de fonction dans la société ou une de ses filiales. Chaque administrateur doit être propriétaire pendant la durée de son mandat d'un minimum de 600 actions. La durée du mandat est de six ans.

Le Conseil d'Administration s'est réuni six fois en 2001 et a enregistré un taux de présence de l'ensemble des administrateurs de 91 %.

Composition au 1^{er} mars 2002

- **Daniel Bernard**
Président-Directeur Général.
56 ans. Date de fin de mandat : 2003.
 - **Joël Saveuse**
Directeur Général.
49 ans. Date de fin de mandat : 2004.
 - **Jacques Badin**
Représentant de la famille Badin, l'une des familles fondatrices de Carrefour et actionnaire de référence.
54 ans. Date de fin de mandat : 2003.
 - **Alain Bessèche**
Ancien directeur financier de Promodès.
72 ans. Date de fin de mandat : 2004.
 - **Christian Blanc**
Administrateur indépendant.
Président de Merrill Lynch France.
59 ans. Date de fin de mandat : 2003.
 - **Hervé Defforey**
Représentant de la famille Defforey, l'une des familles fondatrices de Carrefour et actionnaire de référence.
52 ans. Date de fin de mandat : 2003.
 - **Philippe Foriel-Destezet**
Administrateur indépendant.
Président-Directeur Général d'Adecco SA.
66 ans. Date de fin de mandat : 2004.
 - **Paul-Louis Halley**
Représentant du Groupe familial Halley, famille fondatrice de Promodès et actionnaire de référence de Carrefour.
67 ans. Date de fin de mandat : 2004.
 - **Robert Halley**
Représentant du Groupe familial Halley, famille fondatrice de Promodès et actionnaire de référence de Carrefour.
66 ans. Date de fin de mandat : 2004.
 - **François Henrot**
Administrateur indépendant.
Associé-gérant de Rothschild & Cie.
52 ans. Date de fin de mandat : 2003.
 - **Carlos March**
Président de Banca March et de Corporacion Financiera Alba.
56 ans. Date de fin de mandat : 2003.
- **Secrétaire du Conseil d'Administration : Etienne van Dyck, secrétaire général de Carrefour.**

L'ensemble des mandats de chacun des administrateurs est détaillé dans le rapport de gestion.

Comités du Conseil d'Administration

Il existe trois comités spécialisés au sein du Conseil d'Administration. Leurs membres ont été choisis parmi les administrateurs. Ces comités ont pour objectif d'approfondir certaines questions spécifiques et de faire des propositions au Conseil d'Administration.

Le Comité d'orientation stratégique

Il a pour objectif de préparer les décisions les plus importantes pour l'avenir du Groupe et d'orienter les travaux préparatoires en vue

d'organiser le séminaire annuel du Conseil d'Administration. Il constitue une cellule de réflexion et peut conduire ses travaux avec l'aide d'invités choisis en fonction de leurs domaines d'expertise et d'expérience.

Le comité d'orientation stratégique est composé de quatre membres :

Paul-Louis Halley, président,
Daniel Bernard,
Jacques Badin,
Carlos March.

Il s'est réuni deux fois en 2001.

Comité exécutif



Daniel Bernard
Président
Directeur Général



Joël Saveuse
Europe



Philippe Jarry
Amériques



René Brillet
Asie



Javier Campo
Maxidiscompte



José Luis Duran
Finances et gestion



Bruce Johnson
Organisation et systèmes



Vincent Mercier
Marchandises et marketing



Jean-François Domont*
Autres pays d'Europe



Jean-Claude Plassart
Supermarchés



Léon Salto*
France



Jacques Bauchet*
Ressources humaines

*Membres du Comité exécutif élargi.

Le Comité d'audit

Il a pour mission principale l'examen des comptes sociaux et consolidés avant leur présentation au Conseil d'Administration afin de s'assurer de la pertinence des méthodes comptables adoptées et de vérifier les systèmes de contrôle interne du Groupe. Le comité d'audit évalue régulièrement les principaux risques financiers de l'entreprise. Le comité d'audit est composé de trois membres :
Jacques Badin, président,
François Henrot, administrateur indépendant,
Robert Halley.

Il s'est réuni trois fois en 2001.

Le Comité des rémunérations

Il propose la rémunération des mandataires sociaux, évalue l'enveloppe globale des stock-options et valide la politique de rémunération des principaux dirigeants du Groupe.

Le comité des rémunérations est composé de quatre membres :

Carlos March, président,
Daniel Bernard,
Christian Blanc, administrateur indépendant,
Philippe Foriel-Destezet, administrateur indépendant.

Il s'est réuni une fois en 2001. M. Daniel Bernard ne siège pas au comité lorsqu'il est personnellement concerné.

Chiffres clés

Chiffre d'affaires consolidé 2001 : + 7,2 %

Hors effet de change, la progression atteint 8,8 %. Carrefour réalise plus de la moitié de son chiffre d'affaires à l'international. La zone Europe, hors France, représente 32 % de l'activité et enregistre en 2001 une progression de ses ventes de 30 %. Le chiffre d'affaires commercial 2001 s'élève à 87 milliards d'euros.

Résultat d'exploitation : + 3,7 %

A taux de change et périmètre constants, la croissance est de 8,1%. A taux de change et périmètre constants, le résultat d'exploitation enregistre des progressions sensibles en France, en Asie et en Europe hors France. Il est affecté en Amérique latine principalement par les crises de l'Argentine et du Brésil.

Un endettement en baisse de 21 %

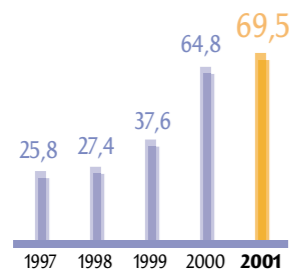
Le ratio endettement/fonds propres est passé de 123 % à 106 % grâce à une forte réduction de l'endettement provenant des premiers effets d'une amélioration du fonds de roulement ainsi que des cessions de Picard, des galeries marchandes et des participations dans Cora et dans Metro France.

Résultat net courant : + 14,9 %

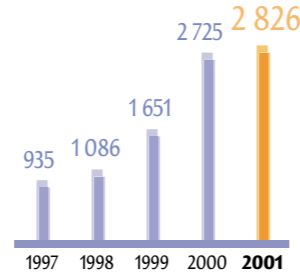
La progression du résultat net courant est conforme aux objectifs annoncés début 2001.

Résultat net par action : + 12,1 %

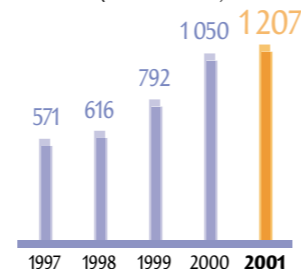
Chiffre d'affaires HT consolidé
(en milliards d'euros)



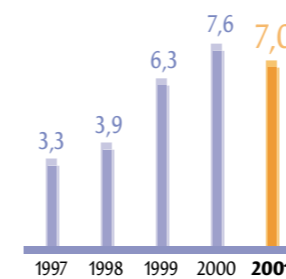
Résultat d'exploitation
(en millions d'euros)



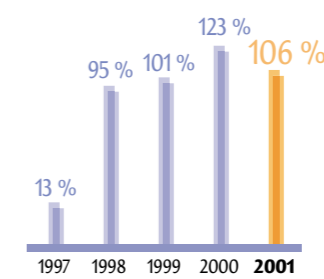
Résultat net courant part du Groupe après survaleurs
(en millions d'euros)



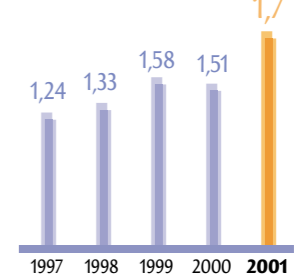
Fonds propres
(en milliards d'euros)



Ratio d'endettement net
(en % des fonds propres)

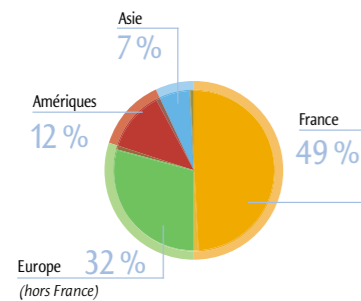


Résultat net courant, part du Groupe par action
(en euros)



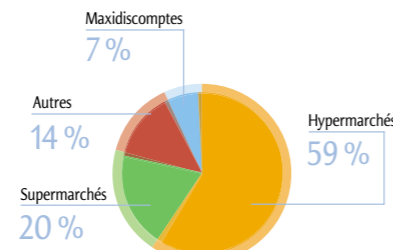
Répartition du chiffre d'affaires consolidé par zone géographique

TOTAL = 69 486 M€



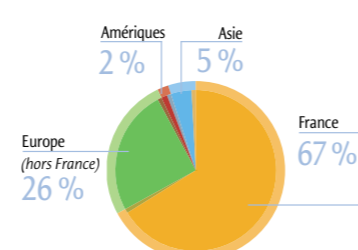
Répartition du chiffre d'affaires consolidé par format

TOTAL = 69 486 M€

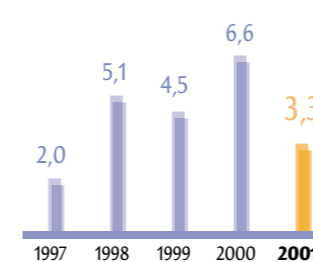


Répartition du résultat d'exploitation par zone géographique

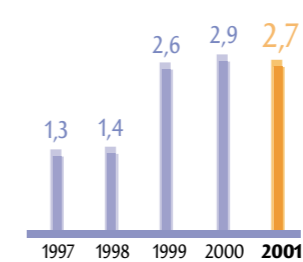
TOTAL = 2 826 M€



Investissements
(en milliards d'euros)



Capacité d'autofinancement
(en milliards d'euros)



Bourse et actionnariat

Capital

Au 31 décembre 2001, le capital social de Carrefour s'élève à 1 777 889 635 euros. Il est composé de 711 155 854 actions au nominal de 2,5 euros, contre 711 143 440 actions un an plus tôt. La création de 12 414 actions en 2001 provient de la levée d'options de souscription, de l'exercice de bons et de la conversion d'obligations.

Répartition du capital

La structure de l'actionnariat n'a pas subi d'importantes modifications en 2001.

Sa répartition au 31 décembre est la suivante :

ACTIONNAIRES	Nombre de titres	En %	Nombre de voix	En %
Groupe familial Halley	81 837 652	11,51 %	87 714 072	11,21 %
Familles Badin - Defforey - Fournier	39 291 637	5,53 %	62 560 613	7,99 %
Groupe March	23 396 040	3,29 %	46 792 080	5,98 %
Pacte d'actionnaires	144 525 329	20,33 %	197 066 765	25,18 %
Salariés	20 509 308	2,88 %	30 491 835	3,90 %
Autodétention	11 156 100	1,57 %	-	-
Autocontrôle	6 126 048	0,86 %	-	-
Public	528 839 069	74,36 %	554 969 945	70,92 %
TOTAL	711 155 854	100,00 %	782 528 545	100,00 %

Un pacte d'actionnaires a été signé le 29 août 1999 entre le Groupe familial Halley, les familles Badin-Defforey-Fournier et le Groupe March. Ce pacte prévoit un droit de préemption sur tout ou partie des titres Carrefour détenus ainsi qu'un engagement de concertation avant les Assemblées Générales ou en cas d'annonce d'une offre publique initiée sur les titres de la société.

Le nombre de droits de vote au 31 décembre 2001 s'élève à 782 528 545. Aucun droit de vote n'est attaché aux actions détenues en autodétention ou en autocontrôle. Un droit de vote double est conféré aux actions justifiant d'une inscription au nominatif depuis plus de deux ans.

Le nombre d'actionnaires est estimé à environ 450 000.

L'action Carrefour

L'action Carrefour est cotée au premier marché Euronext de Paris (Service de Règlement Différé, code Euroclear 12 017). Elle fait partie des indices Cac 40, DJ Euro Stoxx 50 et DJ Stoxx 50.

Au 31 décembre 2001, l'action Carrefour était au 7^e rang dans l'indice Cac 40 en terme de capitalisation boursière avec un poids de 4,54 %.

Données boursières (en euros)

	1997*	1998*	1999*	2000*	2001
Cours : plus haut	56,1	55,2	96,6	91,8	69,4
plus bas	35,6	35,9	46,2	62,5	46,3
au 31 décembre	39,9	53,6	91,6	66,9	58,4
Nombre d'actions au 31 décembre	461 704 248	466 139 088	685 004 700	711 143 440	711 155 854
Capitalisation boursière au 31 décembre (en milliards d'euros)	18,4	25,0	62,7	47,6	41,5
Moyenne des volumes quotidiens	1 076 771	1 185 663	1 414 368	1 704 163	1 934 055
Résultat net courant par action	1,24	1,33	1,58	1,51	1,70
Dividende net	0,38	0,41	0,45	0,50	0,56
Rendement	0,95 %	0,76 %	0,49 %	0,74 %	0,95 %

(*) Les données historiques ont été ajustées pour tenir compte des opérations intervenues sur le titre Carrefour : division du cours par six en 1999 et par deux en 2000.

Evolution du cours de l'action en 2001 comparé à l'indice CAC 40



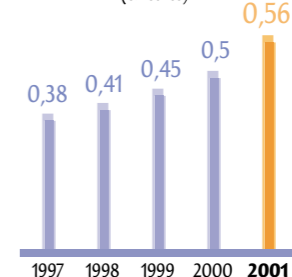
Information des actionnaires

Carrefour a développé en 2001 sa politique de relations et d'information envers ses actionnaires individuels. Un service de relations avec les actionnaires a été créé et se tient à la disposition de tous les actionnaires qui souhaitent s'informer sur la vie du Groupe. De nouveaux outils de communication ont été mis en place notamment une lettre d'information destinée aux actionnaires. Celle-ci est envoyée automatiquement chaque semestre à tous les actionnaires qui en font la demande. Les rencontres permettant d'échanger directement avec les actionnaires ont également été multipliées. Outre l'Assemblée Générale, des réunions d'actionnaires ont été organisées à Lille en octobre et à Paris en décembre. Carrefour a également participé pour la première fois aux Salons Actionaria de Paris et de Lyon.

Calendrier d'informations financières 2002

Résultats annuels 2001.....6 mars 2002
Assemblée Générale Mixte23 avril 2002
Détachement du coupon.....29 avril 2002
Chiffre d'affaires du premier trimestre10 avril 2002
Chiffre d'affaires du deuxième trimestre.....10 juillet 2002
Résultats semestriels 2002.....28 août 2002
Chiffre d'affaires du troisième trimestre.....10 octobre 2002

Dividende net par action (en euros)



Contacts

Analystes et investisseurs institutionnels

Vincent Barucq
Patrice Moulin
6, avenue Raymond-Poincaré
75016 Paris
Tél. : 01 53 70 19 00
investisseurs@carrefour.com

Service de Relations avec les actionnaires

Dorothée Georges-Picot
6, avenue Raymond-Poincaré
75016 Paris
Tél. : (appel gratuit) 0 805 902 902
Fax : 01 53 70 19 59
actionnaires@carrefour.com

Actionnaires nominatifs

Crédit Agricole
Service Emetteurs
92920 Paris La Défense Cedex
Tél. : 01 41 89 43 24 ou 01 41 89 23 24
Fax : 01 41 89 19 03

Un groupe **international** profilé pour **réussir**

La puissance des réseaux > 14 - 15

Le sens du commerce > 16 - 17

Le sens du client > 18 - 19

La mobilisation des talents > 20 - 21

Un engagement pour le développement durable > 22 - 23



La puissance des réseaux

Groupe de distribution à la fois international et multiformat, Carrefour adosse son développement à l'expansion de réseaux puissants et complémentaires, capables, partout dans le monde, de répondre aux attentes des consommateurs locaux.

La solidité et la compétitivité de Carrefour reposent sur ces relais de croissance que sont ses implantations dans les pays émergents ainsi que sur le fort potentiel de formats "tout terrain" tels le supermarché, le maxidiscompte et la proximité. Numéro un mondial des opérateurs d'hypermarchés avec 731 magasins, Carrefour est devenu en moins de quatre ans, par la force de ses concepts, le numéro un européen des supermarchés avec 2 300 points de vente et le numéro trois mondial du maxidiscompte avec près de 3 800 magasins.

La stratégie du Groupe est d'intensifier sa présence sur chacun de ses marchés locaux et pour chacun de ses formats.

Un groupe multiformat

Pendant longtemps, le développement du Groupe s'est appuyé sur le concept de l'hypermarché, dont il est l'inventeur. L'acquisition des Comptoirs Modernes en 1998 puis le rapprochement avec Promodès en 1999 ont apporté à Carrefour des positions fortes et un réel savoir-faire dans le domaine des supermarchés ainsi qu'un portefeuille d'activités diversifié.

Aujourd'hui, Carrefour propose au consommateur une palette complète de formats et de styles de magasins, dont l'un forcément convient à son mode de vie et à ses habitudes de consommation.

Le multiformat permet au Groupe d'adapter sa stratégie d'expansion aux spécificités des marchés qu'il souhaite servir. A titre d'exemple, Carrefour a décidé de se développer en Asie en s'appuyant principalement sur son concept d'hypermarchés, afin de prendre rapidement des parts de marché. En Amérique latine, le Groupe privilégie le développement des supermarchés et des maxidiscomptes aux côtés d'un réseau d'hypermarchés déjà dense.

La complémentarité des formats est également un atout décisif pour continuer à progresser sur des marchés plus matures tels que la France, l'Espagne ou l'Italie.

Le plus international des distributeurs

En 2001, pour la première fois, les ventes du Groupe à l'international sont légèrement supérieures à celles réalisées en France. Largement implanté sur trois continents, et leader dans neuf pays, Carrefour est le distributeur qui bénéficie de la plus large couverture géographique, avec trente pays en portefeuille, parmi lesquels certains des plus grands pays du monde comme le Mexique, le Brésil, la Chine, la Corée, le Japon.

Il bénéficie d'un savoir-faire inégalé en matière d'internationalisation : le Groupe a initié très tôt son développement à l'étranger, à une époque où la concurrence était moins forte et la distribution moderne peu implantée. Carrefour a été le premier distributeur étranger à s'implanter dans de nombreux pays tels que l'Espagne en 1973, le Brésil en 1975, l'Argentine en 1982, Taïwan en 1989, la Chine en 1995 ou le Japon en 2000.

Groupe mondial, acteur local

Si Carrefour est aujourd'hui un distributeur mondial, c'est qu'il a réussi à s'imposer, pays par pays, comme un acteur local, proche des populations et respectueux de leur mode de vie et de leur culture. Ainsi, lors de ses acquisitions, le Groupe a-t-il choisi de maintenir plusieurs enseignes de supermarchés là où elles disposaient d'une forte notoriété : GS en Italie, GB en Belgique, Norte en Argentine ont ainsi été conservées. Si les concepts Carrefour, Champion ou Dia sont internationaux, plus de 90 % de l'assortiment des enseignes est local, voire régional. Les magasins s'adaptent pour répondre aux attentes des clients : en Turquie par exemple, le rayon épices est très développé ; le magasin d'Icerenkoy en vend plus de 10 tonnes par mois. En Chine, le rayon vélo tient une place très importante et compte tenu de la taille et de la diversité du pays, les magasins de Pékin et de Shanghai n'offrent pas les mêmes spécificités. En Malaisie, le rayon boucherie est organisé de façon à respecter les pratiques de la religion musulmane. En Colombie, le textile tient une place centrale dans les magasins.



La franchise, une voie dynamique de diversification

La franchise constitue une arme non négligeable pour conquérir des parts de marché dans des pays matures où les ouvertures de magasins sont fortement réglementées. C'est un vecteur important de croissance et de compétitivité par le volume d'achats qu'elle génère. Au-delà de la puissance d'attraction des enseignes du Groupe, les franchisés bénéficient d'un savoir-faire commercial éprouvé, d'une puissance d'achat parmi les plus performantes du secteur et des synergies mises en place au niveau national et international avec les magasins intégrés.

Fin 2001, près de 4 000 magasins aux enseignes du Groupe étaient gérés par des franchisés et réalisaient un chiffre d'affaires de 16,5 milliards d'euros. Cela concernait 10 % du parc d'hypermarchés, 40 % du parc de supermarchés, 22 % des magasins de maxidiscompte et 96 % des magasins de proximité.

Une priorité commune, la productivité

Très décentralisé dans sa politique commerciale, le Groupe a développé un réel savoir-faire pour dégager des synergies à l'échelle nationale voire internationale, par la massification des achats, notamment pour les produits premiers prix, les marques distributeurs et l'ensemble du non-alimentaire. La coordination des politiques marketing et les échanges de savoir-faire entre continents, pays et formats devaient contribuer dès 2002 et de façon significative à la réduction des coûts et à l'optimisation de l'efficacité opérationnelle des différentes entités du Groupe.



"LE MAXIDISCOMPTE, UNE FORMIDABLE PLATE-FORME DE DÉVELOPPEMENT"
Un entretien avec Javier Campo, responsable du format maxidiscompte

■ Vos ventes ont crû de 11 % à périmètre comparable sur l'année 2001. A quoi attribuez-vous cette remarquable progression ?

A travers Dia, nous disposons d'un concept "tout terrain", à la fois performant, évolutif et efficace partout dans le monde. Notre réussite réside dans l'évolution des modes de consommation : en offrant à la fois prix bas et proximité, le concept du maxidiscompte répond aux aspirations des consommateurs du monde entier. Et nos magasins leur apportent quelque chose en plus : la qualité au travers des produits Dia.

■ Comment arrivez-vous à associer prix bas et qualité ?

En offrant une gamme restreinte et très ciblée de produits et par une organisation très centralisée, qui nous permet de dégager des économies d'échelle très importantes, que nous pouvons réinvestir dans une politique prix très compétitive. La puissance d'achat du Groupe nous donne un pouvoir de négociation significatif auprès des grandes marques nationales.

■ Quelles sont vos orientations pour les années à venir ?

Nous allons intensifier notre maillage en ouvrant 360 magasins en 2002, soit un par jour. En Grèce, en Turquie ou au Brésil notamment, des programmes d'expansion rapide sont prévus. Sur la seule ville de Sao Paulo au Brésil, 60 magasins vont être ouverts en 2002. Dans chacun de ces pays, Dia profite des positions déjà acquises par le Groupe pour créer rapidement une offre compétitive et s'imposer sur le marché. Carrefour est présent dans 30 pays et le maxidiscompte n'est aujourd'hui que dans sept de ces pays, nous disposons donc d'un potentiel de croissance très important. Après l'Europe et l'Amérique Latine, nous allons profiter de la présence du Groupe en Asie et nous implanter en Chine dès 2003.



Le sens du commerce

Rendre accessibles au plus grand nombre des produits de grande consommation : cette ambition guide la politique commerciale de Carrefour et explique que ces enseignes soient appréciées comme des marques à part entière, porteuses de valeurs associées au respect du client, à une réelle démarche qualité et à un esprit de service.

Faire de nos clients les grands gagnants du nouveau Groupe : telle était la priorité de 2001. Des lieux de vente plus marchands, mieux positionnés, des assortiments enrichis, élargis et surtout des prix très compétitifs ont été les outils majeurs de la reconquête du consommateur.

Priorité aux prix bas

Fort des gains de productivité réalisés lors de la fusion et d'une puissance d'achat accrue en alimentaire, le Groupe a reconquis dans tous les pays ses positions de discounter.

- En France, soutenue par plusieurs campagnes de communication particulièrement fortes, "Tout Carrefour baisse ses prix" en mai et "Carrefour rembourse 10 fois la différence" en novembre, l'enseigne a rapidement retrouvé son positionnement de discounter. Champion, de son côté, a confirmé son leadership sur le secteur des supermarchés,
- En Espagne, Carrefour est devenu en six mois le moins cher des hypermarchés,
- En Belgique, les prix de l'alimentaire ont baissé en moyenne de 5 % sur l'ensemble des magasins,
- En Pologne, une politique promotionnelle très agressive a été mise en place : tous nos prix sont inférieurs aux promotions du marché,
- A Taïwan, des investissements massifs dans les prix ont permis à Carrefour de se différencier nettement de ses concurrents,
- Au Brésil, la politique de prix et de promotions a été totalement décentralisée et l'offre en premiers prix élargie,
- En Argentine, le positionnement prix du Groupe a été très agressif tout au long de l'année 2001.

En Europe, le passage à l'euro s'est révélé une formidable opportunité pour le Groupe de réaffirmer son positionnement prix. Dans l'ensemble des pays, cette politique intensifiée de prix bas a rencontré les attentes des clients et permis à Carrefour de regagner des parts de marché.



Des magasins très marchands

Dans chaque enseigne, le Groupe innove et se différencie de ses concurrents. Pour la première fois, l'opération anniversaire a été lancée simultanément dans les 30 pays du Groupe. Les magasins qui fêtaient leur premier anniversaire ont enregistré de très fortes progressions de chiffre d'affaires témoignant du savoir-faire de Carrefour dans la théâtralisation d'événements commerciaux. Parallèlement, l'offre de produits frais a été renforcée dans les supermarchés et des rayons fruits et légumes ont été introduits dans une partie des maxidiscomptes. En non-alimentaire, le Groupe a continué à organiser son offre en univers de consommation créant au sein des magasins des espaces dédiés à la culture, à la santé ou à l'image. Le Groupe adapte en permanence ses magasins pour répondre aux attentes des populations locales et à leur mode de consommation. En 2001, par exemple, un espace de dégustation de viande grillée a été installé en Argentine à proximité du rayon plats cuisinés ; au Japon, l'offre

de produits français a été renforcée pour répondre aux attentes d'un public avide de nouveautés occidentales. Grâce à la qualité de leurs magasins, Carrefour, Champion et Dia réalisent dans la plupart des pays un chiffre d'affaires au m² supérieur à leurs concurrents.

S'engager sur la qualité

Très tôt, Carrefour s'est positionné au premier rang sur le créneau de la qualité, s'engageant dans une démarche proactive qui s'applique à tous ses produits à marque distributeur, premiers prix compris. La sécurité alimentaire est une des priorités du Groupe, qui est devenu une référence pour ses actions en faveur de la traçabilité, de la transparence et de l'information du consommateur. Carrefour a mis en place dès 1992 des filières qualité bâties sur des partenariats durables avec les producteurs et les éleveurs. Cette démarche mise en œuvre en France pour 110 filières s'étend progressivement aux autres pays.



QU'EST-CE QU'UNE FILIÈRE QUALITÉ CARREFOUR ?

Une Filière Qualité Carrefour est un accord signé par tous les acteurs de la chaîne alimentaire — producteurs, industriels et magasins — pour mieux répondre aux attentes croissantes des consommateurs. Les Filières sont fondées sur des engagements forts sur le niveau de la qualité, sur la juste rétribution des efforts du producteur, sur la sécurité alimentaire et sur la préservation de l'environnement jusque dans l'élaboration des cahiers des charges. De la viande bovine aux fruits et légumes, les Filières Qualité Carrefour sont au centre de l'offre des hypermarchés avec 110 filières signées en France depuis 1992. A l'étranger, où elles sont développées depuis 1998, 111 filières ont déjà été signées. Plus de 130 filières sont actuellement en cours de développement.



Les marques distributeurs, fer de lance de la fidélisation

Vecteur important de différenciation et de fidélisation, les marques distributeur du Groupe contribuent, année après année et de façon significative, à la progression du chiffre d'affaires. La montée en puissance des marques enseignes-Carrefour, Champion, Dia - est mondiale et multiformat. En France, les références de produits Carrefour ont été étoffées en 2001 ; en Espagne, une large gamme de 1 600 références a été introduite en alimentaire ; en Belgique, la marque Carrefour a été lancée au travers de 420 produits en alimentaire. Dans le même temps, les gammes de "premiers prix" ont accueilli 800 nouvelles références et ont été étendues à tous les hypermarchés. Le Groupe déploie également en alimentaire des gammes de produits spécifiques : en France, les produits Reflets de France complètent aujourd'hui dans les rayons les marques à valeur ajoutée Escapades Gourmandes, Destinations Saveurs et Carrefour Bio. La marque Reflets de France, très appréciée des consommateurs, est déclinée en Espagne, Italie et Belgique. De son côté, la marque Dia a été étendue à l'ensemble du parc maxidiscompte du Groupe. 300 produits Dia sont venus compléter les assortiments. Les produits vendus sous la marque Dia contribuent pour 55 % au chiffre d'affaires consolidé du pôle maxidiscompte. Au total, en France, l'ensemble des marques propres du Groupe contribue à 35 % du chiffre d'affaires et à 40 % des volumes vendus.

Renforcer les outils de fidélisation

Le Groupe développe depuis trois ans un important savoir-faire en matière de cartes de fidélité. En 2001, le Groupe a renforcé la pénétration de ses cartes en lançant simultanément la carte Club Carrefour et la carte Iris en Espagne, un programme de promotion ciblée de la carte Pass en France et l'introduction de cette dernière en Belgique. Lancé début 2002, le projet Ticket + Champion, une évolution importante de la carte Iris Champion, devrait porter cette dernière au niveau de la carte GS en Italie, l'une des cartes les plus perfectionnées du marché. Le succès est au rendez-vous : à ce jour, 75 % du chiffre d'affaires des supermarchés français est réalisé avec la carte Iris Champion ; en Espagne, six millions de ménages, c'est-à-dire un tiers des ménages du pays, utilisent la carte Dia. En France, trois millions de porteurs détiennent une carte de paiement Pass : les paiements avec cette carte ont battu un record, atteignant 40 % des règlements dans certains magasins Carrefour et 24 % dans les anciens hypermarchés Continent. Déployés sur l'ensemble des enseignes, les programmes de fidélisation touchaient 40 millions de porteurs en Europe au 31 décembre 2001.

LES PRINCIPALES MARQUES DU GROUPE

Les marques "enseigne"

Marques distribuées dans tous les magasins de l'enseigne concernée, aussi bien dans les rayons de l'alimentaire que du non-alimentaire.

- Carrefour, et ses labels Carrefour Bio et Filières Qualité Carrefour
- Champion
- Norte
- Dia
- GB

Les marques propres

Marques de produits non alimentaires distribuées dans les hypermarchés.

- Tex et Harmony, pour le textile
- Topbike, pour les cycles
- Firstline et Blue Sky, pour l'électroménager
- Côté Green, pour la motoculture

Les marques transversales

Marques de produits alimentaires distribuées dans les différents formats et les différentes enseignes du Groupe.

- Reflets de France (déclinée en Espagne : Tierra Nuestra, en Italie : Terra d'Italia, en Belgique : Souvenir du Terroir)
- Escapades Gourmandes
- Destinations Saveurs
- Grand Jury (pour les enseignes de proximité)



Multiplier les services

Le lancement de la carte Pass en France en 1981 a été le premier essai réussi de Carrefour dans le domaine des services. Depuis, le Groupe a appliqué son savoir-faire de distributeur à d'autres activités, choisies pour la valeur ajoutée apportée au consommateur telles que les vacances, l'assurance, les spectacles, l'automobile, les listes de cadeaux, l'optique. Principalement développés dans les hypermarchés en France, ces services sont progressivement développés dans les autres pays et dans les autres formats. Le concept de Carrefour Voyages a pris pied cette année dans certains supermarchés Champion, qui peuvent y accéder via un call center. L'enseigne Carrefour Optique, implantée aujourd'hui dans 61 magasins en France, a été exportée récemment en Italie sous l'enseigne L'Ottoico. Les stations d'essence constituent un élément stratégique de cette offre de services. L'acquisition, cette année, de dix-sept stations sur autoroute en France ouvre à Carrefour un nouveau territoire d'expression de ses valeurs.

DISCOUNT SUR AUTOROUTES

Depuis avril 2001, 17 stations-service sur autoroute françaises portent l'enseigne Carrefour. Fidèles à l'engagement du Groupe d'offrir à ses clients les prix les plus bas, ces stations-service proposent l'essence moins cher que les stations concurrentes, poussant ces dernières à s'aligner. Carrefour a ainsi contribué à une baisse générale

d'environ 13 centimes d'euros du prix de l'essence sur autoroutes. Le consommateur est donc gagnant. Les boutiques proposent également des prix très attractifs et une large sélection de produits Carrefour à des prix identiques à ceux des hypermarchés. Ces stations ont enregistré une forte hausse de leur fréquentation.

Mobilisation des talents

La compétitivité du Groupe réside pour l'essentiel dans la motivation des femmes et des hommes qui le composent, et dans leur capacité à satisfaire les attentes des clients. L'enjeu des ressources humaines est de nourrir cette motivation, de la dynamiser par une gestion fine des talents, et d'en faire le moteur d'une culture Carrefour multinationale et multiculturelle.

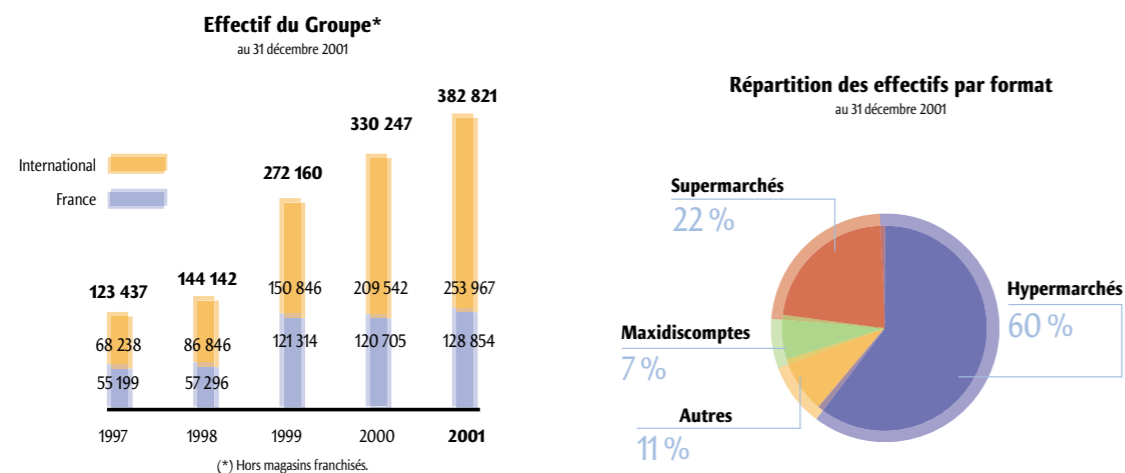
En quatre ans, Carrefour est devenu l'un des dix premiers employeurs du monde avec des effectifs qui ont plus que triplé, passant de 123 000 à 383 000 collaborateurs (hors magasins franchisés), répartis sur ses trois zones géographiques. Par le seul effet de sa croissance organique, le Groupe crée chaque année près de 15 000 nouveaux emplois directs en magasin et dans les fonctions supports (logistique, finances, marketing, ressources humaines). La recherche permanente de nouveaux talents et leur fidélisation est ainsi l'une des priorités du Groupe. L'objectif est d'assurer à chaque nouvel embauché, dans chaque pays et pour chaque format, une carrière évolutive au sein du Groupe, grâce à la formation et à la mobilité interne.

Ouvrir le Groupe aux jeunes

Partout dans le monde, Carrefour s'est engagé dans une politique intensive d'insertion des jeunes dans la vie professionnelle, qui passe par des partenariats noués avec les écoles locales et, au-delà, par des actions propres d'intégration et de formation. En France, le Groupe a inauguré en février 2002 une Ecole Carrefour, qui formera cette année environ 3 000 personnes en contrats de qualification aux métiers de la distribution. En se dotant d'une école maison, le Groupe se donne les moyens d'attirer davantage de candidats, de les fidéliser et de leur apporter ses savoir-faire spécifiques. Au Brésil, où Carrefour est le premier employeur privé, en Espagne, au Mexique, des contrats d'apprentissage permettent à des jeunes sans formation d'être initiés aux métiers du Groupe et d'être intégrés à l'entreprise. Très actif également auprès des jeunes diplômés, le Groupe a étoffé ses partenariats avec les grandes écoles en créant une chaire marketing à HEC, prestigieuse école de commerce française.

Favoriser la progression de chacun par la formation et la mobilité

Tout nouvel embauché chez Carrefour est encouragé à progresser dès lors qu'il a le sens du commerce, la capacité à s'adapter et à innover. Le Groupe donne priorité à la promotion interne : chaque année, plus de 10 000 salariés en bénéficient. En 2001, sur 9 200 postes créés en Europe, plus du tiers ont été pourvus par la promotion interne. Un important effort de formation, représentant trois millions d'heures par an, complète ce dispositif en faveur de la progression interne du salarié. L'effort peut être plus important dans les pays en fort développement : en Chine, par exemple, plus de 100 000 heures de formation ont été prodiguées au premier semestre 2001. Ces investissements vont au-delà des obligations légales car l'enjeu est important : il s'agit d'adapter de la façon la plus réactive possible les savoir-faire et l'état d'esprit du personnel aux rapides mutations du secteur ainsi que de développer de nouvelles compétences. Tous formats et tous pays confondus, 340 000 personnes ont bénéficié d'une formation en 2001.



Accélérer le transfert du savoir-faire

La réussite du déploiement international de Carrefour est liée à sa capacité à intégrer sa formule commerciale dans la culture, l'économie et les modes de consommation locaux.

C'est pourquoi la politique du Groupe est de favoriser à terme, dans chaque pays, la formation d'une équipe dirigeante composée de nationaux, avec des compétences répondant aux standards de management du Groupe.

Au-delà, il s'agit de susciter suffisamment de mobilité pour favoriser la circulation et la mise en application des "bonnes pratiques". Au cœur de ce dispositif, les expatriés sont chargés d'établir et de développer avec l'aide d'équipes locales les concepts Carrefour, puis de leur transférer l'ensemble de leur savoir-faire.

Depuis 1999, un programme de formation réalisé en partenariat avec l'Insead prépare chaque année une trentaine de futurs cadres dirigeants internationaux. Carrefour comptait, à fin 2001, 683 expatriés.

Favoriser le partage des valeurs du Groupe

Le Groupe s'est doté de plusieurs outils qui favorisent l'adhésion à ses valeurs, l'échange d'informations et le partage d'expériences :

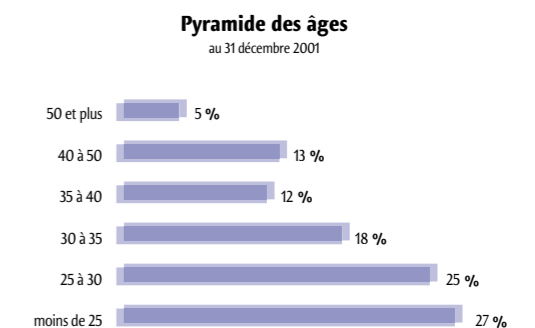
Un site Intranet : en déployant son site Intranet, relancé en juin 2001 et s'adressant à tous ses collaborateurs, le Groupe s'est doté d'un formidable outil de communication et d'information qui devrait accélérer la diffusion de ses valeurs partout dans le monde.

La généralisation des bonnes pratiques : en 2001, le Brésil a lancé son premier programme de e-formation, qui permet de former simultanément des équipes travaillant à 4 500 kilomètres les unes des autres. Le Groupe suit de très près cette expérience qui pourrait intéresser d'autres pays.

Une politique d'intéressement motivante : l'ouverture d'une partie du capital aux salariés en 2000 a permis au Groupe d'associer à son expansion 60 % de ses collaborateurs, soit plus de 200 000 personnes réparties dans 26 pays. En France, grâce aux nouvelles dispositions sur l'épargne salariale, un Plan d'Épargne Interentreprises Carrefour (PEI) a été créé en octobre 2001, offrant la possibilité aux 30 000 salariés des 2 000 magasins franchisés d'épargner avec le bénéfice d'un abondement. Pour les structures intégrées, le nombre de salariés possédant une épargne dans un des fonds des Plans d'Épargne d'Entreprise est de 115 000.

LA FORMATION À L'EURO EN CHIFFRES

- 8 600 points de vente concernés, soit 90 % du parc
- 2 000 formateurs internes mobilisés
- 214 000 salariés concernés
- Plus de 20 millions d'euros investis
- 1,5 million d'heures de formation dispensées



Age moyen : 31,6 ans.

Un engagement pour le développement durable

“Le développement durable est un développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.” Commission Brundtland, “Notre avenir à tous”, 1987.

Notre position de leader nous donne des responsabilités. En tant que distributeur, notre mission est de favoriser l'accès du plus grand nombre à la consommation, en proposant des produits de qualité au meilleur prix. En tant qu'acteur économique majeur, notre ambition est de faire de la mondialisation un facteur de progrès économique, social et environnemental.

Cette volonté s'inscrit dans une démarche de progrès continu et dans le respect des spécificités des pays. C'est au cœur de notre métier et de nos pratiques quotidiennes que nous voulons faire la preuve de notre engagement pour le développement durable.

Carrefour est convaincu que le développement durable est aussi un formidable levier de création de valeur économique, parce qu'il favorise :

- la réduction des coûts de fonctionnement ;
- l'écoute des publics et l'anticipation des attentes des clients ;
- la mobilisation interne autour d'un projet fort ;
- l'innovation et la qualité ;
- l'accroissement de la valeur de nos marques et enseignes.

La qualité et la sécurité, des priorités au quotidien

■ Proposer des produits sains et sûrs

Carrefour contrôle particulièrement les points suivants, grâce à des procédures clairement définies : la traçabilité, l'hygiène en magasin, la sécurité des processus de fabrication, ainsi que la chaîne du froid pour les produits alimentaires.

Pour les produits à marques propres et les Filières Qualité, Carrefour s'implique en amont, dès la définition du cahier des charges. Par ailleurs, conformément au principe de précaution, le Groupe a pris position pour l'élimination des OGM dans les produits à marque propre dès 1996.

■ La sécurité de nos clients et de nos équipes

Tous les hypermarchés et supermarchés du Groupe s'inspirent des normes de sécurité françaises, particulièrement strictes.

Le respect de l'environnement

Carrefour privilégie plusieurs axes de travail :

- le transport des produits en partenariat avec les prestataires et les industriels ;
- la gestion des magasins : réduction des consommations d'eau et d'énergie ; développement du tri des déchets ;
- la réduction de l'impact des emballages pour les produits à marques propres : 487 tonnes de matériaux économisés chaque année grâce à 13 nouveaux emballages créés depuis 1999 en France ;
- le soutien aux pratiques agricoles et industrielles durables : par nos gammes (produits bio, Filières Qualité Carrefour...) et l'accompagnement des fournisseurs vers une amélioration de la qualité environnementale de leur production ;
- la consommation de papier : avec l'engagement sur le label FSC (Forest Stewardship Council) qui garantit une gestion forestière durable ;
- l'intégration des magasins au paysage et l'architecture écologique.

DES AUDITS SOCIAUX CHEZ NOS FOURNISSEURS

En partenariat avec la FIDH (Fédération Internationale des Droits de l'Homme), Carrefour a initié une démarche pour garantir les conditions de travail chez ses fournisseurs : Charte d'Engagement assurant le respect

des droits fondamentaux des travailleurs énoncés par l'OIT et double système de contrôle. En 2001, 146 fournisseurs ont été audités en Asie et la démarche sera progressivement généralisée à l'ensemble des fournisseurs.



LA FONDATION INTERNATIONALE CARREFOUR

Créée fin 2000, la Fondation est dirigée par une équipe de spécialistes des situations d'urgence. Son budget de 22 millions d'euros sur cinq ans est consacré à des interventions d'urgence dans le monde, à la lutte contre l'exclusion et à l'aide à la recherche. En Argentine par exemple, la Fondation soutient le projet du prix Nobel de la Paix A. Pérez Esquivel, en finançant la construction de centres de formation pour les enfants des rues de Buenos Aires.

Notre responsabilité économique et sociale

■ La promotion de modes de consommation plus responsables

Carrefour contribue à la sensibilisation de ses clients par des publications pédagogiques (guides d'achats...) et par le référencement ou le développement de produits ayant une valeur ajoutée sociale ou environnementale (produits issus du commerce équitable, de l'agriculture biologique, etc).

■ Nos relations avec nos fournisseurs

Au-delà des négociations commerciales, nous travaillons à construire avec nos fournisseurs des liens de long terme, fondés sur la transparence, la confiance, le respect des personnes et des engagements réciproques : nos codes de conduite internes sont rigoureux.

L'adaptation de notre offre aux spécificités régionales repose sur des partenariats étroits avec les PME et les exploitations agricoles, impliquées de longue date dans notre réussite. Le Groupe a également mis en œuvre une politique active de soutien des PME à l'international sous l'égide de Partenariat France.

■ Le développement local

Dans tous les pays, Carrefour privilégie le recrutement local, fait appel à des fournisseurs locaux et participe au développement des communautés à travers le paiement des taxes locales.

Dans les pays émergents, Carrefour contribue à organiser le tissu commercial, à améliorer la qualité des produits et leurs niveaux de prix grâce aux économies d'échelle et à réduire les risques de la chaîne alimentaire grâce à ses exigences.

■ La solidarité

Chez Carrefour, la solidarité s'organise à trois niveaux : dans les magasins (soutien des associations locales, dons de produits invendus, etc.), dans les pays (soutien aux "grandes causes", avec les Banques Alimentaires, Handicap International, Care, le Secours Populaire...) et via la Fondation Internationale Carrefour (interventions d'urgence, lutte contre l'exclusion, aide à la recherche).

Les politiques, engagements et ambitions de Carrefour dans ce domaine sont détaillés dans le premier rapport de développement durable que le Groupe a publié en 2002.



2001 : la **relance** de la **dynamique** commerciale

Europe > 26 - 37

Amérique latine > 38 - 43

Asie > 44 - 48



L'Europe, notre marché

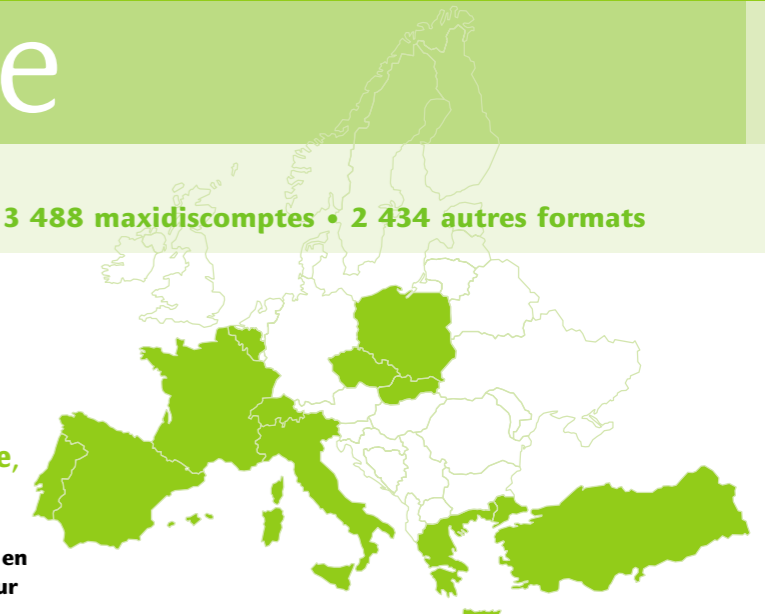
domestique

82 % du chiffre d'affaires

499 hypermarchés • 2 038 supermarchés • 3 488 maxidiscomptes • 2 434 autres formats



Un entretien avec **Joël Saveuse**, responsable de la zone Europe



■ **Suite à vos acquisitions de réseaux de magasins en 2000, d'importants chantiers étaient prévus pour 2001 : comment se sont-ils déroulés ?**

Nous avons intégré cette année les magasins de GB en Belgique, GS en Italie et Marinopoulos en Grèce. Ces changements ont été menés rapidement et avec d'excellents résultats comme en ont témoigné les progressions de ventes sur les derniers mois de l'année. Parallèlement, 2001 a été l'année de la relance de la dynamique commerciale dans tous les pays. Nous avons baissé nos prix, lancé des campagnes promotionnelles importantes, retravaillé nos assortiments. Ces actions ont porté leurs fruits et nous ont permis de gagner des parts de marché.

■ **Vous êtes aujourd'hui numéro un en France, en Espagne, en Belgique, en Grèce, premier groupe intégré en Italie et présent dans neuf pays européens : quels avantages tirez-vous de votre taille ?**

Au niveau de la zone, cette position nous permet de renforcer les synergies en faisant jouer la proximité géographique et culturelle. Dans nos quatre pays majeurs (France, Espagne, Belgique et Italie), une rationalisation des achats, de la logistique, du marketing ou encore des marques propres

a démarré, nous permettant de dégager des synergies et au final d'offrir des prix plus bas aux consommateurs. Nous allons continuer à travailler dans ce sens en 2002. Dans chacun des pays nos parts de marché et notre positionnement multiformat nous permettent également de faire jouer des synergies.

■ **Dans les années à venir, d'où va venir la croissance en Europe ?**

Tout d'abord du réseau existant : les hypermarchés et supermarchés que nous avons transformés ou rénovés améliorent leurs ventes au mètre carré et notre politique commerciale agressive nous permet de continuer à gagner des parts de marché. Ensuite, nos marchés en Europe sont loin d'être saturés : grâce au multiformat nous allons renforcer nos réseaux et la couverture de nombreux pays. En Grèce et en Turquie par exemple, un important programme d'ouverture de magasins maxidiscomptes est prévu pour 2002. Enfin, dans les pays plus matures, la franchise représente un formidable vecteur de croissance.

	Population 2001 (en milliers)	Croissance moyenne annuelle 2001-2006	Croissance du PIB en 2001	PIB / hab. (en USD)	Inflation 2001	Chiffre d'affaires sous enseignes (en M€)
Belgique	10 257	0,1 %	1,4 %	27 667	2,4 %	5 112
Espagne	39 492	0,1 %	2,6 %	19 843	3,5 %	11 089
France	59 515	0,3 %	2,0 %	24 494	1,7 %	43 156
Grèce	10 581	0,2 %	3,5 %	16 865	3,5 %	1 397
Italie	57 736	0,0 %	1,8 %	23 824	2,7 %	6 374
Pologne	38 646	0,0 %	1,5 %	9 407	6,0 %	663
Portugal	10 021	0,2 %	1,9 %	17 392	4,2 %	885
Rép. tchèque	10 268	-0,1 %	3,3 %	14 075	4,5 %	317
Slovaquie	5 414	0,1 %	2,2 %	11 452	7,5 %	612
Suisse	7 159	0,2 %	1,6 %	29 154	0,8 %	447
Turquie	65 933	1,2 %	-8,0 %	6 825	70,0 %	1 966
Autres pays*						72 018
TOTAL						

(*) Pays où le Groupe est présent au travers de partenaires ou de franchisés uniquement.

FRANCE

214 hypermarchés • 1 003 supermarchés • 459 maxidiscomptes • 1 520 magasins de proximité • 159 cash and carry

Premier pays du Groupe, et socle de ses développements, la France contribue pour 49 % à la réalisation du chiffre d'affaires de l'année. Les efforts menés au premier semestre par le Groupe en matière d'organisation, de conquête commerciale et de politique prix ont porté leurs fruits. Carrefour a reconquis rapidement ses parts de marché, avec une forte progression de l'ensemble de ses formats au quatrième trimestre 2001.

Hypermarchés Carrefour : une reconquête accélérée

Le premier semestre 2001 a vu s'achever le dernier chantier de la fusion : l'ensemble des magasins intégrés ont été dotés d'un même système de gestion. Ce dispositif mis en place a permis aux hypermarchés de retrouver une organisation compétitive. En 2002, un nouveau Carrefour sera ouvert à Melun-Sénart, plusieurs extensions de magasins sont prévues et une vingtaine seront remodelés. Parallèlement, le Groupe finira d'optimiser son organisation logistique. L'une des premières étapes de cette entreprise a été l'ouverture en novembre dernier d'un entrepôt textile central de 90 000 m² à Vert-Saint-Denis (77) qui fournira l'ensemble des hypermarchés en France.

■ Un positionnement prix offensif

"Tout Carrefour baisse ses prix !" : l'enseigne a entamé sa reconquête commerciale dès le mois de mai, misant sur un positionnement prix résolument offensif. Au mois

de novembre, Carrefour devançait ses concurrents grâce à une campagne agressive, lancée très tôt, sur le thème des jouets. Celle-ci a suscité un trafic important et permis de gagner des parts de marchés significatives sur l'ensemble de l'offre. Le chiffre d'affaires des rayons Jouets a augmenté de 13 % avant la période de Noël.

Le passage à l'euro a conforté le Groupe dans sa position de discompteur : blocage des prix, prix arrondis au centime inférieure, toutes les garanties ont été données au consommateur pour qu'il se sente gagnant dans cette transition. La fluidité aux caisses le 2 janvier, premier jour en euro, a démontré l'efficacité des actions mises en place par le Groupe auprès de ses clients et de ses salariés. En décembre 2001, les hypermarchés ont créé un écart avec les concurrents, dépassant de 4 points la progression moyenne du marché.

■ Une amélioration continue de l'offre

Parallèlement, le Groupe a poursuivi l'enrichissement de ses gammes de produits. Dans le domaine alimentaire, l'assortiment des gammes "terroir" et "bio" s'est élargi à neuf nouvelles filières qualité. Dans le non-alimentaire, l'aménagement de l'offre en univers de consommation s'est poursuivi et Carrefour a conforté ses positions de premier distributeur français de matériel micro-informatique et de produits bruns.

Le Groupe a également engagé une série d'actions de merchandising destinées à conforter la rentabilité de ses magasins : en 2002, l'installation de nouveaux concepts dans les hypermarchés se poursuivra.

Supermarchés Champion : une progression dynamique

Les supermarchés Champion, deuxième enseigne en France, ont poursuivi une progression dynamique. Cette évolution a été en partie portée par le succès de la carte Iris Champion. Détenu par 6 millions de clients, elle contribue pour près de 75 % au chiffre d'affaires de l'enseigne. Devant ce succès, Champion a décidé d'en renforcer l'impact en lançant en janvier 2002 "Ticket + Champion", une opération généralisant la distribution de bons d'achats dans tous les supermarchés Champion. Autre élément de fidélisation, les produits frais sont devenus un vecteur important de la différenciation de Champion. L'enseigne a mis en place ou valorisé, dans tous les magasins, un espace "marché". Positionné à l'entrée du magasin, il permet au consommateur de s'approvisionner plusieurs fois par semaine en fruits et légumes frais, produits de bouche, poissons.

Le parc compte 1 003 magasins, dont la moitié gérée en franchise. En 2001, l'enseigne a décidé d'intégrer dans une seule organisation ses magasins intégrés et franchisés, ces derniers faisant auparavant l'objet d'une gestion spécifique.

Maxidiscompte : l'essor de Ed

Ed a accéléré sa croissance en France. L'extension de son parc à 459 magasins (35 ouvertures en 2001) et sa dynamique commerciale ont porté ses ventes à 1,7 milliard d'euros, ce qui constitue une progression de 9 % à périmètre comparable et de 11 % au total. L'enseigne a multiplié les initiatives afin de renforcer encore ses positions : 200 produits Dia ont enrichi l'assortiment, l'offre de fruits et légumes s'est généralisée dans tout le

réseau. Les méthodes de gestion Dia ont été introduites dans tous les magasins. Les 112 magasins parisiens ont été remodelés.

Tirant parti de la puissance d'achat du Groupe, l'enseigne va s'attacher en 2002 à augmenter la part des marques nationales dans ses rayons, aujourd'hui occupés à 80 % par des produits à marque propre. En 2002, Ed devrait compter plus de 500 magasins.

Les autres formats

■ Les magasins de proximité

Avec un chiffre d'affaires en progression de 4,7 % à magasins constants, les enseignes Marché Plus, Shopi et 8 à Huit ont confirmé le leadership du Groupe dans le commerce de proximité. Les nouveaux concepts de libre-service axés sur la flexibilité et les services se sont révélés pertinents face aux attentes d'une clientèle urbaine.

La marque de produits Grand Jury continue à se développer et lancera en 2002 une gamme de produits Bio Grand Jury. Shopi a ouvert 83 nouveaux magasins en 2001 et procédé à 18 agrandissements. Les 200 magasins intégrant son nouveau concept, mis en place depuis 2000, ont réalisé des performances de 10 % supérieures aux autres. Une centaine de magasins seront rénovés en 2002.

Marché Plus regroupe des magasins très urbains, tournés vers les services avec des horaires très larges. L'enseigne poursuivra en 2002 son déploiement dans l'ensemble de la France.

8 à Huit : l'enseigne a testé cette année un nouveau concept de plus petite taille (2 500 références), axé sur le prêt-à-consommer. Ayant rencontré un vif succès à Paris, ces magasins seront progressivement développés en province.



Événements 2001

Mars

Cession de la participation de 73,9 % détenue par Carrefour dans Picard Surgelés pour un montant de 624 millions d'euros.

Avril

17 stations-service sur autoroute prennent l'enseigne Carrefour.

Mai

Lancement de la campagne "Tout Carrefour baisse ses prix !".

Août

Première simulation grandeur nature du passage à l'euro au magasin de Montesson (78).

Octobre

Lancement de la campagne anniversaire des 38 ans de Carrefour, sur le thème "Des jours de rêve".

Octobre

Cession de participations croisée entre Carrefour et Metro AG : Carrefour cède à Metro sa participation de 20 % dans Metro France et Metro cède à Carrefour sa participation de 20 % dans les sociétés exploitant les cinq premiers hypermarchés Carrefour en Italie.

Novembre

Approbation par la Commission européenne de la cession à la Deutsche Bank de la participation de 43,6 % détenue par Carrefour dans la société Cora.

Décembre

A partir du 14 décembre, les services financiers Carrefour distribuent les premiers kits euros avant la mise en circulation des pièces et billets. En quelques jours, plus de 850 000 kits seront vendus.

Janvier 2002

Lancement du "Ticket + Champion", opération marketing ciblée permettant aux six millions de détenteurs de la carte de fidélité Iris de bénéficier de promotions très personnalisées.

■ Le cash and carry : Promocash

Le développement de l'activité de cash and carry est favorisé par la progression de la restauration hors domicile qui caractérise les modes de vie modernes.

Promocash dispose d'une couverture territoriale exceptionnelle avec 130 magasins en France, dédiés aux restaurateurs, aux revendeurs et à l'ensemble des professionnels des métiers de bouche. Promocash adapte son parc et fait évoluer ses concepts pour apporter des solutions encore mieux adaptées aux restaurateurs, qui représentent une part croissante de sa clientèle. Ces transformations passent notamment par un important développement de l'offre de produits frais. Une nouvelle approche commerciale a, par ailleurs, été mise en place. Celle-ci est fondée sur une segmentation plus fine de la clientèle et une approche relationnelle personnalisée. Cette organisation était nécessaire pour accueillir la nouvelle base de données clientèle que Promocash mettra en place courant 2002.

■ La restauration collective : Prodirest

Spécialiste de la restauration hors foyer, Prodirest distribue des produits alimentaires et non alimentaires qui répondent aux besoins de la restauration commerciale et collective.

Grâce à ses 1 800 collaborateurs, Prodirest développe un service de proximité : 250 commerciaux, 150 télévendeuses sont quotidiennement au service de plus de 40 000 clients et s'appuient sur un réseau de 25 établissements et de 400 camions.

Depuis 1999, Prodirest s'est lancé dans une démarche de certification de services acquise auprès d'un organisme indépendant, Qualicert, qui garantit de façon officielle l'engagement qualité de Prodirest vis-à-vis de ses clients. A ce jour, quatre établissements ont obtenu la certification Qualicert. L'objectif poursuivi par l'entreprise est la certification de l'ensemble de ses sites à fin 2003.

■ Le cybermarché Ooshop

Le site ooshop.com, spécialiste du commerce alimentaire en ligne, a poursuivi son développement en lançant son activité sur la ville de Lyon en février 2001 et en étendant sa zone de livraison en région parisienne.

Le site a également étoffé son offre à plus de 6 000 références et l'a considérablement renforcée en fruits et légumes, produits frais et surgelés.

Pour accompagner son expansion, Ooshop a ouvert en septembre deux nouveaux entrepôts de préparation pour produits secs et produits frais.



ESPAGNE

113 hypermarchés • 167 supermarchés • 2 389 maxidiscomptes • 28 cash and carry

Premier Groupe de distribution espagnol avec 25 % de parts de marché tous formats confondus, Carrefour a accentué son avance, grâce aux effets conjugués de l'impulsion donnée aux ventes, de son positionnement discount, des actions publicitaires et du développement de la marque propre.

Hypermarchés : le dynamisme de l'enseigne Carrefour

Premier réseau d'hypermarchés du pays, Carrefour est implanté sur tout le territoire. En 2001, le Groupe a ouvert quatre magasins, conformément aux prévisions : à Avila, San Sebastian de Los Reyes (Madrid), Alcalá de Henares (Madrid) et Vitoria. Douze magasins ont également été cédés pour répondre à la demande des autorités de la concurrence suite à la fusion avec Promodès.

L'enseigne a travaillé de concert son positionnement prix, ses assortiments, l'intégration d'outils de fidélisation, tout en achevant les derniers chantiers de la fusion.

■ Un nouvel élan commercial

De nombreuses opérations très rapprochées ont assis le positionnement prix de Carrefour : remise de 25 % sur les manuels scolaires, campagne "Trois produits pour deux", promotions dans les stations-service et en fin d'année l'anniversaire. L'impact de ce premier anniversaire de l'enseigne Carrefour en Espagne a été appuyé par une importante campagne télévisuelle. La carte de fidélité Club Carrefour, lancée en février 2001, a déjà séduit 4 millions de ménages : 70 % l'utilisent régulièrement. En 2001, la marque Carrefour s'est imposée dans les rayons : entre novembre 2000 et décembre 2001, 1 600 références Carrefour ont enrichi l'assortiment alimentaire. Ces produits ont réalisé un chiffre d'affaires de 480 millions d'euros, contribuant à hauteur de 16 % au chiffre d'affaires réalisé en 2001 dans l'alimentaire. 500 produits bazar à marque Carrefour ont également été introduits.

■ Une professionnalisation accrue du non-alimentaire

A l'instar des distributeurs spécialisés, Carrefour a intégré une offre de matériel électronique attractive, comprenant

un large choix de produits haut de gamme présentés dans un univers dédié et par une force de vente spécialisée. Dotée d'un rayon textile particulièrement apprécié, l'enseigne a renforcé son professionnalisme dans chaque rayon, en les mettant sous la responsabilité d'un chef de collection et d'un designer.

Champion : un réseau en forte expansion

L'enseigne s'est engagée dans un programme ambitieux d'expansion et de rationalisation de son parc, ciblé sur toutes les régions où elle est implantée : dix-sept magasins ont été ouverts en 2001.

Ces surfaces bénéficient d'un concept modernisé, caractérisé par une nouvelle disposition qui facilite le parcours d'achat du client, une visibilité accrue des rayons frais, une nouvelle décoration, une signalisation plus pratique. L'enseigne a enrichi ses assortiments en 2001 et dispose aujourd'hui de 1 000 références à sa marque, réputée pour offrir le meilleur rapport qualité/prix.

Le Groupe a cédé 18 supermarchés en 2001, conformément à la demande des autorités de la concurrence.

Dia : une enseigne plébiscitée par les espagnols

Avec 2 389 magasins sous enseigne à fin 2001, Dia confirme sa position de premier réseau de maxidiscompte du pays. L'enseigne préférée des espagnols – 55 % des foyers s'y rendent au moins une fois par mois – a accru ses ventes de 5,1 % à magasins constants, et de 8,5 % au total. La carte de fidélité, détenue par 6 millions de ménages, permet un véritable marketing individualisé. Pour accompagner son expansion rapide, l'enseigne a ouvert 100 magasins en 2001 et en a agrandi 63. En 2002, le parc devrait atteindre 2 500 magasins, dont 800 franchisés.



BELGIQUE

57 hypermarchés • 347 supermarchés • 94 magasins de proximité

Depuis l'acquisition en juillet 2000 du groupe de distribution GB, Carrefour est devenu l'opérateur du premier réseau d'hypermarchés en Belgique et du deuxième réseau de supermarchés. La Belgique se positionne comme le quatrième pays du Groupe avec un chiffre d'affaires commercial supérieur à cinq milliards d'euros.

Carrefour a entrepris le redressement de GB en s'appuyant sur quatre leviers : une nouvelle dynamique commerciale, une amélioration des conditions d'achats et des relations fournisseurs, un programme d'investissements très important et un plan de formation des hommes sans précédent.

Les résultats en fin d'année 2001 se révèlent prometteurs : le chiffre d'affaires du Groupe enregistre au quatrième trimestre une progression en comparable de 8,5 %.

Hypermarchés : une mise au format accélérée

En moins d'un an, Carrefour a transformé, modernisé et rebaptisé tous les hypermarchés GB. Cette transformation s'est effectuée en trois vagues : 17 magasins ont pris l'enseigne Carrefour en mai, 16 en août et les derniers en octobre.

De gros investissements ont également été réalisés dans les prix. Entre 4 000 et 8 000 prix ont baissé lors du changement d'enseigne et dès le mois de mai, les dix-sept premiers nouveaux Carrefour affichaient les prix les moins chers du marché.

D'importantes campagnes de communication ont contribué à améliorer le positionnement prix de l'enseigne. La première campagne promotionnelle nationale de Carrefour en Belgique "Un mois jamais vu" a connu un succès exceptionnel, améliorant la dynamique de l'enseigne et entraînant une hausse du chiffre d'affaires de près de 15 %.

L'offre des magasins a également été améliorée grâce à l'introduction progressive, aux côtés de la marque GB, de 419 produits de marque Carrefour et de 120 produits des gammes Reflets de France, Escapades Gourmandes et Destination Saveurs.

Les hypermarchés se sont également dotés de nouveaux rayons en non-alimentaire, spécialisés notamment en produits bruns.

Supermarchés et proximité : modernisation progressive

Les supermarchés GB (72 magasins intégrés et 275 franchisés) et les magasins de proximité ont conservé leur enseigne en raison de leur très forte notoriété dans le pays. Le rajeunissement de la marque GB a été entamé en 2001 ; 45 supermarchés ont été remodelés selon les concepts en vigueur dans le Groupe : accent sur les produits frais et les articles premiers prix, intensification de la politique promotionnelle.

En avril, une importante campagne de baisse des prix concernant plus de 3 000 références a démarré dans l'ensemble des magasins. Cette politique de baisse des prix a été spontanément suivie par tous les franchisés. Par ailleurs, un programme d'expansion des enseignes de proximité est en cours.

Les résultats obtenus fin 2001 sur les supermarchés modernisés sont encourageants avec une hausse significative du taux de fréquentation et un chiffre d'affaires en croissance de 5 %.



ITALIE

37 hypermarchés • 301 supermarchés • 567 magasins de proximité • 11 cash and carry

Le rachat de l'opérateur GS en mars 2000 a permis la percée de Carrefour en Italie où il s'impose comme premier Groupe intégré du secteur. Dans un marché très fragmenté, encore dominé par la distribution traditionnelle, l'ambition du Groupe est d'accélérer ses gains de parts de marché et de tirer le meilleur parti du fort potentiel de ce pays.

Le Groupe a achevé en 2001 l'harmonisation des enseignes et des assortiments : alors que les supermarchés conservent leur enseigne, les hypermarchés sont tous devenus des Carrefour et les magasins de proximité se sont unifiés sous l'enseigne Di per Di.

Les hypermarchés intègrent le concept Carrefour

Au 31 janvier 2001, les changements d'enseigne étaient effectués. Le Groupe s'est alors concentré sur l'introduction en rayon de ses marques propres et sur l'adaptation des assortiments aux spécificités régionales. Au total, 445 références Carrefour, 15 produits filiales et 435 produits premiers prix ont enrichi l'assortiment alimentaire et 700 références sont venues renforcer l'offre de non-alimentaire. Parallèlement, les services ont été déployés avec l'inauguration de L'Ottico, les magasins d'optique, et avec l'ouverture de la première station-service à Nichelino.

Les supermarchés optimisent leurs surfaces

Le réseau GS, le premier du pays, avec 301 magasins dont 109 franchisés, a gardé son enseigne. Quatre magasins ont été ouverts en 2001.

Le réseau a poursuivi un développement commercial dynamique axé sur la personnalisation de la relation client. Sa carte de fidélité a gagné cette année 200 000 porteurs, portant le nombre de ses détenteurs à 1 500 000 et son taux de pénétration à 70 % de la clientèle.

Un modèle pour les produits frais

A travers le réseau GS, Carrefour dispose d'un savoir-faire inégalé en matière de produits frais, qu'il propose aujourd'hui en modèle à l'ensemble de ses magasins. Certaines avancées de GS en alimentaire sont progressivement exportées vers d'autres pays d'Europe : salades fraîches coupées et emballées devant le client, plats cuisinés, glaces italiennes. Début 2002, une équipe de GS a été déléguée au Brésil pour accompagner le développement des produits frais.

Les autres formats poursuivent leur croissance

Di per Di, la proximité

Bien adapté aux habitudes de consommation locales, le réseau de proximité est voué à une forte expansion, que devrait favoriser le regroupement des différentes structures sous l'enseigne Di per Di. Le Groupe déploie deux concepts, adaptés chacun à une typologie de magasin : Di per Di Express, pour des surfaces situées entre 150 et 250 m², et Di per Di Il Supermercato, de 250 à 400 m². Ces magasins connaissent une forte progression.

Docks Market et Grosslper, le cash and carry

Docks Market et Grosslper, les enseignes de cash and carry du Groupe en Italie, se distinguent par leur forte spécialisation dans les produits frais. Leur chiffre d'affaires se répartit de façon équilibrée entre les activités de revente et de services à la restauration et aux collectivités.

Une puissance d'achat qui va se renforcer

La réorganisation des activités de Carrefour en Italie va permettre de dégager de nombreuses synergies entre formats, notamment dans le domaine des achats et de la logistique. Positionnée à la troisième place des centrales d'achat italiennes, la centrale Carrefour est la seule qui soit détenue par une seule société. En 2001, elle représentait auprès des fournisseurs locaux 1 150 points de vente intégrés et franchisés de différents formats et une surface de vente supérieure à un million de m².





GRECE

11 hypermarchés • 128 supermarchés • 228 maxidiscomptes

Le Groupe Carrefour-Marinopoulos est le premier groupe de distribution du pays avec 21 % de parts de marché sur un marché très fragmenté et très concurrentiel. La croissance de 9 % des ventes du Groupe dans le pays en 2001 s'explique par le dynamisme commercial des hypermarchés et la force d'attraction de l'enseigne de maxidiscompte Dia.

Hypermarchés : le concept Carrefour porte ses fruits

Le bilan de la première année passée sous l'enseigne Carrefour est encourageant : le réseau a gagné des parts de marché significatives grâce à une dynamique commerciale renforcée et à l'ouverture d'un nouveau magasin à Athènes au mois de mars.

Le mois anniversaire proposant chaque jour un produit à prix exceptionnel a remporté un vif succès. L'impact de cet événement a été très fort car il a été appuyé par une importante campagne télévisuelle contribuant à consolider le positionnement prix de l'enseigne. L'intégration des concepts Carrefour a modifié la configuration des magasins et amélioré leur mode de fonctionnement. De plus, de nouveaux systèmes d'approvisionnement et de gestion des stocks ont été mis en place dans tous les magasins, permettant d'améliorer la productivité.

Supermarchés : modernisation de la quasi-totalité du parc

L'intégration des 125 magasins Marinopoulos a constitué le gros chantier de l'année en Grèce. 80 d'entre eux ont déjà été complètement remodelés et rebaptisés à l'enseigne Champion-Marinopoulos. Une démarche appréciée des clients, puisque les magasins modernisés ont connu de fortes progressions, avec des ventes en moyenne de 20 % supérieures à l'année précédente.

Les supermarchés ont étoffé leur pôle alimentaire : les produits frais ont été développés, les produits Champion ont été introduits et un assortiment commun avec les hypermarchés a été défini. Les synergies entre les hypermarchés et les supermarchés ont commencé à se mettre en place ; elles seront développées en 2002.

Maxidiscomptes : une croissance accélérée

Dia a poursuivi l'expansion de son réseau en ouvrant 38 magasins, portant son parc à 228 magasins. Son chiffre d'affaires s'est accru de 25 %, résultat d'une très bonne activité au second semestre. La franchise est un relais de croissance qui permet d'accélérer la constitution d'un réseau national Dia : plus de la moitié des magasins ouverts sont du ressort des franchisés. En 2002, Dia prévoit l'ouverture de 40 surfaces, dont 24 en franchise.

POLOGNE

9 hypermarchés • 51 supermarchés

En Pologne, Carrefour poursuit une expansion rapide. Le Groupe a concrétisé en 2001 l'intégration de Globi constitué de 26 supermarchés. Au total, les ventes du Groupe ont progressé de 77% sur l'année et de 30 % à périmètre constant.

Hypermarchés : consolidation des positions

Dans un contexte de forte concurrence, les hypermarchés ont accru de 11,6 % leur chiffre d'affaires (9,5 % à surface constante), grâce à une politique de prix très agressive, un travail en profondeur sur l'offre alimentaire et non alimentaire et à une adaptation permanente à l'évolution du marché polonais.

Carrefour a ouvert son neuvième magasin à Szczecin sur une surface de 8 000 m², dans une galerie marchande de 80 boutiques. Deux autres magasins devraient être ouverts en 2002.

Supermarchés : un grand pas en avant

Carrefour Pologne et Globi ont réalisé leur fusion : rapprochement des équipes, harmonisation des assortiments, de la logistique et uniformisation des systèmes informatiques. Les trois enseignes du pays, Carrefour, Champion et Globi bénéficient désormais d'une base de données informatiques unique. Le Groupe a pu, dès le quatrième trimestre, tirer les fruits de l'amélioration des conditions d'achat induite par la fusion. L'intégration du réseau Globi a permis à Champion d'accélérer de façon significative son expansion en Pologne. Pour conforter cette position, neuf Champion ont été ouverts en 2001 et devraient être suivis par une dizaine d'autres en 2002.





REPUBLIQUE TCHEQUE ET SLOVAQUIE

11 hypermarchés

L'expansion de Carrefour en République tchèque et en Slovaquie bénéficie de la progression du PNB et du pouvoir d'achat. Depuis 1998, l'enseigne a ouvert sept magasins en République tchèque dans les six grandes villes du pays. Le septième magasin, ouvert à Prague en juin 2001, fait figure de magasin vitrine. Étendu sur une surface de 10 000 m² sur deux étages au cœur d'une grande galerie commerciale, il a enregistré 540 000 débits en décembre.

Carrefour s'est implanté en Slovaquie au second semestre 2000 avec l'ouverture de deux magasins à Bratislava, capitale du pays. En 2001, l'enseigne s'est dotée de deux surfaces supplémentaires en province, l'une située à Kosice, à l'est du pays à proximité de l'Ukraine, et l'autre à Zilina. Une politique de prix offensive a été menée en 2001 et s'est traduite par la mise en place de 450 produits premiers prix dans les assortiments alimentaires.

PORTUGAL

5 hypermarchés • 326 maxidiscomptes

En juin, Carrefour a racheté au Groupe portugais Espirito Santo, partenaire historique de Carrefour au Portugal, la participation qu'il détenait dans la société, portant ainsi sa participation à 99,6 %.

Le Portugal a connu en 2001 une période de récession économique entraînant une baisse de la consommation. Malgré ce contexte, Minipreço, l'enseigne de maxidiscompte dans le pays, se développe de façon rapide et a enregistré une progression de ses ventes sur l'année de 30 %. Les magasins Minipreço ont bénéficié en 2001 d'un ensemble d'innovations exportées d'Espagne par Dia : la carte de fidélité, proposée dès janvier 2001 par le réseau, est déjà détenue par 800 000 ménages.

L'expansion des hypermarchés au Portugal est rendue difficile par un contexte réglementaire peu favorable au déploiement de ces surfaces. Les actions en 2001 ont porté sur deux axes majeurs : la dynamique commerciale et la recherche des synergies avec Carrefour Espagne. En septembre, de nombreux produits alimentaires à marque distributeur provenant d'Espagne ont été introduits dans les magasins portugais. Dans le non-alimentaire, des synergies sont également développées notamment avec les collections bazar et textile de Carrefour Espagne. Les campagnes commerciales fortes réalisées au dernier trimestre 2001 ont contribué à faire progresser notre part de marché dans le pays.

SUISSE

11 hypermarchés

Carrefour a créé en Suisse une joint-venture avec le Groupe Maus dont il détient 40 % et au travers de laquelle il exploite, depuis janvier 2001, dix hypermarchés sous enseigne Jumbo. Un important travail d'adaptation de ces magasins aux normes Carrefour a débuté en 2001 et se poursuit en 2002. Ce travail concerne d'une part l'offre commerciale, notamment avec l'introduction progressive des produits Carrefour et des premiers prix, et d'autre part l'harmonisation des systèmes de gestion. La transformation des magasins sera clôturée par le changement des enseignes en septembre 2002, date à laquelle les magasins Jumbo seront rebaptisés Carrefour. L'anniversaire des 38 ans de Carrefour a été fêté dans tous les magasins Jumbo et a connu un gros succès commercial. Le Groupe a également ouvert en avril un magasin supplémentaire dans le pays, directement sous enseigne Carrefour, permettant de tester l'impact de la marque sur les clients. Ce nouveau magasin a été très bien accueilli et enregistre de bons résultats.

TURQUIE

10 hypermarchés • 3 supermarchés • 86 maxidiscomptes

La crise économique qui a suivi la forte dévaluation du mois de février a pesé sur les performances du Groupe dans le pays.

Les hypermarchés ont pâti de la forte chute de la consommation malgré un positionnement prix très compétitif. Cependant, le nouvel hypermarché d'Ankara, inauguré en décembre 2001, a vite connu un immense succès, accédant par ses débits au deuxième rang des distributeurs de la zone. Deux nouveaux hypermarchés de grande taille pourraient être ouverts en 2002 à Istanbul.

Carrefour a également préparé l'avenir en engageant des partenariats avec des agriculteurs afin de mettre sur pied un programme de filières qualité. Les premières filières seront mises en œuvre en 2002.

Le Groupe a inauguré les trois premiers **supermarchés** Champion. Concentrés sur la zone d'Istanbul, ils ont réalisé de bonnes performances et démontré que le concept Champion est bien adapté aux attentes d'une population habituée au commerce de rue. Le réseau devrait s'étoffer de trois nouvelles surfaces en 2002.

L'activité de maxidiscompte a accéléré son expansion. Dia a enregistré, pour sa deuxième année pleine dans le pays, une progression de chiffre d'affaires de plus de 20 % à surface comparable. Le positionnement très compétitif de l'enseigne s'est révélé un avantage concurrentiel déterminant en période de crise économique. L'enseigne a doublé son parc de magasins en ouvrant 49 unités avec pour objectif d'atteindre 113 magasins en décembre 2002.



L'Amérique latine, un renforcement du

multiformat



12 % du chiffre d'affaires

124 hypermarchés • 263 supermarchés • 266 maxidiscomptes



Un entretien avec
Philippe Jarry,
responsable
de la zone Amériques



■ **La crise en Amérique latine a touché deux grands pays d'implantation de Carrefour. Comment avez-vous réagi ?**

Avec un chiffre d'affaires 2001 de 10 078 millions d'euros, Carrefour est le premier distributeur d'Amérique latine. Grâce à cette position forte, nous faisons face depuis plus de deux ans aux effets conjugués de la crise argentine et de la baisse du réal brésilien. Pour contrer l'aggravation de cette conjoncture, qui a pesé sur notre progression commerciale en 2001, nous avons consolidé nos différents réseaux, nous nous sommes repositionnés commercialement et géographiquement ; et nous avons continué à gagner des parts de marché.

■ **Quel est l'avenir du Groupe en Amérique latine ?**

Le potentiel de croissance de la distribution moderne en Amérique latine est à la mesure du continent : immense. Nous bénéficions dans notre stratégie de conquête de notre antériorité dans cette région où nous nous sommes implantés en 1975 et d'une forte notoriété dans nos cinq pays. Les développements futurs de Carrefour visent la densification de son maillage en jouant sur la diversité de ses formats et en ciblant les régions à forte densité de population.

L'ouverture cette année des 17 premiers maxidiscomptes au Brésil, complétant les 250 magasins Dia en Argentine, constitue une étape clé de cette stratégie.

	Population 2001 (en milliers)	Croissance moyenne annuelle 2001-2006	Croissance du PIB en 2001	PIB / hab. (en USD)	Inflation 2001	Chiffre d'affaires sous enseignes (en M€)
Argentine	37 400	1,1 %	-2,2 %	12 845	-1,4 %	4 606
Brésil	170 808	0,8 %	1,0 %	7 699	6,7 %	4 317
Chili	15 350	1,0 %	3,1 %	9 636	3,4 %	139
Colombie	42 910	1,6 %	1,7 %	6 074	8,1 %	229
Mexique	100 346	1,4 %	0,0 %	9 112	6,2 %	787
TOTAL						10 078

ARGENTINE

22 hypermarchés • 132 supermarchés • 249 maxidiscomptes

Présent en Argentine depuis 1982, Carrefour est le premier distributeur du pays. La prise de contrôle en avril 2001 du management du groupe Norte, premier opérateur de supermarchés du pays, a ouvert de nouvelles perspectives au Groupe, qui dispose désormais d'un maillage national et multiformat significatif dans un pays grand comme cinq fois la France.

Hypermarchés : bonne résistance à la crise

La relance de la dynamique commerciale dans les hypermarchés argentins s'est appuyée sur deux actions majeures : d'une part un gros travail sur l'offre de produits frais et d'autre part d'importants investissements dans les prix, notamment sur les produits de grande consommation. Un programme de rénovation des magasins et d'adaptation des concepts aux attentes des clients a été lancé.

Les hypermarchés de Vicente Lopez et de San Lorenzo ont été remodelés. Le second, agrandi et modernisé, sert aujourd'hui de magasin vitrine.

Ces actions ont rapidement porté leurs fruits puisque, malgré la crise, la fréquentation des magasins était en hausse au second semestre. Cependant, la chute brutale du pouvoir d'achat des Argentins a entraîné une baisse du panier moyen des clients.

Début 2002, une campagne promotionnelle "Carrefour rembourse 10 fois la différence" a permis au Groupe de renforcer son positionnement de discompteur.

De plus, sa puissance d'achat lui a permis d'agir auprès de ses fournisseurs pour freiner les spéculations sur les prix et maintenir ses prix au plus bas du marché.

Ainsi, les résultats commerciaux enregistrés par les magasins dans une période de crise économique profonde témoignent de la force de leur ancrage auprès de la population.

Supermarchés : l'année de l'intégration

En avril 2001, Carrefour qui détenait 70 % de sa filiale Norte augmente sa participation à 100 % et prend le management de la société. Le réseau de Norte est composé de plus de 130 magasins, répartis sur l'ensemble du territoire argentin et bénéficiant d'une très bonne image auprès de la population argentine. Un travail sur les assortiments a rapidement commencé avec deux principaux objectifs : l'optimisation d'un assortiment commun et une adaptation de l'offre aux tendances régionales. Les concepts assurant la réussite des supermarchés dans les autres pays ont également été mis en place : priorité aux produits frais, renforcement des marques propres, réduction du non-alimentaire, introduction de la marque Tex en textile, etc. Malgré le contexte de crise, l'intégration de Norte s'est bien passée et des synergies importantes ont pu être mises en place avec le réseau d'hypermarchés en matière de gestion, d'achats et d'approvisionnement. Début 2002, un nouvel assortiment et une nouvelle politique de prix ont été mis en place afin de s'adapter à la nouvelle donne du pays.

Maxidiscomptes : poursuite de l'expansion

La crise argentine a pesé sur la progression du chiffre d'affaires de Dia. Les émeutes du mois de décembre ont entraîné la fermeture pendant plusieurs jours d'une vingtaine de magasins. Dia a cependant poursuivi en 2001 l'extension de son parc, qui totalisait à fin décembre 256 unités, en ouvrant 44 magasins. Pour renforcer son enracinement régional, le Groupe a commencé à développer un réseau de franchisés au second semestre avec la création de 5 magasins.



BRESIL

74 hypermarchés • 131 supermarchés • 17 maxidiscomptes

Dans un contexte perturbé par la dévaluation du réal et une crise énergétique, Carrefour maintient ses parts de marché grâce à d'importants efforts de restructuration visant l'intégration de son nouveau réseau de supermarchés.

Hypermarchés : toujours en conquête

Premier exploitant d'hypermarchés du pays, Carrefour après une période d'adaptation à la crise énergétique, qui freine la consommation de surgelés, du frais et de l'électroménager, a reconquis des parts de marché dès le troisième trimestre. Ces gains sont le fruit d'une politique de prix très attractive associée à une offre de marchandises et à une communication mieux adaptées aux spécificités des zones de chalandise.

L'enseigne a ouvert en 2001 deux hypermarchés à Sorocaba (Etat de São Paulo) et à Rio de Janeiro.

Supermarchés : uniformisation du réseau

Entre 1998 et 2000, le Groupe a acquis 110 supermarchés issus de sept réseaux différents. L'année 2001 a été la première année de pleine exploitation des supermarchés sous l'enseigne Champion ; elle a été marquée par de profondes restructurations visant à intégrer le concept et à l'adapter aux modes de consommation du pays. La réorganisation des différentes chaînes avec l'implantation d'outils communs et de méthodes de travail identiques sera achevée au premier trimestre 2002.

Champion a recentré ses développements sur cinq régions prioritaires : Rio, São Paulo, Espirito Santo, Brasília, Belo Horizonte. Vingt-cinq magasins ont été ouverts dans ces zones cibles, et neuf points de vente non stratégiques ont été vendus.

Pour bien positionner les magasins sur leur marché local, l'enseigne a privilégié une organisation fortement décentralisée avec une délégation de pouvoirs importante à ses responsables régionaux.

Maxidiscomptes : le Brésil, septième pays de Dia

En 2001, Dia a fait ses premiers pas à São Paulo, en ouvrant dix-sept magasins entre les mois de juillet et décembre.

Le déploiement de l'enseigne dans le pays va s'accélérer en 2002 : sur la seule ville de São Paulo, 60 nouveaux magasins seront ouverts. Dia profite pour s'implanter dans le pays des réseaux d'hypermarchés et de supermarchés du Groupe.

Acteur local impliqué

Avec 48 000 salariés, Carrefour est l'un des premiers employeurs du Brésil. A travers ses magasins, le Groupe est très engagé dans les actions de développement durable qui sont mises en œuvre dans le pays en matière d'environnement, d'emploi, de santé et d'éducation. Ainsi, les efforts de réduction de la consommation électrique réalisés par Carrefour pour faire face à la crise énergétique ont largement dépassé les objectifs fixés par le gouvernement.

Par ailleurs, le 25 août dernier, 40 000 enfants ont été vaccinés contre la poliomyélite dans les hypermarchés Carrefour convertis à cette occasion en centres de vaccination.

Dans le domaine de l'emploi, Carrefour a embauché 1 500 jeunes sans formation, en collaboration avec le gouvernement de l'Etat de São Paulo.



MEXIQUE

19 hypermarchés

Sur un marché très fragmenté, marqué par une affirmation progressive mais lente de la distribution moderne par rapport au commerce traditionnel, Carrefour concentre ses investissements dans la région Centre où il déploie 79 % de son infrastructure.

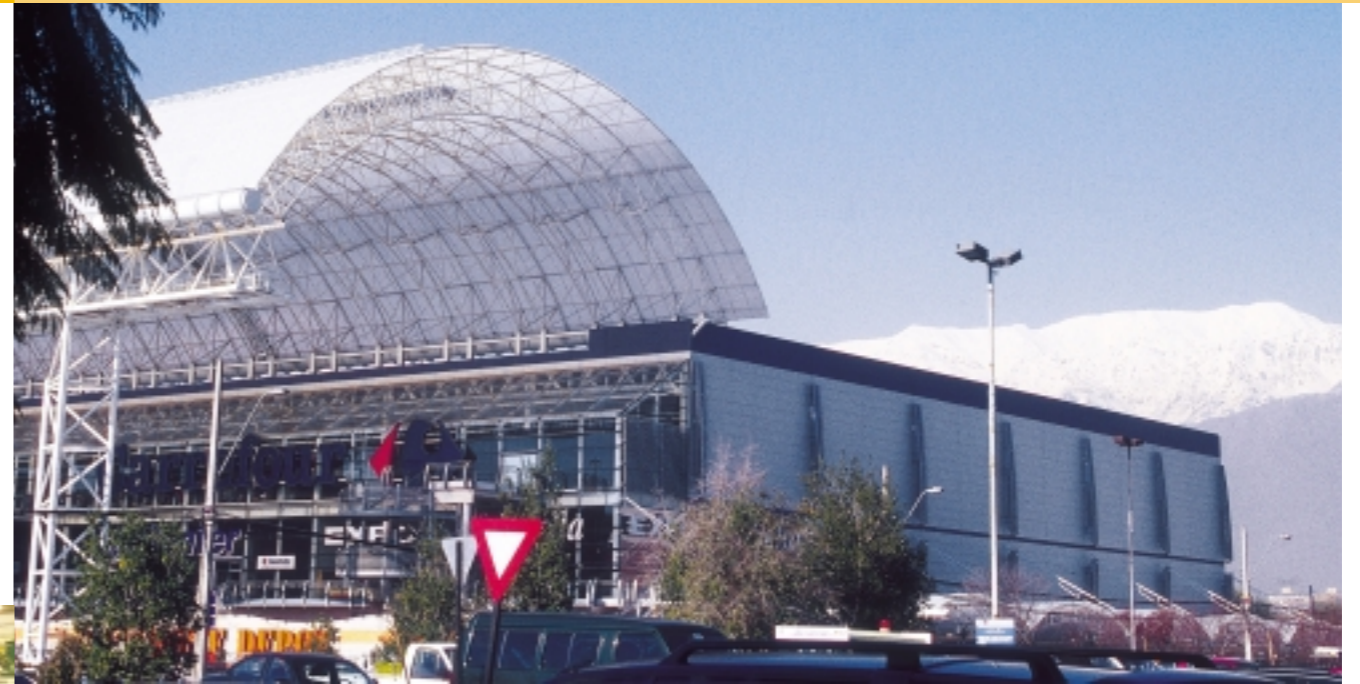
Les premiers effets de la crise américaine puis les événements du 11 septembre ont amorcé un changement du comportement des consommateurs, qui sont devenus beaucoup plus opportunistes dans leur recherche de prix bas.

Ces événements ont perturbé la progression de l'enseigne au second semestre. Le textile a mieux résisté, protégé par la bonne qualité des produits présentés et le succès des soldes.

Carrefour a réagi à ce ralentissement dès le mois d'octobre par des offres de produits et services attractives et de nombreuses actions promotionnelles.



L'enseigne a poursuivi sa politique de différenciation, en intensifiant la présence d'articles d'importation uniques dans le non-alimentaire. De nouveaux univers ont vu le jour dans les magasins : culture, jouets, aliments pour animaux. Depuis janvier 2001, l'enseigne bénéficie d'un service transversal de développement des ventes, chargé de centraliser l'ensemble des savoir-faire et des outils d'information afin de les rendre accessibles à tous les magasins. Carrefour a renforcé ses actions d'optimisation des achats, notamment par l'amélioration de conditions de négociation et un travail sur la réduction des stocks.



COLOMBIE

5 hypermarchés

Installé depuis 1998 en Colombie, le concept Carrefour connaît une belle réussite sur cette région en croissance, où la plupart des besoins en consommation ne sont pas couverts. L'enseigne bénéficie d'une très forte notoriété auprès de la population. En moins d'un an, le Groupe a doublé ses parts de marché et accru de 60 % à périmètre constant son chiffre d'affaires (79 % à taux de change constant). Carrefour a ouvert deux magasins en 2001 à Bogota, et devrait en inaugurer deux autres en 2002. Le management a été consolidé par la nomination des premiers cadres colombiens à des postes stratégiques et par la création de quatre nouvelles directions : formation, organisation et systèmes, développements et actifs. Un premier module de formation au service client a été mis en œuvre.

En décembre 2001, Carrefour Columbia s'est engagé auprès de l'Unicef dans la mise en place d'une Ecole Amie des enfants, axée sur la santé physique de l'enfant et sur son éducation.

CHILI

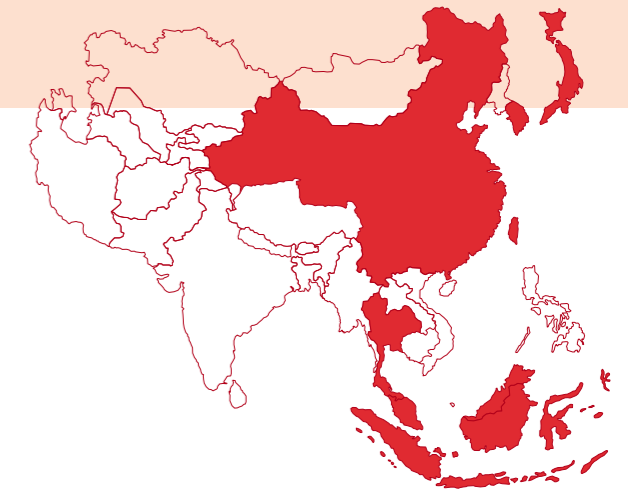
4 hypermarchés

Présent depuis 1998 au Chili, le Groupe progresse régulièrement dans ce pays très mature où le concept de l'hypermarché s'est imposé depuis peu. Pour répondre aux attentes d'une population à fort pouvoir d'achat, il privilégie des formats compacts et une offre proche de celle proposée en Europe, très centrée sur l'alimentaire. Le Groupe se différencie par un positionnement prix parmi les plus compétitifs du marché, un savoir-faire unique en matière de produits frais et des marques très qualitatives : en 2001, quarante références Reflets de France ont enrichi l'assortiment alimentaire. Carrefour a ouvert un quatrième magasin à Santiago de 8 000 m² et le magasin de Vélazquez a été reconfiguré pour s'étendre sur 10 000 m². Par une politique résolue d'enracinement et de différenciation, le Groupe gagne peu à peu du terrain sur un marché très concurrentiel : en 2001, ses ventes se sont accrues de 15 %, soit 32% à taux de change constant.

L'Asie, un formidable potentiel

de croissance

6 % du chiffre d'affaires
108 hypermarchés



Un entretien avec
René Brillet,
responsable
de la zone Asie

■ Quelle est la place de l'Asie dans le développement de Carrefour ?

Nous attendons beaucoup de cette zone : implantés en Asie depuis 1989, nous en connaissons bien les spécificités ; la rapide évolution des habitudes de consommation dans nos pays d'implantation nous semble prometteuse. L'Asie est le continent qui offre à terme le plus fort potentiel de croissance au Groupe, au travers de deux pays particulièrement attractifs : la Chine, qui va prochainement ouvrir aux acteurs mondiaux, par son adhésion à l'Organisation Mondiale du Commerce, un marché de plus d'un milliard d'habitants, et le Japon, par le pouvoir et le comportement d'achat de sa population.

■ Comment ont évolué vos marchés en 2001 ?

Les marchés asiatiques continuent à subir les effets de la crise japonaise. La dépression du marché américain pèse sur les pays exportateurs, tels Taïwan, la Malaisie ou le Japon. La puissance de notre concept, appuyée sur une politique de différenciation et de prix bas, nous a permis de

poursuivre notre croissance sur l'ensemble de nos implantations. Au 31 décembre 2001, les ventes en Asie présentaient, à périmètre constant, la plus forte progression du Groupe et à l'exception du Japon, qui est en phase de démarrage, tous les pays de la zone contribuaient positivement au résultat d'exploitation du Groupe.

■ Pourquoi fonder votre développement exclusivement sur l'hypermarché ?

Premier distributeur international en Asie, le Groupe est également le premier à y avoir installé le concept d'hypermarché. Nous en exploitons aujourd'hui 108, dont les trois quarts sont répartis entre Taïwan, la Chine et la Corée. L'avantage de l'hypermarché est qu'il permet de drainer rapidement une clientèle importante. Aujourd'hui, la maturité de certains pays et notre bonne connaissance des consommateurs locaux rendent possible l'introduction d'autres formats du Groupe dans cette région. Nous y réfléchissons.

	Population 2001 (en milliers)	Croissance moyenne annuelle 2001-2006	Croissance du PIB en 2001	PIB / hab. (en USD)	Inflation 2001	Chiffre d'affaires sous enseignes (en M€)
Chine	1 271 890	0,8 %	7,3 %	4 204	1,4 %	1 341
Corée du Sud	47 720	0,8 %	1,5 %	18 129	4,2 %	1 244
Indonésie	213 855	1,5 %	3,0 %	3 086	4,5 %	203
Japon	127 064	0,1 %	-0,6 %	26 183	-1,0 %	161
Malaisie	23 556	1,9 %	0,0 %	9 220	1,5 %	242
Singapour	3 511	3,4 %	-3,5 %	27 631	1,5 %	86
Taïwan	22 364	0,8 %	-2,1 %	22 085	0,3 %	1 460
Thaïlande	62 936	0,8 %	2,0 %	6 535	2,1 %	350
TOTAL						5 087



TAIWAN

26 hypermarchés

Numéro un du secteur de la grande distribution à Taïwan, Carrefour a poursuivi son expansion dans un climat économique maussade, l'ensemble des indicateurs économiques du pays s'étant dégradé en 2001.

L'enseigne a ouvert deux nouveaux magasins durant l'année à Kaohsiung et à Taipei. Dans ce contexte, Carrefour Taïwan a gagné des parts de marché grâce à une politique de prix résolument discount. D'importantes campagnes de promotions et de publicité ont accompagné les événements phares de l'année : Nouvel An chinois,

carnaval, anniversaire de Carrefour, permettant d'enregistrer d'importantes hausses de fréquentation, notamment en fin d'année.

En 2002, la qualité des sites et la bonne image de l'enseigne devraient permettre à Carrefour Taïwan de continuer à progresser en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité. L'enseigne continuera à maintenir des prix bas, poursuivra la relance des produits frais et mettra également l'accent sur les premiers prix et les produits à marque Carrefour.



CHINE

27 hypermarchés

Implanté en Chine depuis 1995 et premier distributeur étranger du pays, Carrefour se développe dans quinze des dix-sept principales villes chinoises.

En 2001, une procédure de réorganisation des structures juridiques de Carrefour effectuée en coopération avec les autorités chinoises a freiné momentanément notre développement dans le pays et retardé les ouvertures de magasins. Par sa seule dynamique commerciale, le Groupe a augmenté ses ventes de 15 % par rapport à 2000 en monnaie locale.

A la fin de l'année, Carrefour a obtenu les autorisations lui permettant de poursuivre son déploiement.

Le Groupe a repris son expansion depuis janvier 2002 et prévoit d'ouvrir entre sept et dix magasins par an.

L'adhésion de la Chine à l'Organisation Mondiale du Commerce en 2001 ouvre aux distributeurs étrangers de nouvelles perspectives de croissance à moyen terme. Carrefour est bien placé pour en tirer parti.

COREE

22 hypermarchés

Troisième distributeur de Corée, Carrefour a ouvert deux magasins à Séoul en 2001 et a enregistré une progression de 17 % de ses ventes en monnaie locale, aidé par la bonne résistance de la consommation des ménages au ralentissement de l'économie. La fin de l'année a été marquée par le lancement de la Power card, une carte Visa co-brandée Carrefour, Cetelem et Shinhan Bank, détenant une autorisation de crédit permanent. Cette carte qui constitue un outil marketing et de fidélisation important pour Carrefour a été lancée avec succès puisqu'à fin février plus de 100 000 personnes l'avaient déjà adoptée depuis son lancement le 12 décembre 2001. L'année a également été marquée par l'extension de la gamme de produits Carrefour dans les rayons : 950 produits alimentaires et textiles sont venus compléter une gamme totalisant aujourd'hui 1 850 produits. Un prix récompensant les entreprises étrangères et décerné par le ministère du Commerce et de l'Industrie coréen a été remis à Carrefour pour la qualité de ses investissements dans le pays ainsi que pour sa contribution à la création d'emplois.

En 2002, Carrefour Corée continuera à adapter son concept aux attentes des consommateurs coréens.

THAILANDE

15 hypermarchés

L'enseigne a ouvert quatre magasins en 2001 et renforcé sa présence dans la capitale : le Groupe disposait fin 2001 de quatorze surfaces à Bangkok et d'un magasin à Chiang Mai, la deuxième ville du pays.

En 2001, le ralentissement de l'économie thaïlandaise a affaibli la consommation et affecté le pouvoir d'achat des populations. Dans ce contexte, les bas prix de Carrefour ont fait la différence. Les ventes du Groupe ont progressé de 20 % en monnaie locale, stimulées par une dynamique promotionnelle importante. Le Groupe a poursuivi le développement de ses premiers prix et de la marque Carrefour. Il a également entrepris un important travail de différenciation par les produits frais et les services. La première filière Porc a été testée avec succès et sera étendue à tous les magasins en 2002.

En accord avec Cetelem, Carrefour a mis au point une offre de crédit très compétitive.

Le partenariat avec la première banque locale Bangkok Bank lui permet d'offrir un service financier supplémentaire dans l'ensemble de ses galeries marchandes.

CARREFOUR THAÏLANDE S'ENGAGE AUX CÔTÉS DE L'UNESCO

Carrefour Thaïlande, associé à la Fondation Internationale Carrefour, contribue aux actions menées par l'Unesco dans son programme d'éducation des enfants en détresse en Thaïlande. Dans ce cadre, la princesse Maka Chakhty Sirindhorn parraine un projet local de création de soixante centres d'apprentissage informels, pour pallier un système scolaire quasi inexistant. Carrefour s'est engagé à soutenir financièrement l'ensemble du projet. Onze centres fonctionnent déjà, neuf sont en cours de création.



INDONESIE

8 hypermarchés

Les développements entrepris depuis trois ans en Indonésie ont porté leurs fruits : le Groupe a enregistré un gain de part de marché d'environ 4 % et un chiffre d'affaires en progression de 42,6 % en monnaie locale.

L'enseigne a fortement affirmé son identité, au travers d'une communication promotionnelle intensive, portée par les catalogues et accompagnée par une importante campagne presse, télévision et radio.

Carrefour a ouvert un huitième magasin, Lebak Bulus, à Djakarta. En 2002, le Groupe prévoit d'effectuer ses premiers pas hors de la capitale, en ouvrant deux nouveaux magasins.

MALAISIE

6 hypermarchés

Carrefour poursuit son expansion en Malaisie. Pour contrer le ralentissement de la consommation, le Groupe s'est engagé dans des campagnes promotionnelles offensives, notamment à l'occasion du septième anniversaire de Carrefour en Malaisie en février, du carnaval en avril et du trente-huitième anniversaire de l'enseigne en octobre. Carrefour a également travaillé son positionnement de discompteur, en homogénéisant les prix et les assortiments de ses magasins. L'enseigne a notamment introduit de nouvelles références de produits grande consommation, produits localement et vendus exclusivement par Carrefour.

JAPON

3 hypermarchés

Carrefour est devenu en décembre 2000 le premier distributeur alimentaire étranger à s'implanter au Japon. La chute de l'immobilier a représenté une opportunité pour le Groupe de s'implanter dans un pays à très fort potentiel grâce à son niveau de vie élevé, même en période de crise économique. Le premier hypermarché du Groupe a été ouvert à Makahari, dans la banlieue de Tokyo, deux autres ont suivi en janvier 2001, à Tokyo et à Osaka.

Cette première année a été celle de l'initiation et de l'adaptation de l'enseigne aux habitudes de consommations locales. Dépourvus de capacité de stockage du fait de l'exiguïté de leurs logements, les Japonais achètent en

SINGAPOUR

1 hypermarché

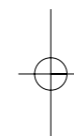
Carrefour a réussi son intégration à Singapour par un positionnement adapté aux attentes d'une population multiculturelle et à fort pouvoir d'achat. Ses ventes ont progressé de 7 % à surface constante, portées par une intense dynamique commerciale : au total, l'enseigne a réalisé vingt campagnes de publicité en 2001. Le développement de la gamme premiers prix dans les magasins et l'augmentation du nombre de références dans les rayons ont eu un effet positif sur la fréquentation des magasins. Plus de 450 produits Carrefour, Reflets de France et Carrefour Bio, importés de France, ont complété l'assortiment. Le Groupe prévoit de porter leur nombre à 600 en 2002.

petites quantités et fréquemment. Très friands de nouveautés occidentales, ils attendent d'une grande surface française qu'elle les dépasse et leur offre tout ce qu'ils apprécient de la France, de la boulangerie au textile en passant par la parfumerie.

Carrefour a retravaillé en cours d'année son concept pour mieux l'adapter à ces attentes, en doublant le nombre de produits français dans ses assortiments et en intégrant des produits de luxe dans le non-alimentaire.

Le Groupe a également consolidé ses circuits de distribution avec l'appui de partenaires locaux.

Un quatrième magasin ouvrira ses portes en 2002 à Sayanna (Tokyo).



Rapport financier

RAPPORT DE GESTION DU GROUPE CARREFOUR	50
COMPTES CONSOLIDES	58
n Comptes	58
n Annexe aux comptes consolidés	62
n Rapport des Commissaires aux Comptes	82
COMPTES SOCIAUX	84
n Rapport de gestion	84
n Comptes	90
n Annexe aux comptes sociaux	92
n Rapports des Commissaires aux Comptes	100
n Résolutions	102
RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GENERAL	104
n Informations juridiques	104
n Informations sur le capital	106
n Informations boursières	109
DONNEES FINANCIERES CONSOLIDEES ET STATISTIQUES COMMERCIALES	110
RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE	117
TABLEAU DE CONCORDANCE	118
ADRESSES DES PRINCIPALES FILIALES	119

■ Base de comparaison 1999

Les comptes consolidés de l'exercice 1999 du Groupe Carrefour intégraient les comptes Promodès sur les deux derniers mois de l'année.

Les comptes pro forma (reconstitution a posteriori de comptes historiques) incluant l'activité combinée de Promodès et Carrefour sur l'ensemble de l'année 1999 seront repris ci-après pour servir de base de comparaison avec les comptes consolidés des exercices 2000 et 2001.

■ Chiffre d'affaires

Les ventes hors taxes s'élèvent à 69 486 millions d'euros, en progression de 7,2 % sur le chiffre d'affaires consolidé 2000.

Les évolutions de périmètre intervenues en 2001 se composent principalement :

- des entrées de périmètre de GB (Belgique) et de Distributis (Suisse) ;
- de la sortie de périmètre de Picard, des cessions de magasins imposées par les autorités françaises et espagnoles ainsi que de cessions de galeries marchandes.

A taux de change et périmètre constants par rapport à 2000, le Groupe aurait réalisé un chiffre d'affaires de 67 521 millions d'euros, en croissance de 4,2 % sur l'année passée.

Sur les trois derniers exercices, la répartition du chiffre d'affaires hors taxes par activités est la suivante :

	2001	2000	1999
Hypermarchés	59 %	60 %	66 %
Supermarchés	20 %	20 %	13 %
Maxidiscomptes	7 %	7 %	7 %
Autres	14 %	13 %	14 %
Total	100 %	100 %	100 %

La répartition par zone géographique du chiffre d'affaires hors taxes est la suivante :

	2001	2000	1999
France	49 %	52 %	62 %
Europe (hors France)	32 %	27 %	22 %
Amériques	12 %	15 %	11 %
Asie	7 %	6 %	5 %
Total	100 %	100 %	100 %

■ Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel s'élève à 4 528 millions d'euros et représente 6,5 % de notre chiffre d'affaires contre 6,8 % en 2000 selon les comptes consolidés. Il progresse de 2,7 % par rapport à 2000.

A taux de change et périmètre constants, le résultat opérationnel représente 6,9 % du chiffre d'affaires en 2001.

La répartition par zone géographique du résultat opérationnel est la suivante :

	2001	2000	1999
France	56 %	55 %	64 %
Europe (hors France)	29 %	26 %	20 %
Amériques	8 %	13 %	12 %
Asie	7 %	6 %	4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Le ratio résultat opérationnel par rapport au chiffre d'affaires hors taxes par zone géographique se détaille comme suit :

	2001	2000	1999
France	7,4 %	6,9 %	6,3 %
Europe (hors France)	5,8 %	6,6 %	5,7 %
Amériques	4,3 %	6,2 %	7,1 %
Asie	6,9 %	5,9 %	5,0 %
Total	6,5 %	6,8 %	6,2 %

■ Amortissements et provisions

Les amortissements et provisions s'élèvent à 1 702 millions d'euros. Ils diminuent en ratio à 2,4 % du chiffre d'affaires en 2001 contre 2,6 % en 2000 dans les comptes consolidés.

■ Résultat d'exploitation avant amortissements des survaleurs

Le résultat d'exploitation avant amortissements des survaleurs est de 2 826 millions d'euros, en croissance de 3,7 % par rapport au résultat d'exploitation des comptes consolidés 2000.

A taux de change et périmètre constants par rapport à 2000, le Groupe aurait réalisé un résultat d'exploitation de 2 945 millions d'euros, en croissance de 8,1 % sur l'année passée.

■ Résultat financier

Le résultat financier est une charge de 646 millions d'euros et représente 0,9 % du chiffre d'affaires en 2001. La diminution de cette charge par rapport à 2000 s'explique par notre désendettement consécutif aux cessions opérées en 2001 ainsi que par la baisse du taux d'intérêt effectif du Groupe.

■ Impôts

La charge effective d'impôts est de 586 millions d'euros en 2001. Celle-ci représente 26,9 % du résultat avant impôts et amortissements des survaleurs contre 32,2 % selon les comptes consolidés 2000.

■ Mises en équivalence

Les résultats des sociétés mises en équivalence s'élèvent à 127 millions d'euros, en augmentation de 6 millions d'euros par rapport à 2000. Cette variation s'explique par les mouvements de périmètre intervenus en 2001 (consolidation par mise en équivalence de Picard pendant trois mois, par intégration globale de GB et cessions de Metro et de Cora) ainsi que par l'amélioration des résultats des autres sociétés mises en équivalence.

■ Résultat net courant

Il s'établit à 1 720 millions d'euros, en progression de 15,5 % par rapport au résultat net courant des comptes consolidés 2000.

■ Intérêts minoritaires

La quote-part des intérêts minoritaires dans le résultat passe de 7,5 %, selon les comptes consolidés 2000, à 8,5 % en 2001. Cette augmentation s'explique principalement par l'augmentation des résultats dans les sociétés détenues conjointement avec des minoritaires.

■ Résultat net courant, part du Groupe

Le résultat net courant, part du Groupe s'élève à 1 575 millions d'euros, en progression de 14,4 % par rapport au résultat net courant des comptes consolidés 2000.

■ Résultat net courant part du Groupe après amortissements des survaleurs

Le résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs s'élève à 1 206 millions d'euros, en progression de 14,9 % par rapport au résultat net courant des comptes consolidés 2000.

■ Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel est un produit de 86,3 millions d'euros. Il comprend :

- des plus-values de cessions de titres de participation (Picard, Metro et Cora essentiellement) pour 802,4 millions d'euros ;
- des plus-values de cessions de magasins imposées dans le cadre de la fusion avec Promodès et de galeries marchandes pour 149,2 millions d'euros ;
- les coûts de passage à l'euro pour 120,6 millions d'euros ;
- l'amortissement exceptionnel d'actifs incorporels pour 393,1 millions d'euros ;
- l'amortissement exceptionnel d'actifs corporels pour 125,3 millions d'euros ;
- des coûts de restructurations et de fermetures de sites pour 161,7 millions d'euros (arrêt d'activités Internet, fermetures de magasins au Brésil et en Argentine) ;
- d'autres éléments pour une charge nette de 64,6 millions d'euros.

■ Autofinancement et investissements

L'autofinancement s'établit à 2 700 millions d'euros. Il représente 3,9 % du chiffre d'affaires. Les investissements nets de l'année s'élèvent à 691 millions d'euros. Les investissements corporels et incorporels de Carrefour se sont élevés à 3 398 millions d'euros. Les investissements financiers représentent, pour 2001, 951 millions d'euros. En 2001, les désinvestissements ayant impacté la trésorerie du Groupe se sont élevés à 3 658 millions d'euros.

■ Situation nette après répartition

Celle-ci s'élève à 8 192 millions d'euros au 31 décembre 2001 contre 8 932 millions d'euros l'année passée et est principalement affectée par la variation de l'écart de conversion ainsi que par l'impact des ajustements comptabilisés dans les comptes de Norte.

■ Endettement net

L'endettement net du Groupe est passé de 11 008 millions d'euros à 8 674 millions d'euros à fin 2001. Il représente 106 % de la situation nette après répartition à fin 2001 contre 123 % à fin 2000.

Analyse par zone

(En millions d'euros)	France		Europe*		Amériques		Asie		TOTAL	
	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000
Ventes hors taxes	34 335	33 997	22 144	17 072	8 440	9 598	4 567	4 135	69 486	64 802
Résultat opérationnel	2 553	2 421	1 294	1 141	366	594	315	254	4 528	4 410
Résultat d'exploitation avant survaleurs	1 905	1 755	733	630	53	237	134	103	2 826	2 725

* Hors France.

France

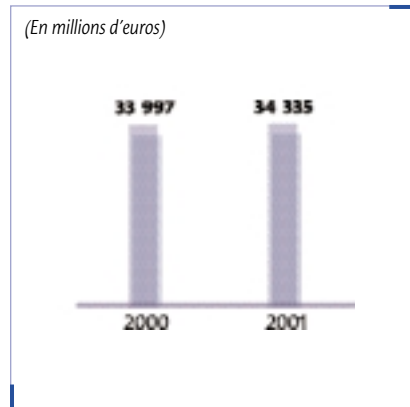
■ Parc de magasins intégrés

Le parc de magasins au 31 décembre 2001 s'établit comme suit :

Hypermarchés	175
Supermarchés	534
Maxidiscomptes	459
Autres magasins	127
Total	1 295

En 2001, le parc a diminué de 4 hypermarchés, 5 supermarchés, ainsi que de la totalité des magasins de produits surgelés suite à la cession de Picard.

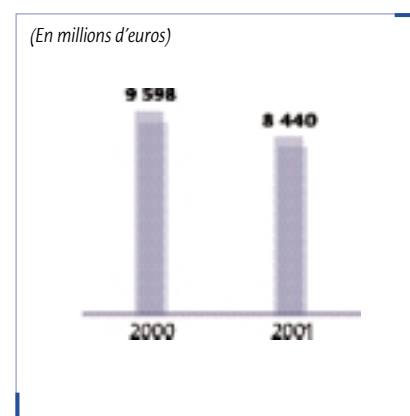
■ Chiffre d'affaires



Le chiffre d'affaires en France progresse de 1,0 % malgré la cession de Picard. Ce chiffre reflète une stabilité des ventes en hypermarchés malgré la cession de 4 magasins et des gains de parts de marché dans les autres formats tout au long de l'année.

■ Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation progresse de 5,2 % du chiffre d'affaires en 2000 à 5,5 % du chiffre d'affaires en 2001 et s'établit à 1 905 millions d'euros.



■ Investissements

Les investissements opérationnels en France s'élèvent à 776 millions d'euros. Ils représentent 2,3 % du chiffre d'affaires.

Europe (hors France)

■ Parc de magasins intégrés

Le parc de magasins au 31 décembre 2001 s'établit comme suit :

Hypermarchés	253
Supermarchés	594
Maxidiscomptes	2 210
Autres magasins	126
Total	3 183

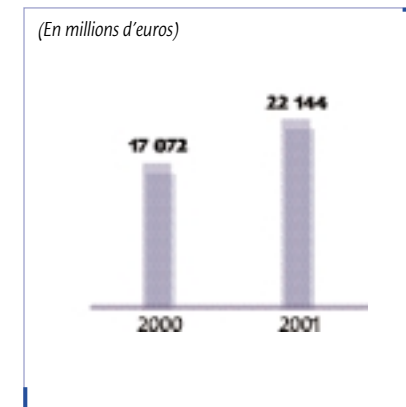
Le parc s'est accru cette année de 66 hypermarchés, 68 supermarchés, 111 magasins maxidiscomptes.

Les 62 magasins de produits surgelés présents au 31 décembre 2000 sont sortis du parc en Italie suite à la cession de Picard en 2001.

Les entrées de périmètre de GB (Belgique) et de Distributis (Suisse) se sont traduites par l'intégration dans le parc de magasins de 57 hypermarchés et 72 supermarchés en Belgique et de 8 hypermarchés en Suisse.

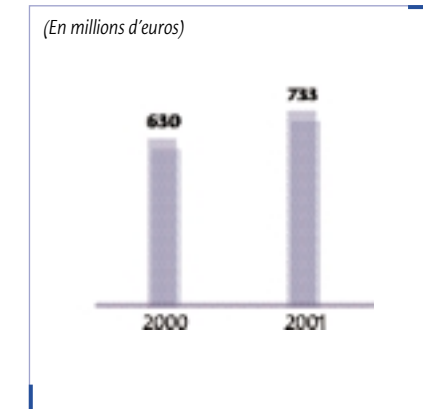
En 2001, conformément à ses engagements, Carrefour a cédé 12 hypermarchés et 18 supermarchés en Espagne.

■ Chiffre d'affaires



Le chiffre d'affaires en Europe (hors France) progresse de 29,7 % – dont 24,6 % liés aux entrées de périmètre de GB (Belgique) et de Distributis (Suisse) – en raison des bonnes performances enregistrées dans tous les pays d'Europe, avec des gains de parts de marché sur la plupart des pays. A périmètre et taux de change constants, la progression du chiffre d'affaires est de 6,8 %.

■ Résultat d'exploitation



Le résultat d'exploitation s'établit à 3,3 % du chiffre d'affaires au 31 décembre 2001 contre 3,7 % en 2000. Retraité de l'impact de GB (Belgique) et de Distributis (Suisse), le résultat d'exploitation progresse en ratio, atteignant 4,2 % du chiffre d'affaires.

■ Investissements

Les investissements opérationnels en Europe s'élèvent à 1 438 millions d'euros. Ils représentent 6,5 % du chiffre d'affaires.

Amériques

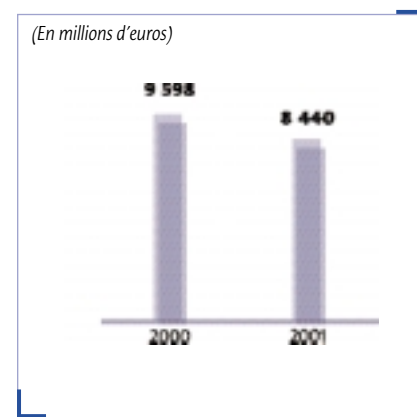
■ Parc de magasins intégrés

Le parc de magasins au 31 décembre 2001 s'établit comme suit :

Hypermarchés	124
Supermarchés	263
Maxidiscomptes	263
Total	650

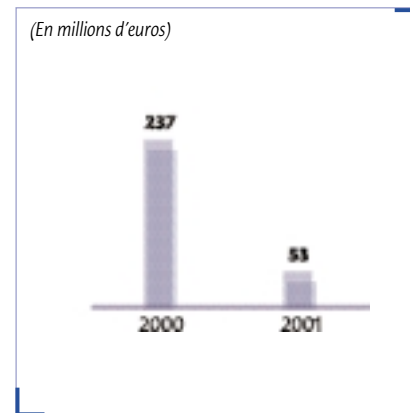
Le parc s'est accru en 2001 de 4 hypermarchés, 10 supermarchés et 62 magasins maxidiscomptes.

■ Chiffre d'affaires



Le chiffre d'affaires diminue de 12,1 % entre 2000 et 2001, impacté par la crise argentine et la forte dévaluation de la monnaie brésilienne. A taux de change constants, le chiffre d'affaires a diminué de 3,9 %.

■ Résultat d'exploitation



Le résultat d'exploitation passe de 2,5 % du chiffre d'affaires en 2000 à 0,6 % du chiffre d'affaires en 2001 et s'établit à 53 millions d'euros.

Cette baisse de la rentabilité est la conséquence :

- de la crise économique frappant l'Argentine et le Brésil ;
- de l'intégration des nouvelles sociétés de supermarchés au Brésil ;
- et des coûts de démarrage de Dia au Brésil.

■ Investissements

Les investissements opérationnels s'élèvent à 370 millions d'euros. Ils représentent 4,4 % du chiffre d'affaires.

Asie

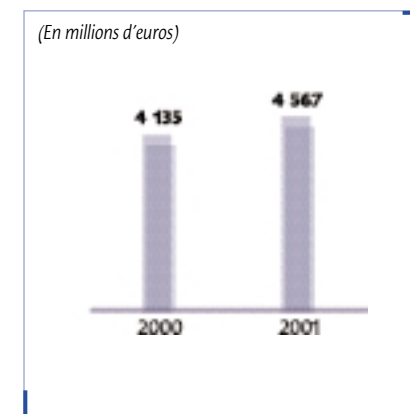
■ Parc de magasins intégrés

Le parc de magasins au 31 décembre 2001 s'établit comme suit :

Hypermarchés	105
Total	105

Le parc s'est accru en 2001 de 11 hypermarchés.

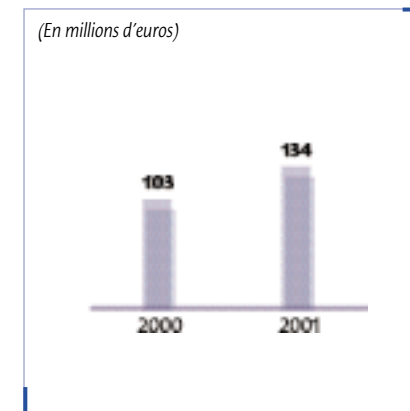
■ Chiffre d'affaires



Le chiffre d'affaires en Asie progresse de 10,5 % grâce à un nombre significatif d'ouvertures de magasins, et ce malgré un effet change défavorable.

A taux de change constants, la progression du chiffre d'affaires est de 16,1 %.

■ Résultat d'exploitation



Le résultat d'exploitation passe de 2,5 % du chiffre d'affaires en 2000 à 2,9 % du chiffre d'affaires en 2001 et s'établit à 134 millions d'euros.

■ Investissements

Les investissements opérationnels en Asie s'élèvent à 318 millions d'euros. Ils représentent 7 % du chiffre d'affaires.

Evolution récente et objectifs

Dans un contexte de ralentissement de croissance de la consommation en 2002, le Groupe s'est fixé pour priorités :

- de gagner des parts de marché dans tous les pays, grâce à la poursuite de politiques commerciales agressives et au développement de tous les formats du Groupe ;
- d'améliorer le résultat d'exploitation au travers de la maîtrise des coûts ;
- d'accroître le retour sur capitaux employés grâce à la maîtrise des investissements et du fonds de roulement.

Pour 2002, le Groupe, prudent compte tenu du manque de visibilité sur l'évolution de la conjoncture mondiale mais confiant dans sa capacité à s'y adapter, a retenu comme objectifs :

- une croissance du chiffre d'affaires d'environ 5 % à taux de change constants ;
- une progression de 10 à 15 % du résultat net courant, part du Groupe après survaleurs.

Compte de résultat consolidé pro forma

(En millions d'euros)	2001	%	2000	%	1999 pro forma
Ventes hors taxes	69 486,1	7,2 %	64 802,0	24,7 %	51 948,1
Prix de revient des ventes	(53 875,0)	7,9 %	(49 919,6)	22,3 %	(40 824,3)
Marge commerciale	15 611,1	4,9 %	14 882,4	33,8 %	11 123,8
Frais généraux	(11 728,7)	4,4 %	(11 235,7)	32,5 %	(8 479,4)
Autres produits et charges	645,2	-15,5 %	763,2	30,8 %	583,4
Résultat opérationnel	4 527,6	2,7 %	4 409,9	36,6 %	3 227,8
Amortissements et provisions	(1 702,0)	1,0 %	(1 684,9)	34,9 %	(1 248,5)
Résultat d'exploitation ⁽¹⁾	2 825,6	3,7 %	2 725,0	37,7 %	1 979,3
Résultat financier	(646,2)	-8,5 %	(706,6)	NS	(271,8)
Résultat avant impôts	2 179,3	8,0 %	2 018,4	18,2 %	1 707,5
Impôts sur les bénéfices	(585,7)	-9,9 %	(649,7)	8,5 %	(599,0)
Résultat net courant des sociétés intégrées	1 593,7	16,4 %	1 368,7	23,5 %	1 108,6
Résultat net courant des sociétés mises en équivalence	127,0	5,0 %	120,9	-21,8 %	154,6
Résultat net courant	1 720,7	15,5 %	1 489,6	17,9 %	1 263,1
Intérêts hors Groupe	(145,6)	28,9 %	(113,0)	-0,7 %	(113,6)
Résultat net courant, part du Groupe	1 575,1	14,4 %	1 376,6	19,8 %	1 149,5
Amortissements des survaleurs ⁽¹⁾	(368,5)	12,9 %	(326,2)	39,0 %	(234,8)
Résultat net courant, part du Groupe après survaleurs	1 206,6	14,9 %	1 050,4	14,9 %	914,7
Résultat exceptionnel, part du Groupe	59,2	NS	15,4	NS	(16,3)
Résultat exceptionnel, part des minoritaires	27,1	NS	(2,0)	NS	1,7
Résultat net total	1 438,5	22,2 %	1 176,8	16,1 %	1 013,7
Résultat net, part du Groupe	1 265,8	18,8 %	1 065,8	NS	898,4

Informations complémentaires ⁽¹⁾

(En millions d'euros)	2001	%	2000	%	1999 pro forma
Amortissements des survaleurs des sociétés intégrées	(352,8)	16,5 %	(302,9)	67,7 %	(180,8)
Résultat d'exploitation après amortissements des survaleurs des sociétés intégrées	2 472,7	2,1 %	2 422,1	34,7 %	1 798,6

(1) Afin de présenter des résultats comparables à ceux de la plupart des groupes de distribution, les amortissements de survaleurs ont été isolés. Le résultat d'exploitation après amortissements des survaleurs des sociétés intégrées, comparable au ratio présenté dans les comptes 1999, est repris en informations complémentaires.

Bilan consolidé pro forma au 31 décembre 2001

ACTIF

(En millions d'euros)	2001	2000	1999 pro forma
Immobilisations incorporelles	10 801,6	11 970,1	7 490,6
Immobilisations corporelles	13 630,7	13 892,2	12 112,7
Immobilisations financières	2 128,3	1 977,9	1 804,4
Actif immobilisé	26 560,6	27 840,2	21 407,7
Stocks	5 909,4	5 716,4	4 929,1
Clients	1 283,8	1 324,8	976,7
Autres créances	4 919,7	6 208,2	3 844,3
Valeurs mobilières	2 007,1	1 739,9	1 753,5
Disponibilités	2 789,8	1 201,1	839,2
Actif circulant	16 909,8	16 190,4	12 342,9
Total de l'actif	43 470,4	44 030,6	33 750,5

PASSIF

(En millions d'euros)	Avant répartition			Après répartition		
	2001	2000	1999 pro forma	2001	2000	1999 pro forma
Situation nette, part du Groupe	7 377,4	7 975,4	6 747,1	6 986,4	7 609,5	6 433,0
Intérêts hors Groupe dans les sociétés consolidées	1 294,0	1 390,0	1 158,0	1 205,2	1 322,8	1 102,2
Situation nette	8 671,4	9 365,4	7 905,1	8 191,6	8 932,3	7 535,3
Provisions pour risques et charges	2 026,5	1 771,9	1 201,6	2 026,5	1 771,9	1 201,6
Emprunts	13 471,3	13 948,9	10 190,0	13 471,3	13 948,9	10 190,0
Fournisseurs	12 996,7	12 554,2	10 072,3	12 996,7	12 554,2	10 072,3
Autres dettes	6 304,5	6 390,2	4 381,5	6 784,3	6 823,3	4 751,4
Dettes	32 772,5	32 893,3	24 643,8	33 252,3	33 326,4	25 013,7
Total du passif	43 470,4	44 030,6	33 750,5	43 470,4	44 030,6	33 750,5

Comptes consolidés

Compte de résultat consolidé

(En millions d'euros)	Notes	2001	%	2000	%	1999
Ventes hors taxes	3	69 486,1	7,2 %	64 802,0	73,4 %	37 364,3
Prix de revient des ventes	4	(53 875,0)	7,9 %	(49 919,6)	71,1 %	(29 183,0)
Marge commerciale		15 611,1	4,9 %	14 882,4	81,9 %	8 181,3
Frais généraux	5	(11 728,7)	4,4 %	(11 235,7)	88,6 %	(5 957,4)
Autres produits et charges	6	645,2	-15,5 %	763,2	83,8 %	415,3
Résultat opérationnel	7	4 527,6	2,7 %	4 409,9	67,1 %	2 639,2
Amortissements et provisions	8	(1 702,0)	1,0 %	(1 684,9)	70,5 %	(988,3)
Résultat d'exploitation ⁽¹⁾	9	2 825,6	3,7 %	2 725,0	65,1 %	1 650,9
Résultat financier	10	(646,2)	-8,5 %	(706,6)	NS	(202,0)
Résultat avant impôts		2 179,4	8,0 %	2 018,4	39,3 %	1 448,9
Impôts sur les bénéfices	11	(585,7)	-9,9 %	(649,7)	35,0 %	(481,1)
Résultat net courant des sociétés intégrées		1 593,7	16,4 %	1 368,7	41,4 %	967,8
Résultat net courant des sociétés mises en équivalence	12	127,0	5,0 %	120,9	7,6 %	112,4
Résultat net courant		1 720,7	15,5 %	1 489,6	37,9 %	1 080,1
Intérêts hors Groupe		(145,6)	28,9 %	(113,0)	-1,7 %	(114,9)
Résultat net courant, part du Groupe		1 575,1	14,4 %	1 376,6	42,6 %	965,2
Amortissements des survaleurs ⁽¹⁾	13	(368,5)	12,9 %	(326,2)	88,9 %	(172,7)
Résultat net courant, part du Groupe après survaleurs		1 206,6	14,9 %	1 050,4	32,6 %	792,4
Résultat exceptionnel, part du Groupe	14	59,2	NS	15,4	NS	(37,2)
Résultat exceptionnel, part des minoritaires		27,1	NS	(2,0)	NS	0,9
Résultat net total		1 438,5	22,2 %	1 176,8	35,1 %	871,1
Résultat net, part du Groupe		1 265,8	18,8 %	1 065,8	41,1 %	755,2

Informations complémentaires ⁽¹⁾

(En millions d'euros)	2001	%	2000	%	1999
Amortissements des survaleurs des sociétés intégrées	(352,8)	16,5 %	(302,9)	NS	(156,6)
Résultat d'exploitation après amortissements des survaleurs des sociétés intégrées	2 472,7	2,1 %	2 422,1	62,1 %	1 494,3

Résultat net courant par action dilué ⁽²⁾

	Notes	2001	%	2000	%	1999
Résultat net courant, part du Groupe avant amortissements des survaleurs par action après dilution (en euros)		2,21	11,8 %	1,97	2,8 %	1,92
Résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs par action après dilution (en euros)		1,70	12,1 %	1,51	-4,1 %	1,58
Nombre d'actions retenues pour le calcul ⁽³⁾	15	724 029 723		709 408 707		504 852 271

(1) Afin de présenter des résultats comparables à ceux de la plupart des groupes de distribution, les amortissements des survaleurs des sociétés intégrées et des sociétés mises en équivalence ont été isolés. Le résultat d'exploitation après amortissement des survaleurs des sociétés intégrées, comparable au ratio présenté dans les comptes 1999, est repris en informations complémentaires.

(2) Le résultat net courant par action est calculé à partir du nombre moyen d'actions composant le capital au cours de l'année et inclut la dilution potentielle issue de l'emprunt obligataire convertible et des BSAR (Note 15). La dilution potentielle issue des options consenties aux cadres n'entraîne pas de différence significative avec le résultat net courant par action calculé ci-dessus. Le nombre d'actions moyen avant dilution se monte à 711 147 110.

(3) Après division du nominal par 6 en 1999 (1 action ancienne = 6 actions nouvelles) et l'attribution d'une action gratuite pour une action détenue en 2000.

Bilan consolidé au 31 décembre 2001

ACTIF

(En millions d'euros)	Notes	2001	2000	1999
Immobilisations incorporelles	16	10 801,6	11 970,1	7 490,6
Immobilisations corporelles	17	13 630,7	13 892,2	12 112,7
Immobilisations financières	18	2 128,3	1 977,9	1 804,4
Actif immobilisé		26 560,6	27 840,2	21 407,7
Stocks		5 909,4	5 716,4	4 929,1
Clients		1 283,8	1 324,8	976,7
Autres créances	19	4 919,7	6 208,2	3 844,3
Valeurs mobilières	20	2 007,1	1 739,9	1 753,5
Disponibilités		2 789,8	1 201,1	839,2
Actif circulant		16 909,8	16 190,4	12 342,9
Total de l'actif		43 470,4	44 030,6	33 750,5

PASSIF

(En millions d'euros)	Notes	Avant répartition			Après répartition		
		2001	2000	1999	2001	2000	1999
Situation nette, part du Groupe	21	7 377,4	7 975,4	6 644,6	6 986,4	7 609,5	6 330,6
Intérêts hors Groupe dans les sociétés consolidées		1 294,0	1 390,0	1 260,4	1 205,2	1 322,8	1 204,7
Situation nette		8 671,4	9 365,4	7 905,1	8 191,6	8 932,3	7 535,3
Provisions pour risques et charges	22	2 026,5	1 771,9	1 201,6	2 026,5	1 771,9	1 201,6
Emprunts	23	13 471,3	13 948,9	10 190,0	13 471,3	13 948,9	10 190,0
Fournisseurs		12 996,7	12 554,2	10 072,3	12 996,7	12 554,2	10 072,3
Autres dettes		6 304,5	6 390,2	4 381,5	6 784,3	6 823,3	4 751,4
Dettes		32 772,5	32 893,3	24 643,8	33 252,3	33 326,4	25 013,7
Total du passif		43 470,4	44 030,6	33 750,5	43 470,4	44 030,6	33 750,5

Tableau de flux de trésorerie consolidé

(En millions d'euros)	2001 ⁽¹⁾	2000 ⁽¹⁾	1999 ⁽¹⁾
Résultat net	1 438,5	1 176,8	871,1
Dotations aux amortissements	2 537,8	2 475,0	1 176,1
Plus et moins-values sur cessions d'actifs	(1 106,5)	(669,1)	42,1
Variations des provisions et autres ressources opérationnelles	(82,2)	61,4	556,1
Elimination des résultats des sociétés mises en équivalence nets de dividendes	(87,4)	(98,0)	(94,4)
Autofinancement	2 700,3	2 946,1	2 551,1
Variations des autres actifs et passifs court terme	621,2	1 342,3	491,8
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	3 321,6	4 288,4	3 042,9
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(3 397,8)	(8 600,9)	(9 261,6)
Acquisitions de titres de participation	(951,3)	(161,0)	(539,5)
Cessions d'immobilisations	1 952,4	746,5	102,1
Cessions de titres de participation	1 705,6	199,3	3,5
Autres emplois	(314,5)	(86,9)	1 811,7
Variation de la trésorerie issue des investissements	(1 005,6)	(7 903,0)	(7 883,7)
Augmentation de capital en numéraire	183,7	858,6	(135,1)
Dividendes versés par Carrefour (société mère) et par les sociétés consolidées aux intérêts hors Groupe	(424,6)	(372,0)	(239,5)
Variation de l'endettement	(477,2)	4 326,0	5 642,6
Variation de la trésorerie issue du financement	(718,0)	4 812,7	5 268,0
Incidence des variations de change	41,3	(111,0)	21,5
Variation nette de la trésorerie	1 639,3	1 087,1	448,7
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	2 106,2	1 019,1	570,5
Trésorerie à la clôture de l'exercice	3 745,5	2 106,2	1 019,1

(1) La première consolidation en intégration globale de GB (Belgique) et de Distributis (Suisse) en 2001, ainsi que la cession de Picard ; la première consolidation de GS, Norte et de la joint-venture avec Marinopoulos en 2000, celles de Promodès et de Comptoirs Modernes en 1999 expliquent la variation de ces postes.

Variation de la situation nette consolidée

Après répartition des résultats

(En millions d'euros)	Capital	Primes	Bénéfices non distribués	Situation nette part du Groupe	Intérêts hors Groupe
Situation au 31 décembre 1998	592,1	315,3	3 002,9	3 910,3	710,4
Résultat de l'exercice 1999			755,2	755,2	115,9
Dividendes au titre de l'exercice 1999			(314,0)	(314,0)	(55,8)
Annulation des dividendes sur actions propres			2,1	2,1	
Augmentation de capital et primes	264,2	16 416,0		16 680,2	28,5
Variation de l'écart de conversion (Note 21)			321,7	321,7	7,5
Effet des variations de périmètre et autres mouvements		(16 415,6)	1 390,6	(15 024,9)	398,2
Situation au 31 décembre 1999	856,3	315,7	5 158,6	6 330,6	1 204,7
Résultat de l'exercice 2000			1 065,8	1 065,8	111,0
Dividendes au titre de l'exercice 2000			(365,9)	(365,9)	(67,3)
Annulation des dividendes sur actions propres					
Augmentation de capital et primes	921,6	(54,4)		867,2	114,5
Variation de l'écart de conversion (Note 21)			105,8	105,8	33,0
Effet des variations de périmètre et autres mouvements			(394,0)	(394,0)	(73,1)
Situation au 31 décembre 2000	1 777,9	261,4	5 570,3	7 609,5	1 322,8
Résultat de l'exercice 2001			1 265,8	1 265,8	172,7
Dividendes au titre de l'exercice 2001			(391,1)	(391,1)	(88,8)
Annulation des dividendes sur actions propres					
Augmentation de capital et primes		0,5		0,5	11,1
Variation de l'écart de conversion (Note 21)			(983,9)	(983,9)	(46,4)
Effet des variations de périmètre et autres mouvements ⁽¹⁾⁽²⁾			(514,4)	(514,4)	(166,2)
Situation au 31 décembre 2001	1 777,9	261,9	4 946,7	6 986,4	1 205,2

(1) La variation des intérêts Groupe correspond principalement à la fixation définitive des survaleurs de Norte, GB et GS.

(2) La variation des intérêts hors Groupe comprend pour l'essentiel, d'une part, l'augmentation résultant de la souscription de certificats perpétuels par des minoritaires (170,1 millions d'euros) et, d'autre part, la diminution résultant de l'acquisition par le Groupe d'intérêts minoritaires (- 257,1 millions d'euros) et l'effet de la mise aux normes comptables du Groupe (- 94,2 millions d'euros) concernant principalement la filiale Norte.

Annexe aux comptes consolidés

NOTE 1

■ Principes comptables

Les comptes consolidés ont été établis en conformité avec les principes français. Les nouvelles dispositions du règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable relatif aux comptes consolidés, homologué le 22 juin 1999, ont également été appliquées à partir de l'exercice 1999. Ces nouvelles dispositions concernent pour l'essentiel la méthode dérogatoire de consolidation retenue pour l'intégration du Groupe Promodès. Les principes comptables retenus sont également conformes à ceux généralement admis aux Etats-Unis, sauf en ce qui concerne :

- la conversion en euros des comptes des filiales de la Colombie et de la Turquie. Pour cette conversion, le principe du Groupe consiste à traduire, au taux de change de clôture, des comptes préalablement corrigés des effets de l'inflation, méthode qui reflète mieux les effets des variations monétaires de ces pays ;
- la mise en équivalence des sociétés de services ;
- l'application de la méthode dérogatoire pour l'intégration du Groupe Promodès à compter du 1^{er} novembre 1999, alors que la méthode de mise en commun d'intérêts aurait été appliquée dès le 1^{er} janvier 1999, comme dans les comptes pro forma ;
- l'imputation des frais directement liés à l'Opération Publique d'Echange sur la prime d'émission ;
- la comptabilisation des actions propres (Note 20) ;
- la comptabilisation des immobilisations financières non consolidées (Note 18) ;
- les critères d'application de l'amortissement exceptionnel des actifs ;
- les éléments non récurrents présentés en résultat exceptionnel qui relèveraient des activités ordinaires ;
- les critères d'amortissement des survaleurs ;
- l'évaluation des instruments financiers.

Sont consolidées par intégration globale, d'une part, les sociétés dans lesquelles Carrefour exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif et, d'autre part, celles dont elle assume la gestion dans le cadre d'une participation majoritaire ou paritaire. Par ailleurs, sont consolidées par mise en équivalence les sociétés sur lesquelles elle exerce une influence notable et les sociétés de services pour lesquelles une intégration globale ne refléterait pas une image fidèle des activités du Groupe. La consolidation par intégration globale incluant ces sociétés de services est présentée en Note 26. Les sociétés intégrant le périmètre de consolidation durant les trois derniers mois de l'exercice précédant la clôture et dont l'organisation ne permet pas de disposer des informations nécessaires à une consolidation par intégration globale sont consolidées par mise en équivalence.

Lorsque Carrefour n'a pas une influence notable sur les décisions opérationnelles ou financières de sociétés dont elle détient les titres, ceux-ci sont conservés à leur coût d'acquisition en "Immobilisations financières". Il en est de même pour les sociétés non significatives. Ces titres font, le cas échéant, l'objet d'une provision pour dépréciation. La méthode de dépréciation est exposée dans le paragraphe "Immobilisations financières".

En ce qui concerne les sociétés acquises en cours d'exercice et les augmentations de participation, les résultats de la seule période postérieure à la date d'acquisition sont retenus dans le compte de résultat consolidé. Pour les sociétés cédées en cours d'exercice et les dilutions, seuls les résultats de la période antérieure à la date de la cession sont retenus dans le compte de résultat consolidé.

■ Conversion des états financiers des sociétés étrangères

Pour les sociétés implantées dans les pays à forte inflation, en l'occurrence la Colombie et la Turquie :

- les immobilisations, les titres de participation, les capitaux propres et les autres postes non monétaires sont réévalués en fonction de la diminution du pouvoir d'achat général de la monnaie locale au cours de l'exercice ;
- l'ensemble des postes du bilan, à l'exception des capitaux propres revenant au Groupe, est ensuite converti en euros sur la base du cours en vigueur en fin d'exercice ;
- en ce qui concerne les capitaux propres revenant au Groupe, le solde d'ouverture est repris pour la valeur en euros de la fin de l'exercice précédent ; le résultat retenu est celui figurant au compte de résultat ; les autres mouvements sont convertis aux taux réels des transactions. L'écart en euros ainsi créé entre l'actif et le passif du bilan est enregistré dans un compte "Ecart de conversion" inclus dans la "Situation nette, part du Groupe" ;
- le compte de résultat en monnaie locale est ajusté des effets de l'inflation entre la date des transactions et la fin de l'exercice. L'ensemble des postes est ensuite converti sur la base des taux en vigueur en fin d'exercice.

Pour les autres sociétés :

- les postes du bilan sont convertis selon les principes décrits ci-dessus mais sans retraitement préalable des effets de l'inflation ;
- les postes du compte de résultat en monnaie locale sont convertis au taux moyen de l'année, pondéré pour tenir compte de l'activité saisonnière de chaque société.

■ Immobilisations

Les actifs dont les perspectives de rentabilité future ne permettent plus de recouvrer leur valeur nette comptable font l'objet d'un amortissement exceptionnel. Cet amortissement est déterminé par comparaison de la valeur nette comptable de l'actif et de sa valeur d'utilité estimée par actualisation des flux de trésorerie futurs sur la durée d'utilité et de la valeur résiduelle.

■ Immobilisations incorporelles

Les fonds de commerce acquis par les sociétés du Groupe sont portés à l'actif à leur prix d'acquisition. Les écarts d'acquisition constatés à l'occasion des prises de participation sont portés à l'actif du bilan au moment de la première consolidation après affectation aux différents actifs et passifs identifiables. La méthode dérogatoire dite "Mise en commun d'intérêts" est appliquée lorsque le Groupe remplit les conditions nécessaires et suffisantes pour sa mise en place. Les immobilisations incorporelles assimilables à des fonds commerciaux de magasins sont amorties linéairement sur la même durée de vie que les bâtiments (20 ans). Les autres écarts d'acquisition sont amortis linéairement sur une durée ne dépassant pas 40 ans. En cas de perte de valeur irréversible appréciée sur la base des estimations de résultats futurs, un amortissement exceptionnel est alors constaté. Les autres immobilisations incorporelles correspondent essentiellement aux logiciels qui sont amortis sur des durées allant d'un an à cinq ans.

■ Immobilisations corporelles

Les terrains, les constructions et les équipements sont évalués à leur prix de revient d'origine. Les amortissements sont calculés suivant la méthode linéaire en fonction des durées de vie moyennes suivantes :

Constructions	
- Bâtiments	20 ans
- Sols	10 ans
- Parkings	6 ans 2/3
Matériel, agencements et installations	6 ans 2/3 à 8 ans
Autres immobilisations	4 ans à 10 ans

Les acquisitions d'immobilisations réalisées au moyen d'un contrat de crédit-bail sont comptabilisées à l'actif pour leur prix de revient au moment de l'acquisition et amorties selon les durées ci-dessus. La dette résultant de l'acquisition est inscrite au passif. En compte de résultat, les redevances de crédit-bail sont remplacées par les intérêts d'emprunt et l'amortissement du bien.

■ Immobilisations financières

Les titres de participation des sociétés consolidées par intégration globale, ainsi que les dividendes reçus de ces sociétés, sont annulés. Sont substitués à ces titres les actifs, les passifs et la situation nette des sociétés concernées. Le coût d'acquisition des titres est égal au montant de la rémunération remise au vendeur majoré de tous les autres coûts nets d'impôt société, directement imputables à l'acquisition.

Les titres de participation des sociétés consolidées par mise en équivalence reflètent la quote-part de la situation nette consolidée de ces sociétés revenant au Groupe ; l'écart d'acquisition correspondant étant, le cas échéant, présenté en immobilisations incorporelles. Les titres de participation des sociétés non consolidées figurent au bilan à leur prix de revient. Les dividendes y afférant sont comptabilisés dans l'année de leur encaissement. Ces titres sont, le cas échéant, dépréciés par voie de provision pour tenir compte de leur valeur actuelle. Cette valeur est estimée à partir de la quote-part de situation nette (éventuellement réévaluée) et des perspectives de rentabilité.

■ Stocks

Les stocks de marchandises sont évalués au dernier prix d'achat majoré des frais accessoires, méthode adaptée à la rotation rapide des stocks. Ce prix prend en compte la totalité des conditions obtenues à l'achat. Ils sont, le cas échéant, ramenés à leur valeur de marché à la date de clôture de l'exercice.

■ Charges à étaler

Certains coûts liés à l'intégration de Promodès sont étalés sur trois ans.

■ Valeurs mobilières

Les valeurs mobilières sont évaluées au prix d'achat ou au prix du marché si ce dernier est inférieur. Les actions Carrefour acquises par la société mère, soit dans le cadre de l'attribution de plans d'options d'achat d'actions, soit dans le cadre de la politique explicite de régularisation des cours de Bourse, non encore levées figurent à l'actif du bilan pour leur prix de revient et font le cas échéant l'objet d'une dépréciation.

■ Indemnités de départ à la retraite

Carrefour verse une indemnité de départ aux personnes travaillant jusqu'à leur retraite dans le Groupe en France et dans d'autres pays. La totalité des droits des personnes en activité est prise en charge. Cet engagement est calculé sur une base actuarielle prenant en compte les facteurs de rotation du personnel, de mortalité et de croissance des salaires.

Les engagements sont pris en charge sous forme de cotisations versées à des organismes extérieurs ou sous forme de provisions.

■ Impôts sur les bénéficiaires

Les impôts différés résultent des différences entre les valeurs comptables et fiscales des actifs ou passifs.

Les impôts différés concernent principalement la provision pour indemnité de départ à la retraite, le retraitement des amortissements, les immobilisations financées par crédit-bail, l'amortissement des fonds de commerce, les plus ou moins-values en sursis d'imposition et la participation des salariés. Ces impôts différés sont calculés au taux d'impôt en vigueur à l'ouverture de l'exercice suivant, selon la méthode du report variable. Les actifs et passifs d'impôts différés sont actualisés lorsque les effets de l'actualisation sont significatifs.

Le taux retenu pour l'évaluation des impôts différés en France tient compte de l'effet des contributions additionnelles.

Lorsqu'un impôt est dû au moment de la distribution et que cet impôt n'est pas récupérable dans le pays où le dividende est reçu, une provision pour impôt est constituée à hauteur des distributions de dividendes prévues.

■ Chiffre d'affaires et marge commerciale

Le chiffre d'affaires intègre uniquement les ventes réalisées dans les magasins et entrepôts.

Le prix de revient des ventes intègre, outre les achats et variations des stocks, les coûts logistiques et les coopérations commerciales.

■ Frais d'ouverture

Ces frais sont intégralement pris en charges d'exploitation sur l'exercice d'ouverture de l'établissement concerné.

■ Instruments financiers

Les couvertures de risque de taux d'intérêt et de change utilisées par le Groupe visent à limiter les effets des fluctuations des taux d'intérêt sur l'endettement à taux variable et les effets des fluctuations de taux de change sur les besoins en devises du Groupe.

Les résultats dégagés sur ces instruments sont comptabilisés de manière symétrique aux résultats sur les éléments couverts. Lorsque les positions ne sont pas qualifiées comptablement de couverture de risques, elles sont comparées à leur valeur de marché. Les pertes éventuelles qui en résultent sont provisionnées.

NOTE 2

■ Evolution du périmètre de consolidation

Pour la première année, en 2001, les comptes de GB (Belgique) ont été consolidés par intégration globale.

Principales acquisitions de l'exercice

- En octobre 2000, les Groupes Carrefour et Maus avaient annoncé leur intention de créer une joint-venture pour exploiter les hypermarchés du Groupe Maus en Suisse. Cette joint-venture, opérationnelle depuis le 1^{er} janvier 2001, est détenue à 60 % par Maus et 40 % par Carrefour pour une durée de 5 ans, puis à 50 % par chacun des deux Groupes. Carrefour assure le management de cette société.

- Le 3 mai 2000, les autorités de la concurrence argentines ont approuvé l'opération par laquelle le Groupe Carrefour acquiert le contrôle de la société argentine

Supermercados Norte SA dont il détenait, au 31 décembre 2000, 51 % des droits de vote. En avril 2001, le Groupe Carrefour a porté sa participation à 100 % des droits de vote et du capital.

Les acquisitions précédentes ont été consolidées par intégration globale.

Principales cessions de l'exercice

- Le 30 mars 2001, le Groupe Carrefour a cédé les 73,89 % du capital qu'il détenait dans **Picard Surgelés**. La cession étant intervenue en mars, Picard a été consolidée par mise en équivalence de janvier à mars 2001.

Au 31 décembre 2000, Picard exploitait 503 points de vente dont 441 en France et 62 en Italie.

- Le 1^{er} octobre 2001, compte tenu de leurs plans de développement respectifs en France et en Italie, Carrefour et Metro AG ont décidé de céder leurs participations croisées dans ces deux pays. Ainsi, le Groupe Carrefour a cédé à Metro sa participation de 20 % dans **Metro France** et le groupe Metro a cédé sa participation de 20 % dans les sociétés exploitant les cinq premiers hypermarchés Carrefour en Italie.

- Le 18 octobre 2001, le Groupe Carrefour a cédé pour 850 millions d'euros les 42 % qu'il détenait dans **Cora**. La cession de cette participation faisait partie des engagements qui ont permis d'obtenir l'accord de la Commission européenne sur la fusion Carrefour/Promodès. Cette cession a reçu l'agrément de la Commission européenne.

- En mai 2000, Carrefour s'était engagé à céder ou échanger 29 supermarchés et 20 hypermarchés, 12 magasins Dia et 15 magasins de proximité en Espagne et en France. Au 31 décembre 2001, l'ensemble des cessions ou échanges a été effectué.

- En juillet 2000, le Groupe Carrefour d'une part, Klépierre et sa filiale Ségécé d'autre part, ont signé un accord cadre engageant les deux Groupes dans un processus visant à céder à Klépierre les murs de la plupart des **galeries marchandes** du Groupe Carrefour en Europe. Cet accord a continué de produire des effets en 2001.

NOTE 3

Répartition par zone du chiffre d'affaires HT⁽¹⁾

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	34 334,6	33 997,0	23 157,8
Europe (hors France)	22 144,4	17 072,0	5 981,8
Amériques	8 440,5	9 598,0	5 521,4
Asie	4 566,6	4 135,0	2 703,4
Total	69 486,1	64 802,0	37 364,3

(1) Le chiffre d'affaires intègre uniquement les ventes réalisées dans les magasins et entrepôts.

NOTE 4

Prix de revient des ventes⁽¹⁾

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Stock initial ⁽²⁾	4 087,2	4 373,2	2 498,8
Achats, nets de ristournes	54 773,3	50 666,7	29 408,8
Stock final	(4 985,4)	(5 120,3)	(2 724,6)
Total	53 875,0	49 919,6	29 183,0

(1) Le prix de revient des ventes intègre, outre les achats et variations des stocks, les coûts logistiques et les coopérations commerciales.

(2) Le stock initial de l'année est différent du stock final de l'année précédente du fait d'un taux de conversion différent en euros du stock des filiales étrangères.

NOTE 5

Frais généraux

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Frais de personnel	6 447,7	6 010,6	3 498,1
Participation des salariés	187,7	166,9	106,9
Autres frais généraux	5 093,3	5 058,2	2 352,4
Total	11 728,7	11 235,7	5 957,4

NOTE 6

Autres produits et charges

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Revenus immobiliers ⁽¹⁾	226,1	325,2	207,0
Autres	419,1	438,0	208,2
Total	645,2	763,2	415,3

(1) Les revenus immobiliers concernent les loyers des galeries marchandes à l'exclusion des refacturations de frais et charges.

NOTE 7

Répartition par zone du résultat opérationnel

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	2 553,2	2 420,6	1 649,3
Europe (hors France)	1 293,8	1 140,5	457,0
Amériques	366,1	594,6	396,7
Asie	314,5	254,3	136,1
Total	4 527,6	4 409,9	2 639,2

NOTE 8

Amortissements et provisions

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Amortissements des immobilisations corporelles	1 512,6	1 519,8	963,6
Amortissements des immobilisations incorporelles	149,2	152,8	39,9
Provisions	40,2	12,3	(15,2)
Total	1 702,0	1 684,9	988,3

NOTE 9**Répartition par zone du résultat d'exploitation**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	1 905,1	1 755,0	1 166,1
Europe (hors France)	733,1	630,0	246,1
Amériques	53,2	237,0	198,6
Asie	134,2	103,0	40,1
Total	2 825,6	2 725,0	1 650,9

NOTE 11**Impôts sur les bénéfices**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Impôts courants sur les bénéfices	648,5	671,2	451,9
Impôts différés	(62,8)	(21,5)	29,3
	585,7	649,7	481,1
Taux réel d'impôt (base : résultat avant impôts et survaleurs)	26,9 %	32,2 %	33,2 %

Taux normatif	33,3 %
Surtaxes	3,1 %
Différence de taux d'imposition des sociétés étrangères	- 4,2 %
Pertes sans crédit d'IS et impact des reports déficitaires	- 2,6 %
Différence de régime d'imposition	- 1,9 %
Autres	- 0,8 %
Taux effectif	26,9 %

NOTE 12**Résultat net courant des sociétés mises en équivalence**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Résultat brut des sociétés mises en équivalence non gérées	65,4	59,2	67,1
Amortissements des survaleurs des sociétés mises en équivalence non gérées	(15,6)	(23,3)	(16,2)
Résultat net des sociétés mises en équivalence non gérées	49,8	35,8	50,9
Résultat brut des sociétés mises en équivalence gérées	61,6	61,7	45,3
Amortissements des survaleurs des sociétés mises en équivalence gérées	-	-	-
Résultat net des sociétés mises en équivalence gérées	61,6	61,7	45,3
Résultat net courant des sociétés mises en équivalence	127,0	120,9	112,4
Résultat net courant des sociétés mises en équivalence après survaleurs	111,4	97,6	96,2

NOTE 10**Résultat financier**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Produits financiers	396,4	587,2	317,4
Dividendes reçus	25,9	7,3	0,3
Frais financiers	(1 068,5)	(1 301,2)	(519,7)
Total	(646,2)	(706,6)	(202,0)

NOTE 13**Répartition par zone des amortissements de survaleurs**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	(144,9)	(143,5)	(140,7)
Europe (hors France)	(150,3)	(117,5)	(8,5)
Amériques	(72,8)	(65,2)	(23,5)
Asie	(0,4)	-	-
Total	(368,5)	(326,2)	(172,7)

NOTE 14**Résultat exceptionnel, part du Groupe**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Résultat exceptionnel, part du Groupe	59,2	15,4	(37,2)
Résultat exceptionnel, part des minoritaires	27,1	(2,0)	0,9
Total	86,3	13,4	(36,3)

Le résultat exceptionnel provient en 2001 :

- des plus-values de cessions de titres de participation (Picard, Metro et Cora essentiellement) pour 802,4 millions d'euros ;
- des plus-values de cessions de magasins imposées dans le cadre de la fusion avec Promodès et de galeries marchandes pour 149,2 millions d'euros ;
- des coûts de passage à l'euro pour 120,6 millions d'euros ;
- de l'amortissement exceptionnel d'actifs incorporels pour 393,1 millions d'euros ;
- de l'amortissement exceptionnel d'actifs corporels pour 125,3 millions d'euros ;
- des coûts de restructurations et de fermetures de sites pour 161,7 millions d'euros (arrêt d'activités Internet, fermetures de magasins au Brésil et en Argentine) ;
- d'autres éléments pour une charge nette de 64,6 millions d'euros.

Il provenait en 2000 :

- de la plus-value de 489,9 millions d'euros sur la cession de galeries marchandes en Europe ;
- de la plus-value de cessions de magasins en France, imposées dans le cadre de la fusion avec Promodès, pour 75,6 millions d'euros ;
- de l'amortissement exceptionnel d'actifs d'exploitation pour 240,6 millions d'euros ;
- de l'amortissement exceptionnel d'autres actifs corporels et incorporels pour 104,6 millions d'euros ;
- de provisions sur titres d'autocontrôle et sur titres Petsmart pour 75,9 millions d'euros ;
- d'autres éléments pour 129 millions d'euros, dont le coût de la cession de notre activité à Hong Kong pour 65,6 millions d'euros.

Et en 1999 :

- de la plus-value de 42,2 millions d'euros sur la cession de 40 % de notre activité de services financiers au Brésil ;
- de la moins-value de 33,2 millions d'euros sur la cession de trois magasins mexicains ;
- de dotations aux provisions pour risques et charges pour 42,4 millions d'euros ;
- d'autres charges exceptionnelles diverses pour 2,9 millions d'euros.

NOTE 15**Résultat net courant par action avant dilution**

	2001	%	2000	%	1999
Résultat net courant, part du Groupe avant amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 575,1	14,4 %	1 376,6	42,6 %	965,2
Résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 206,6	14,9 %	1 050,4	32,6 %	792,4
Nombre d'actions	711 147 110*		695 685 857		502 618 679
Résultat net courant, part du Groupe avant amortissements des survaleurs par action (en euros)	2,21	11,9 %	1,98	3,0 %	1,92
Résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs par action (en euros)	1,70	12,4 %	1,51	- 4,2 %	1,58

Résultat net courant par action après dilution

	2001	%	2000	%	1999
Résultat net courant, part du Groupe avant amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 575,1	14,4 %	1 376,6	42,6 %	965,2
Résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 206,6	14,9 %	1 050,4	32,6 %	792,4
Economie de frais financiers nette d'impôts sur :					
- Emission d'OC 10/1999 (en millions d'euros)	7,3		8,6		1,5
- Emission de BSAR 1998 (en millions d'euros)	14,3		14,3		2,4
Résultat net courant, part du Groupe retraité avant amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 596,7		1 399,5		969,0
Résultat net courant, part du Groupe retraité après amortissements des survaleurs (en millions d'euros)	1 228,2		1 073,3		796,2
Nombre moyen pondéré d'actions	711 147 110*		695 685 857		502 618 679
Actions à créer en provenance de :					
- Emission d'OC 10/1999	5 599 788		6 573 306		1 110 304
- Emission de BSAR 1998	6 733 401		6 737 464		1 123 288
- Autres	549 424		412 080		0
Nombre d'actions retraité	724 029 723		709 408 707		504 852 271
Résultat net courant, part du Groupe avant amortissements des survaleurs par action après dilution (en euros)	2,21	11,8 %	1,97	2,8 %	1,92
Résultat net courant, part du Groupe après amortissements des survaleurs par action après dilution (en euros)	1,70	12,1 %	1,51	- 4,1 %	1,58

(*) L'évolution du nombre moyen pondéré d'actions par rapport à 2000 s'explique par la prise en compte sur l'année complète en 2001 de l'augmentation de capital réservée aux salariés réalisée en 2000.

NOTE 16**Immobilisations incorporelles****Détail des immobilisations incorporelles nettes**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Ecarts d'acquisition	11 456,4	12 567,0	7 937,4
Autres immobilisations incorporelles	1 995,6	1 788,1	1 080,9
Immobilisations incorporelles brutes	13 452,0	14 355,1	9 018,3
Amortissements	(2 650,4)	(2 384,9)	(1 527,7)
Immobilisations incorporelles nettes	10 801,6	11 970,1	7 490,6

Ecarts d'acquisition principaux

Le poste "Ecarts d'acquisition" est essentiellement constitué des survaleurs constatées :

- lors de l'acquisition d'Euromarché en 1991, pour 523 millions d'euros ;
- lors du rapprochement avec Comptoirs Modernes en 1998 et 1999, pour 2 356 millions d'euros ;
- lors de l'acquisition de Norte pour un montant définitif de 663 millions d'euros ;
- lors de l'acquisition de RDC en 2000, pour 358 millions d'euros ;
- lors de l'acquisition de GS, réalisée principalement en 2000, pour 3 126 millions d'euros ;
- lors de l'acquisition de GB, réalisée notamment en 2000, pour un montant total de 1 128 millions d'euros.

Répartition par zone des immobilisations incorporelles nettes

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	3 537,9	3 895,5	3 961,2
Europe (hors France)	5 634,8	5 450,5	1 799,4
Amériques	1 397,9	2 431,6	1 564,4
Asie	231,0	192,5	165,6
Total	10 801,6	11 970,1	7 490,6

NOTE 17**Immobilisations corporelles****Détail des immobilisations corporelles nettes**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Terrains	3 949,3	4 190,2	3 672,2
Constructions	9 127,9	9 286,1	7 654,9
Matériel, agencements et installations	7 972,0	7 298,3	6 156,5
Autres immobilisations	1 798,0	1 424,6	1 283,9
Immobilisations en cours	1 008,0	887,5	679,2
Immobilisations corporelles brutes	23 855,2	23 086,7	19 446,7
Amortissements	(10 224,5)	(9 194,5)	(7 334,0)
Immobilisations corporelles nettes ⁽¹⁾	13 630,7	13 892,2	12 112,7

Répartition par zone des immobilisations corporelles nettes

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
France	3 403,8	3 549,2	3 866,3
Europe (hors France)	5 861,0	5 539,5	4 277,9
Amériques	2 524,3	3 111,8	2 400,2
Asie	1 841,6	1 691,7	1 568,4
Total ⁽¹⁾	13 630,7	13 892,2	12 112,7

(1) Dont une valeur nette au 31 décembre 2001 de 337,6 millions d'euros correspondant aux terrains, constructions et équipements acquis en crédit-bail, contre 362,2 millions d'euros au 31 décembre 2000.

NOTE 18**Immobilisations financières**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Titres de sociétés mises en équivalence ⁽¹⁾	542,7	405,7	758,0
Titres de participation ⁽²⁾	508,3	560,6	521,2
Prêts à plus d'un an	46,8	93,5	68,0
Impôts différés	589,1	640,3	190,0
Autres	441,4	277,8	267,2
Total	2 128,3	1 977,9	1 804,4

(1) Ce poste comprend principalement au 31 décembre 2001 les titres des sociétés de services financiers pour un montant de 268,8 millions d'euros et des titres de sociétés de distribution de 273,9 millions d'euros.

(2) Ce poste correspond principalement aux titres Finiper et à diverses autres participations.

NOTE 19**Autres créances**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Prêts et dépôts financiers à moins d'un an ⁽¹⁾	6,1	5,5	45,3
Etat, impôts et taxes	542,9	869,7	605,8
Impôts différés	300,8	246,8	141,3
Autres créances d'exploitation ⁽²⁾	4 069,9	5 086,2	3 051,9
Total	4 919,7	6 208,2	3 844,3

(1) Le montant des placements financiers a été reclassé sur le poste "Valeurs mobilières".

(2) Le poste correspond pour plus d'un tiers à des créances sur les fournisseurs.

NOTE 20**■ Valeurs mobilières**

Les valeurs mobilières qui figurent pour 955 millions d'euros à l'actif du bilan du Groupe (dont 553,6 millions d'euros d'actions propres) ont une valeur de réalisation au 31 décembre 2001 de 959,8 millions d'euros.

■ Placements financiers

Au 31 décembre 2001, le montant des placements financiers s'élève à 1 052,1 millions d'euros.

Au 31 décembre 2000, ils s'élevaient à 834,9 millions d'euros.

NOTE 21**Situation nette, part du Groupe**

Le nombre d'actions composant le capital social de Carrefour SA s'établit à 711 155 854 titres au 31 décembre 2001.

Le compte "Ecart de conversion", inclus dans la "Situation nette, part du Groupe", s'analyse comme suit :

(En millions d'euros)	
Au 1 ^{er} janvier 1999	(57,2)
Variation 1999	321,7
Au 31 décembre 1999	264,5
Variation 2000	105,8
Au 31 décembre 2000	370,3
Variation 2001	(983,9)
Au 31 décembre 2001	(613,6)

NOTE 22**Provisions pour risques et charges**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Impôts différés	716,4	797,2	464,8
Indemnités de départ à la retraite ⁽¹⁾⁽²⁾	198,8	145,4	105,2
Autres ⁽²⁾	1 111,3	829,3	631,6
Total	2 026,5	1 771,9	1 201,6

(1) Le coût des indemnités de départ en retraite est déterminé à la clôture de chaque exercice en tenant compte de l'ancienneté du personnel et de la probabilité de présence dans l'entreprise à la date de départ en retraite. Le calcul repose sur une méthode actuarielle intégrant des hypothèses d'évolution des salaires et d'âge de départ en retraite. L'engagement total du Groupe au 31 décembre 2001 est estimé à 362,1 millions d'euros. Il est intégralement couvert par la provision ainsi que par la prise en charge par des organismes extérieurs.

(2) La variation de ces postes s'explique principalement par les mouvements de périmètre.

NOTE 23**Emprunts****Détail des emprunts**

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Emprunts obligataires	6 717,4	6 621,3	4 072,7
Emprunts non obligataires	6 214,5	6 848,9	5 783,5
Emprunts	12 931,9	13 470,2	9 856,1
Autres dettes LT	293,5	195,7	77,4
Emprunts CB	245,9	282,9	256,4
Total Emprunts et dettes	13 471,3	13 948,9	10 190,0

Par nature de taux

(En millions d'euros)	2001
Dettes à taux fixes	-
Dettes à taux flottant ⁽¹⁾	13 471,3
Total	13 471,3

(1) Y compris les dettes à taux fixes swappées à l'émission.

Détail des emprunts obligataires

(En millions d'euros)	Echéance	Taux effectif ⁽¹⁾	2001	2000	1999
Emprunt obligataire indexé à l'action 0 %, FRF, 6 ans	2002	4,63 %	38,9	38,9	38,9
Emprunt obligataire, USD, 3 ans, 6,875 %	2000	3,89 %			220,3
Emprunt obligataire indexé à l'action 0 %, FRF, 7 ans	2005	5,02 %	91,5	91,5	91,5
Emprunt obligataire domestique, FRF, 10 ans, 5,30 %	2008	4,61 %	304,9	304,9	304,9
Emprunt obligataire, FRF, 10 ans, 4,50 %	2009	4,63 %	1 000,1	1 000,1	1 000,1
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 5 ans, 4,375 %	2004	4,49 %	1 000,1	1 000,1	1 000,1
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 2 ans	2001	4,53 %		110,1	
Emprunt obligataire Euro MTN Zéro-coupon, EUR, 5ans	2004	4,68 %	23,0	23,0	
Emprunt obligataire Euro MTN Eonia, EUR, 2 ans	2002	5,37 %	200,0	200,0	
Emprunt obligataire CHF, 5 ans, 4,25 %	2005	5,70 %	161,1	161,1	
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 2,5 ans, 5,50 %	2002	5,76 %	300,0	300,0	
Emprunt obligataire Euro MTN FRN, EUR, 1 an	2001	4,84 %		240,0	
Emprunt obligataire Euro MTN, NOK, 4 ans, 7,50 %	2004	5,59 %	61,1	61,1	
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 1 an	2001	4,68 %		89,9	
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 2,5 ans	2010	5,22 %	1 000,1	1 000,1	
Emprunt obligataire OBSAR-OBSCIR, FRF	2003	4,47 %	461,8	461,8	461,8
Emprunt obligataire OCA-OCCL, FRF, 3 ans, 2,50 %	2004	4,40 %	466,6	589,5	555,2
Emprunt obligataire OBSAR-OBSCIR, FRF, 5 ans, 3,50 %	2003	4,47 %	1,4	463,0	
Emprunt obligataire OCA-OCCL, FRF, 3 ans, 2,50 %	2004	4,40 %	25,3	25,3	
Emprunt obligataire, EUR, 7 ans, 4,50 %	2006	4,65 %	400,0	400,0	400,0
Emprunt obligataire indexé Zéro-coupon, 7 ans	2005	4,41 %	61,0	61,0	
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 8 ans	2007	4,64 %	161,7		
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 1 an	2002	4,55 %	249,9		
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 2 ans	2003	4,34 %	188,9		
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 5 ans	2006	4,50 %	500,0		
Emprunt obligataire Euro MTN, EUR, 10 ans	2011	3,80 %	20,0		
Total emprunts obligataires			6 717,4	6 621,3	4 072,7

(1) Le taux d'intérêt effectif tient compte des instruments financiers de couverture.

Détail des emprunts par devises

Ces emprunts ont été contractés dans les devises suivantes (converties en euros au cours du 31 décembre) :

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Euro ou zone euro	12 786,0	12 506,3	9 436,9
Yen japonais	153,2	90,4	
Dollar US	26,7	32,4	247,9
Real brésilien	35,3	143,2	129,3
Yuan chinois	39,4	28,4	50,5
Livre turque	48,5	64,8	51,5
Won coréen	14,6	29,7	3,8
Dollar taïwan	24,6	70,6	15,6
Ringgit malais	29,0	69,8	67,1
Peso argentin	238,3	903,1	120,6
Autres	75,7	10,3	66,9
Total	13 471,3	13 948,9	10 190,0

Détail des emprunts par échéances

Ces emprunts sont remboursables aux échéances suivantes :

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Echéances			
1 an	3 167,2	6 045,2	3 457,4
2 ans	2 829,4	631,7	458,9
3 ans	2 244,6	1 347,5	363,9
4 ans	469,7	1 412,1	736,6
5 à 10 ans	4 135,9	783,3	4 870,1
Au-delà de 10 ans	296,3	2 680,4	0,9
Indéterminée	328,1	1 048,7	302,2
Total	13 471,3	13 948,9	10 190,0

NOTE 24**■ Instruments financiers**

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont pour objet la couverture des risques de change et de taux liés à son activité. Chaque instrument utilisé est affecté aux opérations ainsi couvertes. Ces couvertures sont réalisées au moyen d'instruments avec des contreparties bancaires de premier rang. Leur gestion s'effectue principalement de façon centralisée.

■ Risque de change

Les activités du Groupe dans le monde sont réalisées par des filiales qui opèrent essentiellement dans leur propre pays (achats et ventes en devises locales). Par conséquent, l'exposition du Groupe au risque de change sur les opérations commerciales est naturellement limitée. Elle concerne essentiellement l'importation. Le risque sur les opérations d'importation fermes est couvert par des achats à terme de devises. D'autre part, la centralisation partielle de la Trésorerie du Groupe, issue de différents pays du Groupe et donc libellée en plusieurs devises, a pour conséquence l'utilisation d'instruments de change. Enfin, les investissements prévus dans des pays étrangers sont parfois couverts par des options.

La valeur de marché des positions en cours à la clôture était de :

(En millions d'euros)	Devises	2001	2000	1999
Sur opérations commerciales :				
Achats à terme		509,1	151,4	449,0
	USD	499,7	150,5	
	GBP	0,2	0,9	
	HKD	9,2		
Ventes à terme	JPY	0,5	1,8	4,1
Sur opérations financières :				
Achats à terme		12,5	195,2	73,6
	USD	12,5	80,3	
	CHF		114,9	
Ventes à terme		598,1	161,4	145,0
	USD	543,6	145,3	
	CZK	54,6	16,1	
Options sur devises :				
Achats	USD	39,4		
Ventes	USD	39,4		
Total		1 199,0	509,8	671,7

■ Risque de taux d'intérêt

L'exposition nette du Groupe au risque de variation de taux d'intérêt est réduite par l'utilisation d'instruments financiers constitués de swaps et d'options de taux d'intérêt. La nature des couvertures au 31 décembre 2001 (y compris celles des filiales bancaires du Groupe) et le montant des capitaux couverts s'analysent comme suit :

(En millions d'euros)	Swaps	Options
Moins d'un an	5 235	1 220
1 à 5 ans	6 256	7 945
Au-delà de 5 ans	1 556	-

Au 31 décembre 2001, la valeur de marché de l'ensemble formé par la dette nette consolidée du Groupe et par les instruments financiers pris en couverture est proche de sa valeur comptable.

■ Taux d'intérêt effectif sur la dette brute moyenne

	2001
Taux de la dette avant impact des produits de taux	5,10 %
Taux de la dette après impact des produits de taux	5,42 %

■ Nature des produits de taux

(En millions d'euros)	2001	2000
Achat de cap	3 869	5 826
Achat de floor	3 651	4 343
Vente de floor	1 645	-
Swap de taux (variable/fixe)	10 274	9 207
Swap de taux (fixe/variable)	2 773	2 933

NOTE 25**■ Engagements hors bilan****Lignes de crédits non mobilisées**

Au 31 décembre 2001, les lignes de crédits non mobilisées s'élèvent à :

(En millions d'euros)	2001
Euro ou zone euro	4 011,9
Dollar taïwanais	111,9
Réal brésilien	270,2
Autres	1,0
Total	4 395,0

De plus, les activités de crédit bénéficient de lignes de crédits confirmées pour un montant global de 1 016,8 millions d'euros.

■ Autres engagements

Les engagements hors bilan des deux principales sociétés de services financiers du Groupe consolidées par mises en équivalence, Financiera Pryca et S2P, détenues respectivement à 44 % et 60 %, se composent pour l'essentiel de lignes de crédits consenties à la clientèle et non utilisées au 31 décembre 2001, d'engagements reçus d'établissements de crédit et d'engagements sur instruments de taux d'intérêts.

Les autres engagements hors bilan reçus par le Groupe s'élèvent à 484,8 millions d'euros au 31 décembre 2001 et les engagements donnés par le Groupe à l'extérieur s'élèvent à 938,8 millions d'euros. Ces derniers intègrent notamment des garanties de créances commerciales à hauteur de 101,6 millions d'euros.

NOTE 26

Données financières consolidées au 31 décembre 2001 incluant les activités de services en intégration globale

Bilan consolidé (après répartition)

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Actif immobilisé	27 051,4	28 265,6	21 956,2
Actif circulant	19 209,0	18 352,6	13 819,2
Total actif	46 260,4	46 618,1	35 775,4
Situation nette du Groupe	6 986,4	7 609,5	6 330,6
Intérêts hors Groupe dans les sociétés consolidées	1 395,4	1 455,7	1 369,9
Emprunts	15 602,7	16 017,5	11 777,4
Autres dettes	22 275,9	21 535,4	16 297,4
Total passif	46 260,4	46 618,1	35 775,4

Compte de résultat consolidé

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Ventes hors taxes	69 498,9	64 812,8	37 369,7
Marge commerciale	22,47 %	22,97 %	21,91 %
Résultat net courant, part du Groupe	1 206,6	1 050,4	792,4

NOTE 27**Effectifs**

	2001	2000 ⁽¹⁾	1999
Effectif moyen du Groupe	358 501	325 575	259 031
Effectif moyen France	122 607	121 667	119 297
Effectif fin d'année Groupe	382 821	330 247	272 160
Effectif fin d'année France	128 854	120 705	121 314

(1) Les effectifs de GS (Italie), de GB (Belgique) et de Norte (Argentine) ont été pris en compte à partir de 2000.

Liste des sociétés consolidées au 31 décembre 2001**1 - SOCIETES CONSOLIDEES PAR INTEGRATION GLOBALE**

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	Numéro de Registre du Commerce
FRANCE		
@ CARREFOUR B2C MANAGEMENT	100,0	430 472 092
ACTIS	100,0	345 274 310
ALIMENTATION BESNEVILLE	100,0	947 320 115
ALODIS	100,0	345 130 306
AMANDIS	100,0	394 540 348
ANDRENA	100,0	339 363 095
ARDAN	100,0	408 857 142
BOEDIM	100,0	379 874 571
BOULOGNE DISTRIBUTION	100,0	313 350 621
CARAUROUTES	100,0	433 970 944
CARCOOP	50,0	317 599 231
CARCOOP FRANCE	50,0	333 955 912
CARFUEL	100,0	306 094 194
CARREFOUR	100,0	652 014 051
CARREFOUR ADMINISTRATIF FRANCE	100,0	428 240 352
CARREFOUR COMMUNICATION	100,0	433 156 593
CARREFOUR EUROPE	100,0	420 265 845
CARREFOUR FRANCE	100,0	672 050 085
CARREFOUR HYPERMARCHES FRANCE	100,0	428 767 859
CARREFOUR IMPORT SAS	100,0	434 212 130
CARREFOUR MANAGEMENT	100,0	403 245 061
CARREFOUR MARCHANDISES INTERNATIONALES	100,0	385 171 582
CARREFOUR MOBILIER HYPERMARCHES FRANCE	100,0	433 970 886
CARREFOUR MONACO	100,0	92 502 820
CARREFOUR NOUVEAUX METIERS	100,0	428 780 183
CARREFOUR SERVICES CLIENTS	100,0	423 697 523
CARREFOUR SYSTEME D'INFORMATION SUPERMARCHES CSIS	100,0	415 178 839
CARREFOUR SYSTEME INFORMATION FRANCE	100,0	433 929 114
CARREFOUR TRESO	100,0	428 240 337
CARREFOUR VACANCES	100,0	379 601 974
CARREFOUR-BEAUTE	100,0	432 962 561
CARREFOUR-CULTURE	100,0	432 960 706
CARREFOUR-JARDINS	100,0	431 840 545
CARREFOUR-MULTIMEDIA	100,0	432 962 496
CATARN	100,0	382 012 946
CBD	100,0	313 350 621
CEF	100,0	393 222 484
CHAMPION DOMINIQUE	100,0	327 202 677
CHANVIDIS	100,0	338 365 216
CHATIDIS	100,0	350 507 570
CHESHUNT FRANCE	100,0	391 027 448
CHRISTING	100,0	330 305 558
CLAMARDIS	100,0	349 970 939
CM LOGISTIQUE SUD-EST	100,0	546 820 143

Liste des sociétés consolidées au 31 décembre 2001

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	Numéro de Registre du Commerce
FRANCE		
CM SUPERMARCHES OUEST-CMSO	100,0	421 063 348
CM SUPERMARCHES NORD-OUEST	100,0	421 063 306
CM SUPERMARCHES SUD-EST	100,0	421 063 256
CMDG	100,0	379 470 651
CMEN	100,0	780 130 126
CMER	100,0	383 836 525
CMMU	100,0	310 226 071
CMSC	100,0	421 063 439
CMUC	100,0	383 774 684
COMPAGNIE D'ACTIVITE ET DE COMMERCE INTERNATIONAL-CACI	100,0	352 860 084
COMPTOIRS MODERNES	100,0	575 450 317
CONTINENT 2001	100,0	430 209 650
CONTINENT FRANCE	100,0	430 209 288
CONTINENT HYPERMARCHES	100,0	723 820 239
CRFP1	100,0	434 210 985
CRFP3	100,0	434 100 467
CRFP4	75,0	440 160 570
CRIDIS	100,0	380 257 675
CRIDIS 2	100,0	432 245 686
CROIX DAMPIERRE	91,6	780 680 781
CSD	74,0	326 220 654
CV LOGISTIQUE	100,0	379 956 915
DAHLIACO	100,0	423 259 431
DALCINE	100,0	384 776 902
DAUPHINOISE DE PARTICIPATIONS	100,0	337 748 552
DCR	100,0	306 354 960
DISCOL HAZEBROUCQ	100,0	446 520 298
DISTRIBUTION AUX COLLECTIVITES-DISCOL	100,0	788 261 659
DUO CONTI	100,0	433 805 124
ED FRANCHISE SAS	100,0	434 193 454
ERTECO	100,0	303 477 038
ETS CATTEAU	100,0	576 280 101
ETS LUCIEN LAPALUS & FILS	100,0	795 920 172
EUROMARCHE	100,0	780 060 414
FINANCIERE CHAMPION	100,0	395 006 646
FORUM DEVELOPPEMENT	100,0	381 485 176
GALIMCO	100,0	345 130 330
GALIMCO DU LAONNOIS	100,0	353 893 019
GENEDIS	100,0	345 130 512
GHISDIS SA	100,0	351 727 649
GML-GRANDS MAGASINS LABRUYERE	50,0	314 832 387
GML FRANCE	50,0	397 894 296
GONINET	100,0	315 770 123
GOUDY	100,0	353 898 125
GUIROVI	99,6	381 618 461

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	Numéro de Registre du Commerce
HAUTS DE ROYA	100,0	428 470 900
HERVAU	100,0	353 869 662
HOLDIM	100,0	345 275 408
IMMOBILIERE CARREFOUR	100,0	323 439 786
IMMOBILIERE ERTECO SNC	100,0	389 526 617
INTERDIS	100,0	421 437 591
JAPIERRE	99,7	325 774 338
JOUGNOISE DE PARTICIPATIONS	100,0	414 945 261
JPC DISTRIBUTION	100,0	381 275 296
LA POINCARIENNE	100,0	423 097 757
LALAUDIS	99,0	339 176 885
LEVEDIS	100,0	350 633 574
LOGIDIS	100,0	303 010 789
L'UNION ET COMPAGNIE	100,0	330 243 064
MAISON JOHANES BOUBEE	100,0	775 583 248
MANOLY	99,9	331 171 223
MARJORIE	99,8	347 619 645
MATEDIS	100,0	383 230 703
MERIGNAC SCI	50,0	307 048 975
MONTVERT	99,9	379 843 139
MORANGIS DISTRIBUTION-MORANDIS	100,0	330 726 571
NICOL	99,8	341 626 158
OOSHOP	100,0	420 153 538
PRM	100,0	352 442 826
PHIMACO	100,0	340 468 479
PRIMO	100,0	320 708 050
PRODIM	100,0	345 130 488
PRODIREST	100,0	342 418 530
PRODIVO	100,0	351 382 791
PROFIDIS	100,0	323 514 406
PROFIDIS & CIE	99,0	327 753 372
PROMODES FRANCE	100,0	348 593 575
PROVIDANGE	100,0	352 367 239
PYREDIS	100,0	350 725 321
QUINTIN DISTRIBUTION	100,0	345 041 412
ROCHEDIS	100,0	352 057 046
ROSSIGNOL	100,0	343 595 617
SA RALLENDIS	99,5	348 000 738
SADIM	100,0	303 083 034
SARL DE SAINT HERMENTAIRE	100,0	384 235 602
SCI D BERGUETTE	99,5	334 184 710
SCI DE VILLENNOY	99,8	785 022 070
SCI DU MOULIN	99,6	330 842 212
SCI LES HAULDRES	100,0	349 035 832
SCI MAES	99,5	334 355 765

Liste des sociétés consolidées au 31 décembre 2001

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	Numéro de Registre du Commerce
FRANCE		
SCI PASSART	100,0	347 556 326
SCI POUR LE COMMERCE	100,0	378 384 002
SEC GOULET TURPIN	100,0	337 381 396
SEDIS	100,0	424 120 095
SELIMA	100,0	411 495 369
SENADIS	100,0	350 516 860
SENAGES	100,0	404 578 262
SEPG	99,5	997 848 312
SERDIS	100,0	339 954 315
SERVICE AUTOMOBILE CARREFOUR	100,0	392 474 060
SERVICE AUTOMOBILE SOGARA	50,0	401 107 545
SET	100,0	433 964 202
SISP	100,0	349 146 878
SML	100,0	420 914 517
SNC ED	100,0	381 548 791
SNE & CIE-SOCIETE NOUVELLE D'EXPLOITATION	100,0	388 182 388
SNEC-SOCIETE NIORTAISE D'EXPLOITATION COMMERCIALE	50,0	393 600 028
SNM-STE NOUVELLE MONTESSON	100,0	404 703 522
SOCADIS	100,0	332 388 016
SOCIETE DES ETABLISSEMENTS J CONSTANS	100,0	784 144 354
SOCIETE D'EXPLOITATION AMIDIS & CIE	100,0	319 730 339
SOCIETE DU LONG RAYAGE	100,0	352 900 732
SOCIETE SUPERMARCHES DU BOCAGE-SSB	100,0	403 352 370
SODIPAR 92	100,0	344 161 435
SODISOR	100,0	788 358 588
SODISPO	100,0	403 198 062
SOFRED	100,0	342 213 253
SOGARA	50,0	662 720 341
SOGARA FRANCE	50,0	397 509 647
STE D'EXPLOITATION CARCOOP	50,0	408 505 824
STE NORMANDE DE GESTION VALEURS MOBILIERES-SNGVM	100,0	316 420 728
STOC SE	99,8	398 155 606
SUESCUN	100,0	340 023 936
SUPERWEPPES	100,0	383 312 279
SURDIS	100,0	405 135 229
TOURANGELLE DE PARTICIPATIONS	99,8	339 487 787
TROCADIS	100,0	393 403 092
VALDIM	100,0	96 420 096
VERYWINE	100,0	432 571 081
VETTER	100,0	333 834 331
VLS DISTRIBUTION (SUPERMARCHE SCHALLER)	100,0	340 468 321
VOISINS DISTRIBUTION	99,8	328 642 046

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation
ALLEMAGNE	
PROMOHYPERMARKT AG & CO KG	100,0
PROMOHYPERMARKT INTERNATIONAL	100,0
ARGENTINE	
CARREFOUR ARGENTINA SA	100,0
DIA ARGENTINA SA	100,0
NORTE	100,0
BELGIQUE	
ABLO	100,0
BIGG'S CONTINENT NOORD SA	100,0
BIGG'S SA	100,0
CC FRANCE	100,0
CC FORGES	100,0
CARREFOUR BELGIUM	100,0
CENTRE DE COORDINATION CARREFOUR	100,0
COTRADIS	100,0
ECLAIR	100,0
EXTENSION BEL-TEX	100,0
FILMAR	100,0
FILUNIC	100,0
FIMASER	60,0
FOURCAR BELGIUM SA	100,0
FRESHFOOD	100,0
GB RETAIL ASSOCIATES SA	100,0
GIB MANAGEMENT SERVICES	100,0
GMR	100,0
JICEEL	100,0
KEY SYSTEM	100,0
MABE	100,0
MADIRO	100,0
MEDIS	100,0
CARGOVIL	100,0
R & D FOOD	100,0
ROB	100,0
SELMA	100,0
SOCIETE RELAIS	100,0
SOUTH MED INVESTMENTS	100,0
STIGAM	100,0
SUPERTRANSPORT	100,0
TECHNICAL MAINTENANCE SERVICE	100,0
WALCO	100,0

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation
BRESIL	
AGROPECUARIA LABRUNIER LTDA	99,8
AGROPECUARIA ORGANICA DO VALE	56,7
AGROPECUARIA VALE DAS UVAS SARL	99,8
BELOPART COM E PARTICIP IMO LTDA	73,2
BREPA COMERCIO PARTICIPACAO LTDA	99,8
CARREFOUR AMERICAS	99,8
CARREFOUR COMMERCIO E INDUSTRIA LTDA	99,8
CARREFOUR GALERIAS COMERCIAIS LTDA	99,8
CARREFOUR PARTICIPACOES SA	99,8
DIA BRASIL	100,0
ELDORADO	99,8
FARO TRADING SA	99,8
IMOPAR LTDA	99,8
LOJIPART PARTICIPACOES SA	99,8
MAUA PARTICIPACOES	99,8
NOVA GAULE COM. E PARTIC.	99,8
ORGANIZACAO MINEIRA DE SUPERMERCADOS	99,8
RDC SUPERMERCADOS LTDA	99,8
RIVIEREPAR PARTICIPACOES LTDA	99,8
SUPERMERCADOS PLANALTAO SA	99,8
CHILI	
CARREFOUR CHILE SA	100,0
CHINE	
BEIJING JIACHUANG COMMERCIAL	
MNGT ADV SVCE CRP	60,0
BEIJING LEYI COMMERCIAL AMD	
TRADE DEV CORP LTD	83,6
CARREFOUR (CHINA) MANAGEMENT & CONSULTING SERVICES CO	100,0
CHENGDU CARREFOUR HYPERMARKET	
CHAINSTORE COMPANY	65,0
CHENGDU YUSHENG INDUSTRIAL	
DEVELOPMENT CO LTD	93,0
CHONGQING	55,0
DALIAN JIA FU SHOPPING MALL CO LTD	100,0
DALIAN JIA FU SUPERMARKET CO LTD	100,0
DONGGUAN DONESHENG SUPERMARKET CO	83,7
GUANGZHOU PRESIDENT SUPERMARKET CO	55,0
JIAFU TIANJIN INTERNATIONAL TRADING CO LTD	55,0
NANJING YUEJIA SUPERMARKET CO LTD	75,0
NINGNBO LEFU INDUSTRIAL MANAGEMENT CO LTD	92,5

Liste des sociétés consolidées au 31 décembre 2001

Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation		Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation		Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation		Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	
CHINE		ESPAGNE		PAYS-BAS		REPUBLIQUE TCHEQUE	
NINGNBO LEHAI ENTERPRISE MANAGEMENT & CONSULTANT CO LTD	100,0	SIDAMSA CONTINENTE HIPERMERCADOS, SA	100,0	ALCYON BV	74,5	CARREFOUR CESKA REPUBLIKA	100,0
NINGNBO NINGJIA SUPERMARKET CO LTD	94,4	SIMAGO Y CIA, SRC	74,5	CARREFOUR CHINA HOLDINGS BV	100,0	EDEN DEVELOPMENT	100,0
PROMODES FOODSTUFF (BEIJING) LTD CO	100,0	SOCIEDAD DE COMPRAS MODERNAS, SA (SOCOMO)	74,5	CARREFOUR NEDERLAND BV	100,0	L'OPTIQUE CARREFOUR	100,0
PROMODES PROPERTY MANAGEMENT CO	95,0	SUBMARINO HISPANIA, SL UNIPERSONAL	74,5	FOURCAR BV	100,0	USTI NAD LABEM SHOPPING CENTER	100,0
QINGDAO CONTINENT REAL ESTATE DEVELOPMENT CO	100,0	SUPERMERCADOS CHAMPION Y CIA, SRC	70,1	HAXTUN HOLDING BV	100,0	SINGAPOUR	
QINGDAO JIAKANG ENTERPRISE MANAGEMENT & CONSULTANT CO LTD	100,0	SUPERMERCADOS CHAMPION, SA	74,5	HYPER GERMANY BV	100,0	CARREFOUR SINGAPOUR PTE LTD	100,0
QINGDAO MINGDA SUPERMARKET CO LTD	95,0	VIAJES CARREFOUR, SL UNIPERSONAL	74,5	HYPER GERMANY HOLDING BV	100,0	CARREFOUR SOUTH EAST ASIA	100,0
SHANGAI CARHUA SUPERMARKET LTD	55,0	GRECE		HYPER INVEST BV	100,0	SLOVAQUIE	
SHENYANG CARREFOUR HYPERMARKET CO LTD	100,0	CARREFOUR MARINOPOULOS	50,0	INTERCROSS ROADS BV	100,0	ATERAITA	100,0
SHENZHEN LERONG SUPERMARKET CO LTD	75,0	DIA HELLAS	80,0	MILDEW BV	100,0	CARREFOUR SLOVENSKO	100,0
WUHAN HANFU CHAIN SUPERMARKET CO LTD	100,0	INDONESIE		NORFIN BV	100,0	SUISSE	
WUXI YUEFU SUPERMARKET CO	70,8	CONTIMAS	100,0	PMD INTERNATIONAL BV	100,0	DISTRIBUTIS SA	40,0
ZUHAI LETIN HYPERMARKET CO LTD	100,0	PT CARTI SATRIA MEGASWALAYAN	70,0	POLOGNE		CARREFOUR SUISSE	100,0
CARREFOUR ASIA LTD	100,0	PT CARTISA PROPRTI INDONESIA	70,0	CARREFOUR POLSKA	100,0	CARREFOUR WORLD TRADE	100,0
CARREFOUR GLOBAL SOURCING ASIA	100,0	ITALIE		CARREFOUR PROPERTY POLSKA SP ZOO	100,0	HYPERDEMA	100,0
CARREFOUR TRADING ASIA LTD	100,0	ALICENTRO 2	96,9	POLIMM SP ZOO	100,0	PROMOHYPERMARKT AG	100,0
VICOUR LIMITED	100,0	ALICENTRO 5	96,9	RUBINSZTAJN SP ZOO	100,0	TAIWAN	
COLOMBIE		CARREFOUR ITALIA COMMERCIALE SPA	100,0	GLOBI	100,0	PRESICARRE	60,0
GSC SA-GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA	55,0	CARREFOUR ITALIA FINANZIARIA SPA	100,0	PORTUGAL		THAILANDE	
COREE		CARREFOUR ITALIA IMMOBILIARE	100,0	CARIGES SA	100,0	CENCAR LTD	100,0
CARREFOUR KOREA LTD	100,0	CARREFOUR ITALIA SPA	100,0	CARREFOUR (PORTUGAL)	99,7	NAVA NAKARINTR LTD	100,0
ESPAGNE		ERTECO ITALIA SPA	100,0	CARREFOUR IMOBILIARIA CONSTRUCOES	99,7	SSCP THAILAND LTD	100,0
CARREFOUR CANARIAS, SA	74,5	GS	96,9	DATA TRADE	99,7	TURQUIE	
CARREFOUR ESTACIONES DE SERVICIO SL UNIPERSONAL	74,5	HYPERMARKET HOLDING	100,0	DIA PORTUGAL SUPERMERCADOS	100,0	CARREFOUR SA CARREFOUR SABANCI	60,0
CARREFOUR NAVARRA, SL	74,5	IMMOBILIARE STELLARE	96,9	EPCJ-SOCIEDADE IMOBILIARIA SA	99,7	DIA SUPERMARKETLERI TICARET ANONIM SIRKETI	60,0
CARREFOUR NORTE, SA	74,5	MIRTO 92	96,9	LISPETROLEOS	99,7		
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR SA	72,6	RBM ERREBIEMME	96,9				
CENTROS SHOPPING, SA	87,4	SEROMA	96,9				
CORREDURÍA DE SEGUROS CARREFOUR, SA	54,5	SOCIETA COMERCIO MERIDONIALE	100,0				
DIASA	100,0	SOCIETA SVILUPPO COMMERCIALE SRL	100,0				
E-CARREFOUR SA	74,5	JAPON					
GRUP SUPECO MAXOR	74,5	CARREFOUR JAPAN KK	100,0				
HIPERMERCADOS CONTINENTE, SL	74,8	MALAISIE					
INVERSIONES PRYCA, SA	100,0	CARREFOUR MALAYSIA SDN BHD	100,0				
OPTICAS CARREFOUR, SA	74,5	MAGNIFICENT DIAGRAPH SDN-BHD	70,0				
PUNTOCASH, SA	100,0	MEXIQUE					
SERVICIOS FINANCIEROS CONTINENTE, EFC, SA	72,6	CARREFOUR DE MEXICO	100,0				
		GRANDES SUPERFICIES DE MEXICO SA DE CV	100,0				
		GRUPO CARREFOUR	100,0				

Liste des sociétés consolidées au 31 décembre 2001

2 - SOCIETES CONSOLIDEES PAR MISE EN EQUIVALENCE

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation	Numéro de Registre du Commerce
FRANCE		
ALTIS	50,0	310 710 223
BEARBULL	50,0	423 143 718
CARMA	50,0	330 598 616
CARMAVIE	50,0	428 798 136
DEFENSE ORLEANAISE	50,0	085 580 728
DISTRIMAG	50,0	301 970 471
FECAMPOISE DE SUPERMARCHES	50,0	305 490 039
HAMON INVEST	50,0	431 586 502
HYPARLO	20,0	779 636 174
HYPERMARCHES DES 2 MERS-H2M	50,0	393 248 554
PROVENCIA SA	50,0	326 521 002
S2P-SOCIETE DES PAIEMENTS PASS	60,0	313 811 515
SA BLADIS	33,3	401 298 583
SCI LATOUR	60,0	333 337 053
SOCIETE DES HYPERMARCHES DE LA VEZERE	50,0	382 824 761
SOCIETE RESEAU FRANCE BILLET	45,0	414 948 638
SOCIETE SUPERMARCHE DU BASSIN-SSB	50,0	324 754 894

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation
ARGENTINE	
BANCO CETELEM ARGENTINA SA	40,0
BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS SA	60,0
HIPERBROKER	65,0
BELGIQUE	
CUSTOMER LOYALTY PROGRAM BELGIUM-CLPB	33,3
MESTDAGH	25,0
BRESIL	
FAZENDA SAO MARCELO SA	99,8
ESPAGNE	
CENTROS SHOPPING GESTION, SL	44,0
COSTASOL DE HIPERMERCADOS, SL	25,3
FEU VERT IBÉRICA, SA	37,3
FINANDIA	100,0
GLORIAS PARKING SA	40,0
DIAGONAL PARKING	45,7
ILITURGITANA DE HIPERMERCADOS, SL	25,3
INTERING SA	37,3
SEGUROS CARREFOUR SA	55,9
SICIONE, SA	30,2
FINANCIERA PRYCA ENTIDAD FINANCIACION, SA	45,7

	Pourcentage d'intérêts retenus en consolidation
ITALIE	
FINMAR	96,9
GRA MI LA	96,9
IPER ORIO	48,7
IPER PESCARA	48,7
MAR	96,9
MAR TP	96,9
TEDESCO	96,9
PORTUGAL	
MODELO CONTINENTE HIPERMERCADOS SA	22,4
ROUMANIE	
HIPROMA	50,0
ROYAUME-UNI	
COSTCO UK LIMITED	20,0
SUISSE	
DISTRIBUTIS MONCOR SA	20,0
TAIWAN	
CARREFOUR FINANCIAL CONSULTING	50,4

Rapport de certification des comptes consolidés

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Carrefour, établis en euros, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2001, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés, établis conformément aux principes comptables généralement admis en France, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations relatives au Groupe, données dans le rapport de gestion, conformément aux normes de la profession applicables en France. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 28 mars 2002
Les Commissaires aux Comptes :

BARBIER FRINAULT & AUTRES
ANDERSEN
Patrick Malvoisin

KPMG AUDIT
Département de KPMG SA
Jean-Luc Decornoy

Rapport de gestion de Carrefour (arrêté par le Conseil d'Administration du 5 mars 2002)

Mesdames et Messieurs,

Nous vous avons réunis en Assemblée Générale Mixte (Ordinaire et Extraordinaire) à l'effet de vous rendre compte de l'activité de votre Société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2001 et de soumettre à votre approbation les comptes sociaux et consolidés dudit exercice.

Nous vous proposerons en outre :

- de vous prononcer sur la fusion de la Société avec la société Bontemps par voie d'absorption de cette dernière ;
- de modifier les statuts de la Société afin, principalement ; de les mettre en conformité avec les nouvelles dispositions introduites par la loi dite NRE sur les nouvelles régulations économiques ;
- d'autoriser votre Conseil à réduire le capital social, afin de pouvoir annuler, le moment venu, les actions autodétenues par la Société.

I – Activités et résultats

La société Carrefour assume un rôle de holding, gère à ce titre des participations en France et à l'étranger. Les produits d'exploitation s'élèvent à 275 millions d'euros et correspondent essentiellement aux refacturations intra-Groupe.

Le résultat financier passe de 77 millions d'euros en 2000 à 299 millions d'euros en 2001.

Le résultat bénéficiaire s'établit à 507 642 065,20 euros.

II – Participations

Au cours de l'exercice 2001, Carrefour a acquis des titres de participations et souscrit à des augmentations de capital de filiales pour 4 229 millions d'euros (montant diminué des sorties d'actifs), dont :

- GMR	1 882 M€
- CRFP 3	1 601 M€
- Modelo Continente	53 M€
- Immobilière Carrefour	22 M€

III – Convention visée à l'article L 225-38 du Code de Commerce

Le rapport spécial des Commissaires aux Comptes mentionne la convention réglementée visée à l'article L 225-38 du Code de Commerce.

Ce rapport spécial figure après le rapport général sur les comptes annuels.

IV – Affectation du résultat

Nous vous proposons d'affecter et de répartir le résultat de l'exercice de la manière suivante :

Le bénéfice de l'exercice :	507 642 065,20 €
- diminué de la dotation à la réserve légale (valant dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme) :	25 382 103,26 €
- majoré du report antérieur bénéficiaire :	4 082 450,00 €
soit :	486 342 411,94 €

recevrait l'affectation suivante :

- dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme :	340 325 358,18 €
- solde affecté au paiement du dividende ainsi que prévu ci-après :	146 017 053,76 €

Nous vous proposons de fixer à 398 247 278,24 € le montant du dividende de l'exercice 2001, montant qui serait prélevé sur le solde disponible après dotation à la réserve légale et à la réserve des plus-values à long terme pour 146 017 053,76 € et sur le poste prime d'émission pour 252 230 224,48 €.

Chaque action recevrait ainsi un dividende de 0,56 €. Le revenu global par action serait de 0,84 €, dont 0,28 € déjà payés au Trésor.

En application de la loi, nous rappelons que le revenu global distribué à chaque action, au titre des trois exercices précédents, a été le suivant :

Exercice	Revenu global	Dividende distribué	Impôt déjà payé au Trésor (avoir fiscal)
1998	7,35 €	4,90 €	2,45 €
1999 (ajusté)*	1,35 €	0,90 €	0,45 €**
2000 (ajusté)*	0,75 €	0,50 €	0,25 €**

(*) En 1999, split d'une action ancienne contre 6 actions nouvelles.
En 2000, attribution d'une action nouvelle pour une action ancienne.
(**) Les dernières lois de finances ont prévu que, dans certains cas, l'avoir fiscal ne soit pas égal à 50 % du dividende versé.

Le dividende de l'exercice 2001 sera mis en paiement à compter du 29 avril 2002.

V – Evolution du capital

■ Création d'actions Carrefour

Carrefour associe pleinement les cadres et les dirigeants du Groupe à son développement en leur offrant des options de souscription d'actions de la Société dont l'émission est réalisée conformément aux dispositions des articles L 225-177 à L 225-184 du Code de Commerce et dans le cadre des autorisations conférées au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Extraordinaire. Au cours de sa séance du 26 avril 2001, votre Conseil a décidé de la mise en œuvre d'un plan de souscription d'actions d'une durée de 7 ans, assortie d'une période d'indisponibilité de 4 ans, consenti au profit de 1 842 bénéficiaires, portant sur 5 350 360 actions pouvant être souscrites au prix unitaire de 62 euros, correspondant à la moyenne des premiers cours cotés des 20 séances de Bourse précédant le 26 avril. Au cours de l'exercice, 12 300 actions ont été souscrites par les bénéficiaires de plans. 84 actions ont été créées suite à l'exercice de bons de souscription d'actions et 30 actions ont été créées suite à la conversion d'obligations.

■ Options d'achat d'actions Carrefour

Au cours de l'exercice 2001, 491 920 actions ont été acquises par les bénéficiaires des plans d'options d'achat d'actions en vigueur.

■ Acquisitions d'actions Carrefour

Au cours de l'exercice 2001, Carrefour n'a pas fait usage de votre autorisation, en date du 26 avril 2001, d'acheter des actions dans le cadre de la régularisation des cours. Votre Conseil vous demande, pour faire face à toute éventualité, de renouveler cette autorisation, conformément aux dispositions de l'article L225-209 du Code de Commerce.

Le prix maximum d'achat pour les actions serait fixé à 125 euros et le prix minimum de vente à 50 euros.

■ Actionnariat des salariés

Nous vous informons que les salariés du Groupe, par l'intermédiaire des Fonds Communs de Placements d'entreprises, détenaient 2,88 % du capital de la Société à la clôture de l'exercice.

VI – Informations visées à l'article L 233-13 du Code de Commerce

Nous vous avisons qu'à la clôture de l'exercice 2001, la société Paroma – société ayant son siège à Mondeville (14120) ZI-Route de Paris – détenait plus du vingtième des droits de vote.

VII – Fusion avec la société Bontemps

Nous vous invitons à décider la fusion de la Société avec la société Bontemps par voie d'absorption de cette dernière. La société Bontemps est propriétaire d'environ 0,64 % du capital de la société Carrefour. Elle détient, outre 4 535 604 actions Carrefour, une trésorerie positive de plus de 25 millions d'euros et n'a pas d'endettement. La parité d'échange – une action Bontemps pour une action Carrefour – a été établie en prenant en compte un cours moyen du titre Carrefour sur la période comprise entre le 4 août 2001 et le 3 février 2002, soit 56,66 euros et une décote de 12 % sur l'actif net apporté de Bontemps eu égard à ses caractéristiques de société holding fermée non cotée et non liquide.

Après annulation de la totalité des titres Carrefour créés, la prime de fusion au titre de cette opération ressortirait à 26 075 466,59 euros.

Compte tenu de la parité d'échange retenue, cette fusion permettra à Carrefour de simplifier la structure de détention d'une partie de son actionnariat, de renforcer ses fonds propres par l'augmentation du poste prime de fusion et de disposer d'une trésorerie additionnelle de l'ordre de 26 millions d'euros.

VIII – Dispositions de la loi dite NRE (Nouvelles Régulations Economiques)

■ Travaux du Conseil

Le rôle du Conseil d'Administration est essentiellement :

- de fixer les politiques du Groupe en matière de métiers, de gestion des risques et d'objectifs globaux ;
- d'approuver la stratégie et de prendre en compte ses inflexions majeures ;
- d'approuver toutes acquisitions ou cessions d'actif susceptibles d'avoir un impact majeur sur les comptes et toutes opérations importantes d'acquisition ou de cession d'actifs hors exploitation courante.

Dans ce cadre, le Conseil d'Administration s'est réuni six fois au cours de l'exercice 2001 :

- deux réunions ont été réservées essentiellement à l'examen des comptes semestriels et annuels, ainsi que, pour l'une, à la préparation de l'Assemblée Générale ;
- trois réunions ont été consacrées à la stratégie dont :
 - une sous la forme d'un séminaire de 2-3 jours centré sur l'examen du portefeuille d'activités par métier ;
 - les autres centrées sur l'actualisation des prévisions et des investissements ;
- une réunion, tenue à l'issue de l'Assemblée Générale, ayant pour objet la mise en œuvre des autorisations consenties en matière de plan de stock-options et de programme de financement.

■ Rémunération des mandataires sociaux

Conformément aux dispositions de l'article L 225-102-1 du Code de Commerce, sont indiquées ci-après les rémunérations totales, y compris les avantages de toute nature, versées durant l'exercice 2001 par la Société et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L 233-16 du Code de Commerce à chaque mandataire, savoir :

- Daniel Bernard, Président :	2 206 089,73 €
- Joël Saveuse, Directeur Général :	1 167 912,23 €
- Hervé Defforey, Directeur Général :	341 198,74 €

■ Jetons de présence versés aux Administrateurs de la Société

- Daniel Bernard :	60 976,61 €
- Joël Saveuse :	30 489,80 €
- Hervé Defforey :	30 489,80 €
- Chaque Administrateur non dirigeant	30 489,80 €

■ Liste des fonctions des Administrateurs

Conformément aux dispositions de l'article L 225-102-1 (3^e alinéa) du Code de Commerce, vous trouverez ci-après la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercées dans toute société par chacun des mandataires sociaux au cours de l'exercice :

Jacques BADIN

Administrateur de BANQUE EUROFIN.

Daniel BERNARD

- Au sein du Groupe CARREFOUR :
Président-Directeur Général de CARREFOUR, Vice-Président de DIASA, Administrateur de COMPTOIRS MODERNES, d'ERTECO, de GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA, de PRESICARRE, de CARREFOUR COMERCIO E INDUSTRIA, de CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, de FINIPER et de GS, Gérant de SISP, Directeur Exécutif de CARREFOUR AMERICAS LTDA et Directeur de VICOUR.
- Administrateur d'ALCATEL et de SAINT-GOBAIN.

Christian BLANC

Président de MERRILL LYNCH FRANCE, Vice-Président de MERRILL LYNCH EUROPE, Administrateur de CAP GEMINI, de JC DECAUX, de THOMSON MULTIMEDIA (TMM) et de la COFACE.

Philippe FORIEL-DESTEZET

Vice-Président du Conseil d'Administration d'ADECCO SA, Président du Conseil d'Administration de NESCOFIN UK LTD, Administrateur de VIVENDI UNIVERSAL SA, d'AKILA FINANCE SA et de SECURITAS AB.

Paul-Louis HALLEY

Administrateur de SND HALLEY FRERES, de BNP PARIBAS, de NOYON SA et Président du Conseil de Surveillance de PAROMA SA

Robert HALLEY

Président de SND HALLEY FRERES, Président d'IVALDES, Président d'EVALDES et Gérant d'IVALCO.

François HENROT

Membre du Conseil de Surveillance de COGEDIM, Membre du Conseil de Surveillance de PINAULT-PRINTEMPS-REDOUTE, Administrateur de MONTUPET et d'ERAMET, Associé Gérant de ROTHSCCHILD & CIE BANQUE et Membre du Conseil de Surveillance de VALLOUREC.

Carlos MARCH

Président de BANCA MARCH, Président de CORPORACION FINANCIERA ALBA et Vice-Président de la FONDATION MARCH.

Joël SAVEUSE

Directeur Général de la Société CARREFOUR, Président de CARREFOUR EUROPE, Président Administrateur de CARIGES, Administrateur de CARREFOUR BELGIUM, Directeur de CARREFOUR COMERCIO E INDUSTRIA, Vice-Président de CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, Administrateur de DISTRIBUTIS, de GS et de CARREFOUR SABANCI TICARET MERKEZI AS CARREFOUR.

■ Modification des statuts

Nous vous proposons de mettre les statuts de la Société en harmonie avec les dispositions de la loi NRE, en modifiant notamment les articles suivants :

- Article 14 : le nombre maximal d'administrateurs serait ramené d'un maximum de 24 membres à 18, le titre de l'article devenant "Composition du Conseil d'Administration" au lieu de Conseil d'Administration, sachant que les articles 15, 16 et 18 traitent également du Conseil.

- Article 16 : le texte de cet article devra être refondu pour tenir compte de la nouvelle définition légale des pouvoirs du Conseil d'Administration, l'accent étant mis sur le pouvoir de contrôle de celui-ci dans le cadre des orientations qu'il donne, son pouvoir de gestion étant désormais exprimé de manière plus restrictive et ne constituant plus sa première prérogative.

- Article 17 : cet article pourrait être intitulé "Bureau du Conseil-Direction générale", sachant que la direction générale de la Société est dorénavant exercée soit par le Président (Président-Directeur Général) soit par une personne physique (Directeur Général), non nécessairement administrateur, ni actionnaire, désignée par le Conseil d'Administration. Il appartiendra au Conseil de choisir entre ces deux modalités d'exercice de la direction générale, dans les conditions déterminées par les statuts.

- Article 21 : cet article traite de la composition de l'Assemblée. Bien que les décrets d'application de la loi n'aient pas encore été publiés, il nous paraît d'ores et déjà opportun d'ouvrir le champ des possibilités de participation à l'Assemblée par voie de visioconférence ou par d'autres moyens de télécommunications dans les conditions qui seront définies par la réglementation.

Nous vous proposons en conséquence d'approuver le nouveau texte refondu des statuts qui vous est présenté, et dont un exemplaire certifié "ne varietur" par les membres du bureau restera déposé au siège social.

IX – Réduction du capital social

Nous vous demandons également d'autoriser votre Conseil, en application des dispositions de l'article L 225-209 du Code de Commerce, à réduire le capital social, en une ou plusieurs fois, sur ses seules délibérations et aux époques qu'il appréciera, par annulation d'actions déjà détenues par la Société (correspondant, par exemple, à des options d'achat d'actions qui n'auraient pas été exercées) et/ou qu'elle pourrait acheter dans le cadre du renouvellement de l'autorisation visé plus haut.

Conformément à la loi, la réduction ne pourra porter sur plus de 10 % du capital social.

Cette réduction de capital aurait un effet relatif et permettrait corrélativement d'augmenter le bénéfice par action.

X – Evolution récente

Les perspectives des premiers mois de l'année en cours sont évoquées dans le rapport sur la gestion du Groupe (p. 55).

Le Conseil d'Administration

Bilan au 31 décembre 2001

ACTIF

(En millions d'euros)	Notes	2001			2000	1999
		Brut	Amortissements et provisions	Net	Net	Net
Immobilisations incorporelles		15 980	952	15 028	15 498	132
Immobilisations corporelles						
Terrains		3		3	3	2
Constructions		15	7	7	8	0
Autres immobilisations corporelles		13	5	8	7	4
Immobilisations financières						
Participations et créances rattachées		15 025	137	14 888	10 643	24 152
Prêts et autres immobilisations financières		498	0	498	43	0
Actif immobilisé	2	31 533	1 100	30 433	26 202	24 290
Créances		2 012		2 012	2 088	363
Valeurs mobilières de placement	4	877	222	655	430	687
Disponibilités		268		268	113	78
Comptes de régularisation		28		28	84	42
Actif circulant	3	3 185	222	2 963	2 715	1 170
TOTAL ACTIF		34 719	1 323	33 396	28 917	25 460

PASSIF

(En millions d'euros)	Notes	Avant répartition			Après répartition		
		2001	2000	1999	2001	2000	1999
Capital social	5	1 778	1 778	856	1 778	1 778	856
Primes d'émission et de fusion		16 322	16 677	16 731	16 070	16 321	16 731
Ecart de réévaluation		0	0	0	0	0	0
Réserve légale		36	67	59	61	68	67
Réserves réglementées		228			569	198	
Autres réserves		0	146	196	0	0	196
Report à nouveau		4	23	179	0	0	19
Résultat de l'exercice		508	29	162	Affecté	Affecté	Affecté
Provisions réglementées	6	7	7	4	7	7	4
Capitaux propres		18 883	18 727	18 187	18 485	18 372	17 873
Provisions pour risques et charges	6	86	74	53	86	74	53
Dettes financières							
Emprunts obligataires		6 668	5 990	3 174	6 668	5 990	3 174
Emprunts auprès des établissements de crédits		3 626	3 365	2 302	3 626	3 365	2 302
Emprunts et dettes financières divers		1	18	0	1	18	0
Dettes d'exploitation							
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		120	105	36	120	105	36
Dettes fiscales et sociales		583	11	7	583	11	7
Autres dettes d'exploitation		2	2	2	2	2	2
Dettes diverses							
Autres dettes diverses		3 426	625	1 698	3 824	980	2 012
Comptes de régularisation		0	0	1	0	0	1
Dettes	7	14 426	10 116	7 220	14 824	10 471	7 534
TOTAL PASSIF		33 396	28 917	25 460	33 396	28 917	25 460

Compte de résultat

CHARGES

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Charges d'exploitation			
Autres achats et charges externes	193	160	102
Traitements et salaires, charges sociales	37	34	29
Dotations d'exploitation aux amortissements et provisions	70	33	2
Impôts, taxes et autres charges d'exploitation	5	3	7
Total	305	230	140
Quote-part de résultat	1	11	
Charges financières			
Dotation aux amortissements et provisions sur immobilisations	75	31	1
Intérêts et charges assimilés	917	742	340
Total	992	773	341
Charges exceptionnelles			
Sur opération de gestion	14	19	6
Sur opération en capital	2 342	1 174	173
Dotation aux amortissements et provisions	525	452	17
Total	2 881	1 645	196
Participation des salariés aux fruits de l'expansion	0	0	0
Impôts sur les bénéfices	- 222	- 144	- 106
Total des charges	3 957	2 515	571
Bénéfice	508	29	162
Total général	4 465	2 544	733

PRODUITS

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Produits d'exploitation			
Reprises sur amortissements et transferts de charges	4	32	0
Autres produits	271	195	108
Total	275	227	108
Produits financiers			
De participations	855	384	246
Autres intérêts et produits assimilés, produits de cession de VMP	432	282	169
Reprises sur provisions	3	184	14
Total	1 291	850	429
Produits exceptionnels			
Sur opérations en capital	2 826	1 442	174
Reprises sur provisions	72	25	22
Total	2 899	1 467	196
Total des produits	4 465	2 544	733
Total général	4 465	2 544	733

Tableau de trésorerie

(En millions d'euros)	2001	2000	1999
Résultat net	508	29	162
Dotation aux amortissements	543	464	2
Dotation (nette) aux provisions	1	(6)	(21)
Moins (plus) values sur cessions d'immobilisations	(392)	(286)	—
Autres variations		(150)	—
Trésorerie brute issue des opérations	660	51	143
Variation des autres créances et dettes	2 637	(1 433)	(112)
Autres mouvements		—	—
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	3 297	(1 382)	31
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles	(33)	(15 451)	(82)
Acquisitions des titres de participation	(7 067)	(3 424)	(18 246)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	—	—	2
Cessions de titres de participations	2 825	17 707	172
Variation des autres immobilisations financières	2	38	—
Financement des titres par augmentation de capital		—	16 416
Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement	(4 273)	(1 130)	(1 738)
Augmentation de capital	(0)	818	264
Dividendes versés	(351)	(310)	(188)
Augmentation nette de l'endettement	922	3 853	1 376
Variation des créances et dettes intra-Groupe	786	(2 069)	751
Variation des créances et dettes intra-Groupe	1 357	2 292	2 203
Variation nette de la trésorerie	380	(220)	496
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	543	763	267
Trésorerie à la clôture de l'exercice	923	543	763
Variation nette de la trésorerie au bilan	380	(220)	496

Annexe aux comptes sociaux

NOTE 1

■ Principes comptables

Les comptes annuels ont été élaborés et présentés conformément aux principes et méthodes définis par le règlement 99-03 du Comité de Réglementation Comptable, homologué par l'arrêté du 22 juin 1999. Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation ;
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre ;
- indépendance des exercices.

Et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La règle d'évaluation utilisée pour établir ces comptes est celle des coûts historiques. Les méthodes d'évaluation n'ont pas été modifiées par rapport à l'exercice précédent.

■ Immobilisations

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires). Les amortissements sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie économique prévue du bien :

Constructions	
Bâtiments	20 ans
Sols	10 ans
Agencements et aménagements des constructions	8 ans
Mali de fusion	40 ans
Autres	4 à 10 ans

Les actifs dont les perspectives de rentabilité future ne permettent plus de recouvrer leur valeur nette comptable font l'objet d'un amortissement exceptionnel. Cet amortissement est déterminé par comparaison entre la valeur nette comptable de l'actif et sa valeur d'utilité, estimée par l'actualisation des flux de trésorerie futures sur la durée d'utilité.

■ Participations et créances rattachées

Leurs valeurs brutes sont enregistrées à leur coût d'acquisition.

Ces éléments sont dépréciés lorsqu'en tenant compte de prévisions réalistes d'exploitation, il existe un risque que la quote-part de l'actif net détenue par Carrefour reste inférieure au coût d'achat.

■ Opérations en devises

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contre-valeur à la date de l'opération. Les dettes, créances et disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice, à l'exception de celles ayant fait l'objet de couverture. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est, le cas échéant, portée au bilan en "Comptes de régularisation".

■ Indemnités de départ à la retraite

Une indemnité de départ est versée aux personnes travaillant dans la Société jusqu'à leur retraite. La totalité des droits acquis par les personnes concernées est prise en charge.

■ Impôt sur les bénéfices

Carrefour est la Société tête du Groupe du périmètre d'intégration fiscale définie dans la Note 10. Chaque société intégrée fiscalement est replacée dans la situation qui aurait été la sienne si elle avait été imposée séparément.

■ Instruments financiers

Les couvertures de risque de taux d'intérêt utilisées par Carrefour visent à limiter les effets des fluctuations des taux d'intérêt sur l'endettement à taux variable. Ces couvertures sont réalisées au moyen d'instruments financiers de gré à gré avec des contreparties bancaires de premier rang. Les instruments financiers utilisés sont principalement des swaps et des options de taux, ainsi que des achats et ventes à terme de devises. Les résultats dégagés sur ces instruments sont comptabilisés de manière symétrique aux résultats sur les éléments couverts. Dans le cas d'opérations non adossées à des transactions certaines, les pertes latentes lors de l'arrêté des comptes sont provisionnées.

Les instruments utilisés au 31 décembre sont présentés en Note 8.

NOTE 2

Actif immobilisé (hors provisions détaillées dans la Note 6)

(En millions d'euros)	Immobilisations incorporelles	Immobilisations corporelles	Immobilisations financières	Total
Immobilisations brutes				
Au 1 ^{er} janvier	15 959	26	10 799	26 784
Acquisitions	28	5	7 697	7 730
Autres mouvements	0	0	- 630	- 630
Sorties de l'actif	- 7	0	- 2 343	- 2 350
Total au 31 décembre 2001 (A)	15 980	31	15 523	31 534
Amortissements				
Au 1 ^{er} janvier	461	9	0	470
Dotations de l'exercice	442	3	0	445
Autres mouvements	- 39	0	0	- 39
Diminutions sur sorties de l'actif	- 2	0	0	- 2
Total au 31 décembre 2001 (B)	863	12	0	875
Total net (A)-(B)	15 118	18	15 523	30 659

Entreprises liées

(sociétés consolidées par intégration globale)

(En millions d'euros)	
Immobilisations financières	15 118
Dettes financières	1
Créances	1 429
Dettes	3 174
Charges financières	287
Produits financiers	249

NOTE 3

Actif circulant

Etat des échéances des créances

(En millions d'euros)	Montant brut	Moins d'un an
Créances de l'actif circulant	2 012	2 012
Comptes de régularisation	28	28
Total	2 040	2 040

NOTE 4

■ Valeurs mobilières de placement

Ce poste comprend :

- des actions Carrefour pour 776 millions d'euros acquises soit dans le cadre de la régularisation de cours, soit dans le cadre de plans d'options d'achat d'actions non levées au 31 décembre 2001 (dont 3 millions d'actions achetées au cours de l'exercice 2001). La moins-value latente sur ces titres est provisionnée au 31 décembre 2001 pour 222 millions d'euros (dont 50 millions dotés au cours de l'exercice 2001) ;
- des obligations pour 40 millions d'euros.

■ Disponibilités

Ce poste comprend :

- des dépôts à terme pour 261 millions d'euros ;
- d'autres éléments pour 7 millions d'euros.

NOTE 5

■ Capitaux propres

Capital social

Le capital social est constitué par 711 155 854 actions d'une valeur nominale de 2,50 €.

Participation de l'émetteur à un groupe d'entreprises

L'émetteur ne participe pas à un groupe d'entreprises. Par ailleurs, l'émetteur ne subit aucune dépendance à l'égard de brevet et licences ou de contrats quelle qu'en soit la nature (commerciale, industrielle...).

■ Proposition d'affectation du résultat

(les dividendes sont prescrits dans les conditions légales)

<i>(En millions d'euros)</i>	
Origine	
Report à nouveau	0
Autres réserves	4
Autres primes	252
Résultat de l'exercice	508
Total	764
Affectation	
Dividendes	398
Réserve réglementée	341
Réserve légale	25
Report à nouveau	0
Total	764

■ Répartition des bénéfices

(article 32 des statuts)

Sur les bénéfices nets établis à chaque inventaire, diminués le cas échéant des pertes antérieures, il est d'abord prélevé :

- 5 % au moins pour constituer le fonds de réserve légale, prélèvement qui cessera d'être obligatoire lorsque ledit fonds aura atteint le dixième du capital, mais reprendra son cours si, pour une cause quelconque, cette quotité n'est plus atteinte ;
- et toutes sommes à porter en réserve en application de la loi.

Le solde, augmenté des reports bénéficiaires, constitue le bénéfice distribuable sur lequel sont prélevées :

- la somme nécessaire pour servir aux actionnaires, à titre de premier dividende, un intérêt de 6 % l'an sur le montant libéré et non remboursé de leurs actions, sans qu'en cas d'insuffisance des bénéfices d'un exercice pour effectuer ce paiement, il puisse être fait un prélèvement sur les résultats des exercices ultérieurs ;
- les sommes que l'Assemblée, sur la proposition du Conseil d'Administration, décide d'affecter à tous comptes de réserve ou de prévoyance et même à un compte d'amortissement du capital ou de reporter à nouveau.

L'excédent est réparti entre toutes les actions.

Les réserves dont l'Assemblée a la disposition pourront être employées, sur sa décision, pour payer un dividende aux actions. En ce cas, la décision indiquera expressément les postes sur lesquels les prélèvements sont effectués. L'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice aura la faculté d'accorder à chaque actionnaire, pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividendes, une option entre le paiement du dividende ou des acomptes sur dividendes en numéraire ou en actions.

L'Assemblée Générale Extraordinaire peut, au moyen de bénéfices ou de réserves autres que la réserve légale, décider l'amortissement intégral ou partiel des actions qui perdront, à due concurrence, le droit au premier dividende et au remboursement de leur valeur nominale. Les actions intégralement amorties sont dites actions de jouissance.

L'Assemblée Générale des actionnaires peut aussi, dans les conditions fixées par la loi, décider la conversion en actions de capital des actions intégralement ou partiellement amorties.

Les comptes de réserve et d'amortissement ne produisent aucun intérêt, sauf décision contraire de l'Assemblée annuelle.

NOTE 6

Provisions

<i>(En millions d'euros)</i>	Au 1 ^{er} janvier	Dotations de l'exercice	Reprises de l'exercice	Autres mouvements (fusion)	Au 31 décembre
Provisions réglementées					
Provision pour investissement et amortissement dérogatoires	7	22	22		7
Provisions pour risques et charges	74	29	17		86
Provisions pour dépréciation					
Sur immobilisations incorp. et financières	112	148	35		225
Autres (VMP)	175	50	2		223
Total	368	249	76	0	541
Analyse					
Exploitation	22	4	0		26
Financier	287	75	3		359
Exceptionnel	59	170	72		157
Total	368	249	76	0	541

L'engagement total au titre de l'indemnité de départ en retraite s'élève à 22,5 millions d'euros et figure en provisions pour risques et charges.

NOTE 7

Etat des échéances des dettes à la clôture de l'exercice avant répartition

<i>Nature des dettes (en millions d'euros)</i>	Montant	Moins de 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles	504	12	492	
Autres emprunts obligataires	6 163	94	3 499	2 571
Emprunts auprès des établissements de crédits	3 626	2 166	557	903
Emprunts et dettes financières diverses	1	1		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	120	120		
Dettes fiscales et sociales	583	583		
Autres dettes d'exploitation	2	2		
Autres dettes diverses	3 426	3 426		
Total	14 425	6 404	4 548	3 474

NOTE 8**Engagements financiers**

<i>(En millions d'euros)</i>	
Engagements donnés	
Avais, cautions et garanties	-
Reversement des déficits fiscaux liés à l'intégration fiscale	141
Engagements reçus	
Facilités à options multiples	3 921
Autres	101

Instruments financiers <i>(en millions d'euros)</i>	Montant	Moins de 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Swap	10 274	5 160	4 611	503
Option de taux	9 165	1 220	7 945	-

NOTE 9**Effectif**

Effectif moyen	
Cadres	19
Agents de maîtrise et techniciens	1
Employés	0
Total	20

L'accord de participation s'adresse à tous les salariés dont l'ancienneté est de soit au moins trois mois de présence au cours de l'exercice dans la Société, soit au moins six mois de présence au sein du Groupe Carrefour.

L'accord d'intéressement bénéficie à l'ensemble des salariés des établissements l'ayant signé.

En ce qui concerne Carrefour, les montants d'intéressement et de participation sont les suivants :

Les membres du personnel de Carrefour bénéficient d'un accord de participation ainsi que d'un accord d'intéressement.

<i>(En euros)</i>	2001	2000	1999	1998	1997
Intéressement payé et placé au titre de l'année N-1	76 094	58 327	186 574	152 710	0
Participation placée au titre de l'année N-1	232 592	309 018	450 796	346 583	143 202

NOTE 10**Ventilation de l'impôt sur les bénéfices**

Carrefour a opté pour le régime d'intégration fiscale avec ses filiales Carrefour France, SNE, Euromarché, Immobilière Carrefour, SND Participation, Carrefour Marchandises Internationales, Vetter, Carfuel, Carrefour Europe, Erteco SA, ED Franchise, Carrefour Nouveaux Métiers, ED SNC, Dauphinoise de Participations, Forum Développement, Carrefour Management, Tourangelle de Participations, Carrefour Vacances, Services Automobiles Carrefour, Carrefour Communication, Jougnoise de Participations, La Poincarienne, Société du Long Rayage,

Trocadis, Carautoroute, Carrefour Hypermarchés France, Carrefour Services Clients, Carrefour Mobilier Hypermarchés France, Carrefour Formation Hypermarchés France, Europarticipation, Immo-Invest, Providange, Sodisor, Sogrammo, Alimentation Besneville, Christing, CM Logistique Sud-Est, CM Supermarchés Centre, CM Supermarchés Nord-Ouest, CM Supermarchés Ouest, CM Supermarchés Sud-Est, Comptoirs Modernes Direction Groupe, Comptoirs Modernes Economiques de Normandie, Comptoirs Modernes Economiques de Rennes, Comptoirs Modernes Major Unidis, Comptoirs Modernes SA, Comptoirs Modernes Union Commerciale, CV Logistiques,

SCI de Villenoy, Stoc Sud Est, Actis, Alodis, Amidis et Cie, Batkidis, Boedim, Boulogne Distribution, Carrefour Administratif France, Carrefour Systèmes d'Informations France, Catarn, Catteau, Centrale Internationale de Marchandises, Cheshunt France, Continent

Hypermarchés, Coviam 3, Covilog, Coviprodim, Covoba, Cridis, Dahliaco, Discruise, Epagam, Galimco, Holdim, Interdis, Logidis, L'union et Cie, Ooshop, PRM, Prodim, Profidis, Promodès France, Carrefour Tréso., SEC Goulet Turpin, SET, SISP, Sté Champenoise de Supermarchés.

<i>(En millions d'euros)</i>	Avant impôt	Impôt correspondant	Après impôt
Résultat avant éléments exceptionnels et participations	268	174	442
Résultat exceptionnel	18	- 90	- 72
Participation des salariés	0	0	0
Economie d'impôt liée à l'intégration fiscale	0	138	138
Résultat comptable	286	222	508

NOTE 11**Résultats de la Société au cours des cinq derniers exercices**

	2001	2000	1999	1998	1997
I - Capital en fin d'exercice <i>(en millions d'euros)</i>					
Capital social	1 778	1 778	856	592	587
Primes d'émission et de fusion	16 322	16 677	16 731	315	0
Nombre d'actions ordinaires existantes ⁽¹⁾	711 155 854	711 143 440	342 502 350	38 844 924	38 475 354
II - Opérations et résultats de l'exercice <i>(en millions d'euros)</i>					
Résultat avant impôt, participation des salariés et dotation nette aux amortissements et provisions	875	191	39	39	612
Impôt sur les bénéfices	222	144	106	50	15
Participation des salariés due au titre de l'exercice	0	0	0	0	0
Résultat après impôt, participation des salariés et dotation nette aux amortissements et provisions	508	29	162	93	616
Résultat distribué ⁽²⁾	398	356	315	189	176
III - Résultat par action <i>(en euros)</i>					
Résultat après impôt, participation des salariés, mais avant dotation nette aux amortissements et provisions ⁽³⁾	1,54	0,47	0,43	2,26	16,27
Résultat après impôt, participation des salariés, et dotation nette aux amortissements et provisions	0,71	0,04	0,47	2,40	16,00
Dividende net attribué à chaque action	0,56	0,50	0,90	4,90	4,57
IV - Personnel					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice ⁽⁴⁾	20	24	39	64	47
Montant de la masse salariale de l'exercice <i>(en millions d'euros)</i>	23	19	17	19	15
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice (Sécurité Sociale, Œuvres Sociales) <i>(en millions d'euros)</i>	16	15	12	10	7

(1) En 1999, division du nominal par six. En 2000, attribution d'une action nouvelle pour une ancienne.

(2) Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale Ordinaire.

(3) Ajusté pour tenir compte des attributions d'actions.

(4) En 1999, transfert d'une partie des effectifs de Carrefour SA sur la société Carrefour Management.

NOTE 12

Filiales et participations

(En millions d'euros)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consentis	Montant des cautions et avals donnés	Dividendes encaissés au cours de l'exercice
	Brute	Nette			
	Filiales françaises	9 948,75			
Filiales étrangères	2 720,21	2 708,93	338	-	0
Participations	1 224,51	1 205,50	-	-	53
TOTAL	13 893,47	13 757,53	883	-	851

(En millions d'euros)	Valeur Comptable des Titres		Capitaux Propres Résultats inclus	Dont Bénéfices ou Pertes de l'exercice clos	Capitaux propres Hors Résultat	CA H.T.	% détention au 31.12.2001	Dividendes encaissés
	Brute	Nette						
	ACTIS	6,91						
ALODIS	17,69	17,69	42	5	37	0	100,00	6
AMIDIS ET CIE	3,81	3,81	244	115	129	1566	52,71	48
BEARBULL SAS	4,94	4,94					50,00	
BERNARD TAILLAN VINS	0,64	0,64					2,39	
BIBLI ET LUDO	0,23	0,00					25,00	
BOEDIM	62,05	37,91					100,00	
BRED	0,08	0,08					1,00	
BREPA COMERCIO E PARTICIPACAO LTDA.	53,58	53,58	1576	-81	1657	0	0,42	0
CARREFOUR LUX S.C.A.	1,48	1,48					4,72	
CARMA	13,10	11,18	19	0	19		50,01	
CARREFOUR COMMUNICATION	0,01	0,01					99,99	
CARREFOUR AMERICAS LTDA	0,77	0,77	0	0	0	0	100,00	
CARREFOUR ASIA	22,95	22,95					100,00	
CARREFOUR B2B	16,82	16,82					100,00	
CARREFOUR CHINE	0,95	0,95					NS	
CARREFOUR EUROPE	0,04	0,04					99,96	
CARREFOUR FRANCE	1 160,73	1 160,73	2 337	714	1 622	4 517	99,82	466
CARREFOUR IMPORT	0,04	0,04					100,00	
CARREFOUR ITALIA	708,61	697,41					83,60	
CARREFOUR JAPAN	0,43	0,43					100,00	
CARREFOUR JARDINS	3,80	3,80	-4	-8	4	0	99,90	
CARREFOUR KOREA CO.	156,68	156,68					20,56	
CARREFOUR MALAYSIA SDN-BHD	14,95	14,88					100,00	
CARREFOUR MANAGEMENT	0,04	0,04					99,96	
CARREFOUR MARCHANDISES INTERNATIONALES	0,04	0,04					99,96	
CARREFOUR MARINOPOULOS	32,13	32,13					21,43	
CARREFOUR MONACO	0,15	0,15	64	15	48	123	99,99	
CARREFOUR NEDERLAND	429,92	429,92	5 354	151	5 204	0	7,38	
CARREFOUR NOUVEAUX METIERS	0,04	0,04	-92	-92	0	1	100,00	
CARREFOUR PORTUGAL	0,00	0,00					NS	
CARREFOUR SOUTH EAST ASIA	1,87	1,87					100,00	
CARREFOUR TRESO	NS	NS	4	4	0		100,00	5
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR	151,03	151,03					23,30	32
CIE MAURICIENNE D'HYPERMARCHES	0,44	0,44					5,72	
COMPANIA DOMINICANA DE HIPERMERCADOS	1,20	1,20					NS	
COMPTOIRS MODERNES	2 590,93	2 590,93					89,35	161
COMPTOIRS MODERNES OBLIGATIONS	0,26	0,26					NS	
CONTHYPERMARKETS LIMITED	0,00	0,00					20,00	
CONTINENT HYPERMARCHES	40,06	40,06	184	124	60		81,19	99
COVIPRO	0,04	0,04					NS	
CREDIT MUTUEL DE BRETAGNE	0,00	0,00					1,00	
CRFP3	1 600,72	1 600,72	1 601	1	1 600	0	100,00	
CRFP4	15,13	15,13					75,00	
CRFP5	0,04	0,04					100,00	
CRFP6	0,04	0,04					100,00	

(En millions d'euros)	Valeur Comptable des Titres		Capitaux Propres Résultats inclus	Dont Bénéfices ou Pertes de l'exercice clos	Capitaux propres Hors Résultat	CA H.T.	% détention au 31.12.2001	Dividendes encaissés
	Brute	Nette						
	CRFP7	0,00						
CRFP8	0,00	0,00					99,90	
CRIDIS	63,72	63,72					100,00	
CRIDIS2	580,00	580,00	584	0	584	0	100,00	
DAHLIACO	470,01	470,01					100,00	
DCR	0,07	0,00					100,00	
DISCRUISE	27,79	1,14					100,00	
DOP4	0,02	0,02					99,90	
ECO EMBALLAGES	0,01	0,01					0,42	
ERTECO	87,69	87,69	55 145	17 425	37 719	14 135	100,00	
FONDS D'INVESTISSEMENT LOCAL DU COTENTIN	0,02	0,02					6,67	
GALIMCO	0,00	0,00					0,00	1
GIE CHAMNORD	3,55	3,55					64,00	
GMR	1 882,56	1 882,56					75,61	
GROUPEMENT Français D'ENTREPRISE	0,00	0,00					1,00	
HAXTUN HOLDING	54,82	54,82	101	0	101	0	100,00	
HLM PAYS D'AUGE	0,00	0,00					0,05	
HOLDIM	53,06	53,06	215	77	139	0	100,00	
HYPARLO	27,57	27,57					20,00	
HYPERDEMA	1,48	1,48					99,88	0
IMMOBILIERE CARREFOUR	22,32	22,32	984	71	914		0,06	0
IMMODIS	0,34	0,34					15,60	
INTERDIS	0,05	0,05	65	64	1		28,57	13
JOUGNOISE DE PARTICIPATIONS	393,37	393,37	408	19	389	0	100,00	
LA DAUPHINOISE DE PARTICIPATION	0,15	0,15	2	0	2	0	99,99	
LA KLEBERIENNE	0,04	0,04	0	0	0	0	99,76	
LA POINCARIENNE	1 500,00	1 500,00	1 500	0	1 500	0	100,00	
LOGIDIS	3,36	3,36	144	11	133	7 726	6,95	1
MAJID AL FUTTAIM HYPERMARKETS	8,42	8,42					25,00	
MATEDIS	0,00	0,00	0	-1	1	0	99,00	
MEUBLES , COM	4,57	4,57					20,00	
MODELO CONTINENTE	169,38	169,38					21,36	6
NORFIN	4,04	4,04	902	14	888	0	46,26	
PELODIS	0,03	0,03					99,80	
PERAL	0,00	0,00					NS	
PMD INTERNATIONAL BV	105,10	105,10	390	-6	395	0	28,58	
PREVICARRE	0,38	0,38					0,69	
PRM	137,81	84,94					100,00	
PROMODES FOODSTUFF (BEIJING) LTD. CO.	6,44	6,44					100,00	
PROMODES FRANCE	0,02	0,02	1	0	1	0	100,00	
PROMOHYPERMARKT AG & CO.	6,02	6,02					3,25	
PROMOPIERRE	0,02	0,02					5,00	
PROMOPIERRE 2	0,18	0,18					21,09	
PROVENCIA	6,86	6,86					50,00	1
QUINGDAO CONTINENT REAL ESTATE DEVPT	8,29	8,29					100,00	
SALGEMM	0,00	0,00					10,67	
SCHRODERS	1,52	0,05					NS	
SCI HAUTS DE ROYA	0,01	0,01	0	0	0	0	99,80	
SCI La Prose	30,78	23,14					10,00	
SDR SUD EST	0,00	0,00					1,00	
SDR BRETAGNE	0,00	0,00					1,00	
SEC GOULET TURPIN	0,00	0,00					NS	
SEGECAR	0,03	0,03					66,75	
SELIMA	0,04	0,04					99,96	
SET	0,04	0,04					100,00	
SIDAMSA CONTINENTE HIPERMERCADOS S.A.	0,18	0,18					99,98	
SISP	0,76	0,76					100,00	
SOCIETE DES PAIEMENTS PASS - S2P	50,65	50,65	192	31	161		59,99	8
SOFINEDIS	0,69	0,69					26,40	
SOURCING LINK	0,65	0,65					NS	
TROCADIS SA	1 044,31	1 044,31	1 044	0	1 044	0	100,00	
VALDIM	8,45	8,45					98,46	
VALIMO	0,76	0,76					20,00	
VALPHACO	0,00	0,00					1,00	
VCGA II	0,00	0,00					0,19	
WEB CITY	9,66	0,00					19,90	
Total filiales et participations	13 893,47	13 757,53						851

NS : non significatif

Rapports des Commissaires aux Comptes

Rapport général

Exercice clos le 31 décembre 2001

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2001, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Carrefour SA, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

■ Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels, établis conformément aux règles et principes comptables applicables en France, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

■ Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels. En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 28 mars 2002

KPMG AUDIT	BARBIER FRINAULT & AUTRES
Département de KPMG SA	ANDERSEN
Jean-Luc Decornoy	Patrick Malvoisin
Associé	Associé

Rapport spécial sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2001

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

■ Conventions autorisées au cours de l'exercice

En application de l'article L 225-40 du Code de Commerce nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration. Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation. Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

- Administrateur concerné : Paul-Louis Halley ;
- nature et objet : Les sociétés BNP Paribas et Carrefour ont signé une convention, le 12 octobre 2001, portant sur une promesse d'achat par l'une des filiales de BNP Paribas des actions GMB et B. Investissements (Cora) pour un milliard d'euros ;
- modalités : La banque a perçu à ce titre une commission de montage de 3 millions d'euros.

■ Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Néant.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 28 mars 2002

KPMG AUDIT	BARBIER FRINAULT & AUTRES
Département de KPMG SA	ANDERSEN
Jean-Luc Decornoy	Patrick Malvoisin
Associé	Associé

Rapport sur la réduction du capital Assemblée Générale ordinaire et extraordinaire du 23 avril 2002

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Carrefour et en exécution de la mission prévue à l'article L 225-204 du Code de Commerce en cas de réduction du capital, nous vous présentons notre rapport sur la réduction du capital envisagée.

Nous avons analysé l'opération de réduction du capital en effectuant les diligences que nous avons estimé nécessaires selon les normes de la profession. Nous nous sommes assurés notamment que la réduction ne ramenait pas le montant du capital à des chiffres inférieurs au minimum légal et que l'opération ne pouvait porter atteinte à l'égalité des actionnaires.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de cette opération qui réduira le capital de votre société de 1 789 228 645 € à 1 777 889 635 €.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 28 mars 2002

KPMG AUDIT	BARBIER FRINAULT & AUTRES
Département de KPMG SA	ANDERSEN
Jean-Luc Decornoy	Patrick Malvoisin
Associé	Associé

Rapport sur le projet de réduction du capital par annulation d'actions achetées Assemblée générale ordinaire et extraordinaire du 23 avril 2002

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Carrefour S.A. et en exécution de la mission prévue par l'article L 225-209, al. 4 du Code de Commerce, en cas de réduction de capital par annulation d'actions achetées, nous vous présentons notre rapport sur l'opération envisagée. Nous avons analysé l'opération de réduction du capital en effectuant les diligences que nous avons estimé nécessaires selon les normes de la profession.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10% de son capital, de ses propres actions, dans les conditions prévues à l'article L 225-209 du Code de Commerce. Cette autorisation d'achat est proposée par ailleurs à l'approbation de votre assemblée générale et serait donnée pour une période de 18 mois. Votre conseil vous demande de lui déléguer, pour une période de 18 mois, au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre société de ses propres actions, les pouvoirs les plus larges pour réduire le capital social, en une ou plusieurs fois, sur ses seules délibérations et aux époques qu'il appréciera, par annulation d'actions déjà détenues par la société et/ou qu'elle pourrait acheter dans le cadre de l'autorisation mentionnée ci-dessus, dans la limite de 10 % du capital social, par période de 24 mois.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction de capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre société, de ses propres actions.

Paris La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 28 mars 2002

KPMG AUDIT	BARBIER FRINAULT & AUTRES
Département de KPMG SA	ANDERSEN
Jean-Luc Decornoy	Patrick Malvoisin
Associé	Associé

Résolutions

Assemblée Générale Ordinaire et Extraordinaire du 23 avril 2002

Première résolution :

Approbation des comptes sociaux

L'Assemblée Générale, connaissance prise des rapports du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes sociaux de l'exercice 2001, tels qu'ils lui sont présentés, avec toutes les opérations qu'ils traduisent ou qui sont mentionnées dans ces rapports. Elle donne au Conseil d'Administration quitus de sa gestion pour l'exercice 2001.

Deuxième résolution :

Approbation des comptes consolidés

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport présenté par le Conseil d'Administration et du rapport des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice 2001, tels qu'ils lui sont présentés, avec toutes les opérations qu'ils traduisent ou qui sont mentionnées dans ces rapports.

Troisième résolution :

Approbation des conventions réglementées

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions réglementées visées à l'article L 225-38 et suivants du Code de Commerce, approuve l'opération conclue au cours de l'exercice.

Quatrième résolution :

Fusion avec la société Bontemps

L'Assemblée Générale, lecture entendue des rapports du Conseil d'Administration et du commissaire à la fusion, connaissance prise du projet de contrat de fusion établi suivant acte sous seings privés en date du 5 mars 2002 et réglant l'absorption par la société Carrefour de la société Bontemps, société par actions simplifiée au capital de 69 167 961 euros, dont le siège social est à Paris (75008), 41, rue de la Bienfaisance et immatriculée sous le numéro 384 647 962 RCS Paris, cette dernière faisant apport de la totalité des éléments constituant son actif évalué à 293 174 577,36 euros contre la prise en charge de son passif évalué à 39 496 087,40 euros, en sorte que l'actif net apporté s'élève à 253 678 489,96 euros, approuve ce projet ainsi que la valeur des apports et décide la fusion de la Société avec la société Bontemps et, en conséquence, l'augmentation de 11 339 010 euros du capital devant en résulter par la création, avec une prime globale de fusion de 242 339 479,96 euros, de 4 535 604 actions de la Société de 2,5 euros nominal chacune, entièrement libérées et portant jouissance du 1^{er} janvier 2001, à attribuer à la société Bontemps en rémunération de ses apports et à répartir entre ses actionnaires à raison d'une action Carrefour pour une action Bontemps, et, prenant acte tant de la réalisation

des conditions suspensives visées dans le projet de contrat du 5 mars 2002 que de l'approbation donnée à la fusion par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires de la société Bontemps réunie le 23 avril 2002, constate que par l'approbation de la présente résolution, la fusion de la Société avec la société Bontemps se trouve réalisée. Considérant que la société Bontemps était propriétaire de 4 535 604 actions Carrefour, l'Assemblée Générale décide que ces 4 535 604 actions sont annulées par confusion et que le capital social est réduit en conséquence de 11 339 010 euros, en sorte que le montant du capital social de la société Carrefour ne sera pas modifié du fait de la réalisation de la fusion objet de la présente résolution. L'Assemblée Générale décide en outre d'imputer le montant de 216 264 013,37 euros correspondant à la différence entre la valeur d'apport et la valeur nominale des 4 535 604 actions Carrefour apportées par la société Bontemps et résultant de leur annulation, sur la prime de fusion de 242 339 479,96 euros, qui se trouve ainsi ramenée à 26 075 466,59 euros.

Elle donne en outre au Conseil d'Administration tous pouvoirs avec faculté de délégation pour effectuer sur la prime de fusion tels prélèvements qu'il appréciera, notamment pour la dotation de toutes provisions ou réserves et pour la couverture de tous frais et charges en relation directe avec cette opération.

Cinquième résolution :

Affectation du résultat, fixation du dividende

L'Assemblée Générale, approuvant les propositions présentées par le Conseil d'Administration dans le rapport de gestion, dote la réserve légale pour un montant de 25 382 103,26 euros (valant dotation à la réserve spéciale des plus-values à long terme) et la réserve spéciale des plus-values à long terme pour un montant de 340 325 358,18 euros.

Elle décide la distribution d'un dividende de 398 247 278,24 euros prélevé à hauteur de 146 017 053,76 euros sur le bénéfice distribuable et à hauteur de 252 230 224,48 euros sur le compte "Prime d'émission".

Le dividende de 0,56 euro net par action, donnant droit à un avoir fiscal de 15 % ou 50 %, utilisable par les actionnaires, dans les conditions légales, sous leur propre responsabilité, sera mis en paiement à compter du 29 avril 2002.

L'Assemblée Générale prend acte de ce que les dividendes distribués au titre des trois exercices précédents et les avoirs fiscaux correspondants ont été, par action, les suivants :

Exercice	Dividende distribué	Revenu global	Impôt déjà payé au Trésor (avoir fiscal)
1998	4,90 €	7,35 €	2,45 €
1999*	0,90 €	1,35 €	0,45 €**
2000*	0,50 €	0,75 €	0,25 €**

(*) La valeur nominale de l'action a été divisée par six en 1999 ; il a été attribué en 2000 une action gratuite pour une action ancienne.

(**) Les dernières lois de finances ont prévu que, dans certains cas, l'avoir fiscal n'est pas égal à 50 % du dividende versé.

Sixième résolution :

Mise en harmonie de statuts

L'Assemblée Générale, sur la proposition du Conseil d'Administration, décide de mettre les statuts de la Société en harmonie avec les dispositions de la loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques, notamment les articles 14 (nombre d'administrateurs), 16 (fonctionnement et pouvoirs du Conseil d'Administration), 17 (Président du Conseil et organisation de la Direction Générale), 21 (participation à l'Assemblée), et approuve le nouveau texte refondu des statuts qui lui est présenté, et dont un exemplaire certifié "ne varietur" par les membres du bureau restera déposé au siège social.

Septième résolution :

Autorisation au Conseil d'Administration d'acheter des actions de la Société

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'Administration, faisant usage de la faculté prévue par l'article L 225-209 du Code de Commerce, autorise le Conseil d'Administration à acheter des actions de la Société, dans la limite de 71 116 305 actions.

Le prix maximal d'achat est fixé à 125 euros et le prix minimal de vente à 50 euros.

En cas d'opération sur le capital notamment par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites, division ou regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés en conséquence.

Ces rachats d'actions seront opérés par tous moyens (y compris par cession hors Bourse ou par utilisation de produits dérivés) et aux époques que le Conseil appréciera ; ils pourront être effectués en vue :

- de la régularisation du cours de Bourse de l'action de la Société ;
- de consentir des options d'achat d'actions à des salariés ou des dirigeants du Groupe Carrefour ;
- de procéder à des échanges de titres ;
- de leur conservation et, le cas échéant, de leur transfert ;
- de leur annulation.

La présente autorisation est donnée pour une durée de dix-huit mois ; elle annule et remplace, pour sa durée restant à courir et à concurrence de sa fraction non utilisée, celle donnée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 26 avril 2001.

Huitième résolution :

Autorisation au Conseil d'Administration de réduire le capital social

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, autorise le Conseil d'Administration, en application des dispositions de l'article L 225-209 du Code de Commerce, à réduire le capital social, en une ou plusieurs fois, sur ses seules délibérations et aux époques qu'il appréciera, par annulation d'actions déjà détenues par la Société et/ou qu'elle pourrait acheter dans le cadre de l'autorisation donnée sous la résolution qui précède.

Conformément à la loi, la réduction ne pourra porter sur plus de 10 % du capital social.

L'Assemblée Générale donne les pouvoirs les plus larges pour arrêter les modalités des annulations d'actions, imputer la différence entre la valeur comptable des actions annulées et leur valeur nominale sur tous comptes de réserves ou primes et pour apporter aux statuts les modifications découlant de la présente autorisation. L'autorisation objet de la présente résolution est donnée pour une durée de 18 mois.

Informations juridiques

L'activité de la Société mère est uniquement une activité de holding. Elle assure une assistance technique auprès de ses filiales. Elle n'assure aucune exploitation directe. Tant au titre de cette assistance technique qu'au titre de l'exploitation de la marque, les filiales versent une redevance à la Société mère.

■ Dénomination et siège social

Carrefour
6, avenue Raymond-Poincaré - 75016 Paris

■ Forme juridique

Société anonyme de droit français régie par la loi du 24 juillet 1966 et les textes subséquents. La Société a été transformée en société à Conseil d'Administration à la suite de la décision de l'Assemblée Générale du 23 avril 1998.

■ Législation

Législation française.

■ Constitution et durée

La durée de la Société, qui a pris cours le 11 juillet 1959, expirera le 10 juillet 2058, sauf cas de dissolution anticipée ou de prorogation.

■ Objet social (article 2 des statuts)

La Société a pour objet :

- la création, l'acquisition et l'exploitation, en France et à l'étranger, de magasins pour la vente de tous articles, produits, denrées ou marchandises et, accessoirement, la prestation, dans le cadre de ces magasins, de tous services susceptibles d'intéresser la clientèle ;
 - l'achat, la fabrication, la vente, la représentation, le conditionnement et l'emballage de ces produits, denrées et marchandises ;
 - et, généralement, toutes opérations industrielles, commerciales et financières, mobilières et immobilières se rattachant directement ou indirectement à cet objet ou susceptibles d'en faciliter la réalisation ou d'en assurer le développement.
- La Société pourra agir, directement ou indirectement et faire toutes ces opérations en tous pays, pour son compte propre ou pour le compte de tiers et soit seule, soit en participation, association, groupement ou société, avec toutes autres personnes ou sociétés, et les réaliser et exécuter sous quelque forme que ce soit.
- La Société pourra également prendre tous intérêts et participations dans toutes sociétés ou entreprises françaises et étrangères, quel qu'en soit l'objet.

■ Registre du Commerce et des Sociétés Code APE

RCS : 652 014 051 RCS Paris
APE : 741 J

■ Lieu où peuvent être consultés les documents relatifs à la Société

Les documents relatifs à la Société et en particulier ses statuts, ses comptes, les rapports présentés à ses Assemblées par le Conseil d'Administration et les Commissaires aux Comptes peuvent être consultés au siège social, dont l'adresse figure ci-dessus.

■ Exercice social

L'exercice social commence le 1^{er} janvier et finit le 31 décembre.

■ Assemblée Générale (articles 21 à 27 des statuts)

L'Assemblée se compose de tous les actionnaires, quel que soit le nombre de leurs actions, sous réserve de la déchéance encourue pour défaut de libération des versements exigibles dans le délai prescrit. L'Assemblée Générale, régulièrement convoquée et constituée, représente l'universalité des actionnaires ; ses décisions sont obligatoires pour tous les actionnaires.

Tout actionnaire peut voter par correspondance dans les conditions légales et réglementaires ou se faire représenter par son conjoint ou par un autre actionnaire en vertu d'un pouvoir dont la forme est déterminée par le Conseil d'Administration dans les conditions prescrites par la réglementation en vigueur. Les mineurs et les incapables seront représentés par leurs tuteurs et administrateurs, sans que ces derniers aient besoin d'être personnellement actionnaires. Une personne morale est valablement représentée par une personne ayant qualité ou valablement déléguée à cet effet.

Le droit de participer aux Assemblées pourra être subordonné : pour les titulaires d'actions nominatives à leur inscription aux comptes de leurs propriétaires tenus par la Société ou par mandataire désigné par la Société et, pour les titulaires d'actions au porteur, au dépôt, au siège social ou en tout autre lieu désigné par la convocation, des certificats constatant l'inscription en compte et l'immobilisation des actions par tout intermédiaire financier agréé. Ces formalités doivent être accomplies avant une date fixée par la convocation et qui ne peut être antérieure de plus de cinq jours à celle de la réunion de l'Assemblée. Sous réserve des pouvoirs attribués par la loi au Conseil d'Administration, spécialement dans le cas d'augmentation de capital intervenant à la suite du paiement du dividende en actions, de la levée d'options de souscription ou

de la conversion des valeurs mobilières en actions, l'Assemblée Générale Extraordinaire sera seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions.

Toutes les décisions autres que celles visées à l'alinéa précédent seront prises par l'Assemblée Générale Ordinaire.

Sauf exception prévue par la loi, l'Assemblée Générale est convoquée par le Conseil d'Administration. La convocation est faite au moyen d'un avis inséré dans un journal habilité à recevoir les annonces légales dans le département du siège social, quinze jours au moins à l'avance sur première convocation et six jours au moins à l'avance sur convocations suivantes ; en outre, les actionnaires titulaires de titres nominatifs depuis un mois au moins à la date de cet avis sont convoqués à toute Assemblée par lettre ordinaire. Toutefois, s'il n'y a pas d'actions au porteur en circulation, la convocation pourra être faite par lettre recommandée adressée au dernier domicile connu de chaque actionnaire. Les Assemblées sont tenues dans la ville du siège social ou dans toute autre ville ou localité en France, suivant la décision prise à ce sujet par le convoquant et au lieu indiqué dans les convocations.

L'ordre du jour de chaque Assemblée Générale est arrêté par le convoquant ; sauf exceptions légales, il n'y est porté que les propositions émanant soit du Conseil d'Administration, soit des Commissaires aux Comptes si ceux-ci ont pris l'initiative de la convocation, soit d'un ou plusieurs actionnaires dans les conditions et délais fixés par la loi. L'Assemblée Générale est présidée par le président du Conseil d'Administration. En cas d'absence simultanée du président, l'Assemblée est présidée par un membre du Conseil d'Administration désigné par ce dernier ou par une personne choisie par l'Assemblée. En cas de convocation par les Commissaires ou par un mandataire désigné en justice, l'Assemblée est présidée par celui qui l'a convoquée ou par l'un de ceux qui l'ont convoquée. Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres présents disposant du plus grand nombre de voix et, sur leur refus, par ceux qui viennent après eux jusqu'à acceptation. Le bureau ainsi composé désigne le secrétaire qui peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence établie dans les formes légales, dûment émargée par les actionnaires présents et les mandataires des actionnaires représentés, mentionnant les actionnaires votant par correspondance et certifiée exacte par le bureau de l'Assemblée. Tout actionnaire a autant de voix qu'il possède d'actions ou en représente, sans aucune limitation, à la seule exception des cas prévus par la loi. Toutefois, un droit de vote double est conféré

dans les conditions légales aux actions justifiant d'une inscription nominative depuis deux années au moins au nom du même actionnaire. Il est également conféré dès leur émission aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles ce dernier bénéficiait déjà de ce droit.

Pour toute procuration d'un actionnaire sans indication du mandataire, le Président de l'Assemblée Générale émet un vote favorable à l'adoption des projets de résolutions présentés ou agréés par le Conseil d'Administration, et un vote défavorable à l'adoption de tous les autres projets de résolutions. Pour émettre tout autre vote, l'actionnaire doit faire choix d'un mandataire qui accepte de voter dans le sens indiqué par le mandant. Les votes sont exprimés à mains levées, à moins que le scrutin secret ne soit demandé par un ou plusieurs actionnaires représentant ensemble le dixième du capital représenté à l'Assemblée. Il est tenu compte, dans les conditions légales, des formulaires retournés par les actionnaires désirant faire usage du droit de vote par correspondance.

L'Assemblée Ordinaire est régulièrement constituée et délibère valablement lorsqu'elle réunit le quart au moins des actions ayant le droit de vote. Si ce quorum n'est pas atteint, il est procédé à une nouvelle Assemblée qui délibère valablement quelle que soit la fraction du capital représentée, mais qui ne peut statuer que sur l'ordre du jour de la première réunion.

Les délibérations de l'Assemblée Ordinaire sont prises à la majorité des voix des actionnaires présents, représentés ou votant par correspondance.

L'Assemblée Extraordinaire est régulièrement constituée et délibère valablement si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins, sur première convocation, le tiers, et, sur deuxième convocation, le quart des actions ayant le droit de vote ; à défaut de ce dernier quorum, l'Assemblée réunie sur deuxième convocation peut être prorogée à une date postérieure de deux mois au plus à celle de sa réunion. L'Assemblée Extraordinaire statue à la majorité des deux tiers des voix dont disposent les actionnaires présents, représentés ou votant par correspondance. Les délibérations sont constatées par des procès-verbaux qui sont, ainsi que les copies en extraits à produire en justice ou ailleurs, établis et signés conformément à la loi.

■ Faits exceptionnels et litiges

A la connaissance de la Société, il n'existe aucun litige ou arbitrage susceptible d'avoir une incidence sensible sur la situation financière de l'émetteur, son activité, son résultat, son patrimoine ou encore sur son Groupe non pris en compte dans les états financiers de la Société.

Informations sur le capital

■ Montant du capital

Le capital social au 31 décembre 2001 s'élève à 1 777 889 635 € divisé en 711 155 854 actions au nominal de 2,50 € entièrement libérées et toutes de même catégorie. Les actions sont nominatives ou au porteur au choix de l'actionnaire. La Société est autorisée à procéder à l'identification des titres au porteur.

■ Capital autorisé mais non émis

Augmentation de capital en numéraire	
Date de l'autorisation :	30 mars 2000
Date d'expiration :	29 mars 2005
Montant de l'autorisation (nominal) :	1 000 000 000 €
Montant utilisé :	-

Augmentation de capital par incorporation de réserves	
Date de l'autorisation :	30 mars 2000
Date d'expiration :	29 mars 2005
Montant de l'autorisation :	1 000 000 000 €
Montant utilisé :	-

Obligations convertibles en actions	
Date de l'autorisation :	30 mars 2000
Date d'expiration :	29 mars 2005
Montant de l'autorisation (nominal) :	6 000 000 000 €
Augmentation de capital pouvant en résulter (nominal) :	1 000 000 000 €
Montant utilisé :	-

Bons de souscription d'actions	
Date de l'autorisation :	30 mars 2000
Date d'expiration :	29 mars 2005
Augmentation de capital pouvant en résulter (nominal) :	1 000 000 000 €
Montant utilisé :	-

Valeurs mobilières composées	
Date de l'autorisation :	30 mars 2000
Date d'expiration :	29 mars 2005
Montant de l'autorisation (nominal) :	6 000 000 000 €
Augmentation de capital pouvant en résulter (nominal) :	1 000 000 000 €
Montant utilisé :	-

■ Evolution de la répartition du capital durant les trois dernières années

Répartition du capital au 31/12/2001				
Actionnaires	Actions	% capital	Droits de vote	% droits de vote
Groupe Familial Halley	81 837 652	11,51 %	87 714 072	11,21 %
Familles Badin - Defforey - Fournier	39 291 637	5,53 %	62 560 613	7,99 %
Groupe March	23 396 040	3,29 %	46 792 080	5,98 %
Pacte d'actionnaires	144 525 329	20,33 %	197 066 765	25,18 %
Salariés	20 509 308	2,88 %	30 491 835	3,90 %
Autodétention	11 156 100	1,57 %	-	-
Autocontrôle	6 126 048	0,86 %	-	-
Public	528 839 069	74,36 %	554 969 945	70,92 %
TOTAL	711 155 854	100,00 %	782 528 545	100,00 %

Répartition du capital au 31/12/2000				
Actionnaires	Actions	% capital	Droits de vote	% droits de vote
Groupe Familial Halley	83 746 092	11,78 %	87 060 432	10,93 %
Familles Badin - Defforey - Fournier	42 744 580	6,01 %	69 799 396	8,77 %
Groupe March	23 396 040	3,29 %	46 792 080	5,88 %
Pacte d'actionnaires	149 886 712	21,08 %	203 651 908	25,58 %
Salariés	19 850 055	2,79 %	26 862 127	3,37 %
Autodétention	8 626 126	1,21 %	-	-
Autocontrôle	7 406 858	1,04 %	-	-
Public	525 373 689	73,88 %	565 811 417	71,04 %
TOTAL	711 143 440	100,00 %	796 325 452	100,00 %

Répartition du capital au 31/12/1999				
Actionnaires	Actions	% capital	Droits de vote	% droits de vote
Groupe Familial Halley	40 051 906	11,69 %	40 051 906	10,54 %
Familles Badin - Defforey - Fournier	19 386 746	5,66 %	37 138 066	9,77 %
Groupe March	11 698 020	3,42 %	18 241 566	4,80 %
Pacte d'actionnaires	71 136 672	20,77 %	95 431 538	25,11 %
Salariés	5 142 183	1,50 %	10 194 079	2,68 %
Autodétention	1 564 568	0,46 %	-	-
Autocontrôle	5 458 269	1,59 %	-	-
Public	259 200 658	75,68 %	274 462 515	72,21 %
TOTAL	342 502 350	100 %	380 088 132	100,00 %

Lors du dernier relevé TPI effectué au mois de décembre 2001, le nombre d'actionnaires répertoriés s'élevait à près de 450 000 actionnaires.

■ Droits de vote double

(article 25 des statuts)

Un droit de vote double est conféré dans les conditions légales aux actions justifiant d'une inscription nominative depuis deux années au moins au nom du même actionnaire.

■ Seuils statutaires

Outre le respect de l'obligation légale d'informer la Société de la détention de certaines fractions du capital et des droits de vote qui y sont attachés, toute personne, physique ou morale, qui, seule ou indirectement au sens de l'article 233-7 du code de commerce ou encore de concert avec d'autres personnes physiques ou morales au sens de l'article 233-10 du code de commerce, vient à détenir ou cesse de détenir, de quelque manière que ce soit, une fraction égale à un pour cent (1 %) des droits de vote ou tout multiple de ce pourcentage doit, au moyen d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social dans un délai de quinze jours à compter du franchissement de l'un de ces seuils, informer la Société du nombre total d'actions et de droits de vote qu'elle détient, seule ou indirectement ou encore de concert, du nombre de titres qu'elle détient de la même manière et qui donnent accès à terme au capital, ainsi que du nombre de droits de vote qui y sont attachés. A l'appui de cette information, l'actionnaire doit communiquer à la Société toutes pièces utiles justifiant du franchissement de chaque seuil de 1 %. En cas de non respect de cette obligation et à la demande, consignée dans le procès-verbal de l'assemblée, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital, les droits de vote excédant la fraction qui aurait dû être déclarée ne peuvent être exercés à compter de ladite assemblée et pour toute assemblée qui se réunirait jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification. (AG du 9 novembre 1998)

Existence de pactes

Le groupe familial HALLEY, les familles BADIN-DEFFOREY - FOURNIER et le groupe MARCH, ont signé un pacte prévoyant un droit de préemption sur tout ou partie des titres Carrefour détenus ainsi qu'un engagement de concertation avant les Assemblées Générales ou en cas d'annonce d'une offre publique initiée sur les titres de la Société.

Le pacte publié le 9 mars 1999 a été révoqué du fait de la signature du pacte susvisé.

■ Plan d'options 2001

Options consenties par l'émetteur à chaque mandataire social

Daniel Bernard : 280 000 options au prix de 62 euros, échéance 26 avril 2008.

Joël Saveuse : 90 000 options au prix de 62 euros, échéance 26 avril 2008.

Options consenties par l'émetteur aux dix bénéficiaires dont le nombre d'options est le plus élevé

Nombre total d'options consenties : 447 000 au prix de 62 euros, échéance 26 avril 2008.

■ Levées d'options survenues au cours de l'exercice

Options levées par chaque mandataire social

Néant.

Options levées par dix bénéficiaires dont le nombre d'options ainsi souscrites ou levées est le plus élevé

Nombre total d'options souscrites ou levées : 192 600 options, au prix moyen pondéré de 29,88 euros.

■ Autres titres donnant accès au capital

Nature du titre	Nombre	Nombre d'actions à créer
Bons de souscription	561 304	6 733 401
Obligations convertibles	466 649	5 599 788
Autres	46 085	549 424

■ Capital Potentiel

Options susceptibles d'être exercées au titre des treize plans d'options en cours au 31 décembre 2001

Nature	Nombre
Options d'achat	5 425 440
Options de souscription	10 374 700
TOTAL	15 800 140

Nombre de bénéficiaires : 2 187

Les prix d'acquisition ou de souscription correspondent à la moyenne des premiers cours cotés des vingt séances de bourse précédant la décision du conseil d'administration, assortis ou non d'une décote.

Informations boursières

	Plus haut* (en €)	Plus bas* (en €)	Montant des transactions (en M€)	Nombre de titres échangés dans le mois
2000				
Janvier	91,8	78,3	3 254 736	39 819 129
Février	82,8	64,6	3 914 429	52 902 696
Mars	82,7	67,0	3 565 711	46 740 738
Avril	71,6	63,3	2 747 285	40 046 130
Mai	76,5	67,0	2 507 161	35 235 200
Juin	78,6	71,6	1 804 795	24 252 459
Juillet	79,4	74,4	1 567 309	20 466 300
Août	85,5	75,6	2 572 716	32 295 802
Septembre	85,0	81,0	2 118 990	25 539 234
Octobre	82,8	76,8	2 079 239	25 939 584
Novembre	80,8	67,9	3 475 052	48 044 414
Décembre	69,0	62,5	2 326 381	35 874 926
2001				
Janvier	69,4	58,2	3 283 692	51 994 166
Février	68,5	62,8	2 396 315	36 470 821
Mars	64,5	57,3	2 519 157	41 501 769
Avril	65,6	59,8	2 247 046	35 661 178
Mai	66,7	64,5	2 640 594	40 305 799
Juin	64,4	60,0	2 237 348	36 192 494
Juillet	64,6	60,4	2 562 892	40 973 499
Août	64,5	58,6	1 774 672	28 663 967
Septembre	57,4	46,3	2 514 845	48 976 485
Octobre	58,7	51,4	2 553 464	46 342 360
Novembre	58,8	55,1	2 733 799	47 525 315
Décembre	60,8	55,7	1 806 510	31 304 324

(*) Cours de clôture.

Ratios et données financières consolidées

(En millions d'euros)	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Résultats	Pro forma									
Ventes TTC	20 101,9	21 245,4	23 524,1	25 050,9	26 776,8	29 173,4	31 179,3	58 548,5	73 067,2	78 037,1
Ventes hors taxes	17 857,7	18 980,5	20 778,6	22 046,0	23 615,1	25 804,9	27 408,7	51 948,1	64 802,0	69 486,1
Résultat opérationnel	768,2	869,4	1 015,9	1 148,1	1 344,3	1 569,6	1 801,2	3 227,8	4 409,9	4 527,6
Résultat d'exploitation	397,0	463,9	555,7	646,8	779,3	934,5	1 086,5	1 955,2	2 725,0	2 825,6
Résultat d'exploitation après amortissements des survaleurs des sociétés intégrées	355,7	422,6	507,4	599,6	731,5	885,4	1 030,7	1 798,6	2 422,1	2 472,7
Taux d'impôts Groupe	25,1%	28,4%	26,0%	30,0%	29,4%	31,8%	33,2%	34,0%	32,2%	26,9%
Résultat net courant, part du Groupe	252,0	301,7	383,6	463,1	544,5	631,6	690,4	1 087,3	1 376,6	1 575,1
Résultat net courant, part du Groupe après survaleurs	204,1	253,8	328,8	410,1	493,8	570,6	615,9	914,5	1 050,4	1 206,6
Résultat net, part du Groupe	203,5	458,9	323,8	539,1	476,1	546,2	646,7	898,2	1 065,8	1 265,8
Situation financière										
Situation nette avant répartition	1 923	2 322	2 662	3 163	3 920	4 516	4 857	7 905	9 365	8 671
Total de l'actif	7 939	8 139	9 010	9 855	11 639	13 253	17 383	33 751	44 031	43 470
Dettes (trésorerie) nette	70	(422)	(736)	(641)	(461)	339	4 108	7 597	11 008	8 674
Ratios										
Résultat net courant après survaleurs/CA HT (en %)	1,53	1,71	1,97	2,27	2,53	2,64	2,63	1,98	1,80	1,95
Résultat opérationnel/CA HT (en %)	4,30	4,58	4,89	5,21	5,69	6,08	6,57	6,21	6,81	6,52
Résultat d'exploitation/CA HT (en %)	2,22	2,44	2,67	2,93	3,30	3,62	3,96	3,76	4,21	4,07
Résultat d'exploitation après amortissements des survaleurs des sociétés intégrées/CA HT (en %)	1,99	2,23	2,44	2,72	3,10	3,43	3,76	3,46	3,74	3,56
Résultat net courant, part du Groupe/Situation nette, part du Groupe ⁽¹⁾ (en %)	16,2	14	16,7	17,4	17	17,22	15,75	14,22	13,17	17,27
Résultat net courant/Actif (en %)	3,43	3,98	4,54	5,09	5,14	5,14	4,14	3,05	2,64	3,11
Actif/Situation nette ⁽¹⁾	4,34	3,68	3,58	3,30	3,14	3,09	3,76	4,48	4,92	5,31
CA HT/Actif	2,25	2,33	2,31	2,24	2,03	1,95	1,58	1,54	1,47	1,60
Dettes (trésorerie nette)/Situation nette ⁽¹⁾ (en %)	3,83	(19,04)	(29,2)	(21,5)	(12,42)	7,91	88,9	100,8	122,9	105,9
Rotation des stocks (jours d'achat)	31	30	31	33	35	41	41	39	42	40

(1) Après répartition du résultat.

Informations sur le parc de magasins intégrés

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
France										
Hypermarchés	118	114	114	117	117	117	117	179	179	175
Supermarchés							398	530	539	534
Maxidiscomptes	367	432	481	465	356	367	384	418	424	459
Autres formats			233	258	288	321	357	576	584	127
Total	485	546	828	840	761	805	1 256	1 703	1 726	1 295
Espagne										
Hypermarchés	40	43	46	50	53	56	58	112	116	108
Supermarchés								175	187	167
Maxidiscomptes								1 541	1 609	1 649
Autres formats								30	27	28
Total	40	43	46	50	53	56	58	1 858	1 939	1 952
Portugal										
Hypermarchés	2	2	2	2	2	3	4	5	5	5
Maxidiscomptes								273	272	276
Total	2	2	2	2	2	3	4	278	277	281
Italie										
Hypermarchés		1	6	5	6	6	6	6	31	34
Supermarchés									192	173
Autres formats								46	190	98
Total		1	6	5	6	6	6	52	413	305
Turquie										
Hypermarchés		1	1	1	1	2	2	5	8	10
Supermarchés									1	3
Maxidiscomptes								9	37	86
Total		1	1	1	1	2	2	14	46	99
Pologne										
Hypermarchés						1	3	7	8	9
Supermarchés								6	15	51
Total						1	3	13	23	60
République tchèque										
Hypermarchés								3	6	9
Total								3	6	9
Slovaquie										
Hypermarchés									2	2
Total									2	2
Belgique										
Hypermarchés										57
Supermarchés										72
Total										129
Suisse										
Hypermarchés										8
Total										8
Grèce										
Hypermarchés								4	11	11
Supermarchés									131	128
Maxidiscomptes								142	181	199
Total								146	323	338
EUROPE HORS FRANCE										
Hypermarchés	42	47	55	58	62	68	73	142	187	253
Supermarchés								181	526	594
Maxidiscomptes								1 965	2 099	2 210
Autres formats								76	217	126
Total	42	47	55	58	62	68	73	2 364	3 029	3 183

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Argentine										
Hypermarchés	6	7	9	12	15	18	21	22	22	22
Supermarchés									138	132
Maxidiscomptes								106	201	246
Total	6	7	9	12	15	18	21	128	361	400
Brésil										
Hypermarchés	28	29	33	38	44	49	59	69	74	74
Supermarchés								83	115	131
Maxidiscomptes										17
Total	28	29	33	38	44	49	59	152	189	222
Mexique										
Hypermarchés			2	7	13	17	19	17	18	19
Total			2	7	13	17	19	17	18	19
Chili										
Hypermarchés							1	2	3	4
Total							1	2	3	4
Colombie										
Hypermarchés							1	2	3	5
Total							1	2	3	5
Etats-Unis										
Autres formats	2									
Total	2									
AMERIQUES										
Hypermarchés	34	36	44	57	72	84	101	112	120	124
Supermarchés								83	253	263
Maxidiscomptes								106	201	263
Autres formats	2									
Total	36	36	44	57	72	84	101	301	574	650

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Taïwan										
Hypermarchés	5	7	8	10	13	17	21	23	24	26
Total	5	7	8	10	13	17	21	23	24	26
Malaisie										
Hypermarchés			1	1	2	3	5	6	6	6
Total			1	1	2	3	5	6	6	6
Chine										
Hypermarchés				2	3	7	14	20	24	24
Total				2	3	7	14	20	24	24
Corée										
Hypermarchés					3	3	6	12	20	22
Total					3	3	6	12	20	22
Indonésie										
Hypermarchés							1	5	7	8
Total							1	5	7	8
Singapour										
Hypermarchés						1	1	1	1	1
Total						1	1	1	1	1
Hong Kong										
Hypermarchés					1	2	4	4		
Total					1	2	4	4		
Thaïlande										
Hypermarchés					2	6	7	9	11	15
Total					2	6	7	9	11	15
Japon										
Hypermarchés									1	3
Total									1	3
ASIE										
Hypermarchés	5	7	9	13	24	39	59	80	94	105
Total	5	7	9	13	24	39	59	80	94	105

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GROUPE										
Hypermarchés	199	204	222	245	275	308	350	513	580	657
Supermarchés							398	794	1 318	1 391
Maxidiscomptes	367	432	481	465	356	367	384	2 489	2 724	2 932
Autres formats	2		233	258	288	321	357	652	801	253
Total	568	636	936	968	919	996	1 489	4 448	5 423	5 233

2 – Surface de vente des magasins intégrés à fin 2001

Surface de vente totale par formats en fin d'année

(En milliers de m ²)	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Hypermarchés	1 837	1 920	2 129	2 378	2 727	3 075	3 489	4 580	5 256	6 037
Supermarchés								1 195	1 968	2 117
Maxidiscomptes							232	794	906	997

Surface de vente des hypermarchés, supermarchés et maxidiscomptes intégrés au 31 décembre 2001

	Hypermarchés	Supermarchés	Maxidiscomptes	Total*
FRANCE	1 597	841	278	2 716
BELGIQUE	352	124		476
SUISSE	46			46
REPUBLIQUE TCHEQUE	89			89
ESPAGNE	1 295	258	472	2 025
GRECE	82	143	70	295
ITALIE	231	194		426
POLOGNE	91	64		155
PORTUGAL	50		69	119
TURQUIE	96	7	20	122
EUROPE HORS FRANCE	2 332	789	631	3 752
ARGENTINE	231	239	83	553
BRESIL	700	247	5	953
CHILI	36			36
COLOMBIE	52			52
MEXIQUE	189			189
AMERIQUES	1 209	486	88	1 783
CHINE	190			190
INDONESIE	56			56
JAPON	27			27
COREE	227			227
INDONESIE	63			63
SINGAPOUR	9			9
THAÏLANDE	141			141
TAÏWAN	187			187
ASIE	899			899
GROUPE	6 037	2 117	997	9 151

(*) Le total n'intègre pas les surfaces des autres formats du Groupe tels que les magasins de proximité.

3 – Détail sur l'activité des hypermarchés intégrés

Principaux indicateurs des hypermarchés intégrés sur les dix dernières années

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Ventes annuelles par m ² (CAHT en milliers d'euros)	9,73	9,79	9,80	9,27	8,66	7,93	7,41	7,41	8,11	7,08
Ventes annuelles par magasin (CAHT en millions d'euros)	88,73	89,18	88,42	80,19	85,83	79,12	73,63	66,47	66,77	65,08
Nombre annuel de passages en caisse (en millions)	496	541	603	653	677	733	818	974	1 115	1 206

Nombre annuel de passages en caisse des hypermarchés intégrés par zone au 31 décembre 2001

(En millions)	2001
France	381
Europe (hors France)	370
Amériques	206
Asie	249
TOTAL	1 206

4 – Répartition du chiffre d'affaires TTC des magasins intégrés par zone et par format au 31 décembre 2001

(En millions d'euros)	Hypermarchés	Supermarchés	Maxidiscomptes	Autres formats	Tous formats
France	21 059,9	7 381,5	1 693,9	8 313,7	38 449,0
Europe (hors France)	13 896,8	4 594,9	3 009,7	3 079,6	24 580,9
Amériques	6 311,9	3 474,9	290,7	0,2	10 077,8
Asie	4 929,4				4 929,4
TOTAL	46 198,0	15 451,3	4 994,4	11 393,4	78 037,1

Informations sur le parc sous enseignes

Chiffre d'affaires TTC commercial	Croissance 2001/2000	Hypermarchés	Croissance 2001/2000	Supermarchés	Croissance 2001/2000
GROUPE ⁽¹⁾		58,4 % du CA total 731 magasins		27,1 % du CA total 2 301 magasins	
87 184 M€	+ 1,7 %	50 876 M€	+ 1,3 %	23 597 M€	+ 1,2 %
France (hors Dom-Tom)		214 magasins 23 577 M€		1 003 magasins 12 663 M€	
43 156 M€	+ 0 %	Surface de vente = 1 798 207 m ² CATTTC/m ² = 13 111 €	- 0,1 %	Surface de vente = 1 448 149 m ² CATTTC/m ² = 8 744 €	+ 1,7 %
49,5 % du CA total					
Europe		285 magasins 15 900 M€		1 035 magasins 7 459 M€	
28 863 M€	+ 8,9 %	Surface de vente = 2 356 732 m ² CATTTC/m ² = 6 747 €	+ 7,0 %	Surface de vente = 1 204 951 m ² CATTTC/m ² = 6 190 €	+ 9,2 %
33,1 % du CA total					
Amériques		124 magasins 6 312 M€		263 magasins 3 475 M€	
10 078 M€	- 12,2 %	Surface de vente = 1 208 575 m ² CATTTC/m ² = 5 223 €	- 12,3 %	Surface de vente = 468 058 m ² CATTTC/m ² = 7 424 €	- 14,1 %
11,6 % du CA total					
Asie		108 magasins 5 087 M€			
5 087 M€	+ 11,2 %	Surface de vente = 918 489 m ² CATTTC/m ² = 5 538 €	+ 11,2 %		
5,8 % du CA total					

		Maxidiscomptes	Croissance 2001/2000	Autres	Croissance 2001/2000
GROUPE ⁽¹⁾		6,6 % du CA total 3 754 magasins		7,9 % du CA total 2 434 établissements	
87 184 M€	+ 1,7 %	5 712 M€	+ 14,7 %	7 000 M€	- 2,8 %
France (hors Dom-Tom)		459 magasins 1 694 M€		1 679 établissements 5 222 M€	
43 156 M€	+ 0 %	Surface de vente = 277 757 m ² CATTTC/m ² = 6 099€	+ 11,3 %		- 6,7 %
49,5 % du CA total					
Europe		3 029 magasins 3 727 M€		755 établissements 1 778 M€	
28 863 M€	+ 8,9 %	Surface de vente = 794 940 m ² CATTTC/m ² = 4 689€	+ 15,3 %		+ 11,3 %
33,1 % du CA total					
Amériques		266 magasins 291 M€			
10 078 M€	- 12,2 %	Surface de vente = 88 653 m ² CATTTC/m ² = 3 282€	+ 27,6 %		
11,6 % du CA total					

(1) Prise en compte de Norte en Argentine et de RDC au Brésil à partir de 2000.

Responsables du document de référence et du contrôle des comptes

Personne assumant la responsabilité du document de référence

A notre connaissance, les données du présent document de référence sont conformes à la réalité; elles comprennent toutes les informations financières nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Carrefour; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Daniel Bernard
Président du conseil d'Administration

Personnes assumant la responsabilité du contrôle des comptes

Commissaires aux comptes titulaires :

- Barbier Frinault & Autres – Andersen
41, rue Ybry, 92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
représenté par M. Patrick Malvoisin.
Date du premier mandat : AGO du 22/05/1985
Expiration du mandat actuel lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002 ;

- KPMG Audit - Département de KPMG-SA
1, cours Valmy, 92923 Paris-La Défense Cedex
représenté par M. Jean-Luc Decornoy.
Date du premier mandat : AGO du 05/09/1968
Expiration du mandat actuel lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002.

Commissaires aux comptes suppléants :

- M. Paul Hurtut
41, rue Ybry, 92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
Date du premier mandat : AGO du 22/04/1991
Expiration du mandat actuel : Mandat expirant lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002.

- M. Alain Feuillet
1, cours Valmy, 92923 Paris-La Défense Cedex
Date du premier mandat : AGO du 22/05/1985
Expiration du mandat actuel : Mandat expirant lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002.

Attestation des responsables du contrôle des comptes :

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Carrefour et en application du règlement COB 98-01, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent document de référence.

Ce document de référence a été établi sous la responsabilité du Conseil d'Administration de Carrefour. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes. Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le document de référence, afin d'identifier le cas échéant les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la Société acquise dans le cadre de notre mission. Ce document ne contient pas de données prévisionnelles isolées résultant d'un processus d'élaboration structuré. Les comptes annuels et les comptes consolidés pour les exercices clos les 31 décembre 1999, 2000 et 2001, arrêtés par le Conseil d'Administration, ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France, et ont été certifiés sans réserve ni observation.

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes présentées dans ce document de référence.

Paris-La Défense et Neuilly-sur-Seine, le 29 mars 2002

KPMG Audit	Barbier Frinault & Autres
Département de KPMG SA	Andersen
Jean-Luc Decornoy	Patrick Malvoisin
Associé	Associé

Responsable de la communication financière

Vincent Barucq

Tableau de concordance

Le tableau de concordance présenté ci-dessous permet d'identifier les principales rubriques de l'instruction d'application 98-01 de la Commission des Opérations de Bourse et renvoie aux pages du rapport annuel correspondantes.

Sections	Rubriques	Pages
1.1	Noms et fonctions des responsables du document	P. 117
1.2	Attestations des responsables	P. 117
1.3	Noms et adresses des contrôleurs légaux	P. 117
3.1	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur	P. 10, 11, 104 à 109
3.2	Renseignements de caractère général concernant le capital	P. 10, 106 à 108
3.3	Répartition du capital et des droits de vote	P. 10, 107
3.4	Marché des titres de l'émetteur	P. 10, 11, 109
3.5	Dividendes	P. 10, 11, 84, 97, 103
4.1	Présentation de la Société et du Groupe	P. 1 à 116
4.3	Faits exceptionnels et litiges	P. 105
4.4	Effectifs	P. 20, 21, 74, 98
4.5	Politique d'investissement	P. 50 à 57
5.1	Comptes de l'émetteur et du Groupe	P. 58 à 99
6.2	Intérêts des dirigeants dans le capital	P. 107, 108
7.1	Evolution récente	P. 55
7.2	Perspectives d'avenir	P. 55



Le présent document de référence a été déposé auprès de la Commission des Opérations de Bourse le 2 avril 2002, conformément au règlement n° 98-01/n° 95-01. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par la Commission des Opérations de Bourse.

Adresses des principales filiales

EUROPE

■ CARREFOUR (Siège social)

Direction Générale Groupe
6, avenue Raymond-Poincaré
75016 PARIS
FRANCE
Tél. : 01 53 70 19 00
Fax : 01 53 70 86 16

■ CARREFOUR FRANCE (Hypermarchés)

9-13, avenue du Lac
Courcouronnes-Bois Briard
91000 EVRY
FRANCE
Tél. : 01 60 91 37 37
Fax : 01 60 79 44 98

■ CARREFOUR EUROPE

26, quai Michelet
92300 LEVALLOIS-PERRET
FRANCE
Tél. : 01 58 63 30 00
Fax : 01 58 63 67 50

■ CARREFOUR BELGIUM

20, avenue des Olympiades
1140 EVERE - BRUXELLES
BELGIQUE
Tél. : 00 322 729 21 13
Fax : 00 322 729 17 96

■ CENTROS COMERCIALES CARREFOUR

Direction Générale
Ctra de Burgos, km 14,5
28108 ALCOBENDAS - Madrid
ESPAGNE
Tél. : 00 34 91 663 48 00
Fax : 00 34 91 663 48 48

■ DIA SA

Plaza Carlos Trias Bertràn, 7
Planta 4a
28020 MADRID
ESPAGNE
Tél. : 00 34 91 456 73 00
Fax : 00 34 91 555 77 41

■ CARREFOUR MARINOPOULOS

63, Aghiou Dimitriou
17456 ALIMOS - ATHENES
GRECE
Tél. : 00 301 098 93 800
Fax : 00 301 098 36 604

■ CARREFOUR ITALIA GS

Via Caldera 21
20153 MILAN
ITALIE
Tél. : 00 39 02 48 25 22 61
Fax : 00 39 02 48 20 23 25

■ CARREFOUR POLSKA

Ulica Zupnicza 17
03821 WARSZAWA
POLOGNE
Tél. : 00 48 22 670 20 26
Fax : 00 48 22 670 21 32

■ CARREFOUR EDIFICIO MONSANTO

Rue Alto do Montijo, Loté 1/2
Apartado 7647
2720 AMADORA
PORTUGAL
Tél. : 00 351 21 424 42 00
Fax : 00 351 21 418 26 66

■ CARREFOUR CESKA REPUBLIKA

Podbabska 17
16624 PRAHA 6
REPUBLIQUE TCHEQUE
Tél. : 00 420 2 33 01 33 00
Fax : 00 420 2 33 01 33 37

■ CARREFOUR SUISSE

Industriestrasse 28
8305 DIETLICON
SUISSE
Tél. : 00 411 834 95 21
Fax : 00 411 834 95 90

■ CARREFOUR GENEL MUDURLUK

Kisikli Tramway Caddesi
Haluk Türksöy Solak n° 14
81190 ALTUNIZADE - USKUDAR -
ISTANBUL
TURQUIE
Tél. : 00 90 216 531 16 00
Fax : 00 90 216 492 83 50

AMERIQUES

■ CARREFOUR AMERICAS

D' Ricardo Rojas 401, 6° piso
C1001 AEA - BUENOS AIRES
ARGENTINE
Tél. : 00 54 11 57 76 10 00
Fax : 00 54 11 57 76 10 05

■ CARREFOUR ARGENTINE

Avenida del Libertador 95
1638 VINCENTE LOPEZ
Provincia de BUENOS AIRES
ARGENTINE
Tél. : 00 54 11 47 96 66 00
Fax : 00 54 11 47 96 66 50

■ CARREFOUR BRESIL

Comercio e Industria Ltda
Rue George Eastman, n° 213
CEP 05690-000 SAO PAULO
BRESIL
Tél. : 00 55 11 37 79 60 00
Fax : 00 55 11 37 79 66 94

■ CARREFOUR CHILE SA

Coronel Pereira, n° 72
Piso I, Of. 102
Las Condes - SANTIAGO
CHILI
Tél. : 00 56 2 560 66 00
Fax : 00 56 2 366 16 76

■ CARREFOUR COLOMBIA

Avenida 15 n° 106.57, Piso 4
SANTAFE DE BOGOTA
COLOMBIE
Tél. : 00 57 1 65 79 797
Fax : 00 57 1 52 30 344

■ CARREFOUR MEXICO

Avenida Presidente Masaryk 219
Col. Chapultepec Morales
11570 MEXICO DF
MEXIQUE
Tél. : 00 52 55 52 83 29 00
Fax : 00 52 55 52 83 29 89

ASIE

■ CARREFOUR

25/F, 528 Pudong Nan Lu
Pudong District
SHANGHAI 200120
REPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE
Tél. : 00 86 21 38 78 45 00
Fax : 00 86 21 68 81 58 77

■ CARREFOUR KOREA LTD

10 F, Samsung Yeoksam Building
647-9, Yeoksam-dong
Kamgnam-Ku
SEOUL 134-080
COREE
Tél. : 00 822 30 16 15 00
Fax : 00 822 30 16 15 70

■ CARREFOUR ASIE LIMITED

Units 1602 – 1606, 16th Floor
Low Block, Grand Millenium Plaza
181 Queen's Road Central
HONG KONG
Tél. : 00 852 22 83 40 00
Fax : 00 852 25 37 64 84

■ CARREFOUR

Wisma Staco 11 & 12 Floors
JL. Casablanca Kav.
18 Menteng Dalam, Tebet
JAKARTA Selatan 12870
INDONESIE
Tél. : 00 62 21 28 50 95 00
Fax : 00 62 21 28 50 95 02

■ CARREFOUR JAPAN CO. LTD

East Tower 18th Floor
Akasaka Twin Tower
2-17-22 Akasaka, Minato-Ku
TOKYO 107 0052
JAPON
Tél. : 00 813 35 68 19 00
Fax : 00 813 35 68 19 38

■ CARREFOUR

Magnificent Diagraph Sdn Bhd
Head Office : 3-Jalan SS16/1
47500 Suban Jaya
SELANGOR DANUI EHSAN
MALAISIE
Tél. : 00 603 56 31 20 00
Fax : 00 603 56 31 33 73

■ CARREFOUR SINGAPORE PTE LTD

Suntec City Store
N° 3, Temasek Boulevard
1-199 Suntec City Mall
SINGAPORE 038983
Tél. : 00 65 333 68 68
Fax : 00 65 333 61 78

■ PRESICARRE CORPORATION

6 F - 1, 137, Nan-King East Road
Section 2
TAIPEI 104
TAIWAN
Tél. : 00 886 225 06 34 00
Fax : 00 886 225 06 42 01

■ CENKAR LTD (Carrefour Thailand)

15th Floor, Q House Building
11 South Sathorn Road
Tungmahamek, Sathorn
BANGKOK 10120
THAÏLANDE
Tél. : 00 662 677 33 99
Fax : 00 662 677 33 66

Conception, création et réalisation
TERRE DE SIENNE

Photos :
Carrefour, Michel Labelle et Bruno Boissonnet